

25. Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук : пер. с фр. / М. Фуко. — Москва : Прогресс, 1977. — 488 с.
26. Хавкина Л. Б. Библиотеки, их организация и техника : рук. по библиотечному делу / Л. Б. Хавкина. — Санкт-Петербург : Тип. Вольфа, 1911. — 404 с.
27. Шартье Р. Письменная культура и общество / Р. Шартье. — Москва : Новое изд-во, 2006. — 272 с.
28. Шопенгауэр А. Афоризмы и максимы / А. Шопенгауэр. — Ленинград : Изд-во Лен. ун-та, 1990. — 288 с.
29. Эко У. Роль читателя. Исследования по семиотике текста / У. Эко. — Санкт-Петербург : Симпозиум, 2005. — 502 с.
30. Aliaga-Buchenau A.-I. The "dangerous" potential of reading: readers and the negotiation of power in nineteenth century narratives / A.-I. Aliaga-Buchenau. — New York—London, 2004. — 187 p.
31. Altick R. D. The English common reader: a social history of the mass reading public (1800—1900) / R. D. Altick. — Chicago, 1957.
32. Armitage D. The Return of the Longue Durée: An Anglo American Perspective / D. Armitage, J. Guldi. — Mode of access: http://scholar.harvard.edu/files/armitage/files/rld Annales_revised_0.pdf (date of appeal: 17.12.2014). — Title from the screen.
33. Borodkin L. The reading culture of Russian workers in the early twentieth century (evidence from public library records) / L. Borodkin, E. Chugunov // The space of the book. Print culture in the Russian social imagination. — Toronto : University of Toronto Press, 2011. — P. 142—164.
34. Brooks J. When Russia learned to read: Literacy and popular literature, 1861—1917 / J. Brooks. — Princeton, 1985.
35. Fish S. Is there a text in this class?: The authority of interpretive communities / S. Fish. — Harvard : Harvard University Press, 1980. — 394 p.
36. Iser W. The reading process: a phenomenological approach / W. Iser // The implied reader. — Baltimore, 1974.
37. Lang A. Explicating explications: researching contemporary reading / A. Lang // Reading in history: new methodologies from Anglo-American tradition. — London, 2010. — Vol. 6. — P. 233—259.
38. Ronald E. Day. Totality and representation: a history of knowledge management through European documentation, critical modernity, and postfordism / E. Day Ronald // Journal of the American Society for Information Science and Technology. — 2001. — Vol. 52. — P. 724—735.

Проаналізована проблема "конструювання" сучасного читача; пропонується розглядати історію читача як історію зміни парадигм читання. Це дозволяє розрізняти представлення про читача і його історичної особистості.

The problem of constructing of a modern reader; it is proposed to consider the history of the reader as the story of a reading paradigm shifting. This allows distinguishing between representations of the reader and the historical identity of the reader.

Надійшла до редакції 9 вересня 2015 року

УДК 659.4:81'42]:316.658](470:477)



Лідія Смола,
доктор політичних наук,
професор кафедри видавничої справи
та редагування НТУУ "КПІ"

Особливості російського пропагандистського дискурсу (на прикладі українсько-російського конфлікту на Сході України)

У статті представлено аналіз пропагандистського дискурсу як складника системи соціально-політичних відносин. Проведено аналіз підходів до визначення цього феномену. Надано перелік особливостей пропагандистського дискурсу в українсько-російському конфлікті: "документальність", емоційність, створення слів-фантомів та використання соціальних медіа. Актуалізується проблематика потреби захисту власного інформаційного поля з урахуванням широкого використання новітніх (електронних та інтернетних) форм впливу.

Ключові слова: дискурс, пропагандистський дискурс, пропаганда, інформаційна війна, картина світу, інформаційні технології, соціальні медіа.

Постановка проблеми. Протистояння на Сході України актуалізувало питання впливу пропаганди, принципів ведення інформаційної війни та особливостей інформаційної агресії. У низці досліджень було здійснено аналіз пропагандистських дій, методів впливу російської пропаганди на пострадянському просторі. Поняття "пропаганда" поряд із терміном "інформаційна війна" стало актуалізованим не тільки в науковому, а й у політичному та журналістському лексиконі. Відомо, що ефективність та дієвість пропаганди зумовили існування численних її тлумачень. Зокрема, Л. Чайлдс трактував її як "розповсюдження з певною метою ідей, доктрин та думок" [1]. Р. Уайт визначав її як "прагнення здійснити вплив на спосіб мислення інших людей з метою вплинути на їхню поведінку" [2]. На думку Ф. Бартлета, "пропаганда повинна впливати на розум людей таким чином, щоб вони приймали думки та образи поведінки, які їм нав'язують, не аналізуючи

причини, що спонукали їх змінити свої погляди" [3]. Л. Віндлхем трактував пропаганду як політичну інформацію (повідомлення) чи як продуману передачу відправником споживачу політичних новин з наміром вплинути на поведінку споживача інформації таким чином, щоб той не зміг діяти інакше [4]. Ці та інші трактування містять важливий компонент — дискурс як комунікативне явище (за Т. ван Дейком), що поєднує інформацію (тексти), соціальний контекст та учасників комунікації. Попри актуальність, невисвітленими залишаються питання пропагандистського дискурсу в контексті українсько-російського конфлікту.

Дискурс (фр. *discourse* — розмова; лат. *discursus* — розмірковування) як мовленнєвий потік, що має різноманітні форми вияву (усну, писемну, друковану тощо), відбувається у межах одного чи кількох каналів комунікації, регулюється стратегіями і тактиками учасників спілкування та є складним синтезом когнітивних, мовних і позамовних

(соціальних, психічних, психологічних тощо) чинників, які визначаються конкретним колом "форм життя", залежних від тематики спілкування [5]. Проблематику вивчення пропагандистського дискурсу як соціального явища порушено в роботах Р. Барта, Ж. Бодріяра, Ж. Деріда, Ж. Еллюля, У. Еко, С. Міллса, А. Моля, Ю. Лотмана, Х. Уайта та ін. Ю. Хабермас вирізняв п'ять видів дискурсу, з яких два: як засіб комунікативної дії та засіб ідеологічного впливу (усі форми ідеологічного виправдання) — безпосередньо пов'язані з пропагандистським аспектом [6, с. 91].

Особливості політичного дискурсу як ментальної репрезентації політичних структур, подій, акторів, груп, процесів і як способу когнітивного поєднання індивідуальних та колективних вимірів політики [7, с. 29—33] дозволяють проаналізувати соціокультурну взаємодію, елементи політичної пропаганди та інформаційного впливу. З'ясовуючи відмінності між політичним та пропагандистським дискурсом, зазначимо, що в їхній основі перебуває ставлення до реальності та відстоювання інтересів певних груп (чи російської влади в цьому контексті).

Мета статті — визначити основні аспекти пропагандистського дискурсу в умовах так званої гібридної війни та проаналізувати найпоширеніші позиції російського пропагандистського впливу проти України.

Аналіз досліджень та публікацій дозволив дати висновку, що у вітчизняній науці недостатньо вивчено особливості пропагандистського дискурсу в контексті конфлікту на Сході України. Хоча певним аспектам зазначеної проблеми присвячено низку праць українських та російських дослідників: Ю. Антоняна, Н. Амелченка, В. Бєбика, С. Кара-Мурзи, В. Карасика, В. Кулика, Н. Миронової, Д. Ольшанського, Ю. Шайгородського, О. Шейгал та інших. Зокрема, О. Шейгал розглядає функцію дискурсу як інструменту боротьби за владу, мобілізації до дій та політичної комунікації [8]. О. Гапченко досліджує дискурс як засіб маніпулювання людською свідомістю [9]. К. Серажим трактує дискурс як соціолінгвальне явище комунікативного середовища загалом і як феномен сучасного інформаційного простору України [10].

Дослідження пропагандистського дискурсу дає змогу розкрити не тільки аспекти комунікативної взаємодії, а й концептуальну картину світу тих, хто його формує. У контексті українсько-російського конфлікту — це насамперед корекція ціннісних орієнтацій та політичних інтересів об'єктів впливу. Як стверджує К. Серажим, дискурс як відображення процесу орієнтування людини в системі власних цінностей, на основі системи мовних еталонів здійснює ціннісне розчленування реальності: виявляє категорії "своє—чуже", формує те, що можна назвати "образом ворога" [10, с. 202]. Образ ворога як сильний засіб впливу активно використовувався в українсько-російському протистоянні. "Правий сектор", "візитка Яроша", "бандерівські карателі", "українські націоналісти", "укропи" — як міфологізований образ "ворога" дозволяв, з одного боку, знімати з себе відповідальність за провали та демонструвати власні переваги ("духовність", "останній оплот традиційних цінностей", "православну єдність", "братерську любов"). Однак закладений він був задовго до початку конфлікту. Видавництво "Ексмо" в 2014 році видало серію книг: *"Український фронт. Красні зvezди над Майданом"*, *"Поле боя — Україна. Сломаний трезубець"*, *"Україна в крові. Бандеровський геноцид"*, *"Український ад. Это наша война!"*, *"Поле боя — Севастополь. Город-герой против НАТО"*, *"Дикое поле 2017. На руинах України"* тощо [11].

Українська дослідниця Т. Гранчак наголошує, що пропагандистський дискурс формувалася задовго до початку агресії в Криму та на Донбасі. Російські фахівці здійснили тривалу підготовку та наповнення інформаційного простору.

Ще 2009 р. вітчизняні ЗМІ інформували стосовно друку в Росії книг, в яких заперечується український етнос, описується крах незалежності України, розкол країни або українсько-російська війна. Зокрема, Г. Савицький, автор книги *"Поле боя — Україна. Сломаний трезубець"*, пише про те, як "помаранчеві" нацисти розв'язують в Україні громадянську війну: "За допомогою "миротворчого контингенту" НАТО, під прикриттям американської авіації та бронетехніки західноукраїнські карателі з тризубом на погонах починають винищувати російськомовне населення, стираючи з лиця землі цілі міста". Інша книга — М. Калашнікова та С. Бунтовського *"Незалежна Україна. Крах проекту"* — містить розділи *"Чи зможемо ми зав'язати на себе весь Донбас?"* і *"Чому не вийде Європи в Україні"* і про те, як *укри свій шанс упустили*". Як бачимо, закладений у книгах дискурс був успішно актуалізований у загальноросійському масштабі й інтегрований в інформаційний простір України [12].

Особливістю пропагандистського впливу початку XXI ст. стала його "документальність". Сюжети "LifeNews" мали на меті не лише створити "картинку світу" для телевізійної аудиторії, а й сформувати нову "реальність", де було відведено місце "розп'ятим хлопчиком", "західноукраїнським карателям", "натівським військам" та "мужнім ополченцям". Новини мали власну пропагандистську лінію. Р. Гер зазначає, що "документальне кіно стало своєрідним медіумом реальності, де можна змінювати порядок фактів, акцентуючи на одних та замовчуючи про інші" [13]. Такий підхід дозволяє трактувати у потрібному ракурсі реальні події, факти, а головне, підтверджувати пропагандистські кліше правдивими "свідченнями" очевидців з місць подій. Окремі фахівці навіть почали говорити про новини 2.0. як про пропаганду 2.0. — ефективний інструмент маніпуляції інформацією.

У пропагандистському дискурсі значне місце посідає символіка, семіотика простору — знакове використання простору та поведінкові (знакові) дії [8, с. 21—22]. Афективність (емоціогенність) пропагандистського дискурсу зумовлена емоційним переваженням та апелюванням до емоцій. У цьому контексті вирізняємо перевагу аудіовізуальної інформації з посиленням емоційним складником: *"...ми побачили хлопчика розп'ятого"*; *"Росія була уражена в самісіньке серце зрадою братської України"*; *"Голодомору не було — це спільна трагедія всіх народів СРСР"*; *"Україна хотіла 'схом'ячити' російській газ та Ростовську область"*; *"Тарас Шевченко — син України, вихованець Росії"*; *"Новоросія — нова демократична країна"*; *"...українська армія воює з мирним російськомовним населенням: шахтарями та фермерами"*; *"нам необхідна маленька переможна війна"*.

Дійові особи та події у різноманітних російських серіалах та шоу, що останніми роками заповнили вітчизняний ефір, нібито не стосувалися безпосередньо України, однак викликали інтерес, а відповідно — ідентифікацію з певними героями. Відбувалося моделювання "нових" життєвих процесів універсальною для пострадянського простору мовою. Тому критичність сприйняття інформації з боку споживачів ставала доволі низькою. За таких умов блокування російських каналів лише посилює переконання проросійськи налаштованого населення в їхній правоті. Відсутність належної комунікації між українською владою та суспільством надавала додаткові важелі впливу російським пропагандистам.

У формуванні пропагандистського дискурсу нову роль почали відігравати соціальні медіа. "Тролі" та "боти" транслювали потрібні меседжі та "коментарі". За допомогою сервісу Google Trends було виявлено основні центри крем-

лівських "тролів" та "ботів", які з'явилися наприкінці 2013 року, напередодні кримських подій [14]. А. Чен, журналіст "The New York Times" також провів дослідження і довів наявність російських центрів із роботи з соціальними медіа [15]. Семантичне поле було заповнене тезами "зрада", "нас зливають", "все пропало" тощо. Метою було підвищення рівня конфліктності та посилення панічних настроїв серед населення. Аналіз постів у соціальних мережах засвідчив, що ключовими позиціями стали меседжі про потребу "соціальної революції", "третього Майдану" та "повалення влади олігархів". Окремим напрямом виступають слова-фантоми, що заповнили семантичне поле: "майданути", "укропи", "правосески" тощо.

Російські пропагандисти зруйнували усталену "картину світу" не тільки власного народу, де українці перестали бути "братами", а й внесли зміни в масову свідомість українців, які здебільшого стали ідентифікувати росіян як "ворогів". На думку письменниці О. Забужко, "з початком бойових дій ми для нападників стали вже не "хохли" — а "україни"? Дискурс змінився, нас "підвищили рангом". На місце смішного, дебількуватого тубільця-салоїда ("младшого брата") в імперській свідомості з'явився таємничий, грізний "укр"... — це і є визнання української незалежності: кінець колоніального міфа" [16].

Військові та пропагандистські дії Росії, попри їхню масивність та тотальність, мали окремий позитивний результат для України, оскільки сприяли прискоренню процесу самоорганізації суспільства, самоідентифікації українців та формуванню політичної нації.

Висновки. Пропагандистський дискурс став новим етапом розвитку російської пропагандистської системи, де разом із традиційними формами пропаганди та агітації застосовують сучасні інформаційні технології. У дискурсі з'явилися нові конотації та підходи, що підвищило ефективність інформаційного впливу. Особливостями пропагандистського дискурсу стали "документальність", емоційність та домінування аудіовізуальної інформації.

Припинення "гарячої фази" конфлікту на Сході України, провальність проекту "Новоросія" не означатиме припинення інформаційної агресії з боку Росії. Інструментом війни залишатиметься пропагандистський дискурс. Відомо, що пропаганда ефективна в умовах браку або нестачі інформації. Систематичне інформування жителів Сходу про конкретні кроки держави та суспільства щодо врегулювання конфлікту, про подальші наміри влади могли б певною мірою стати альтернативою впливові ворожої пропаганди та посприяти стабілізації ситуації. Як довели події українсько-російського протистояння, контроль над власним інформаційним простором є не менш (а можливо, і більш) важливим за наявність сучасного озброєння та підготовленого війська.

Особливості інформаційного суспільства, інформаційної взаємодії та сучасного політичного дискурсу вимагають наповнення власного інформаційного простору та його захисту від інформаційної агресії. Нагальною є потреба поширення медіаграмотності та піднесення інформаційної культури населення.

Список використаної літератури

1. Childs H. L. An Introduction to Public Opinion. — New York : Wiley, 1940. — P. 81.
2. White R. K. Propaganda: morally questionable and morally unquestionable techniques; Propaganda in International Affairs // The Annals of the American Academy of Political and Social Sciences. — 1971. — Vol. 398. — P. 27.
3. Bartlett F. C. The Aims of Political Propaganda. — New York : Dryden Press, 1954. — P. 464.

4. Windlesham L. Communication and Political Power. — London : Jonathan Cape, 1966. — P. 17.
5. Бацевич Ф. С. Словник термінів міжкультурної комунікації. — Режим доступу: <http://terminy-mizhkult-komunikacii.wikidot.com/d>. — Назва з екрана.
6. Хабермас Ю. Комунікативна дія і дискурс — дві форми повсякденної комунікації / Ю. Хабермас // Першоджерела комунікативної філософії. — Київ : Либідь, 1996. — С. 84—90.
7. Русакова О. Ф. Политическая дискурология: предметное поле, теоретические подходы и структурная модель политического дискурса / О. Ф. Русакова, Д. А. Максимов // ПОЛИС. — 2006. — № 4. — С. 26—43.
8. Шейгал Е. И. Семантика политического дискурса : монография. — Волгоград : Перемена, 2000. — С. 368
9. Гапченко О. А. "Політичне навантаження" мови як об'єкт лінгвістичного дослідження // Мовні і концептуальні картини світу. Вип. 30. — Київ, 2010. — С. 347—353.
10. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність. / За ред. В. Різуна ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. — Київ, 2002. — 392 с.
11. Серія книг: Україна — поле боя. Фантастический боевик. — Режим доступа: http://fiction.eksmo.ru/filter/serie/ukraina-pole-boya-fantasticheskiy-boevik_ID344973/. — Загл. з екрана.
12. Гранчак Т. Управління інформаційно-комунікаційними потоками в контексті виникнення і врегулювання політичних конфліктів у перехідних суспільствах. — Режим доступу: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1080:upravlinnya-informatsijno-komunikacijnimi-potokami-v-konteksti-viniknennya-i-regulyuvannya-politichnikh-konfliktiv-u-perekhidnikh-suspilstvakh&catid=127&Itemid=460. — Назва з екрана.
13. Gehr Richard. Why movies make the best journalism. — Columbia Journalism Review. May 27, 2015. — Mode of access: http://www.cjr.org/analysis/documentary_journalism.php. — Title from the screen.
14. Google Trends. — Mode of access: <http://www.google.com/trends/explore?hl=uk#q=%D0%9F%D0%BE%D1%80%D0%BE%D1%88%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE&geo=RU&cmpt=q&tz=Etc/GMT-3&tz=Etc/GMT-3&2bc313&tz=Etc/GMT-3>. — Title from the screen.
15. Chen A. Russian Trolls Spread False Information On The Internet. — Mode of access: <http://www.npr.org/2015/06/04/412046928/russian-trolls-spread-false-information-on-the-internet>. — Title from the screen.
16. Facebook. Оксана Забужко. — Mode of access: <https://www.facebook.com/oksana.zabuzhko/posts/10152543844108953>. — Title from the screen.

В статтє представлен анализ пропагандистского дискурса как составляющей системы социально-политических отношений. Проведен анализ подходов к определению этого феномена. Предоставлен перечень особенностей пропагандистского дискурса в украинско-российском конфликте: "документальность", эмоциональность, создание слов-фантомов и использование социальных медиа. Актуализируется проблематика необходимости защиты собственного информационного поля с учетом широкого использования новейших (электронных и интернетных) форм воздействия.

The article presents an analysis of propaganda discourse as a component of a system of social and political relations. An analysis of type of approaches on the definition of this phenomenon is made. In the article is it presented different features of propaganda discourse in Ukrainian-Russian conflict, "documentary", emotions, creation of word-phantoms and usage of social media. Analyses issues connected to protection of own information field, taking into account the widespread use of new (electronic and Web address) forms of influence.

Надійшла до редакції 15 жовтня 2015 року