

В. А. Ковпак

доктор наук із соціальних комунікацій, доцент
професор кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності
e-mail: Kovpak.viki@ukr.net, ORCID: 0000-0001-9461-0536

Запорізький національний університет
вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, Україна, 69600

М. Р. Тройно

e-mail: nikitatroyno@gmail.com
Запорізький національний університет
вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, Україна, 69600

КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ПРОПАГАНДИСТСЬКОГО ДОКУМЕНТАЛЬНОГО КОНТЕНТУ ЯК ІНСТРУМЕНТ НАРАТИВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

Мета дослідження – проаналізувати комунікаційні стратегії пропагандистського документального контенту як інструмент наративного регулювання в інформаційному просторі.

Методологія дослідження. У ході дослідження було використано такі методи: класифікація (види комунікаційних стратегій), дискурс-аналіз (аналіз контенту з урахуванням історико-політичних та соціальних обставин), системний підхід (з урахуванням особливостей медіаландшафту російського пропагандистського інформаційного простору), синхронічний метод (акцентуація на умовах повномасштабного вторгнення Росії в Україну).

Результати. У статті охарактеризовано поняття «наративні стратегії», «комунікаційні стратегії», «наративне упередження», «наративне регулювання» в соціальних комунікаціях. Незважаючи на різні платформи та цільову аудиторію, наративні стратегії документального контенту на телеканалі RT (на прикладі документального фільму «Майдан: Поворот на війну» (від 5 березня 2022 р.)) та на авторському ютуб-каналі «Стас ай як просто» (документальний фільм «Донбаський щоденник. Як я побував на війні») є абсолютно ідентичними. Кремлівські наративи, загорнуті у відверті маніпуляції людськими емоціями, відсутністю фактажу, просуваються комунікаційними стратегіями фреймінгу, праймінгу, «порядку денного», деструктивною множинністю нарації, аудіовізуальними інструментами кінонарації, завдяки яким відбувається наративне регулювання ворожого інформаційного простору.

Наукова новизна полягає у виявленій механіці застосування комунікаційних стратегій у документальному контенті державного телеканалу Russia Today (RT) та авторського ютуб-каналу «Стас ай як просто» на прикладі документальних фільмів, присвячених Революції Гідності та російсько-українській війні 2014 р., для наративного регулювання цієї проблематики в інформаційному просторі.

Практичне значення розвідки та перспективність досліджень наративних практик російсько-української війни засвідчують проаналізовані тенденції застосованих комунікаційних стратегій пропагандистського документального контенту як інструменту наративного регулювання в інформаційному просторі, адже виявлена наративізація дає змогу прослідкувати гранд-наративи та субнаративи, виявити концепції, засоби їх представлення – наративні стратегії, комунікаційні стратегії їх втілення та роль так званих нараторів-регуляторів, що визначають наративний код.

Ключові слова: наративне упередження, наративне регулювання, панівні наративи, субнаративи, комунікаційні стратегії, документальний контент.

I. Вступ

За останні роки соціальні комунікації як засіб впливу на соціум постійно зазнавали суттєвих змін не лише в контексті форми відтворення інформації та донесення її до реципієнта, а в розрізі більш глибоких і складних механізмів впливу на людську свідомість. Сьогодні вже недостатньо поставити гучний ретранслятор на центральній площі, який 24/7 буде декларувати заздалегідь прописаний групою політтехнологів скрипт. Звісно, якщо не враховувати випадки на кшталт геноциду в Руанді та російську пропаганду, наприклад, в інформаційно заблокованому Маріуполі. Нейрокогнітивні війни, інформаційно-психологічні операції, смислові інтервенції наповнюються новим інструментарієм для реалізації комунікаційних стратегій: agenda-setting (англ. – порядок денний), фреймінгу, праймінгу тощо.

Роберт Райх, зокрема, виокремлює такі характерні для соціуму чотири універсальні наративи, які можуть бути використані в релігії, політиці, економіці, бізнесі, міжособистісних стосунках тощо: 1) «переможна особистість» (the triumphant individual); 2) «співдружність доброзичливих однодумців» (the benevolent communit); 3) «варвари біля воріт» (mob at the gates); 4) «зіпсований представник істеблішменту» (the rot at the top; укр. – риба з голови гниє). «Цільовим призначенням перших двох наративів («переможна особистість»; «співдружність доброзичливих однодумців») є обнадіювати, тоді як призначенням двох наступних наративів є залякування або груп людей (цільових аудиторій), або окремо взятих індивідів» [14]. Фактично, промова В. Путіна перед повномасштабним вторгненням в Україну розкладається на ці чотири універсальні наративи: «пропагандистський трафарет»: «переможна особистість», тобто він, В. Путін, захищаючи начебто «співдружності доброзичливих однодумців» («Народні республіки Донбасу» звернулися до Росії з проханням про допомогу. У зв'язку з цим мною прийнято рішення про проведення спеціальної військової операції. Її мета – захист людей, які протягом восьми років зазнають знущань, геноциду з боку київського режиму, і для цього ми будемо прагнути до демілітаризації та денацифікації України, а також переданню до суду тих, хто вчинив численні криваві злочини проти мирних жителів, у тому числі і громадян РФ» [10]), завдасть упереджувального удару для самозахисту, бо «варвари біля воріт» («Росія 30 років намагалася домовитися про нерозширення НАТО на схід. І стикалася з обманом, спробами тиску та шантажу. Військова машина НАТО вприлук рухається та наближається до кордонів Росії» [10]), а зустрічатися з владою України – В. Зеленським він не хоче, бо «Що він за єврей? Він пособник нацизму» («зіпсований представник істеблішменту») [9].

А панівним наративом російських пропагандистів, так би мовити, фундаментом для заявлених чотирьох універсальних, стала теза про те, що «Україна не має власної історії». «Лише за травень 2020 року у фейсбук-спільнотах південних і східних областей понад 470 разів поширювали повідомлення зі змістом «Україна перекидає історію». Сплеск маніпуляцій на історичну тему відбувся 9 травня, коли (про)російські сили поширювали меседжі про «можемо повторити» чи «на Берлін». У привітаннях місцевих осередків «ОПЗЖ» з 9 травня повторюються тези про нібито заборону святкування Дня Перемоги» [8]. І, зрештою, вищезгадувана горезвісна промова В. Путіна, що засвідчила повномасштабне вторгнення в Україну, містила, у першу чергу, історичний меседж про Україну як про штучне державне утворення В. Леніна.

У своїй статті С. Гречка узагальнив та систематизував 11 найбільш поширених наративів російської пропаганди на момент 2021 р., що є, по суті, універсальними для експлуатації на всьому пострадянському просторі та реалізують наративну стратегію «ностальгії за СРСР»:

1. «Україна – штучно сформований державний конструкт, на території якого існують соціальні групи, що мають різні цінності, ідентичність і мову».
2. «Україна – країна під зовнішнім управлінням Заходу».
3. «Західні партнери перестали підтримувати Україну».
4. «Українська держава перебуває в гострій кризі».
5. «Українська економіка на межі краху».
6. «Україна залежна від Міжнародного валютного фонду».
7. «Українська економіка не може існувати без торговельно-економічних зв'язків із Російською Федерацією».
8. «Іноземні компанії виводять капітал з України».
9. «В Україні розквітає правий радикалізм, який влада і правоохоронні органи не здатні контролювати».
10. «В Україні панує диктатура, це антидемократична європейська країна, де влада обмежує права і свободи громадян».
11. «В Україні – громадянська війна» [2].

Комунікаційні канали поширення цих наративів найрізноманітніші, серед них вагоме місце посідає й документалістика, що в змозі бути продуцентом як ворожої пропаганди, так і контрпропаганди. Кінорежисер Володимир Тихий упевнений, що «лише документальне кіно сьогодні може осмислювати те, що відбувається в Україні, адже ігрове кіно чи телевізійні програми здебільшого заангажовані й акцентовані на інших речах, а не на аналітиці чи соціальній роботі» [1]. В інтерв'ю він сказав, що «приклад Майдану чітко продемонстрував, наскільки документальне кіно може взагалі вплинути на хід історії. Адже зараз ми можемо собі чітко сказати, що на відміну від масованої атаки, якою займалось російське телебачення і всі ЗМІ, котрі продукували негативний образ Майдану, оці яскраві образи хлопця в касці, в респіраторі, який телефонує мамі, перемогли. І саме цей образ став тим камінцем, який ліг в основу перемоги Революції Гідності. Також він наголосив, що зброєю є не документальне кіно, а люди, які розуміють можливості кіно, комунікують і намагаються поширити ту чи іншу точку зору завдяки цим фільмам» [1].

Проте, як зауважує Д. Золотухін, «мешканці Російської Федерації, споживаючи терабайтами (фільмів, книг, віршів, пісень, одягу, масових заходів, концертів, парадів) патріотично забарвлену, не об'єктивну інформацію про Другу світову війну, з-поміж іншого, формують у своїй свідомості чітке уявлення того, що «українці є фашистськими колаборантами, яких прийнято називати

«бандерівці». І це лише одна, з-поміж сотень інших, таких же хибних установок, які зараз є частиною великого нарративу про «руській мір» [4]. Власне, таким чином штучно формується «нарративне упередження» (англ. – narrative bias) завдяки поєднанню інформації, часто неперевіреної, непідтвердженої або заздалегідь сфальсифікованої, із заданими причинно-наслідковими зв'язками в єдину історію і, відповідно, реалізовується «нарративне регулювання» (термін Д. Золотухіна), яке «спонукає людину мислити та оцінювати реальність так, як того хоче «регулятор», за допомогою історій та їх створення» [4].

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета розвідки – проаналізувати комунікаційні стратегії пропагандистського документального контенту як інструмент нарративного регулювання в інформаційному просторі на прикладі документального фільму «Майдан: Поворот на війну» державного телеканалу Russia Today (RT) та документального фільму «Донбаський щоденник. Як я побував на війні» на авторському ютуб-каналі «Стас ай як просто». Для досягнення зазначеної мети поставлено такі завдання: 1) охарактеризувати поняття «нарративні стратегії», «комунікаційні стратегії», «нарративне упередження», «нарративне регулювання» в соціальних комунікаціях; 2) розглянути види комунікаційних стратегій, що є інструментом нарративного регулювання; 3) проаналізувати обрані документальні фільми в російському інформаційному просторі на предмет комунікаційних стратегій, що формують нарративні упередження.

У ході дослідження було використано такі методи: класифікація (види комунікаційних стратегій), дискурс-аналіз (аналіз контенту з урахуванням історико-політичних та соціальних обставин), системний підхід (з урахуванням особливостей медіаландшафту російського пропагандистського інформаційного простору), синхронічний метод (акцентуація на умовах повномасштабного вторгнення Росії в Україну).

III. Результати

Згідно із затвердженим федеральним бюджетом РФ, у 2022–2024 рр. державний телеканал Russia Today (RT) отримав 82 млрд рублів, що на порядок більше, ніж фінансування інших ЗМІ в Росії. У 2022 р. RT виділили 28,695 млрд рублів, на 1,405 млрд більше, ніж у 2021 р. Це засвідчує потужне задіяння стратегічного пропагандистського каналу RT у гібридній війні проти України як на внутрішньому ринку, так і на світовому, попри значне обмеження цього ресурсу на закордонному інформаційному ринку.

Для аналізу нарративних стратегій пропаганди варто звернути увагу на документальний фільм «Майдан: Поворот на війну» (від 5 березня 2022 р. RT). До створення цієї стрічки, як і до більшості документального контенту цього телеканалу, причетна головна редакторка інформаційного агентства «Росія Сьогодні» та керівниці «RT» – Маргарита Сімоньян, яка з початку російсько-української війни в 2014 р. стала однією з головних пропагандисток у російському медіаполі. Фільм виконаний у форматі інтерв'ю та має хронікальний характер. Задум авторів не важко зрозуміти: викривлено висвітлити події Євромайдану, що і призвели, начебто, до початку так званої «громадянської війни» на Донбасі; і, як стане зрозуміло під час перегляду, довести, що акції ці були ретельно сплановані урядом України та її «західними покровителями». Щодо панівних нарративів, то найбільш повторюваним та провокаційним був такий: «Україна – недодержава» або «Україна – це невдала тінь росії» [11], «failed state». Протягом усього хронометражу стрічки абсолютно кожен учасник-персонаж – чи то начебто український журналіст, чи так званий колишній член націоналістичних угруповань, який буде давати свій коментар, використовуватиме звороти-маркери на кшталт «на Україне», «українці» з наголосом на другий склад, а подекуди й прямо казатимуть «на окраїне», окреслюючи Україну лише як окраїну Росії, підкреслюючи свій імперіалістичний шовінізм.

Зумовлений цей «лінгвістичний тероризм» радянськими орфографічними правилами, адже в період, коли Україна була у складі СРСР, єдино правильним варіантом вживання були саме конструкції російською мовою з прийменником «на» для акцентування зневажливого та зверхнього ставлення до української державності, адже прийменник «на» в російській мові вживають перед назвами територій, державних утворень із нечіткими кордонами та країн, які асоціюються насамперед із певною територією. Таким чином, словоформа стає маркером нарративного упередження. Варто зауважити, що чинний президент РФ уперше використав прийменник «на» у цій формі слова 27 липня 2013 р. у своєму виступі на конференції «Православно-слов'янські цінності – основа цивілізаційного вибору України», популяризуючи геополітичне об'єднання «руській мір» для білорусів, українців та росіян, а до цього у кожному своєму виступі він використовував виключно формулювання «в Україні» [5]. До цього ж кейсу варто віднести англійську літерацію українських міст у спосіб, подібний російській вимові: напр., «Kiev» замість Kyiv», «Odessa» замість «Odesa», «Lugansk» замість «Luhansk» тощо, – що також наповнює змістом нарратив про «недодержавність України». Надалі цей нарратив втілюється через субнарратив «мовного питання» («Української мови не існує» або «Українська – це мова села»). У фільмі озвучує цей «тейк» у контексті вимог антимайдану представник так званого «ЛНР» на так званих переговорах із регулювання ситуації на Донбасі Родіон Мірошнін: «Ми вимагали ось переважно таких простих звичайних речей. Тобто не треба нам розповідати, що [українська мова]

це наша рідна. На Донбасі вона ніколи рідною не була. Тобто 90 із чимось відсотків населення говорили лише російською мовою. У якихось селах на півночі якимось проповідували українську мову. Там був суржик, а от чистої української мови ні в Луганську, ні в Донецьку взагалі то й не було».

Звісно, жодної офіційної статистики або інфографіки автори фільму не наводять, адже візуальне втілення нарративу в документальному матеріалі РФ набуває комунікаційного ефекту зазвичай через персоніфікацію, коли визначається наратор («реальні чи вигадані антропоморфні або зооморфні образи... «фіктивний, створений письменником [авт. – читаємо автор твору] оповідач... переважно один (зрідка кілька) на тому самому дієгетичному просторі, що і наратор, до якого він звертається» [6].

А для того, щоб мінімально верифікувати цей деструктивний субнарратив, варто знайти певне соціологічне опитування, напр., до «Дня української писемності та мови – 2021: чи стає державної мови більше у публічному просторі?», оприлюднене на сайті фонду «Демократичні ініціативи» [3]. За даними цього опитування, 78% з 2000 опитаних респондентів з усієї країни вважають українську – рідною мовою. Це вже цифри, які повністю спростовують твердження Родіона Мірошникова. Якщо ж брати окремо Південь-Схід країни, то отримуємо такі показники (рис. 1).



Рис. 1. Результати опитування до «Дня української писемності та мови – 2021: чи стає державної мови більше у публічному просторі?», опублікованого на сайті «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва [3]

Так, 46% респондентів вважають українську мову рідною, а це в два рази перевищує російську. І варто зауважити, що це опитування проведено з 29 липня по 4 серпня 2021 р., ще до повномасштабного вторгнення РФ.

Більш складна комунікаційна стратегія, що генерує російську ідеологічну модальність у фільмі, – «фреймінг», тобто висвітлення фактів у заданій смисловій «рамці». Зокрема, це загальна опція: показ подій на Євромайдані крізь призму того, що учасниками та рушійною силою цих подій були радикально налаштовані так звані «укро-нацисти»; отождолення «нацизму» з «націоналізмом».

Тактика посилення релізації цієї стратегії – легітимізація всіх стереотипів та маніпуляцій, пов'язаних з історичними фактами, а саме: у смисловій «рамці» нацизму опиняються дивізія «Ваффен СС» «Галичина»; персоналії С. Бандери, Р. Шухевича; гасла «Слава Україні – Героям слава», «Слава Нації – Смерть ворогам», «Україна для українців», «Україна понад усе» тощо. На словах про утиски та ксенофобію у бік росіян вставляють відеофрагмент із виступом на Євромайдані Ірини Фаріон, в якому вона каже: «Москва завжди була нашим стратегічним ворогом. Кайдани порвіте і вражою злою кров'ю волю окропіте» (цитата Т. Г. Шевченка). Акцентується абсолютна увага на гаслі «Москалів на ножі» (на Майдані, дійсно, лунало гасло ультраправих активістів, представників націонал-соціалізму, відсоток яких в Україні є невисокий, зокрема, згідно за статистикою [13] за рівнем «hate crime» Росія займає 16-те місце, тоді як Україна – 74-те місце й перебуває на рівні з іншими розвинутими країнами Європи). Так, паралельно з «фреймінгом» застосовується й комунікаційна стратегія «праймінгу», коли за допомогою медіа, у нашому випадку кінонараторології, одна думка викликає «запрограмовану наступну», «думку-асоціацію», адже висвітлення Євромайдану у фільмі повною мірою «склеюється» гаслом «Москалів на ножі», натомість абсолютно стираються стратегічні гасла: «Європа починається з тебе», «Буде нелегко та воно того варто», «Батя, ти перестарался», «Банду геть», «Україна це Європа» та ін. Завдяки такому постійному, методичному просуванню субнарративу «На майдані були лише кровожадні нацисти» цей «тейк» і закріпився в російському інформаційному полі як єдиний правильний в інтерпретуванні подій на Майдані.

Надалі фільм методично й послідовно звертається до висвітлення одних і тих самих подій та проблем, які цільова аудиторія починає сприймати як найважливіші, що потребують уваги, – ідеться про так звані «антимайдани», які описує наступний спікер, «наратор-регулятор», український журналіст Руслан Коцаба: «...на Сході копіювали те, що ми робили на Заході, тільки

через кілька місяців. Єдина відмінність, що у нас було з прапорами Євросоюзу, а там... з прапорами Росії». Далі його думку продовжує режисер-документаліст Макс Фадєєв: «Тобто у Києві це називали Революцією Гідності, а на Південному Сході це вважалося державним переворотом, і ніхто нову владу не визнавав. Десь люди взяли за зброю, десь просто ходили на мітинги». І під крики «Донець – російський город» автори фільму демонструють кадри, на яких учасники антимайдану знімають український прапор з будівлі міської ради, а замість нього встановлюють російський.

Усі наведені вище цитати та візуальні засоби нарації-маніпуляції, такі як чергування кадрів Євромайдану з кадрами вуличних боїв, а кадрів з антимайдану – із кадрами щасливих людей, що знімають російські прапори, надалі підкріплюють уже перевірену стратегію «фреймінгу», що запускає паралельно наративи «громадянська війна між Східною і Західною Україною» та «...російські люди на Донбасі».

У той час для конструктивного нарративного регулювання в інформаційному просторі циркулювали відео про наповнення антимайданів так званими «тітушками» та завезеними автобусами «бюджетниками», тобто робітниками підприємств. Зокрема, про кейс причетності великих підприємств на прикладі запорізького ПАТ «Мотор Січ», де керівництво змусило робітників підприємства їхати в Київ на мітинг на підтримку Віктора Януковича, йшлося в матеріалі «Russians at Maidan. 2014» [15]: «Із Запоріжжя до Києва вирушив спеціальний потяг з бюджетниками, яких за гроші повезли на мітинг Антимайдану. "...Сьогодні їду на януковський майдан, змусили на "Моторі". Повезуть як останніх тварин, будемо їхати навіть на третіх полицях. Як тільки приїду, одразу піду на Євромайдан. Державний прапор узяв із собою [сміється]... Звільнення не боюся" – повідомляє один з робітників підприємства» [15].

Задля популяризації думки про масові криваві бої на «майданах» та чергового підкреслення антигуманістичних настроїв українських ультраправих активістів російська пропаганда використовує фразу-тригер «Одеса, 2-е мая», яка вже міцно закріпилась у російському інформаційному просторі як приклад жорстокості та безжальності українських націоналістів до проросійських прихильників антимайдану. Цю фразу цілком можна вважати «праймом», тобто подразником для активізації ворожого нарративу, адже за М. Ожеваном, праймінг – це «комунікаційна стратегія, розроблена психологами-біхевіористами, що має на меті зумисну активацію в цільовій аудиторії певних знань і навичок поведінки для маніпулятивного нав'язування цій аудиторії наперед визначених сценаріїв сприйняття та прийняття рішень, що технологічно зводиться до застосування "праймів" – цільових стимулів, що мають викликати у певної аудиторії потрібну реакцію у відповідь на певне "подразнення"» [7, с. 31]. Множинна нарація, яка забезпечується форматом інтерв'ю, тобто коли наративи засвідчуються свідками та очевидцями, у фільмі виконує функцію множинності аргументів на користь нарративного упередження. Так, зіткнення біля Будинку профспілок між прихильниками Євромайдану та прихильниками антимайдану у фільмі коментує лікар Володимир Грубник: «У місті відбуваються не просто зіткнення, а, по суті, спалення. Масові вбивства. Тобто підпалили адміністративну будівлю, люди ходять навколо цієї будівлі, стріляють у неї з різної зброї, кидають коктейлі Молотова, саморобні вибухові пристрої. Стоять правоохоронці та на це дивляться. Протягом півгодини просто дивляться... Виникає питання чому? Тому що не отримують наказу чи навпаки вони отримали наказ про те, що вони втручатися в це не повинні?». І в продовження цієї тези цитата вже згаданого Родіона Мірошніка: «...Людей просто відверто вбили, просто наплювали на ці життя і робили це люди підготовлені, радикали, які готові були вбивати, загнати, підпалити, закрити. Їм було начхати що буде з цими людьми...». Візуально наратив посилюється аудіорядом з українськими радісними гаслами, тоді як на відео показують крупні плани із жертвами, що вистрибнули з вікон, «тримаючи в руках молитвослов та ікони». Саме так відбувається нарративне регулювання телеканалом RT репрезентації подій в Одесі 2 травня – як навмисну та сплановану інквізицію українськими представниками «ультрас».

Деструктивна ефективність атакуювальних наративів, посилена аудіовізуальним втіленням у кіно, несе буквально життєнебезпечний чинник: напр., член ДРГ «Русич» Олексій Мільчаков виправдовує жорстоке спалення колони українського підрозділу «Айдар» в інтерв'ю Єгору Просвірніну: «Єгоре, розумієш, яка ситуація. Мене дуже сильно свого часу кольнула тема Одеси, спалення російських людей в Одесі. І я хотів відповісти, будь ласка. Ви сміялися зі смажених "колорадів" – отримаєте. Тепер сміюся я: [авт. – далі опис воєнного злочину]. Це мій трофей» (<https://www.youtube.com/watch?v=pxQh3gTlKL4>). Варто зауважити, що О. Мільчаков є публічним неонацистом, і наразі його підрозділ продовжує брати участь у бойових діях на стороні РФ.

Отже, документальний фільм «Майдан: Поворот на війну» – типова ілюстрація набору кремлівських наративів, проте, на нашу думку, орієнтований на більш старшу аудиторію, а ось наступний проєкт, незважаючи на ідентичні стратегії та співзвучні наративи, має набагато ширший вплив, оскільки орієнтований і на молоду аудиторію. Ідеться про документальний фільм «Донбаський щоденник. Як я побував на війні» за авторством Стаса Васильєва з ютуб-каналу «Стас ай як просто» (https://www.youtube.com/playlist?list=PLneUhvDIOLsSJVzZ_gH8qLP4ojuH7EoV).

Перш ніж звернутися до аналізу комунікаційних стратегій у фільмі, варто зауважити, що російська пропаганда працює на кількох рівнях: для аудиторії «зомбі» – «Кісельов, Соловйов, Скабеева», проте існує і більш складний рівень – для тих, хто сумнівається, хто шукає інформацію в інтернет-просторі, від так званих «живих свідків» тощо. Тож складність механіки наративних стратегій ютуб-блогера Стаса Васильєва ускладнюється належністю до другого табору. Він побудував свою кар'єру, зібравши аудиторію на сатиричних оглядах техніки, але чотири роки тому він почав активно висловлювати свою громадянську позицію та дедалі частіше приділяв увагу російсько-українській війні. Із часом техноконтент на його каналі повністю витіснили політичні огляди та аналітика, і зараз він випускає по два-тригодинні відео на тиждень з аналітикою новин та ситуації на фронті. У перші дні повномасштабного вторгнення блогер став одним з небагатьох інфлюенсерів у російському інформаційному полі, хто прямо висловив свою політичну позицію – максимальну підтримку воєнної агресії свого уряду і став голосом тієї частини росіян, яка кричала, що «їм не соромно» та засуджувала масову русофобію. Таким чином, у жовтні 2022 р. він викладає в загальний доступ документальний фільм власного виробництва «Донбаський щоденник. Як я побував на війні». Варто зауважити, що за час повномасштабного вторгнення Росії в Україну, кількість підписників лише на ютуб-каналі С. Васильєва зросла на 420 тис. глядачів. Незважаючи на специфічну тематику його відео, 83% його глядачів – чоловіки до 25 років, що вже є чинником небезпечності сфери його впливу, адже це один з небагатьох російських пропагандистів з такою молодою аудиторією.

Отже, супернативом цієї стрічки є такий: «Донецьк і Луганськ – це російські міста, з російськими людьми» і маніпулятивна схема-кліше про начебто вісім років обстрілів цих міст Збройними Силами України. Структура цієї стрічки не залишає глядачу поля для роздумів, а констатує і підводить до «правильного висновку» за допомогою субнаративів: «Фільм повністю знятий на народні гроші»; «Попереду нас бандерівці, позаду нас власівці»; «Сьогодні робитимемо для вас справжню чесну журналістику»; «По приїзду до Донецька я здивувався красі цього міста, так, на перший погляд, і не скажеш, що його хтось бомбив»; «Місцеві хлопці розповіли, що українське телебачення у 2014 році перекинувало сюжети та відео за їх участю»; «Все українське телебачення 2014 року зводилося до того, що люди під обстрілами це зомбовані овочі»; «Після Євромайдану народ Луганська та Донецька категорично відмовився приймати нову владу»; «Донбас абсолютно повністю орієнтований на Росію, це було до війни, під час, і ясна річ – зараз» – надалі набір історичних наративних упереджень, метою якого є доведення думки, що «всі українці – нацисти», «Алея ангелів – пам'ятник усім загиблим від рук ЗСУ дітей» тощо (<https://www.youtube.com/watch?v=ooWmtZYrOwE&t=3518s>).

Відтак формується відповідний «порядок денний» – негайний захист Донбасу, який чекає «визволителів». «Не найочевидніша, але фундаментальна маніпуляція знаходиться в самій назві – це сам “Донбас”. Мається на увазі територія Донецької та Луганської областей, яку росія у своїй пропаганді відокремлює та навіть протиставляє Україні. Таке відокремлення потрібне, аби просувати наратив про громадянську війну» [12].

«Насправді більшість територій, які сьогодні називають Донбасом, була у складі всіх форм української державності. Там розташовувалися паланки Запорізької Січі, ці землі входили до Української Народної Республіки, а потім після радянської окупації – Української Радянської Соціалістичної Республіки. А сучасні Донецька та Луганські області не лише були нашою територією, а й чинили Москві збройний спротив разом з іншими частинами України. Це має значення, бо деякі інші території, що раніше належали Україні, комуністи спокійно приєднали до Росії» [12].

Хрестоматійним прикладом «фреймінгу» є змалювання образу воєнного злочинця та командира терористичного батальйона «Спарта» Арсена Павлова, відомого як «Моторола». Автор документальної стрічки, ігноруючи всі відеодокази воєнних злочинів його підрозділу, показує начебто свідчення випадкових жителів Донецької й Луганської областей, які крізь сльози згадують загиблого «героя новоросії», класичним «праймом» у побудові якого використано «православний маркер іконізації героїв» – демонстрацію ікони, присвяченої йому від РПЦ. Множинність нарації й у цьому фільмі реалізовується через так званих «очевидців подій»: «І ось просто під моїми вікнами стояв отже “укропівський” танк і просто тупо туди стріляв. Причому знаєте, чому він це робив? Для нього це була явно гра комп'ютерна. Мабуть, не було інтернету і він просто гулявся. Він повільно, не поспішаючи, цілився в одне віконце, друге, третє... Тобто для нього це був певний морський бій».

Автор фільму наголошує: «Мої пацифістські погляди не дозволяють мені підтримати війну. Але це не війна. Це планомірне винищення мирних людей». Цю стратегію ми спостерігали й у попередньому фільмі – праймінг у розумінні активізації асоціативної думки – автор фільму проти війни, як і більшість, так би мовити, адекватного населення, проте стояти осторонь убивства мирних громадян він не може, знову ж таки, як і більшість адекватного населення. Недарма після повномасштабного вторгнення Росії в Україну опитування в містах росії рясніють подібними рефлексіями.

IV. Висновки

Незважаючи на різні платформи та цільову аудиторію, підхід до пропаганди, використання наративних стратегій на державному телеканалі RT та на авторському ютуб-каналі «Стас ай як просто» є абсолютно ідентичними. Кремлівські наративи загорнуті у відверті маніпуляції людськими емоціями, відсутністю фактажу, просуваються комунікаційними стратегіями фреймінгу, праймінгу, «порядку денного», деструктивною множинністю нарації, аудіовізуальними інструментами кінонарації, завдяки яким відбувається наративне регулювання ворожого інформаційного простору. Перспективним, на нашу думку, є аналіз сучасних візуальних наративів російсько-української війни – мемів, інфографіки, фото тощо.

Список використаної літератури

1. Апостолова Л., Власова Т. Документальне кіно (не) має бути пропагандою? *Детектор медіа*. 2020. URL: <https://detector.media/infospace/article/180352/2020-09-07-dokumentalne-kino-ne-maie-butyu-propagandoyu/> (дата звернення: 08.03.2023).
2. Гречка С. Наративні технології моделювання іміджу України в умовах інформаційно-психологічного протистояння. *Young Scientist*. 2020. № 8 (84). С. 183–189.
3. День української писемності та мови – 2021: чи стає державної мови більше у публічному просторі? «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва. URL: https://dif.org.ua/article/den-ukrainskoi-pisemnosti-ta-movi-2021-chi-stae-derzhavnoi-movi-bilshe-u-publichnomu-prostori_ (дата звернення: 08.03.2023).
4. Золотухін Д. Наративне регулювання, або Як ми маємо скористатися методами Іллі Хржановського. *Детектор медіа*. 2020. URL: <https://detector.media/infospace/article/177031/2020-05-09-narativne-regulyvannya-abo-yak-my-maemo-skorystatysya-metodamy-illi-khrzhanovskogo/> (дата звернення: 08.03.2023).
5. Ілларіонов А. Путін розпочав війну проти України з мовної агресії в 2013 році – експерт президента Росії. *Радіо Свобода*. 2020. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/26845325.html> (дата звернення: 08.03.2023).
6. Курбан О. Бойові наративи в системі сучасних геополітичних інформаційних війн: (досвід російсько-української гібридної інформаційної війни 2014–2021 рр.). *Синopsis: текст, контекст, медіа*. 2021. № 27 (3). С. 149–158.
7. Ожеван М. Глобальна війна стратегічних наративів: виклики та ризики для України. Стратегічні пріоритети. *Серія: Політика*. 2016. № 4. С. 30–40.
8. Петренко Г., Довженко О. По той бік екрану. *Детектор медіа*. 2021. С. 19–21. URL: https://detector.media/doc/images/news/archive/2021/188114/On_the_other_side_DM_final_UKR_WEB.pdf (дата звернення: 08.03.2023).
9. Путін відмовився зустрічатися з Зеленським: назвав його «пособником нацизму». *Слово і Діло*. 2022. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2022/12/18/novyna/polityka/putin-vidmovyvsya-zustrichatysya-zelenskym-nazvav-joho-posobnykom-nacyzmu> (дата звернення: 08.03.2023).
10. Путін у терміновому зверненні до росіян оголосив про проведення спеціальної військової операції на Донбасі. *Новинарня*. 2022. URL: <https://novynarnia.com/2022/02/24/putin-u-terminovomu-zvernenni-do-rosiyan-ogolosyv-pro-provedennya-speczialnoyi-vijskovoyi-operacziyi-na-donbasi/> (дата звернення: 08.03.2023).
11. Грицак Я. Ревізія історії. Російська історична пропаганда та Україна. Київ: К.І.С., 2019. 99 с.
12. Соціологи: у контрольованому Києвом Донбасі хочуть бути в Україні. *BBC News Україна*. 2015. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/society/2016/01/160113_ukraine_sociology_trends_vs (дата звернення: 08.03.2023).
13. Hate Crime. Statistics. URL: <https://ru.knoema.com/HKD2019/hate-crime-statistics?country=1000530-ukraine> (date of request: 08.03.2023).
14. Reich Robert. The Lost Art Of Democratic Narrative: Story Time. *The Republic*. 2005. URL: https://delong.typepad.com/egregious_moderation/2008/02/robert-reich-th.html (date of request: 08.03.2023).
15. Russians at Mайдan. 2014. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=jRTgH6WB8ts> (date of request 08.03.2023).

References

1. Apostolova, L., & Vlasova, T. (2020). Dokumentalne kino (ne) maie butyu propahandoiu? [Should documentaries (not) be propaganda?]. *Detektor media*. Retrieved from <https://detector.media/infospace/article/180352/2020-09-07-dokumentalne-kino-ne-maie-butyu-propagandoyu/> [in Ukrainian].
2. Hrechka, S. (2020). Narativni tekhnolohii modeliuвання imidzhu ukrainy v umovakh informatsiino-psycholohichnoho protyborstva [Narrative technologies for modeling the image of Ukraine in the conditions of informational and psychological conflict]. *Young Scientist*, 8 (84), 183–189 [in Ukrainian].
3. Den ukrainskoi pysemnosti ta movy – 2021: chy staie derzhavnoi movy bilshe u publichnomu prostori? «Demokratychni initsiatyvy» im. Ilka Kucheriva [Day of Ukrainian writing and language - 2021: is the state language becoming more common in the public space? «Democratic initiatives»

- named after Ilka Kucheriva]. Retrieved from https://dif.org.ua/article/den-ukrainskoi-pisemnosti-ta-movi-2021-chi-stae-derzhavnoi-movi-bilshe-u-publichnomu-prostori_ [in Ukrainian].
4. Zolotukhin, D. (2020). Naratyvne rehuliuвання, abo Yak my maiemo skorystatsia metodamy Illi Khrzhanovskoho [Narrative regulation, or How we should use the methods of Ilya Khrzhanovsky]. *Detektor media*. Retrieved from <https://detector.media/infospace/article/177031/2020-05-09-naratyvne-reguluyuvannya-abo-yak-my-maiemo-skorystatsysya-metodamy-illi-khrzhanovskogo/> [in Ukrainian].
 5. Illarionov, A. (2020). Putin rozpochav viinu proty Ukrainy z movnoi ahresii v 2013 rotsi – eksradnyk prezydenta Rosii [Putin started a war against Ukraine with linguistic aggression in 2013 – former adviser to the President of Russia.]. *Radio Svoboda*. Retrieved from <https://www.radiosvoboda.org/a/26845325.html> [in Ukrainian].
 6. Kurban, O. (2021). Boiovi naratyvy v systemi suchasnykh heopolitychnykh informatsiinykh viin: (dosvid rosiisko-ukrainskoi hibruidnoi informatsiinoi viiny 2014–2021 rr.) [Combat narratives in the system of modern geopolitical information wars: (experience of the Russian-Ukrainian hybrid information war 2014–2021)]. *Synopsys: tekst, kontekst, media*, 27 (3), 149–158 [in Ukrainian].
 7. Ozhevan, M. (2016). Hlobalna viina stratehichnykh naratyviv: vyklyky ta ryzyky dlia Ukrainy [The global war of strategic narratives: challenges and risks for Ukraine. Strategic priorities]. *Stratehichni priorytety. Serii : Polityka*, 4, 30–40 [in Ukrainian].
 8. Petrenko, H., & Dovzhenko, O. (2021). Po toi bik ekranu [On the other side of the screen]. *Detektor media*, 19–21. Retrieved from https://detector.media/doc/images/news/archive/2021/188114/On_the_other_side_DM_final_UKR_WEB.pdf [in Ukrainian].
 9. Putin vidmovyvsia zustrichatsia z Zelenskym: nazvav yoho «posobnykom natsyzmu» [Putin refused to meet with Zelensky: he called him an «assistant of Nazism»]. (2022). *Slovo i Dilo*. Retrieved from <https://www.slovoidilo.ua/2022/12/18/novyna/polityka/putin-vidmovyvsya-zustrichatsysya-zelenskym-nazvav-joho-posobnykom-nacyzmu> [in Ukrainian].
 10. Putin u terminovomu zvernenni do rosiian oholosyv pro provedennia spetsialnoi viiskovoi operatsii na Donbasi [In an urgent address to the Russians, Putin announced a special military operation in Donbas]. (2022). *Novynarnia*. Retrieved from <https://novynarnia.com/2022/02/24/putin-u-terminovomu-zvernenni-do-rosiyan-ogolosyv-pro-provedennya-speczialnoyi-vijskovoyi-operacziyi-na-donbasi/> [in Ukrainian].
 11. Hrytsak, Ya. (2019). *Reviziia istorii. Rosiiska istorychna propahanda ta Ukraina* [Revision of history. Russian historical propaganda and Ukraine]. Kyiv: K.I.S. [in Ukrainian].
 12. Sotsiolohy: u kontrolovanomu Kyievom Donbasi khochut buty v Ukraini [Sociologists: in Donbas controlled by Kyiv, they want to be in Ukraine]. (2015). *BBC News Ukraina*. Retrieved from https://www.bbc.com/ukrainian/society/2016/01/160113_ukraine_sociology_trends_vs [in Ukrainian].
 13. Hate Crime. Statistics. Retrieved from <https://ru.knoema.com/HKD2019/hate-crime-statistics?country=1000530-ukraine> [in English].
 14. Reich Robert. (2005). The Lost Art Of Democratic Narrative: Story Time. *The Republic*. Retrieved from https://delong.typepad.com/egregious_moderation/2008/02/robert-reich-th.html [in English].
 15. Russians at Maidan. (2014). Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=jRTgH6WB8ts> [in English].

Стаття надійшла до редакції 12.03.2023.

Received 12.03.2023.

Kovpak V., Troino M. Communication Strategies of Propaganda Documentary Content as a Tool of Narrative Regulation

The purpose of the study is to analyze the communication strategies of propaganda documentary content as an instrument of narrative regulation in the information space.

Research methodology. *The following methods were used in the study: classification (types of communication strategies), discourse analysis (content analysis taking into account historical, political, and social circumstances), systematic approach (taking into account the peculiarities of the media landscape of the Russian propaganda information space), and synchronous method (focusing on the conditions of Russia's full-scale invasion of Ukraine).*

Results. *The article characterizes the concepts of «narrative strategies», «communication strategies», «narrative bias», and «narrative regulation» in social communications. Despite the different platforms and target audiences, the narrative strategies of documentary content on the RT TV channel (on the example of the documentary «Maidan: Turn to War» (March 5, 2022)) and on the author's YouTube channel «Stas wow how simple» (the documentary «Donbas Diary. How I was in the war») are absolutely identical. The Kremlin narratives are wrapped in blatant manipulation of human emotions, lack of facts, and are promoted by communication strategies of framing, priming, «agenda-setting», destructive multiplicity of narratives, as well as audiovisual tools of film narration, which help to regulate the narrative of the hostile information space.*

The scientific novelty lies in the revealed mechanics of the use of communication strategies in the documentary content of the state television channel Russia Today (RT) and the author's YouTube channel «Stas wow how simple» on the example of documentaries on the Revolution of Dignity and the Russian-Ukrainian war of 2014 for the narrative regulation of this issue in the information space.

Practical meaning. The practical significance of the study and the prospects of researching the narrative practices of the Russian-Ukrainian war are evidenced by the analyzed trends in the applied communication strategies of propaganda documentary content as a tool for narrative regulation in the information space, since the revealed narrativization allows us to trace grand narratives and sub-narratives, to identify concepts, means of their presentation – narrative strategies, communication strategies for their implementation, and the role of the so-called narrators-regulators who determine the narrative.

Key words: *narrative bias, narrative regulation, dominant narratives, sub-narratives, communication strategies, documentary content.*

Kovpak V., Trojno M. Strategie komunikacyjne propagandowego kontentu dokumentalnego jako narzędzie regulacji narracyjnej

Cel badania – przeanalizować strategie komunikacyjne propagandowego kontentu dokumentalnego jako narzędzia regulacji narracyjnej w przestrzeni informacyjnej.

Metodologia badania. W trakcie badania wykorzystano następujące metody: klasyfikacja (rodzaje strategii komunikacyjnych), analiza dyskursu (analiza kontentu z uwzględnieniem uwarunkowań historyczno-politycznych i społecznych), podejście systemowe (z uwzględnieniem osobliwości krajobrazu medialnego rosyjskiej propagandowej przestrzeni informacyjnej), metoda synchroniczna (akcentuacja na warunki rosyjskiej inwazji na pełną skalę w Ukrainie).

Wyniki. W niniejszym artykule scharakteryzowano pojęcie «strategie narracyjne», «strategie komunikacyjne», «przedzenie narracyjne», «regulacja narracyjna» w komunikacjach społecznych. Pomimo różnych platform i audytorium docelowych, strategie narracyjne kontentu dokumentalnego na kanale RT (na przykładzie filmu dokumentalnego «Majdan. Povорот na vijnu» (od 5 marca 2022 r.) oraz na autorskim kanale YouTube «Stas aj jak prosto» (film dokumentalny «Donbasskyi shchodennyk. Jak ja pobuvav na vijni»)) są absolutnie identyczne. Opakowane w szczerą manipulację ludzkimi emocjami oraz charakteryzujące się brakiem faktów kremlowskie narracje są promowane za pomocą komunikacyjnych strategii ramkowania, torowania, «porządku dziennego», destrukcyjnej wielości narracji, audiowizualnych narzędzi narracji filmowej, dzięki którym odbywa się narracyjna regulacja wrogiej przestrzeni informacyjnej.

Nowość naukowa polega na ujawnionej mechanice stosowania strategii komunikacyjnych w kontencie dokumentalnym państwowego kanału telewizyjnego Russia Today (RT) oraz autorskiego kanału YouTube «Stas aj jak prosto» na przykładzie filmów dokumentalnych poświęconych Rewolucji Godności i wojnie rosyjsko-ukraińskiej 2014 r., w celu regulacji narracyjnej tej problematyki w przestrzeni informacyjnej.

Praktyczne znaczenie wywiadu i perspektywność badań narracyjnych praktyk rosyjsko-ukraińskiej wojny świadczą przeanalizowane tendencje stosowanych strategii komunikacyjnych propagandowego kontentu dokumentalnego jako narzędzia regulacji narracji w przestrzeni informacyjnej, ponieważ ujawniona narratywizacja daje możliwość prześledzenia wielkiej narracji i podnarracji, zidentyfikowania koncepcji, środki ich przedstawienia – strategie narracyjne, strategie komunikacyjne ich realizacji oraz rolę tzw. narratorów – regulatorów, którzy określają kod narracyjny.

Słowa kluczowe: *uprzedzenie narracyjne, regulacje narracyjne, narracje dominujące, podnarracje, strategie komunikacyjne, kontent dokumentalny.*