

Мир науки. Педагогика и психология / World of Science. Pedagogy and psychology <https://mir-nauki.com>

2023, Том 11, № 1 / 2023, Vol. 11, Iss. 1 <https://mir-nauki.com/issue-1-2023.html>

URL статьи: <https://mir-nauki.com/PDF/15PSMN123.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Мусийчук, М. В. Комическое как инструмент контрпропаганды в информационно-психологической войне на примере креализованных текстов в период специальной военной операции / М. В. Мусийчук, С. В. Мусийчук // Мир науки. Педагогика и психология. — 2023. — Т. 11. — № 1. — URL: <https://mir-nauki.com/PDF/15PSMN123.pdf>

For citation:

Musiichuk M.V., Musiichuk S.V. The comic as a tool of counter-propaganda in the information-psychological warfare on the example of crealized texts during the period of a special military operation. *World of Science. Pedagogy and psychology*. 2023; 11(1): 15PSMN123. Available at: <https://mir-nauki.com/PDF/15PSMN123.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.)

Мусийчук Мария Владимировна

ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический университет имени Г.И. Носова», Магнитогорск, Россия

Профессор кафедры «Психологии»

Доктор философских наук, доцент, Почётный работник сферы образования РФ

E-mail: mv-mus@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9686-6527>

РИНЦ: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=390247

SCOPUS: <https://www.scopus.com/authid/detail.url?authorId=6504833157>

Web of Science: <https://www.webofscience.com/wos/author/rid/AAI-7929-2020>

Мусийчук Сергей Васильевич¹

ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет»

Филиал г. Анапа, Анапа, Россия

Доцент кафедры «Управления, экономики и социально-гуманитарных дисциплин»

Кандидат философских наук, доцент

E-mail: sv-mus@mail.ru

РИНЦ: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=390248

Web of Science: <https://www.webofscience.com/wos/author/rid/AAB-8500-2020>

Комическое как инструмент контрпропаганды в информационно-психологической войне на примере креализованных текстов в период специальной военной операции

Аннотация. Авторы подчеркивают, что актуальность исследуемой проблемы «комическое как инструмент контрпропаганды в информационно-психологической войне на примере креализованных текстов в период специальной военной операции» определяется, прежде всего, тем, что начался новый этап психологической войны против России. Речь идет о запуске процессов, способных изнутри деморализовать и расколоть российское общество. Актуальность так же обусловлена тем, что в современной мире против России работают информационно-психологические центры.

В статье рассматриваются основополагающие определения понятия «информационно-психологическая война». Информационно-психологическая война определяется, как психологическое ведение спецпропаганды в целях воздействия на сознание человека в

¹ <http://sv-mus.narod.ru/>

идеологической и психоэмоциональной сферах (Почепцов Г.Г.). Выделяются объекты психологического воздействия: взгляды; мнения; ценностные ориентации; настроения; мотивы; установки; стереотипы поведения; групповые нормы; массовые настроения; общественное сознание в целом (Крысько В.Г.). Приводится характеристика гибридных информационных войн нового поколения как интегрирующая платформа воздействия на социальные системы стран-конкурентов, причем возможности как деструктивного воздействия, так и конструирования чуждых, враждебных социо-информационных общностей многократно усиливаются технологиями цифровых интегрированных коммуникаций (Евстафьев Д.Г.) и др.

Методологическим основанием служит выявление идеологических аспектов культурных практик и идеологических посылов, содержащихся в массмедиа-текстах, являющихся средством изменения политического порядка. Известная фраза «повторённая тысячу раз ложь становится правдой» оказалась главным элементом антироссийской стратегии. В настоящее время оперативно разоблачить ложь и вывести на чистую воду её авторов значительно проще. Также авторы относят к методологическим основаниям решения поставленной проблемы формализованную схему приемов остроумия Лук А.Н. И добавим так же еще одну мысль Луки А.Н. о том, что сохраняет злободневность, — привлекает интерес читателя, формирует эмоциональный фонд, вне которого техника остроумия в большинстве случаев тщетна.

Метод исследования: контент-анализ новостных сайтов и Телеграмм-каналов с целью выявления в медиа-текстах комического как контрпропаганды в психологической войне.

Результаты исследования представлены авторами через анализ комического как инструмента контрпропаганды в информационно-психологической войне.

Аксиологический, коммуникативный, креативный и гелозоический (оптимизации психофизиологического состояния) механизмы комического (Мусийчук М.В.) в период специальной военной операции как контрпропаганда представлены на основе художественных средств отражения комического: произведений живописи; экранной культуры (кадров из кинофильмов); кадров из мультипликационных фильмов и др. имеют ярко выраженный социальный характер, без чего превращаются в зубоскальство. Анализ проводился с целью выявления приемов остроумия, способствующих возникновению когнитивно-аффективной реакции у пользователей Интернета. В приведенных в статье примерах авторами выявлены различные приемы остроумия, являющиеся основанием для построения контрпропаганды в комической форме. Так на основе произведений живописи такие приемы остроумия как: намек или точно наведенная цепь ассоциаций; смешение стилей или совмещение планов. На основе кадров из кинофильмов такие приемы остроумия как: буквализация метафоры; ирония как учитывая насмешка; сравнение как характеристика одного явления с разных точек зрения; намек или точно наведенная цепь ассоциаций. На основе мультипликационных фильмов контрпропаганда посторожена на таких приемах остроумия: буквализация метафоры и намек или точно наведенная цепь ассоциаций, в форме намека на известные всем события (аллюзия), намек, в форме упоминания без подробного обсуждения предмета (претиоризация).

Ключевые слова: комическое как инструмент контрпропаганды; информационно-психологическая война; креализованные тексты; специальная военная операция; приемы остроумия; прайминг; технологии манипуляции информацией; художественные средства отражения комического

Актуальность

Актуальность исследуемой проблемы определяется, прежде всего, тем, что начался новый этап психологической войны против России: как распознать «информационных коллаборантов». Речь идет о запуске процессов, способных изнутри деморализовать и расколоть российское общество [1–3]. «В материале под броским названием «Ведение психологической войны против России» бывший и.о. главы военной разведки США Дэвид Шедд сформулировал план действий, направленных на нанесение удара по нашей стране, который будет опаснее и фатальнее поставок вооружений Украине или очередных санкций», — пишет проректор Дипломатической академии МИД России Карпович О.Г.²

Актуальность определяется так же и парадоксальными предложениями, представленными в СМИ. Одно из них высмеивает Председатель комиссии Совета Федерации по информационной политике и взаимодействию со СМИ Алексей Пушков. Речь идет о выдвижении генсека НАТО Й. Столтенберга на Нобелевскую премию мира, о чем А. Пушков написал в своем Телеграмм канале³. «Столтенберг выдвинут на Нобелевскую премию мира (!). Вот это ход! То есть генсек вооруженного до зубов, крупнейшего в мире военного блока, бомбившего Ливию, на тот факт, что недавно участвовавшего в бесконечной войне США в Афганистане, спровоцировавшего своей политикой предельное обострение украинского кризиса, да еще и допускающий возможность прямого военного конфликта между НАТО и Россией, того глядишь и будет объявлен "хранителем мира" и главным "голубем планеты"?!»⁴. Обратим внимание на парадоксальный факт, призыва Й. Столтенбергом поставлять больше оружия Украине, что, по его мнению, приблизит конфликт к мирному разрешению.

Актуальность так же обусловлена тем, что в современной мире против России работают информационно-психологические центры. Так, например, РИА Новости сообщает об Украинском 72-м Центре информационно-психологических операций (ЦИПсО), несколько лет работавшем против России, еще до 24 февраля (2022 г., до дня начала Специальной военной операции) его эвакуировали из Броваров (Киевская область), сообщил РИА Новости на условиях анонимности хакер RaNDIt. По его словам, всего на Украине созданы четыре подобных центра: 72-й, это главный центр, который находился в городе Бровары Киевской области, 83-й центр находится в Одессе, 74-й — во Львове и 16-й — в Житомирской области⁵.

Обратим пристальное внимание на выступление Постоянного представителя Российской Федерации при Организации по безопасности и сотрудничеству в Европе (ОБСЕ) Лукашевича А.К. на специальном заседании Постоянного совета ОБСЕ (12 января 2023 года)⁶. «В условиях систематической лжи и «двойных стандартов» Запада Россия продолжит активную защиту от разноплановой гибридной агрессии, совершаемой рядом стран-членов НАТО во главе с США и Великобританией в отношении самих основ государственности и суверенитета Российской Федерации, интересов безопасности нашей страны, перспектив благополучного

² Карпович О.Г. Начался новый этап психологической войны против России. URL: <https://t.me/MariaVladimirovnaZakharova/3736> (Дата доступа: 20.08.2022).

³ Королева А. Сенатор Пушков высмеял выдвижение генсека НАТО Столтенберга на Нобелевскую премию мира. URL: <https://rg.ru/2023/01/07/senator-pushkov-vysmeial-vydvizhenie-genseka-nato-stoltenberga-na-nobelevskuiu-premiu-mira.html> (Дата доступа: 07.01.2023).

⁴ Телеграмм-канал А. Пушкова URL: https://t.me/alexey_pushkov/8548 (Дата доступа: 07.01.2023).

⁵ Хакер узнал об информационно-психологических операциях Украины в России. URL: <https://ria.ru/20220623/tsentr-1797448543.html> (Дата доступа: 23.06.2022).

⁶ Выступление Постоянного представителя Российской Федерации при ОБСЕ А.К. Лукашевича на специальном заседании Постоянного совета ОБСЕ, 12 января 2023 года. URL: https://mid.ru/ru/foreign_policy/news/1848319/ (Дата доступа: 22.01.2023).

развития нашего общества и государства». В данном выступлении еще раз указывается на систематическую ложь и «двойные стандарты» Запада, вынуждающие Россию активно защищаться, в том числе и средствами контрпропаганды.

Методология

В качестве методологического основания примем мысль нидерландского лингвиста Т. ван Дейка из монографии «Дискурс и власть. Вклад в исследования критического дискурса»: «Выявление идеологических аспектов культурных практик и идеологических посылов, содержащихся в массмедиа-текстах, является средством изменения политического порядка [4].

Считаем важным включить в методологические основания исследования проблемы оснований контрпропаганды в условиях специальной военной операции рассуждения Карповича О.Г. и Троянского М.Г. (проректоры Дипломатической академии МИД) в каких указано, что: «По заветам рейхсминистра пропаганды информационная война против России вышла на новый виток. Практически каждый инцидент в зоне специальной военной операции превращается в повод для очередного медиа-шабаша. При этом Киев последовательно и демонстративно, с одобрения кураторов, отказывается от прекращения огня и переговоров, которые могли бы сберечь жизни мирных жителей. Откровением (да и то — условным) стал разве что тот прилив энтузиазма, с которым в украинские игры принялись играть западные журналисты, с готовностью согласившиеся на роль оруженосцев для идейных наследников Геббельса с Банковой. Приписываемая ему фраза о том, что «повторённая тысячу раз ложь становится правдой» оказалась главным элементом антироссийской стратегии, поддерживая которую, некогда уважаемые СМИ добровольно поставили себя на одну доску с авторами самых отвратительных и аморальных провокаций.

Но есть, как сказал бы легендарный красноармейский командир, один нюанс — причём, весьма существенный. Геббельсовская пропаганда созревала и набирала силу годами, постепенно окутывая разум незадачливых немецких обывателей. Информационные диверсии преемников рейхсминистра народного просвещения и пропаганды готовятся в панике, в авральном режиме, да ещё и в то время, когда оперативно разоблачить ложь и вывести на чистую воду её авторов куда проще»⁷. Цитата приведена длинная, приносим извинения читателям, в оправдание хочется сказать, что видимо это та ситуация «когда из песни слова не выкинешь».

Определение понятий «психологическая война», «информационно-психологические операции», «информационная война»

Понятие «психологическая война» введено в научный оборот американским разведчиком Полем Лайнбарджером, выпустившем в 1948 г. книгу с аналогичным названием (Psychological Warfare). На русском языке книга опубликована в 1962 г. издательством «Воениздат» [5]. Информационно-психологическую войну Почепцов Г.Г. определяет, как психологическое ведение спецпропаганды в целях воздействия на сознание человека в идеологической и психоэмоциональной сферах [6]. Анализируя «Секреты психологической войны», Крысько В.Г. выделяет психологические факторы, на какие оказывается воздействие: взгляды; мнения; ценностные ориентации; настроения; мотивы; установки; стереотипы

⁷ Карпович, О.Г., Троянский, М.Г. По заветам рейхсминистра пропаганды. Информационная война против России вышла на новый виток / О.Г. Карпович, М.Г. Троянский // Труд. — 16 Января 2023. URL: https://www.trud.ru/article/16-01-2023/1458781_po_zavetam_rejksministra_propagandy.html (Дата доступа: 22.01.2023).

поведения; групповые нормы; массовые настроения; общественное сознание в целом [7]. Например, в главе 7 описаны методы воздействия в практике психологической войны, такие как: специфика применения убеждения; своеобразие использования внушения в практике психологической войны. В главе 8 представлены особые способы и приемы психологической войны, такие как: дезинформирование (обман); манипулирование, распространение слухов и мифов.

Евстафьев Д.Г. дает характеристику гибридных информационных войн нового поколения. «Информационные войны в течение длительного времени остаются интегрирующей платформой воздействия на социальные системы стран-конкурентов, причем возможности как деструктивного воздействия, так и конструирования чуждых, враждебных социо-информационных общностей многократно усиливаются технологиями цифровых интегрированных коммуникаций. В этих условиях принципиальной задачей становится рассмотрение развития технологий информационных войн в исторической преемственности и с учетом не только эволюции технологий информационного общества, но и его социально-политического содержания и наполнения» [8].

Роль и значение современных информационно-психологических войн в системе обеспечения национальной безопасности описывает Кравцов Д.Н. Определяет наиболее современные средства и методы её ведения, а также необходимость разработки и реализации мер противодействия её деструктивному влиянию. Отмечается, что в современных условиях ведения «гибридных войн» информационно-психологическое оружие является одним из основных средств ведения информационно-психологической войны. Автор обосновывает важность интенсификации работ по реформированию государственной политики в области обеспечения информационно-психологической безопасности с учетом необходимости противодействия деструктивному воздействию геополитических противников России, как угрозе национальной безопасности. Данное воздействие представляется как угроза национальной безопасности [9].

В исследовании Лукашовой Д.В. анализируются информационно-психологические войны с точки зрения использованных приёмов, методов и результатов воздействия на массовое сознание [10]. Опыт информационно-психологических войн в современных электронных СМИ анализирует Акопян Н.А., раскрывая психологические и лингвистические особенности публикаций, а также манипулятивный потенциал СМИ [11].

Механизм активизации установок, заложенных в сознание, при помощи медиа-воздействия основывается на известном эффекте прайминга [12]. Описывая прайминг и прайминг-эффекты Фаликман М.В. поясняет: «Прайминг» (от англ. глагола “to prime” — инструктировать заранее, давать предшествующую установку, эффекты предшествования) — явление имплицитной памяти, которое представляет собой либо (а) изменение скорости или точности решения задачи (перцептивной, мыслительной или мнемической), наблюдаемое после предъявления информации, связанной с содержанием или с контекстом этой задачи, но не соотносящейся прямо с ее целью и требованиями, либо (б) повышение вероятности спонтанного воспроизведения этой информации в подходящих условиях. Поскольку прайминг, вне зависимости от намерений человека, может повлиять на решение задачи как положительно, так и отрицательно, этот феномен традиционно относится к классу непроизвольных и неосознаваемых влияний на решение задач»⁸. Модель англосаксонской психологической операции, по признакам сходной с праймингом, анализирует Манойло А.В. [13]. Автор приходит к выводу о том, что модель англосаксонской психологической операции основана на

⁸ Фаликман М.В. Прайминг и прайминг-эффекты. URL: <http://old.virtualcoglab.ru/projects/priming.html> (Дата доступа: 16.01.2023).

использовании технологий политической поляризации, политической стратификации и управления групповым поведением посредством активизации "якорных" установок и инициирования цепных поведенческих реакций.

Международные конфликты вступили в новую межцивилизационную фазу и стали конфликтами ценностей, пишет Манойло А.В. «Это ведет к тому, что на смену институциональным методам урегулирования конфликтов приходят культурно-цивилизационные модели внешнего управления, основанные на технологиях информационно-психологического воздействия на систему ценностей и мировоззрение конфликтующих сторон» [13].

Обратимся к рассмотрению реальной практики работы центров информационно-психологических операций Вооруженных сил Украины (ВСУ). «Телефонный терроризм, мошенничество с банковскими картами, информационные вбросы, массовые дубли комментариев под популярными постами в социальных сетях. "Фабрики ботов" и целые кампании, провоцирующие страх и панику. Все это — работа Центров информационно-психологических операций ВСУ»⁹. Центры информационно-психологических операций (ЦИПО), являются частью Сил специальных операций Украины (до 2014 г. часть разведки ВМС Украины). Центры создавались с целью информационно-психологических диверсий в пространстве противника. В статье, размещенной в Интернет «Инфодиверсанты. Как действовал Центр инфо-психологических операций ВСУ»⁹ представлен разворот пособия ЦИПО «Российская пропаганда и гибридная война», сотрудникам объясняли, что их основная задача — противодействие «российской пропаганде». Оказывать противодействие рекомендуется в методичках ССО следующим образом: «Технологии манипуляции информацией: российский концепт:

- манипулирование чувствами и страхом;
- создание реальности при помощи телевидения;
- отключение исторической памяти;
- атмосфера аморальности»⁹.

Влияние информации и пропаганды на различные сферы и слои современного общества, инструментарий агрессивного информационного влияния и способы противодействия ему анализирует Ковалев А.А. [14]. «Мягкую силу» как скрытое пропагандистское использование в современной геополитике рассматривают Матвеев Ю.И., Галаева М.Г. [15].

Фразеология военного происхождения как оружие информационно-психологической войны в новостных публикациях ведущих американских и британских информационных агентств в социальной сети «Твиттер» исследуется Лупановой Е.В. [16]. Автор ставит целью исследования выявление воздействующего потенциала фразеологических единиц как оружия информационно-психологической войны. Анализируется характер использования устойчивых оборотов военного происхождения с входящими в их образное основание символическими смыслами, морально-нравственными ориентациями, ценностными установками и стереотипными представлениями в новейших типах медиадискурса. На материале новостных публикаций ведущих американских и британских СМИ на онлайн-платформе «Твиттер» с помощью лингвокультурологического метода Лупанова Е.В. обосновывает статус военной фразеологии как оружия информационно-психологической войны. Наряду с определением роли фразеологии военного происхождения в языке интернет-СМИ и выделением

⁹ Инфодиверсанты. Как действовал Центр инфо-психологических операций ВСУ. URL: <https://ria.ru/20220513/tsipso-1788372942.html> (Дата доступа: 08.01.2023).

когнитивных, этноспецифичных и культурных особенностей устойчивых оборотов военной субкультуры, автор выявляет функциональную специфику фразеологизмов как знаков языка и культуры, средств выражения культурных и субкультурных ценностей в текстах новостных сообщений ведущих информационных агентств США и Великобритании. Отмечается, что языковые единицы фразеологического фонда с заложенной в их семантику культурной коннотацией выступают одним из главных средств имплицитного выражения оценочного отношения в языке СМИ, выполняя функцию реализации идеологической модальности. Фразеологические единицы из сферы источника «Война» являются важным средством оказания воздействия на сознание массовой аудитории и мощном оружии информационно-психологической войны, заключает Лупанова Е.В.

Комическое как инструмент контрпропаганды в информационно-психологической войне

Аксиологический, коммуникативный, креативный и гелозоический (оптимизации психофизиологического состояния) механизмы комического (Мусийчук М.В.) [17–21] в период специальной военной операции как контрпропаганда представлены на основе художественных средств отражения комического: произведений живописи; экранной культуры (кадров из кинофильмов); кадров из мультипликационных фильмов и др. имеют ярко выраженный социальный характер, без чего превращаются в зубоскальство.

Креализованные тексты на основе живописи

Аксиологическая функция комического в период СВО представлен так же на основе произведений живописи. Так портрет Христофора Колумба, на Телеграм-канале Эскалибур сопровождается надписью: «Честно, мужики, знал бы, не открывал. Подпись Христофор Колумб». В данном примере, аксиологический механизм комического представлен в форме приема остроумия «намеки» на известное всем событие — открытие Америки Х. Колумбом.



Рисунок 1. Экс-глава МИД Австрии Карин Кнайсль опубликовала картину «Ходоки у Ленина» с Путиным вместо советского вождя и подписью: «Февраль, 2023 год. Путин принимает в Сочи делегацию ЕС (Эскалибур. Ходоки у Ленина. URL: <https://t.me/+xs3CSnjRU41yYzIy> (Дата доступа: 22.08.2022))

Еще один пример, так же из Телеграм-канала Эскалибур. Экс-глава МИД Австрии Карен Кнайсль, покинувшая страну из-за угроз физической расправы, опубликовала в соцсетях известную картину советского художника Владимира Серова «Ходоки у Ленина» с некоторыми изменениями (рис. 1). На картине изображён Путин вместо советского вождя и подписью: «Февраль, 2023 год. Путин принимает в Сочи делегацию ЕС». «И однажды придёт время для дипломатии, настоящих разговоров», — написала Кнайсль¹⁰. Комизм данной ситуации достигается использованием приема остроумия «смещение стилей или совмещение планов».

Креализованные тексты на основе кадров из кинофильмов

Аксиологический механизм комического как контрпропаганда также представлен в экранной культуре (кинофильмах). На канале Телеграмм ВС РФ освещается проблема, рассматриваемая на Советствии Еврокомиссии по вопросу распределения газа осенью 2022 г. Креализованный текст включает фрагмент фильма «Особенности национальной рыбалки». Персонаж показывает фиги, поочередно всем участникам беседы¹¹. Прием остроумия «буквализация метафоры».

Контрпропаганда в креализованном тексте на основе кадра из телефильма «Формула любви» Марка Захарова по сценарию Григория Горина организована вокруг фразы «Евросоюз должен гарантировать себе широкий доступ к редкоземельным ресурсам по всему миру — Урсула шфон дер Ляйнен». На кадре из фильма текст: «Скажите, а вы из принципа игнорируете здравый смысл, или у Вас к нему личная неприязнь?» Прием остроумия «ирония» как учтивая насмешка (рис. 2)¹².

Евросоюз должен
гарантировать себе широкий
доступ к редкоземельным
ресурсам по всему миру -
Урсула шфон дер Ляйнен

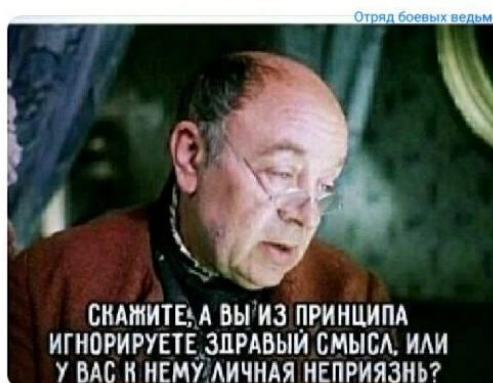


Рисунок 2. Скажите, а вы из принципа игнорируете здравый смысл, или у Вас к нему личная неприязнь? (Первый Патриотический. Скажите а вы из принципа игнорируете здравый смысл. URL: <https://t.me/+8LMurxgTnHk1ZDdi> (Дата доступа: 26.09.2022))

¹⁰ Эскалибур. Ходоки у Ленина. URL: <https://t.me/+xs3CSnjRU4IyYzIy> (Дата доступа: 22.08.2022).

¹¹ ВС РФ. Советствие Еврокомиссии по вопросу распределения газа осенью 2022 года <https://t.me/c/1211240886/12518> (Дата доступа: 27.08.2022).

¹² Первый Патриотический. Скажите, а вы из принципа игнорируете здравый смысл URL: <https://t.me/+8LMurxgTnHk1ZDdi> (Дата доступа: 26.09.2022).

На основе кадра из фильма «Семнадцать мгновений весны» со Штирлицем и Борманом: «Объясните, Штирлиц, почему в вашем доме есть вода, отопление и главное — туалетная бумага?» И резюме: «Шел восьмой пакет санкций... Штирлиц никогда еще не был так близок к провалу»¹³. Прием остроумия «сравнение» как характеристика одного явления с разных точек зрения.



Рисунок 3. Первый Народный Кузнец Вакула поперся в Питер просить черевички у Екатерины (Первый Народный. Кузнец Вакула поперся в Питер просить черевички у Екатерины. <https://t.me/+WP5rcDNwEQAzM2Uy> (Дата доступа: 01.12.2022)). Фильм «Вечера на хуторе близ Диканьки» снят в 1961 году знаменитым режиссером-сказочником Александром Роу (1906–1973) (Народный артист РСФСР, 1968)

В повести Николая Васильевича Гоголя «Ночь перед Рождеством» (1832) кузнец Вакула говорит: «Хочу у матушки царицы попросить для своей будущей жинки черевички!» На основе кадра из фильма размещен следующий текст: «Если кто-то думает, что хохлы только недавно стали попрошайками, то вспомните Гоголя. Кузнец Вакула поперся в Питер просить черевички у Екатерины. И те поношенные. А теперь они ей памятник сносят. Неблагодарные»¹⁴.

В данном примере комическое реализовано на основе приема остроумия «намек» или точно наведенная цепь ассоциаций» в форме сознательного предъявления явления, события, состояния без прямого названия (перифраз — греч. описательное выражение, иносказание).

Креализованные тексты на основе кадров из мультфильмов

Рассмотрим креализованные тексты на основе кадров из мультипликационных фильмов. В Телеграмм на Первом Патриотическом представлено «Сегодняшнее утро на Украине»¹⁵. В данном примере контрпропаганды комизм достигается за счет таких приемов остроумия как «буквализация метафоры». На рисунке 4 представлен образец контрпропаганды в форме

¹³ Россия сейчас. Объясните, Штирлиц. URL: <https://t.me/+7W2WZ9ZFhapmMTRi> (Дата обращения: 10.10.2022).

¹⁴ Первый Народный. Кузнец Вакула поперся в Питер просить черевички у Екатерины. URL: <https://t.me/+WP5rcDNwEQAzM2Uy> (Дата доступа: 01.12.2022).

¹⁵ Первый Патриотический. В какой области у меня жужжит. URL: <https://t.me/+8LMurxgTnHk1ZDdi> (Дата доступа: 31.10.2022).

креализованного текста, составленный по мотивам трилогии о Малыше и Карлсоне шведской писательницы Астрид Линдгрен. Малыш отвечает на вопрос домохозяйки (домработница) фрекен (не бывшая замужем женщина) Хильдур Бок (швед. fröken Hildur Bock) в какой области у неё жужжит (подразумевается личность персонажа). Малыш отвечает: «В Львовской». Таким образом реализуется прием остроумия «буквализация метафоры» и одновременно прием остроумия «намека» или «что наведенная цепь ассоциаций, в форме намека на известные всем события (аллюзия)».



Рисунок 4. «Сегодняшнее утро на Украине» (Первый Патриотический. В какой области у меня жужжит. <https://t.me/+8LMurxgTnHk1ZDdi> (Дата доступа: 31.10.20.22))

Перейдем рассмотрению контрпропаганды на основе мультфильма «Свинка в обмороке» (рис. 5).



Рисунок 5. Мультфильм «Свинка в обмороке»
(URL: https://bloknot.ru/wp-content/uploads/2022/10/1495114_600.jpg)

«Девушка из города Сочи Краснодарского края создала сатирический мультсериал про отношения России и Украины. Нерадивая Свинка, в образе которой россиянка изобразила Незалежную, все время норовит сделать пакость, а терпеливый Медведь, олицетворяющий Россию, старается ее перевоспитать. Мульт «Свинка в обмороке» сочинка разместила в своем телеграмм-канале, и долгое время он оставался в тени. Но девушка настойчиво развивала сюжет, и однажды проснулась знаменитой.

Сейчас ее «Свинку» знают и смотрят не только в России, но и, без преувеличения, по всему миру¹⁶.

Автор канала «Свинка в обмороке» Евгения пишет: «Я читаю новости во многих зарубежных источниках и вижу, что все подается в одном ключе — против русских. И это, собственно, и подтолкнуло менять статью еще одним голосом, тем, кто будет объяснять ситуацию глазами русских. Потому что это как в драке: двое подрались, но одному сразу заткнули рот, слушают только второго. На чьей стороне будет правда? Невероятно обидно, когда на твою страну льют гадости, а ты ничего не можешь сказать. Вот это и есть причина, по которой я стала создавать такую сказку»¹⁶.

В реализованном тексте из мультфильма «Свинка в обмороке» Медведь (символ России), наказывает Свинку (в данном контексте символ Украины), таким образом, как иногда воспитывают детей. Обратим внимание на вербализацию происходящего. В уста Медведя вложен следующий текст: «Кто орал: москаляку на гиялку». Если перевод данного выражения довести до логического конца, то фраза будет звучать таким образом — «повешать русского»¹⁷. Прием остроумия в данном примере реализован «намеком или точно наведенная цепь ассоциаций» в форме упоминания без подробного обсуждения предмета (претиоризация). Лозунг был популярен в Киеве ввремя Евромайдана (2014).

¹⁶ «СВО — Свинка в обмороке»: как девушка из Сочи создала мегапопулярный мультсериал про отношения России и Украины. URL: <https://bloknot.ru/obshhestvo/svo-svinka-v-obmoroke-kak-devushka-iz-sochi-sozdala-megapopulyarny-j-mul-tserial-pro-otnosheniya-rossii-i-ukrainy-1006471.html> (Дата доступа: 31.10.2022).

¹⁷ «И что самое примечательное, что среди русского населения таких пожеланий в адрес украинского народа до сих пор нет и не может быть. Но вот украинцы, братский народ, почему-то желают нам такого страшного будущего». URL: http://chtooznachaet.ru/vyrazhenie_moskaljaku_na_giljaku.htm (Дата доступа: 22.01.2023).

В основу контрпропагандистских рисунков по мотивам мультфильма «Винни-Пух» (1969)¹⁸ положена книга Милна А. о Винни-Пухе с классическими иллюстрациями Шепарда Э. в пересказе Бориса Заходера. И так, диалог Винни-Пуха и Пятачка представлен на картинках (рис. 6). После ознакомления с украинским Телеграмм Винни-Пух спрашивает «Пятачок, а у тебя дома остались Калибры?»¹⁹.



Рисунок 6. «Пятачок, а у тебя дома остались Калибры?» (Россия сейчас. Почитаю украинский телеграмм. Пятачок у тебя дома остались Калибры. https://t.me/+LwySkUQA_VNjNzZi (Дата доступа: 22.01.2023))

Прием остроумия, положенный в основу создания комического эффекта в ситуации контрпропаганды — «намеки», в форме упоминания без подробного обсуждения предмета (предиоризация).

Креализованные тексты. Разное

В Телеграмм-канале «Первый патриотический» представлен креализованный текст следующего содержания (рис. 7). Комический эффект в данном креализованном тексте реализован на основе приема остроумия «буквализация метафоры»²⁰.

¹⁸ В 1976 году за работу над фильмом режиссёр Фёдор Хитрук был удостоен Государственной премии СССР. В 2017 году в честь цикла мультфильмов Банк России выпустил два вида памятных монет — в обычном исполнении номиналом 25 рублей и в особом исполнении из серебра номиналом 3 рубля.

Кадры из мультфильма изображены на почтовых марках СССР 1988 года и России 2012 года. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B8%D0%BD%D0%BD%D0%B8-%D0%9F%D1%83%D1%85_\(%D0%BC%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%84%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D0%BC\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B8%D0%BD%D0%BD%D0%B8-%D0%9F%D1%83%D1%85_(%D0%BC%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%84%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D0%BC)) (Дата доступа: 22.01.2023).

¹⁹ Россия сейчас. Почитаю украинский телеграмм. Пятачок у тебя дома остались Калибры. URL: https://t.me/+LwySkUQA_VNjNzZi (Дата доступа: 22.01.2023).

²⁰ Раскин Э. Тайна синей изоленты. URL: <https://www.avtovzglyad.ru/fan-zona/starohod/2018-11-02-tajna-sinej-izolenty-kak-ispolzovali-klejkuju-lentu-sovetskie-avtovladeltsy/> (Дата обращения: 04.11.2022).



Рисунок 7. *Первый Патриотический. Синяя изолента и ремонт Польши. (Первый Патриотический. Синяя изолента и ремонт Польши. URL: <https://t.me/+8LMurxgTnHk1ZDdi> (Дата обращения: 04.11.2022))*

Вывод

Актуальность исследуемой проблемы «комическое как инструмент контрпропаганды в информационно-психологической войне на примере креализованных текстов в период специальной военной операции» определяется, прежде всего, тем, что начался новый этап психологической войны против России. Речь идет о запуске процессов, способных изнутри деморализовать и расколоть российское общество. Актуальность так же обусловлена тем, что в современной мире против России работают информационно-психологические центры. Информационно-психологическая война определяется, как психологическое ведение спецпропаганды в целях воздействия на сознание человека в идеологической и психоэмоциональной сферах. Выделяются объекты психологического воздействия: взгляды; мнения; ценностные ориентации; настроения; мотивы; установки; стереотипы поведения; групповые нормы; массовые настроения; общественное сознание в целом. Значима характеристика гибридных информационных войн нового поколения как интегрирующая платформа воздействия на социальные системы стран-конкурентов. Примечательно, что возможности как деструктивного воздействия, так и конструирования чуждых, враждебных социо-информационных общностей многократно усиливаются технологиями цифровых интегрированных коммуникаций и др. Такой подход сохраняет злободневность, — привлекает пользователя Интернет, формирует когнитивно-эмоциональная интенция. Аксиологический, коммуникативный, креативный и гелозоический (оптимизации психофизиологического состояния) механизмы комического (Мусийчук М.В.) в период специальной военной операции как контрпропаганда представлены на основе художественных средств отражения комического: произведений живописи; экранной культуры (кадров из кинофильмов); кадров из мультипликационных фильмов и др. имеют ярко выраженный социальных характер и в остроумной форме понятны и привлекательны для читателя.

В приведенных в статье примерах авторами выявлены различные приемы остроумия, являющиеся основанием для построения контрпропаганды в комической форме. Так на основе произведений живописи такие приемы остроумия как: намек или точно наведенная цепь ассоциаций; смешение стилей или совмещение планов. На основе кадров из кинофильмов такие приемы остроумия как: буквализация метафоры; ирония как учтивая насмешка; сравнение как

характеристика одного явления с разных точек зрения; намек или точно наведенная цепь ассоциаций. На основе мультипликационных фильмов контрпропаганда посторожена на таких приемах остроумия: буквализация метафоры и намек или точно наведенная цепь ассоциаций, в форме намека на известные всем события (аллюзия), намек, в форме упоминания без подробного обсуждения предмета (претиоризация).

ЛИТЕРАТУРА

1. Тимошина, В.М., Соснина, Т.Н. Информационно-психологическая война против России: методы воздействия и противодействия / В.М. Тимошина, Т.Н. Соснина // XIII Королёвские чтения: международная молодёжная научная конференция, сборник трудов, Самара, 06–08 октября 2015 года. — Самара: Самарский государственный аэрокосмический университет им. академика С.П. Королёва (национальный исследовательский университет), 2015 — С. 309 — EDN UWWBEZ.
2. Карпиленя, Н.В. О диалектике войны в контексте современных типов информационных "войн" и методов информационно-психологического противоборства / Н.В. Карпиленя // Архонт. — 2022 — № 1(28). — С. 29–42. — EDN RXQCZP.
3. Некляев, С.Э. Информационно-психологическая война в условиях сетевой войны как новая форма угрозы национальной безопасности / С.Э. Некляев // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2008 — № 5 — С. 35–51 — EDN KVAWNX.
4. Van Dijk, T. Discourse and Power. Contributions to Critical Discourse Studies / T. Van Dijk. — Houndsmills: Palgrave MacMillan, 2008. — 303 p. — P. 61. Text: unmediated.
5. Лайнбарджер, П. Психологическая война / Предисл. к рус. изд. А.Н. Ратников. Пер. Т. Белашенко, В. Катеринича, Ю. Морсина, П. Тесленко; под ред. Н. Берникова. М.: Воениздат, 1962. 352 с.
6. Почепцов, Г.Г. Информационно-психологическая война / Г.Г. Почепцов. М.: СИНТЕГ, 2000. 180 с. С. 10–16.
7. Крысько, В.Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт). / В.Г. Крысько. Минск: Харвест, 1999. 208 с.
8. Евстафьев, Д.Г. Информационные войны и психологические операции как базис гибридных войн нового поколения / Д.Г. Евстафьев, А.В. Манойло // Электронный научно-образовательный журнал "История". — 2021. — Т. 12. — № 6(104). — DOI 10.18254/S207987840016037-9. — EDN DNVJUC.
9. Кравцов, Д.Н. Роль и значение современных информационно-психологических войн в системе обеспечения национальной безопасности / Д.Н. Кравцов // Антропос: Логос и Теос. 2018. № 4. С. 212–219. EDN WRSNQQ.
10. Лукашова, Д.В. Информационно-психологические войны: приемы, методы и результаты воздействия на массовое сознание / Д.В. Лукашова, Е.Н. Старовойтова // PR и реклама: традиции и инновации. — 2011. — № 6–2. — С. 105–108. — EDN TCDWIF.

11. Акопян, Н.А. Опыт информационно-психологических войн в современных электронных СМИ / Н.А. Акопян // Медиасреда. — 2020. — № 2. — С. 126–129. — DOI 10.24411/2070-0717-2020-10222. — EDN NZDWWP.
12. Iyengar S., Kinder D.R. News that matters. Chicago: University of Chicago Press, 1987. 216 p.
13. Манойло, А.В. Англосаксонская модель операций информационно-психологической войны / А.В. Манойло // Национальная безопасность / nota bene. 2010. № 1(6). С. 84–91. EDN PWPJWV.
14. Ковалев, А.А. Информационные войны в современную эпоху / А.А. Ковалев // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота. — 2016. — № 7. Ч. 2. С. 71–74.
15. Матвеевко, Ю.И., Галаева, М.Г. «Мягкая сила» как фактор современной геополитики. / Ю.И. Матвеевко, М.Г. Галаева. PolitBook, 2015. № 1. С. 165–179. EDN: TWRULZ.
16. Лупанова, Е.В. Фразеология военного происхождения как оружие информационно-психологической войны / Е.В. Лупанова // Политическая лингвистика. — 2021. — № 5(89). — С. 122–127. — DOI 10.26170/1999-2629_2021_05_14. — EDN GIRCYB.
17. Мусийчук, М.В. Контент-анализ юмористического содержания в речи современных политиков / М.В. Мусийчук // Актуальные проблемы современной науки, техники и образования: тезисы докладов 76-й международной научно-технической конференции, Магнитогорск, 16–20 апреля 2018 года. Магнитогорск: Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова, 2018. С. 327–328. EDN XNEROP.
18. Мусийчук, М.В. Остроумие как кризисная коммуникация в Internet политических лидеров России в период специальной военной операции / М.В. Мусийчук // Мир науки. Педагогика и психология. 2022. Т. 10. № 3.
19. Гневэк, О.В., Мусийчук, М.В. Психолингвистические способы формирования русофобии в современном мире и социальные последствия их реализации / О.В. Гневэк, М.В. Мусийчук // Образ России в условиях информационной войны конца XX — начала XXI в. Тенденции обновления политического дискурса: Материалы международной научной конференции, Магнитогорск, 23–25 ноября 2017 года / Под редакцией С.Г. Шулежковой. Магнитогорск: Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова, 2017. С. 292–306. EDN YRDEGU.
20. Мусийчук, М.В. Аксиологическая функция юмора как отражение индивидуального смысла в культуре / М.В. Мусийчук // В сборнике: Психология индивидуальности. Материалы II Всероссийской научной конференции. 2008. С. 329–330.
21. Мусийчук, М.В., Мусийчук, С.В. Социальные функции механизмов юмора в политической карикатуре / М.В. Мусийчук, С.В. Мусийчук // Общество: политика, экономика, право. 2015. № 4. С. 12–14.

Musiichuk Mariia Vladimirovna

Nosov Magnitogorsk State Technical University, Magnitogorsk, Russia
E-mail: mv-mus@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9686-6527>

RSCI: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=390247

SCOPUS: <https://www.scopus.com/authid/detail.url?authorId=6504833157>

Web of Science: <https://www.webofscience.com/wos/author/rid/AAI-7929-2020>

Musiichuk Sergey Vacilevich

Sochi State University
Anapa branch, Anapa, Russia

E-mail: sv-mus@mail.ru

RSCI: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=390248

Web of Science: <https://www.webofscience.com/wos/author/rid/AAB-8500-2020>

The comic as a tool of counter-propaganda in the information-psychological warfare on the example of created texts during the period of a special military operation

Abstract. The authors emphasize that the relevance of the problem under study "the comic as a tool of counter-propaganda in the information-psychological war on the example of created texts during the period of a special military operation" is determined primarily by the fact that a new stage of the psychological war against Russia has begun. We are talking about launching processes capable of demoralizing and splitting Russian society from within. The relevance is also due to the fact that in the modern world, information and psychological centers work against Russia.

The article discusses the fundamental definitions of the concept of information-psychological warfare. Information-psychological warfare is defined as the psychological conduct of special propaganda in order to influence the consciousness of a person in the ideological and psycho-emotional spheres (Pocheptsov G.G.). The objects of psychological influence are distinguished: views; opinions; value orientations; sentiments; motives; installations; stereotypes of behavior; group norms; mass sentiment; public consciousness as a whole (Krysko V.G.).

The hybrid information wars of the new generation are characterized as an integrating platform for influencing the social systems of competing countries, and the possibilities of both destructive influence and the construction of alien, hostile socio-informational communities are greatly enhanced by digital integrated communications technologies (Evstafiev D.G.) and others.

The methodological basis is the identification of the ideological aspects of cultural practices and ideological messages contained in the mass media texts, which are a means of changing the political order. The well-known phrase "a lie repeated a thousand times becomes the truth" turned out to be the main element of the anti-Russian strategy. At present, it is much easier to quickly expose a lie and bring its authors to clean water. The authors also refer to the methodological foundations for solving the problem posed a formalized scheme of witty techniques Luk A.N. And let's also add one more thought to Luka A.N. what keeps it topical attracts the reader's interest, forms an emotional fund, outside of which the technique of wit is in most cases futile.

Research method: content analysis of news sites and Telegrams in order to identify comic in media texts as counter-propaganda in psychological warfare.

Axiological, communicative, creative and helozoic (optimization of the psychophysiological state) mechanisms of the comic (Musiychuk M.V.) during the period of a special military operation as counter-propaganda are presented on the basis of artistic means of reflecting the comic: paintings; screen culture (frames from films); frames from animated films, etc. have a pronounced social

character, without which they turn into scoffing. The analysis was carried out in order to identify witty techniques that contribute to the emergence of a cognitive-affective reaction among Internet users. In the examples included in the article, the authors identified various witty techniques that are the basis for constructing counter-propaganda in a comic form. So, on the basis of works of art, such techniques of wit as: a hint or a precisely induced chain of associations; mixing styles or combining plans. On the basis of frames from films, such witty techniques as: literalization of metaphor; irony as polite mockery; comparison as a characteristic of one phenomenon from different points of view; hint or precisely induced chain of associations.

Keywords: comic as a tool of counter-propaganda; information-psychological warfare; crealized texts; special military operation; witty tricks; priming; information manipulation technologies; artistic means of reflecting the comic