



УДК 001.102-028.22[316.658.4:355.01(470:477)]  
DOI: 10.31866/2617-7951.6.1.2023.279022

UDC 001.102-028.22[316.658.4:355.01(470:477)]

### **ФУНКЦІОНУВАННЯ ВІЗУАЛЬНИХ НАРАТИВІВ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ В УМОВАХ ЗБРОЙНОЇ ВІЙНИ ПРОТИ УКРАЇНИ**

**Ліліана Вежбовська,**  
<https://orcid.org/0000-0003-1886-1477>  
кандидат мистецтвознавства,  
доцент,  
Київський національний університет  
культури і мистецтв,  
Київ, Україна  
[lilianavezhbovska@gmail.com](mailto:lilianavezhbovska@gmail.com)

### **FUNCTIONING OF VISUAL NARRATIVES OF RUSSIAN PROPAGANDA IN THE CONDITIONS OF ARMED WAR AGAINST UKRAINE**

**Liliana Vezhbovska,**  
<https://orcid.org/0000-0003-1886-1477>  
PhD in Art Studies,  
Associate Professor,  
Kyiv National University  
of Culture and Arts,  
Kyiv, Ukraine  
[lilianavezhbovska@gmail.com](mailto:lilianavezhbovska@gmail.com)

#### **Анотація**

**Метою статті** є дослідження функціонування візуальних наративів російської пропаганди в умовах ведення РФ збройної війни проти України та розгляд явища у контексті постмодерних теорій. **Методологія дослідження** базується на застосуванні постмодерного методу деконструкції, систематично застосованого до візуальних текстів російської пропаганди з метою виявлення прихованих значень. **Новизна дослідження** полягає у виявленні особливостей функціонування візуальних наративів російської пропаганди, що, фактично, дозволили симулювати причини масштабного збройного вторгнення РФ в Україну, а також створити маскування справжніх причин війни, що пов'язані з кризовими явищами владних інституцій з невідповідними сучасності імперськими визначниками. Серед таких механізмів

#### **Abstract**

**The purpose** of the article is to study the functioning of visual narratives of Russian propaganda in the conditions of Russia's armed war against Ukraine and consider the phenomenon in the context of postmodern theories. **The research methodology** is based on the application of the postmodern method of deconstruction, systematically applied to the visual texts of Russian propaganda in order to reveal hidden meanings. **The novelty of the research** consists in revealing the peculiarities of the functioning of the visual narratives of Russian propaganda, which, in fact, made it possible to simulate the reasons for the large-scale armed invasion of the Russian Federation in Ukraine, as well as to create masking of the real reasons for the war, which are related to the crisis phenomena of power institutions with imperial determinants that are not appropriate for modern times.

виявлено повторення візуального наративу у різних модифікаціях і контекстах; приховування деталі або її маскуванню; маніпуляцію образами (матері і батьківщини, мотивами розпаду і воскресіння імперії-росії-ссср тощо). Одним із неочевидних прийомів стало виявлення такого виду візуальних конструкцій, які проникають у поле зору глядача непоміченими і, маскуючись під структури аксіоматичних знань, починають працювати автоматично у потрібний момент. Цей прийом ми назвали «інверсією автоматичного письма». **Висновки.** У результаті дослідження доходимо висновку, що дієвість російської пропаганди забезпечується не стільки якістю візуальної інформації, скільки її кількістю і нав'язливістю, співмірною з витісненням будь-якого іншого інформаційного «шуму», а також – агресивністю, емоційним забарвленням і безапеляційністю подачі. Втім, технологічні засоби все ж присутні. Систематичне повторення одних і тих же образних меседжів у різних поєднаннях і контекстах дозволяє скріпити між собою ідеологічно розрізнені теми, починаючи від політичних і геополітичних до питань елементарного побутового рівня (вітрини магазинів, американські джинси, американські долари тощо). У статті також відстежено етапи формування образу «ворога» засобами пропаганди, а саме через застосування прийомів дегуманізації і десуб'єктивізації образу українців, а далі – милітаризації і патетизації війни як сакральної місії імперської росії. Розгляд явища у контексті постмодерних теорій засвідчує глибоку кризу владних інституцій рф, що, мовою постмодерну, відображає стадію самозацикленого симулякру. Остання дозволяє вдатися до обнадійливих прогнозів, оскільки зазначена стадія названа теоретиками постмодерну останньою у функціонуванні системи, що передуює її неминучому розпаду.

**Ключові слова:**

візуальний наратив, пропаганда, функціонування, візуальна комунікація, інформаційна війна, симулякр, деконструкція, постмодерні теорії, інверсія автоматичного письма.

Among such mechanisms the repetition of the visual narrative in various modifications and contexts was found; hiding a detail or masking it; manipulation of images (mother and homeland, motives of the collapse and resurrection of the empire-Russia-USSR, etc.). One of the non-obvious techniques was the discovery of this type of visual constructions which enter the viewer's field of vision unnoticed and begin to work automatically at the right moment, disguising themselves as structures of axiomatic knowledge. We called this technique "inversion of automatic writing". **Conclusions.** As a result of the research, we come to the conclusion that the effectiveness of Russian propaganda is ensured not so much by the quality of visual information, but by its quantity and intrusiveness, commensurate with the displacement of any other informational "noise", as well as by the aggressiveness, emotional colour and appeallessness of the presentation. However, technological means are present. Systematic repetition of the same figurative messages in different combinations and contexts allows to bind together ideologically different topics, ranging from political and geopolitical to elementary everyday issues (store windows, American jeans, American dollars, etc.). The article also traces the stages of formation of the "enemy" image by means of propaganda, namely through the use of techniques of dehumanization and de-subjectivization of the image of Ukrainians, and further – militarization and glorification of war as the sacred mission of imperial Russia. Examining the phenomenon in the context of postmodern theories testifies to a deep crisis of the power institutions of the Russian Federation, which, in the language of postmodernism, reflects the stage of a simulacrum self-reproduction. The latter makes it possible to make encouraging predictions, since the specified stage is called by postmodern theorists the last in the functioning of the system, which precedes its inevitable disintegration.

**Keywords:**

visual narrative, propaganda, functioning, visual communication, information war, simulacrum, deconstruction, postmodern theories, inversion of automatic writing.

## Вступ **1**

Інформаційні технології сьогодні, без перебільшення, стають небезпечною зброєю. Вони не здатні самі по собі окупувати території чи вбивати, але можуть створювати для цього ґрунт або прикриття. Для багатьох людей (не лише в Україні, а й у світі) було складно повірити не стільки у сам факт збройної війни, як у його прийняття й схвалення багатомільйонним населенням рф. Адже було сподівання на спрацювання здорового глузду щодо причин цієї війни. Та численна кількість українців зіткнулась із великим розчаруванням: їхні родичі й друзі в рф виявились неготовими сприймати реальність чи дошукуватись правди – вони уже тривалий час жили у «паралельній реальності», створеній пропагандою. Діалог був завідома неможливий.

Явище «інформаційних лещат» добре відоме з часів ссср – в умовах безальтернативних джерел новин і тотальної цензури. Втім, росія після розпаду ссср не була позбавлена доступу до інформації. Приборкати людську увагу, а людину зробити підконтрольною владі рф вдалося за президентства путіна. Сталося так, що навіть за наявності альтернативних джерел інформації глядач надавав перевагу провладному каналу новин.

Така тотальність охоплення інформацією певного роду дозволяє припустити застосування специфічних методів формування пропагандивної продукції. Питання викликає те, як невеличка група людей може впливати на мільйонне населення у такий спосіб, що воно безапеляційно приймає викривлену реальність за справжню. Тому перед науковцями сьогодні залишається складне завдання деконструювання способів функціонування подібних механізмів. Ця робота має вестися представниками різних галузей, інструменти яких експлуатуються у згаданій сфері, зокрема й дизайну візуальних комунікацій. Одна з найважливіших складових інформаційних технологій – візуальна: від неї значною мірою залежить ефективність донесення наративів пропаганди. Тому в даній статті ставиться завдання проаналізувати саме цю вузьку, але вагому частку у створенні пропагандистських меседжів – візуальну, і саме в контексті дизайну візуальних комунікацій.

## Мета дослідження **2**

Метою статті є спроба відстежити методи «дизайну війни», виокремити візуальні складові цього технологічного процесу – зокрема, образні й технічні особливості маніпуляцій. На нашу думку, таке дослідження дозволить виявити природу явища російської пропаганди і виробити ефективні методи протидії.

## Методологія та аналіз джерельної бази **3**

Дана стаття є результатом власних спостережень автора і їх переосмислення у контексті постмодерних теорій. В основі дослідження – спроба деконструкції продуктів російської пропаганди (здебільшого, музичних відеороликів і пропагандистських

мультфільмів) для виявлення ролі візуальної складової у цьому процесі, а також з'ясуванні механізмів її функціонування і впливу. Матеріал для аналізу взятий з відкритих джерел Youtube.

Підґрунтям дослідження стала низка наукових праць і публікацій у ЗМІ. Важливою для розкриття нашої теми є наукова стаття О. Маєвського (2020), яка досліджує формування інформаційного простору в так званих «ДНР» та «ЛНР». Автор відзначає провідну роль у цьому процесі «маніпулятивних та пропагандистських підходів в експлуатації пам'яті про Другу світову війну» (Маєвський, 2020, с. 139). Саме це, на думку дослідника, «забезпечує незаконним збройним формуванням необхідний рівень підтримки серед місцевого населення, а також виховує ціле покоління молоді із деформованим уявленням як про події Другої світової війни, так і вороже ставлення до України та усієї західної цивілізації» (Маєвський, 2020, с. 139). Таким чином створювалося підґрунтя для подальшої ескалації конфлікту.

Також слід відзначити працю Г. Почепцова (2015), присвячену дослідженню сучасних інформаційних воєн, де автор, власне, пояснює, що якщо «в минулому держави намагалися захопити фізичний простір одна одної, то сьогодні те саме відбувається з інформаційним і віртуальним просторами» (Почепцов, 2015, с. 11). Ця книга важлива для нас у методологічному аспекті – у виявленні структури інформаційних повідомлень.

Візуальна мова сучасної пропаганди досліджується у статті С. Казаряна (2022). Автор намагається знайти відповідь на питання – як інформаційні автократії маніпулюють свідомістю глядача, і послідовно виокремлює основні методи маніпуляцій.

У публікації П. Бішка (2022) звертається увага на візуальний матеріал у поєднанні з вербальним повідомленням і з'ясовується шлях, як відрізнити фотофакт від фотофейку. П. Бішко (2022) звертає увагу на те, що ані гітлерівська Німеччина, ані будь-який інший автократичний режим не мав таких бюджетів і виробничих потужностей, які має російська пропаганда. У статті наводяться приклади примітивних російських фейків, які легко спростовуються, якщо людина шукає правдиву інформацію. Автор доходить висновку, що російська влада методом підроблених зображень, що, окрім неправдивої інформації, містять також елементи історичного символізму часу й місця, намагається виправдати власну теорію «русофобії та денацифікації України».

Втім, основне завдання нашої статті – переосмислення явища російської пропаганди, а саме її візуальних нарративів, у контексті постмодерних теорій, зокрема Ж. Бодріяра (2004а, 2004b) і Ж. Дерида (2004). Хоч згадані праці написані вже пів століття тому, втім через дослідження поведінки симулякрів вони залишаються актуальними й досі, оскільки дозволяють вивести на поверхню приховані наміри, закладені у будь-який текст культури, зокрема

й пропаганди. Досліджуючи лінгвістичні структури (Дерида, 2004) чи рекламні повідомлення й риторику політиків (Бодріяр, 2004a, 2004b), автори часто не стільки констатували певні факти, скільки випереджали і навіть прогнозували їхню неминучість.

Вважаємо за потрібне зазначити, що усі результати досягнуті винятково методами, що лежать у площині мистецтвознавства і теорії дизайну: психологічні алюзії дослідження містить настільки, наскільки вони закладені в основи постмодерних теорій.

## Результати дослідження **4**

Відволікання уваги, її перемикання чи заколисування – далеко не всі прийоми, що експлуатуються у пропаганді. Її метою є боротьба за свідомість і думку кожної конкретної людини, за якомога рівномірніше приведення цієї думки до монолітного стану і способу «мислення». Щоб досягти моноліту «свідомості мас», потрібно старанніше нав'язувати «потрібний» наратив, щоб він став модою, традицією, «готовим кліше», яке людина в потрібний момент застосує замість живої думки. Найкраще для цього підходять засоби масової комунікації, зокрема, телевізійної культури і соцмереж із відеоконтентом. Вони найбільше використовуються пропагандистами, а тому й продукція, розташована на них, дозволяє виявити застосовані механізми впливу.

*Механізми пропаганди для виправдання війни.* Серед цілей російської пропаганди дослідники найчастіше називають дві, а саме дегуманізацію – особи, народу, нації, – з метою узаконення за ними образу ворога; а також мілітаризацію, що законно має привести до повстання проти цього ворога (свідомість переключається на тих, кому ці якості приписані: на реальних людей конкретної країни, села чи міста). Так, С. Казарян (2022) у своїй публікації стверджує, що «пропаганда прагне дегуманізувати свого противника таким чином, аби у глядача зникли будь-які потенційні прояви емпатії до іншої сторони. Ворог має бути не просто чужинцем, а чимось огидним, небезпечним, неприродним та навіть потойбічним». Автор наводить візуальні приклади з програми «Паноптикум» білоруського пропагандиста Азарьонка, який свої меседжі виголошує на тлі відеокадрів з викривленими обличчями білоруських опозиціонерів. С. Казарян (2022) називає подібний прийом «ефектом брижіння». Вважаємо за потрібне у даному разі додати, що тут має місце експлуатація досягнень графічного дизайну, а саме – прийому деконструкції, який іноді вводиться свідомо шляхом такого спотворення чи деформації зображень, що імітує цифровий збій («глюк»). У графічному дизайні цей прийом є ефективним у соціальній рекламі на гостро-соціальну тематику. Втім, як бачимо, пропагандисти пристосували даний прийом для реалізації зовсім іншої мети.

Також С. Казарян (2022) звертає увагу на активну *мілітаризацію* свідомості росіян з приходом путіна до влади в Росії, що згодом втілюється у квазірелігійний культ перемоги над нацизмом з усіма його складовими (військовим парадом, масовими гуляннями та військовими реконструкціями): «Починаючи з 2005 року на 9 травня росіяни масово одягають георгіївські стрічки й занурюються в нестримне триумфування. При цьому на адресу Заходу та НАТО звучить грізний меседж: «можемо повторити». Політологи охрестили цей суспільний феномен містким словом «победобесіє».

Окрім двох згаданих прийомів третім, на нашу думку, є спроба *десуб'єктивізації* українців, яка втілюється вербальними й візуальними наративами на кшталт: «якщо ти не належиш росії, то належиш іншому», «Україну створив Ленін», «України не існує» чи «з нами воює не Україна, а НАТО». Проілюструємо даний прийом, деконструюючи пропагандистський мультфільм «Накажу друга», що з'явився на російських екранах та ютубі через тиждень після початку російського повномасштабного вторгнення.

Перша теза мультфільму повідомляє, що в одній пісочниці граються Ваня й Микола. Перший у футболці-триколірі, другий – у жовто-синій, про якого оповідач не забуває означити, що був він «Коля» (на російський кшталт), а також те, що Ваня був сильнішим і захищав оцього Колю від агресивного хлопчика в коричневому з-за межі пісочниці. Кольори тут використовуються винятково для політичного маркування – з диференціацією національної приналежності. Слід зауважити, що подібне маркування традиційно використовується у спортивних змаганнях, але зі значною відмінністю: маркування прапором репрезентує державу, а не національність. Тут же, у продукції для дітей, ці контексти відразу змішуються і відразу ж протиставляються кольору з ідеологічною конотацією – коричневому, що можна відчитати як колір націонал-соціалістів. А також можна звернути увагу на окреслені «кордони» пісочниці – з чіткими гранями, за які виходити не передбачається.

Друга теза повідомляє, що Коля переходить до іншого класу і просить його називати Миколою (візуально показується перехід з класу А у клас Б, що прочитується як із сильнішої категорії – у слабшу). Цей процес супроводжується й зміною імені українця (в інтонації оповідача прохання Колі називати його Миколою конотується як подив, зокрема й появою української мови – ці конотації можна назвати сугестивними, оскільки вони не проголошуються, а буквально навіюються).

Третя теза полягає у появі «нових друзів» – у футболках кольору прапорів США і Німеччини. Перший щось нашіптує Миколі, після чого останній починає бити хлопців у триколірах. Власне, тут і відбувається момент десуб'єктивізації – Микола без Вані

не може приймати рішень і тому піддається «згубному впливу»: в ініціативі йому відмовлено. Втім, можна зауважити дивну річ: бійку Микола влаштовує не Вані, а міфічним колишнім однокласником. Ваня ж завжди у мультфільмі постає в образі справедливого і сильного захисника, який, зрештою, забирає в Миколи палицю, а обуреним «іноземцям» дає «уроки справедливості».

Далі уся ця історія екстраполюється на географічну мапу і буквально повторюється на її тлі: росія повстає на захист Донецька і Луганська, які чомусь бомбардує Україна, а росії не залишається нічого, як розбомбити її зброю. При цьому не говориться, що йдеться про бомбардування території України, про вбивство сотень тисяч людей тощо. Натомість обуреним «іноземцям» і тут повторюється геополітичний «урок справедливості» з псевдомораллю «відібраної палиці». Завершується мультфільм російським триколомом на весь екран з написом «россия за мир».

Звернемо увагу, що розповідь ведеться від третьої особи й імітує казку для дітей – з потрібними конотаціями й інтонаціями голосу. Отже, застосовано широкий набір маніпулятивних засобів.

Такі мультфільми, орієнтовані на дитячу цільову аудиторію, передусім впливають на дорослих і засобом візуальної регламентації наративів розкладають усе «по полицях» для своїх законослухняних громадян. Адже, скоріше за все, перед тим, як показати даний продукт дітям, дорослий сам дивиться контент, попередньо погоджуючи все сказане. Тому подібний продукт можна назвати «протектором» від зайвих запитань.

Повертаючись до прийому десуб'єктивізації, слід зазначити, що її метою є створити такий ґрунт у свідомості глядача, щоб він сам вирішив, що це «щось» «слід прибрати до рук, поки його не забрали інші». До того ж, систематично повторюється думка, що це й «належало росії». Такий наратив характерний якраз для пропагандистського відеокліпу з акцентом на ностальгічно-мілітаристичний наратив «Моя советская родіна». Він поширений під час війни і має значну кількість переглядів і коментарів. Тут спостерігаємо відомий сьогодні метод, який часто застосовується як ефективна технологія в різних галузях – від комп'ютерних ігор до рекламної індустрії, – «story». Отже, спробуємо проаналізувати сам процес нанизування наративів.

Так, двоє російських артистів, що є провідними у кремлівських шоу, співають пропагандистську пісню на тлі повторюваних екранів, на яких демонструється, що ж саме треба розуміти під словами. Візуальний ряд починається з чорно-білих кадрів періоду ссср, – з парадних маршів і «щасливого піонерського дитинства», – і поступово веде до візуалізації зруйнованої «ідилії». Увага фіксується на провині перед матір'ю, яка чітко означається як «моя советская родіна». Провина полягає у нехтуванні «цінностями матері», що візуалізується заміною рублів

на американські долари (причому, цій події надається конотація зради). Реанімуються старі радянські наративи зі зневажливим ставленням до цінностей західного світу – з його «труфельом і пармезаном»: це ж саме вони посіяли смуту й спричинили повалення режиму. Зрештою, «родіну» розбивають пострілом з танка (події 1991 р.), і тут же з'являються порожні вітрини магазинів (проблема переводиться на рівень побуту). Далі – натяк на винуватця всіх бід – Україну, з її поваленням радянських пам'ятників, кадрами з українських Майданів – з прапорами, як називали у 90-х рр., «екстремістів».

Особлива роль у відеоряді відводиться монументам радянського періоду типу «родіна-мать». Після кадру з київським монументом «родіни-матері» наступним втіленням цього типу з'являється образ розтиражованого на росії у вигляді пам'ятників та муралів образу української бабусі, що ніби вийшла зустрічати окупантів з червоним прапором. Звідси, на думку творців кліпу, мабуть, й випливає потреба продовження збройного вторгнення, щоб захистити вигаданий образ, тому наступні дві секунди з'являються кадри з російськими військовими.

У фіналі кліпу вжито ще один маніпулятивний прийом, де один із співаків опиняється на тлі географічної мапи, на якій, знову відтворюється історія, яка була передана через візуальну оповідь. Відбувається поступова метаморфоза: спочатку території різних країн зображені різними кольорами; далі яскравим червоним кольором вимальовується мапа ссср; поступово на ній зникають контури кордонів і вона перетворюється в суцільну червону пляму, яка вибухає й розсипається на друзки. Але вже у наступну хвилину «червоні друзки» за допомогою анімації осідають на свої місця, «реанімуючи» росію в кордонах ссср. Цей мотив різними способами нав'язується глядачеві: «родіна» відчитується великою червоною плямою на всю ширину мапи, що, очевидно, має викликати почуття гордості у росіян і мотивацію йти на війну і гинути за геополітичні амбіції влади (варто зауважити, що географічна мапа з такими кордонами є одним із фіксованих образів, що часто повторюється у різній російській пропагандистській продукції). Згадаємо також особливості сприйняття подібного червоного кольору, який має здатність оптично наближуватись до глядача, що дозволяє стверджувати агресивний характер вставленого повідомлення.

Після появи цього геополітичного наративу у кадрі задіяно цілий ряд візуальних трансформацій: мапа перетворюється у патетичне полотнище з тією ж бабцею з древком прапора, яке у наступному кадрі перехоплює молода юнка у радянській військовій формі, обличчя якої нагадує «омолоджені» зображення з радянських плакатів «Родіна-мать зовет». Тут також асоціація з «юнармією» – дитячо-юнацьким воєнізованим новоутворен-



ням на росії, що за своєю структурою і способом виховання нагадує «гітлер'югенд» (Яременко, б.д.). Таким чином, мораллю кліпової «story» стає міф «про вічне відродження»: стара бабуся у кліпі «рятується» молодю російською юнкою – об'єднані дrevком прапора і залиті фентезійним світлом, вони дивляться в далину, виглядаючи «ворога». Такі вихолощені наративи можна назвати образно «витисканням пасти з порожнього тюбика», але задіяні тут механізми ностальгії, сентиментальності, «знайомості», «рідності» у потрібний момент відключають здатність мислення, підмінюючи його пафосною ейфорією, і у такий спосіб осідають в свідомості готовими формами. Втім вслід за Бодріаром можна стверджувати, що подібна реанімація змертвілих сенсів є лише імітацією «воскресіння», його галюцинуванням (Бодріяр, 2004b, с. 39).

Тут також слід зафіксувати увагу на постійних повторях певного образу у різних модифікаціях і контекстах – щоразу з посиленням пропагандистського спрямування, з нанизуванням нового семантичного значення і вималюванням цілі як бажаної у глядача.

Ще один прийом, застосований у відеоряді, – нанизування образів таким чином, щоб вони у певній категорії людей викликали сентиментальність, а також – відчуття незахищеності об'єкту і підсвідомого поривання його захищати (в даному разі «мами»/«родіни»/«советскості»). Це та сентиментальність, яка здатна формувати в людській свідомості «бомбу відкладеної дії» (назвемо її так), спрацьовуючи на механізм візуального, звукового чи вербального подразника у потрібний момент часу.

Численні коментарі «зачарованих» підписників під кліпом підтверджують наші припущення. Те, що в сучасності видається некомунікабельним фантазмом, для російського суспільства стає романтизованим пафосом. Реанімація радянського міфу веде до створення симулякру, запрограмованого на постійне самовідтворення (Бодріяр, 2004a).

Подібна візуальна риторика продовжується й в інших кліпах кремлівських артистів. Найчастіше – із примітивним набором засобів, але чітко підібраним візуальним рядом, на якому з'являються колони танків з літерою «Z», образ одіозної церкви збройних сил рф, військових дій з ракетними ударами по Україні, Україна у вогні. Наприклад, щоб розбавити нудну пісню і її образи, у фіналі номеру візуальний акцент ставиться на емоційно-пафосному жесті із застосуванням уповільненої зйомки – дівчина трьома пальцями войовничо й пастозно наносить кольори прапора на щоку. Підсумуємо, що такий метод перевтілення образів у далеко не очевидні асоціації є одним із методів нав'язливої реклами.

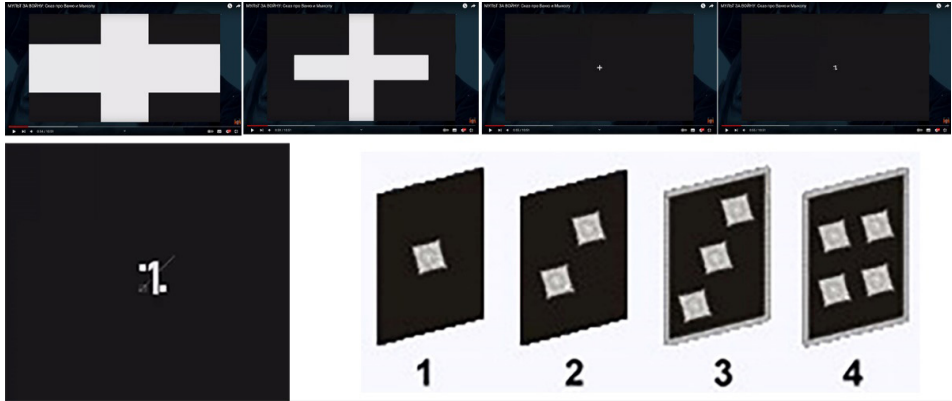


Рис. 1 a-b-c-d. Розкадрування заставки до мультфільму розпропаганди «Накажу друга».

Fig. 1 a-b-c-d. Screenplay of the screen saver for the propaganda cartoon "I will order a friend".

Рис. 1 е. Збільшене зображення з кадру 1d.

Fig. 1 e. Enlarged image from frame 1d.

Рис.1 г. Знаки розрізнення ополченців «фолксштурму» ("Знаки розрізнення", 2015).

Fig. 1 g. Insignia of the "Volkssturm" regiment ("Znaky rozrizznennia", 2015).

Окремим сегментом досліджень візуальної взаємодії може стати відстеження певних прийомів у заставках до продуктів пропаганди. Так, в уже згадуваному мультфільмі «Накажу друга» однотипна заставка є на початку і в кінці. Присутність такої заставки на екрані становить кілька секунд: рівно стільки, скільки потрібно, щоб певний текст потрапив у поле зору глядача. Кадр вибудований на різкому контрасті ахроматичних кольорів: на чорному тлі – білий хрест з широкими раменами на всю ширину і довжину екрана (рис. 1а). Зображення різко зменшується, звужується, перспективно скорочується, перетворюючись у фокус (приціл) (рис. 1 b-c), і так само різко трансформується у певний невиразний знак (рис. 1d). Його можна прочитати як «Z» – знак, який, як відомо, у російській пропаганді з'являється з початком російського збройного вторгнення. До того ж, прочитується він у формі, що асоціюється з оберненою до символу «гітлер'югенду». Як стверджують історики, це був знак «Sowelo» – давньоскандинавська руна, яка символізувала велику перемогу (Примаченко, 2022). Втім, якщо зображення збільшити, воно розсипається на цифру «1» з двома крапками, що розташовані таким чином, що при віддаленні й утворюють згадану фігуру (рис. 1e). Але й такі крапки також можна засоціювати зі знаками розрізнення ополченців «фолксштурму»

(рис. 1g). Націонал-соціалістична естетика у зображенні підкреслюється й ледь помітною діагональною лінією, яка утворює з видимим знаком свастичний знак.

Через те, що трансформація відбувається в момент зменшення білого хреста фактично до білої крапки на чорному тлі, коли форму знака складно прочитати, і яка, до того ж, за пів секунди перетворюється у текстове повідомлення з виглядом адреси сайту ймовірного виробника продукту, то виникає питання доцільності такої ускладненої візуалізації. Тут нам може допомогти метод деконструкції, який вимагає звернути увагу на те, що певний текст чи його автор приховує. Приховуваним елементом є, власне, згаданий знак, який, очевидно, на першому етапі має сприйматись за замовчуванням, викликати враження чогось добре знаного з кожним наступним несвідомим потраплянням у поле уваги глядача. Також на рівні сприйняття можна сприйняти агресивний характер функціонування зображення, що підкріплюється звуковим музичним супроводом. Тобто, є щось, що прагне проникнути до глядача, оминувши його свідомість, щоб це «щось» спрацьовувало автоматично за певних умов, упізнавалось як своє. Ймовірно, саме тому росіяни не ідентифікували нацистських конотацій нового символу «Z».

Свого часу сюрреалісти, будучи захопленими психоаналізом З. Фрейда, виробили творчий метод, який полягав у такому способі творення, який прагне оминати контролюючу інстанцію свідомості (це могло відбуватись негайно після пробудження зі сну, або під дією певних речовин, здатних викликати змінені стани свідомості). Цей метод навіть здобув назву «автоматичного письма». Втім у даному разі ми зустрічаємось із «інверсією» подібного методу: оминати контроль свідомості прагне певний нарратив, який організований таким чином, щоб одночасно увійти у поле зору глядача, і одночасно залишитись непоміченим. Цього, власне, й можна досягнути надто коротким, співмірним із долею секунди періодом появи певного образу перед очима глядача. Якщо це відбувається з повторенням, до того ж, з певною ритмічністю, такий чужорідний елемент поступово починає ідентифікуватися як «свій»: таким чином, повідомлення виявляє себе як симулякр, що, згідно із Ж. Дельозом, «ухиляється від порядку, запроваджуваного Ідеями, проте досягає тих самих результатів через хитрість або шахрайство» (Сміт, 2003, с. 384). Так візуальний нарратив стає готовою формою, яка починає маскуватись під набуту у досвіді, і в цьому статусі – діяти автоматично. Ефективність такого ходу посилюється його повтореннями, що власне й відбувається навіть в одному мультфільмі: заставка фланкує його на початку і в кінці, таким чином за некритичного сприйняття закріплюючи потрібний меседж. Окрім заставок за-

стосування подібних кадрів можна помітити і в самих кліпах та інших продуктах російської пропаганди.

Далі пропонуємо звернути увагу на встановлення зв'язку між різними меседжами і фрагментами повідомлення. На нашу думку, робота з ними від самого початку передбачає потребу відволікти майбутнього глядача від деталей; натомість так організувати інформацію, щоб вона передбачала цілісне охоплення кадру, а фокус уваги тримала в центрі, не дозволяючи погляду блукати на периферії. Відтак фрагмент можна переадресувати іншій ідеї і структурі: глядач не має помітити підміну. Цей прийом можна назвати *приховуванням деталі або її маскуванням*.

Також можна відзначити, що у продукції російської пропаганди використовується найменший відсоток правдивих фактів, тоді як «закони жанру» передбачають значну їх частку: «Методологія змішування правди й брехні має довгу спецслужбістську традицію. Робітники радянського КДБ та чехословацької СДБ Юрій Безменов та Ладіслав Біттман відповідно казали, що члени відділу дезінформації мали додати до правдивого нарративу приблизно 15% дезінформації. З часів холодної війни Росія відточила маніпулятивні техніки» (Бішко, 2022). Слід додати, що часто цей незначний відсоток правдивого у російській пропаганді також з'являється у викривленому контексті.

Сьогодні можна також спостерігати скорочення кількості символів, якими репрезентує себе рф. Наприклад, майже зникла з пропагандистських меседжів георгіївська стрічка. Ключовими залишаються прапор росії та ссср, як і їхні кольори. Радянський герб рідше входить до пропагандистських «stories». Акцент ставиться на зірці як символи слави «вітчизняної війни». Також нові символи «Z» і «V» можна помітити у супровідних матеріалах. Але вони не набувають такого формотворчого засобу, як, скажімо, зірка. Вони можуть бути, наприклад, на футболці або кришці ноутбука ведучого пропагандиста, як образний мотив у відеоряді, що супроводжує дискусію чи пісню.

Насамкінець, маємо усе ж прислухатись до теоретиків постмодернізму, які подібною поведінкою «самовідтворення симулякра» передбачили неминучий розпад системи. Чи буде це розпад росії, чи, власне, її владної вертикалі, наразі складно спрогнозувати, втім згідно з викладеною теорією розвитку симулякрів можемо спостерігати стадію, яка цей процес випереджає. Цікаво, що, описуючи симуляційну гру, розпочату певною владою (особливо, з її механізмом відстрашування), Бодріяр констатує процес, який, фактично, неможливо зупинити. Тому й війна, яку розпочала росія – є певним закономірним явищем розпочатої імперією симуляційної гри. Перефразовуючи Бодріяра, війна стає наслідком істерії, усе ще характерної для сучасності і «пов'язаної з виробництвом і перевиробництвом

реального» (Бодріяр, 2004b, с. 37). Відтак система зустрічається з так званою «історичною загрозою», яка походить не від реального: «Сьогодні, коли загроза для неї походить від симуляції (загроза щезнути у грі знаків), влада спекулює реальним, кризою, спекулює новим виробництвом штучних цілей (соціальних, економічних, політичних). Для неї це питання життя чи смерті. Однак уже пізно» (Бодріяр, 2004b, с. 37). Таким чином теоретик постмодерну констатує неможливість відновлення симульованої системи. Ці паралелі напрошуються у спостереженні російського фейкотворення. Війна стає останнім аргументом і способом «галюцинування» реальності влади рф.

**Наукова  
новизна та  
практична  
значимість  
дослідження**

**5**

Новизна статті полягає в результатах, одержаних методом деконструкції візуальних текстів російської пропаганди, на основі виявлення приховуваних констант – з'ясування механізмів функціонування візуальних нарративів, а саме:

- візуальні наративи зосереджені на обслуговуванні міфу, поставленого в центр сучасної війни, який полягає у закріпленні міфу держави-переможця з глорифікацією перемоги над Гітлером і беззаперечним правом переможця визначати наступний світовий порядок (причому, перемога присвоюється винятково росії);

- систематичне повторення одних і тих же образних меседжів у різних поєднаннях і контекстах дозволяє скріпити між собою ідеологічно розрізнені теми, починаючи від політичних і геополітичних до питань елементарного побутового рівня (вітрини магазинів, американські джинси, американські долари тощо);

- маніпуляція з образами матері і батьківщини; мотивами розпаду і воскресіння імперії-росії-ссср;

- повторення візуального наративу у різних модифікаціях і контекстах – щоразу з посиленням пропагандистського спрямування, з нанизуванням нового семантичного значення і ви-малюванням цілі як бажаної у глядача (наприклад, росії в кордонах ссср);

- приховування деталі або її маскування – організація «картинки» на екрані передбачає цілісне схоплення кадру, фокусування уваги в його центрі, що не дозволяє погляду блукати на периферії. Відтак фрагмент можна переадресувати іншій ідеї і структурі: глядач не має помітити підміну; також – відволікання погляду глядача від деталей і прогалин у фактах: відбувається через змішування сенсів, через різке переведення зі сфери «високого» у «низьке» (від військових парадів – до порожніх вітрин);

- маніпуляції з географічною мапою: мапа часто з'являється у різній продукції російської пропаганди і виконує функцію не стільки образу, скільки певного тла, основи чи інформацій-

ного поля, де схематично і сугестивно повторюється те, що раніше було представлено у візуальній оповіді ("stories");

- сугестивні конотації: для реанімації вихолощених наративів через певні поєднання образів викликаються почуття ностальгії, сентиментальності, «знайомості», «рідності», що у потрібний момент витісняють мислення ейфорією;
- формування візуального ряду з такими конотаціями, що викликають послідовну зміну почуттів: зради – провини – звинувачення – помсти (задля виправдання збройного вторгнення);
- перевтілення образів у далеко не очевидні асоціації, що є одним із методів нав'язливої реклами;
- використання жорстких маніпулятивних підходів у продукції для дітей, а також – дитячого контенту з метою бути «рецензованим» дорослим і у такий спосіб потрапити у його поле уваги, спонукати прийняти нав'язане повідомлення як готовий конструкт. Такий прийом можна назвати «протектором» від зайвих запитань;
- експлуатація досягнень графічного дизайну: візуального «stories» як ефективного методу донесення потрібного наративу; використання «оптичних» властивостей кольорів (наприклад, ефекту різкого наближення і розширення за допомогою яскравого червоного кольору); застосування прийомів спотворення чи деформації зображень, що імітує цифровий збій («глюк») з метою дегуманізації образу «ворога».

І насамкінець хочемо звернути увагу на ефект «непоміченого гостя», який був певною несподіванкою дослідження. Нами були зауважені відеокадри у продукції пропаганди, які подаються з такою швидкістю трансформацій, що не дозволяють роздивитись зображення: воно візуалізується лише долю секунди в дуже зменшеному вигляді. За такий короткий час візуальне повідомлення не встигає бути усвідомленим, та все ж побіжно потрапляє у поле зору. Відтак нові образи (як знак «Z») у свідомості непомітно набувають статусу «знайомих», «впізнаваних», «рідних», а згодом починають діяти автоматично як готові структури. Ми назвали такий метод «інверсією автоматичного письма». На відміну від сюрреалістів, які прагнули оминати інстанцію контролю свідомості у процесі творення, тут відбувається зворотний процес: в обхід свідомості вводиться певне повідомлення у поле зору глядача.

## Висновки **6**

У результаті аналізу відеоматеріалів пропагандистських шоу та новин телебачення рф доходимо висновку, що візуальні меседжі є чіткими фіксаторами певних наративів у свідомості. Серед основних механізмів інформаційної війни є створення симулякру образу «ворога», що досягається за допомогою прийомів дегуманізації та десуб'єктивізації з подальшим фор-

муванням інформаційної підстави для ведення війни – прийомів мілітаризації та досягнення ефекту масової ейфорії задля «єднання» й участі в загарбницькій війні.

Аналіз візуальних складових продуктів російської пропаганди виявив, з одного боку, звичайні, відомі й поширені засоби у роботі із зображенням і у способі формуванні відеоряду. Їх виконання не передбачає особливої майстерності, найчастіше виконане нашвидкоруч і дешевим способом. Тому доходимо висновку, що дієвість російської пропаганди забезпечується не стільки якістю візуальної інформації, скільки її кількістю і нав'язливістю, співмірною з витісненням будь-якого іншого інформаційного «шуму», а також – агресивністю, емоційністю і безапеляційністю подачі.

З іншого боку, деконструкція текстів пропаганди дозволила виявити ряд результатів, які зазвичай не фіксуються на поверхні. Серед них – систематичне повторення одних і тих же образних меседжів у різних поєднаннях і контекстах, що дозволяє скріпити між собою ідеологічно розрізнені теми, починаючи від політичних і геополітичних до питань елементарного побутового рівня (вітрини магазинів, американські джинси, американські долари тощо). Також серед «прихованих» механізмів функціонування візуального повідомлення виявлено приховування деталі або її маскуванню; маніпуляцію образами і мотивами тощо. Одним із неочевидних прийомів стало виявлення такого виду візуальних конструктів, які проникають у поле зору глядача непоміченими і, маскуючись під структури аксіоматичних знань, діють автоматично як готові структури. У такий спосіб відбувається створення симулякру, що прагне уподібнитись до походження й функціонування архетипу.

Розгляд явища у контексті постмодерних теорій засвідчує глибоку кризу владних інституцій РФ, що, мовою постмодерну, відображає стадію самозацикленого симулякру. Остання дозволяє вдатися до обнадійливих прогнозів, оскільки зазначена стадія названа теоретиками постмодерну останньою у функціонуванні системи, що передує її неминучому розпаду.

## Список бібліографічних посилань

- Бішко, П. (2022, 15 липня). *Photofakeshop: як російська пропаганда працює з зображенням*. Заборона медіа. <https://zaborona.com/photofakeshop-yak-rosijska-propaganda-pracuyue-z-zobrazhennyam/>
- Бодріяр, Ж. (2004а). *Символічний обмін і смерть* (Л. Кононович, пер.). Кальварія.
- Бодріяр, Ж. (2004б). *Симулякри і симуляція* (В. Ховхун, пер.). Основи.
- Деріда, Ж. (2004). *Письмо та відмінність* (В. Шовхун, пер.). Основи.
- Знаки розрізнення ополченців фольксштурму. (2015, 9 січня). В *Вікіпедія*. <https://bit.ly/43eGHYr>
- Казарян, С. (2022, 15 березня). *Візуальна мова російської пропаганди*. Telegraf. <https://telegraf.design/visualna-mova-propagandy/>

- Маєвський, О. (2020). Формування інформаційного простору в так званих «ДНР» та «ЛНР» методами експлуатації візуальних образів другої світової війни. *Інформація і право*, 2(33), 132–140. [https://doi.org/10.37750/2616-6798.2020.2\(33\).208106](https://doi.org/10.37750/2616-6798.2020.2(33).208106)
- Ніна – Україна – 2. (2022, 4 березня). «Накажу друга!» Брехливий мультик, який показують дітям у Росії [Відео]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=nBb862laac8&t=22s>
- Почепцов, Г. (2015). *Сучасні інформаційні війни*. Києво-Могилянська Академія.
- Примаченко, Я. (2022, 23 червня). *Росія та Третій Райх. Юнармія як новий Гітлер'югенд*. Нова Польща. <https://novapolshcha.pl/article/rosiya-ta-tretii-raikh-yunarmiya-yak-novii-gitleryugend/>
- Сміт, Д. (2003). Симулякр (simulacrum). В Ч. Вінквіст & В. Тейлор (Ред.), *Енциклопедія постмодернізму* (с. 384–385). Основи.
- Яременко, В. (б.д.). *Російська Юнармія наслідує німецький Гітлер'югенд?* Український інститут національної пам'яті. <https://bit.ly/419zqrb>

## References

- Baudrillard, J. (2004a). *Symvolichnyi obmin i smert* [Symbolic exchange and death] (L. Kononovych, Trans.). Kalvariia [in Ukrainian].
- Baudrillard, J. (2004b). *Symuliakry i symuliatsiia* [Simulacra and simulation] (V. Khovkhun, Trans.). Osnovy [in Ukrainian].
- Bishko, P. (2022, July 15). *Photofakeshop: Yak rosiiska propahanda pratsiuie z zobrazhenniam* [Photofakeshop: How Russian propaganda works with the image]. Zaborona media. <https://zaborona.com/photofakeshop-yak-rosijska-propaganda-praczyuye-z-zobrazhennyam/> [in Ukrainian].
- Derrida, J. (2004). *Pysmo ta vidminnist* [Writing and difference] (V. Shovkun, Trans.). Osnovy [in Ukrainian].
- Kazarian, S. (2022, March 15). *Vizualna mova rosiiskoi propahandy* [The visual language of Russian propaganda]. Telegraf. <https://telegraf.design/visualna-mova-propagandy/> [in Ukrainian].
- Maievskiy, O. (2020). Formuvannya informatsiinoho prostoru v tak zvanykh "DNR" ta "LNR" metodamy ekspluatatsii vizualnykh obraziv druhoi svitovoi viiny [Formation of the information space in the so-called "DPR" and "LPR" by methods of exploitation of visual images of the Second World War]. *Information and Law*, 2(33), 132–140. [https://doi.org/10.37750/2616-6798.2020.2\(33\).208106](https://doi.org/10.37750/2616-6798.2020.2(33).208106) [in Ukrainian].
- Nina – Ukraina – 2. (2022, March 4). "Nakazhu druha!" Brekhlyvyi multyk, yakyi pokazuiut ditiam u Rosii ["I will order a friend!" A lying cartoon that is shown to children in Russia] [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=nBb862laac8&t=22s> [in Ukrainian].
- Pochepctsov, H. (2015). *Suchasni informatsiini viiny* [Modern information wars]. Kyievo-Mohylianska Akademiia [in Ukrainian].
- Prymachenko, Ya. (2022, June 23). *Rosiia ta Tretii Raikh. Yunarmiiia yak novyi Hitler'iuhend* [Russia and the Third Reich. The army as the new Hitler Youth]. Nova Polsha. <https://novapolshcha.pl/article/rosiya-ta-tretii-raikh-yunarmiya-yak-novii-gitleryugend/> [in Ukrainian].
- Smit, D. (2003). Symuliakr (simulacrum) [Simulacrum]. In Ch. Vinkvist & V. Teilor (Eds.), *Entsyklopediia postmodernizmu* [Encyclopedia of postmodernism] (pp. 384–385). Osnovy [in Ukrainian].
- Yaremenko, V. (n.d.). *Rosiiska Yunarmiiia nasliduie nimetskyi Hitleriuhend?* [Is the Russian Army imitating the German Hitler Youth?]. Ukrainian Institute of National Memory. <https://bit.ly/419zqrb> [in Ukrainian].
- Znaky rozrizznennia opolchentsiv folkssturmu [Insignia of Volkssturm militiamen]. (2015, January 9). In *Wikipedia*. <https://bit.ly/43eGHYr> [in Ukrainian].