

Горбатюк Микола. «Мова ненависті» як складова інформаційної війни у російсько-українському збройному конфлікті 2014–2022 рр.



ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2928-9229>

Старший науковий співробітник, Інститут політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України, кандидат історичних наук, старший науковий співробітник.

E-mail: m_gor@ukr.net

© Микола Горбатюк, 6 червня 2022 р.

У статті проаналізовано основні підходи до розуміння поняття «мова ворожнечі», дано низку визначень поняття, показано механізми, за допомогою яких «мова ворожнечі» впливає на емоційний стан особи і досягає мети поділу членів суспільства на «ми» і «вони». Проведено класифікацію основних виявів «мови ненависті», що фіксувалася в інформаційному полі України і Росії у період російсько-української війни 2014–2022 рр. Наведено приклади висловлення «мови ворожнечі» з обох сторін. На основі аналізу даних зовнішніх досліджень зроблено висновки про те, що у російському інформаційному полі медіаповідомлень, що містили «мову ворожнечі» щодо України, продукувалося значно більше, ніж в українському – стосовно Росії. Прослідковано зміну ставлення державного апарату, ЗМІ та громадян України щодо «мови ненависті» проти Росії після початку останньою повномасштабного військового вторгнення. Наведено приклади втілення «мови ненависті» проти російських окупантів у лексичних та візуальних формах. Особливу увагу приділено аналізу реалізації «мови ненависті» через мему, показано механізм їх дії, наведено найбільш показові приклади. Також прослідковано реалізацію «мови ненависті» у сучасній масовій культурі – музиці та відеокліпах.

Ключові слова: «мова ненависті», російсько-українська війна, інформаційна війна, пропаганда, мем.

Mykola Gorbatyuk. «Hate speech» as a component of the information war in the Russian-Ukrainian armed conflict of 2014–2022. The article analyzes the main approaches to understanding the concept of «hate speech»,

gives a number of the concept definitions, shows the mechanisms by which «hate speech» affects the emotional state of a person and achieves the goal of splitting the members of society into «we» and «they». The author classifies the main manifestations of «hate speech», which was recorded in the information field of Ukraine and Russia during the Russian-Ukrainian war of 2014–2022 and provides the examples of the «hate speech» expressions by both sides. Based on the analysis of external research data, conclusions have been derived that in the Russian information field, media reports containing «hate speech» about Ukraine produced much more than in Ukraine about Russia. Has been tracked the change of the attitude of the state apparatus, mass media and citizens of Ukraine towards the «hate speech» against Russia since the beginning of the last full-scale military invasion. Have been set the examples of the implementation of «hate speech» against the Russian occupiers in lexical and visual forms. Particular attention is paid to the analysis of the implementation of «hate speech» through memes, the mechanism of their action is shown, the most illustrative examples are given. The implementation of «hate speech» in modern mass culture – music and videos – is also traced.

Keywords: hate speech, Russo-Ukrainian War, information war, propaganda, meme.

Із вступом людської цивілізації у фазу постіндустріального суспільства роль інформації виросла настільки, що вона почала відігравати одну із ключових ролей у всіх сферах людського життя, у тому числі у сфері конфліктів і війни. Неодмінною складовою усіх теперішніх збройних конфліктів є інформаційна війна, яка переважає традиційну війну завдяки 1) швидкості та ефективності, 2) відносній дешевизні; 3) здатності завдати значної шкоди, не вбиваючи фізично ворога та не руйнуючи його інфраструктуру. Маніпулюючи та експлуатуючи переконання, страхи та дискурс опонента, інформаційна війна здатна навіть забезпечити перемогу над ним із довгостроковими ефектами. Використання «мова ворожнечі» як головної зброї інформаційної війни стало можливим із появою технічних можливостей для

масового споживання інформації. Спочатку це були газети, згодом радіо і телебачення, а з початку XXI ст. – соціальні мережі. Саме завдяки останнім «мова ворожнечі» набула гігантських масштабів, миттєво охоплюючи широку аудиторію і завдаючи відчутних збитків.

Вивчення феномену «мови ворожнечі» як елемента інформаційної війни ще довго (а, можливо, й ніколи) не втратить своєї актуальності, зважаючи на ті катастрофічні і жахливі наслідки, до яких призвело її застосування. У цьому контексті буде достатньо згадати розпалювання геббельсівською пропагандою ненависті до євреїв у нацистській Німеччині, що призвело до Голокосту, та цькування народності тутсі радіостанцією «Вільне радіо і телебачення тисячі пагорбів», наслідком якого став геноцид у Руанді під час якого, за 100 днів загинуло близько 800000 осіб. Також дослідження актуалізується потребою розробки адекватної відповіді на мову ворожнечі, яка забезпечила б відстоювання національних інтересів і при цьому не призводила до ескалації конфлікту.

На сайті ООН зазначається, що мовою ворожнечі може бути будь-яка комунікація, зокрема, у вигляді зображень, відео, пісень тощо, у мові, письмі чи поведінці, що є агресивною або такою, що використовує принизливі чи дискримінаційні висловлювання стосовно особи чи групи просто на основі того, ким вони є. Дискримінація буває за ознакою релігійної чи етнічної належності, національності, раси, кольору шкіри, походження, статі, стану здоров'я, сексуальної орієнтації, гендерної ідентичності чи за іншими ознаками [1]. Подібним чином

тракує мову ворожнечі і Рада Європи, вбачаючи під цим явищем різні форми вираження, які пропагують, підбурюють або виправдовують ненависть, насильство та дискримінацію щодо особи чи групи осіб з різних причин [2]. ОБСЄ визначає «мову ворожнечі» як «різноманітні види висловлювань, засновані на ворожнечі, що демонструють чи розпалюють ворожнечу щодо групи осіб (чи окремої особи) через її належність до групи» [3].

Мова ворожнечі, що підбурює до насильства, заборонена міжнародним правом. Відповідно до ст. 20 «Міжнародного пакту про громадянські і політичні права» будь-які пропаганда війни чи виступи на користь національної, расової чи релігійної ненависті, що являє собою підбурювання до дискримінації, ворожнечі або насильства, повинні бути заборонені національним законодавством [4]. Прямої заборони на hate speech в українському законодавстві немає, але ст. 161 Кримінального кодексу України передбачає низку санкцій за умисні дії, спрямовані на розпалювання національної, регіональної, расової чи релігійної ворожнечі та ненависті [5].

У нашому дослідженні мова ворожнечі розглядається у контексті інформаційної війни та пропаганди у військовий час та передбачає використання ненависницької дискримінаційної риторики щодо опонентів комунікатора. У такому контексті «мова ворожнечі» чи «риторика ненависті», також відома як «мовлення завдання шкоди» (harmful speech; speech of harm), «небезпечна мова» (dangerous speech), «мова страху» (fear speech) та ін. [6, p. 20–21]. Близьким для нас є

визначення «мови ворожнечі», запропоноване І. Гальярдоне та його колегами: «Вирази, які пропагують підбурювання до шкоди (зокрема, дискримінацію, ворожість або насильство) на основі ототожнення особи з певною соціальною або демографічною групою» [7]. Існують також твердження, що «риторикою ненависті» є «комунікація, яка не несе жодного іншого сенсу, крім вираження ненависті до певної групи, особливо в умовах, коли комунікація може спровокувати насильство» [8].

Об'єктом для «hate speech» зазвичай вибирається особа або група осіб, що підпадає під визначення «іншого» за расовою, цивілізаційною, етнічною, релігійною, партійною, статевою чи іншими ознаками. Корпус «риторики ненависті» великий і нечіткий, це не обов'язково має бути прямий заклик до насильства чи вбивства. Часто висловлювання носять непрямий характер, де в іронічній формі цілеспрямовано формується стереотипний образ іншого, але у негативному світлі. Єдине явне визначення, яке завжди буде чітко простежуватися – це протиставлення «я», «ми» – «інші». Метою висловів «мови ненависті» є делегітимізація членів аутгрупи з боку інгрупи. Як стверджує ізраїльський психолог Д. Бар-Тала, «делегітимізація може розглядатися як відмова певній групі в праві вважатися людською» [9, р. 170]. Процес делегітимізації має три складові: негативна характеристика, дегуманізація і відкидання (заперечення).

«Мову ворожнечі» потрібно відрізнити від нецензурної лайки чи образливої лексики. Не є «мовою ворожнечі» вислови, що містять негативну оцінку конкретної особи чи погрози на її адресу, але при цьому не ототожнюють її з

конкретною соціальною групою. Про «мову ворожнечі» можна говорити лише тоді, коли агресивні чи зневажливі вислови стосуються приналежності особи до певної соціальної групи за політичними, релігійними, етнічними, статевими чи іншими ознаками. Також її використовують з метою підбурювання інших чинити акти насильства, залякування, ворожнечі або дискримінації проти тих, на кого спрямовано «мову ворожнечі» [10].

В основі функціонування «мови ворожнечі» як феномена суспільного буття лежить прагнення особи бути приналежною до певної групи, як фактора безпеки. При цьому відбувається перехід особистості до загальної соціальної ідентичності, духовної єдності, саме тому слова ненависті, спрямовані на окремого індивідуума, сприймаються як образа всієї спільноти. Колективна тотожність, яка визначається діленням на «своїх» та «чужих», украй чутлива до зовнішньої агресії. Будь-яке інакодумство протилежної групи провокує обурення і спонукає зовсім незнайомих людей, яких об'єднують спільні цінності, колективна пам'ять, ставати на захист своєї гідності та гідності своїх однодумців. Соціальні маніпулятори, які породжують «мову ворожнечі», створюють інгрупу (свої) та аут групу (чужі), представляють аутгрупу такою, що становить загрозу для інгрупи, наділяючи її рисами, що не є притаманними загальноприйнятим стереотипам суспільства (наприклад: мем про «бандерівців», які їдять немовлят російськомовних українців) [11, с. 280].

Застосування hate speech має на меті передусім

викликати в опонента емоції, наприклад неприязнь, хвилю обурення чи, навпаки, щире прихильність, зацікавленість. Емоції добре продаються, запам'ятовуються, емоційні слова впливають сильніше будь-яких раціональних. Вони є найкоротшим шляхом до мозку людини, адже не вимагають тривалих міркувань. Емоції ж, подані через візуальний образ, а не текст, засвоюються аудиторією швидше та ефективніше, адже зображальна мова є універсальним набором символів, що миттєво зчитується аудиторією, не потребує декодування та легко засвоюється на рівні підсвідомості [12].

Взаємини між українцями і росіянами, не зважаючи на створений радянською ідеологічною машиною міф про братські народи, ніколи не були безхмарними. Радянська, а згодом російська пропаганда ретельно змальовувала українців як нацистських колаборантів, незважаючи на те, що у лавах Вермахту та СС служили близько мільйона росіян порівняно з кількома тисячами українців. У часи СРСР та перше десятиліття після його розпаду, протистояння переважно зводились до булінгу українців із використанням епітетів «хохол», «бандерівець» та «молодший брат», за що росіяни отримувало у відповідь – «кацап», а також анекдотів про збірний образ «росіянина» і «українця», де висміювалися негативні риси обох народів. Перші кроки до ескалації словесного протистояння зробила Росія синхронно із відновленням і зміцненням імперського міфу та небажанням приймати європейський цивілізаційний вибір українців, зроблений ними під час «помаранчевої революції». Перманентне зростання «мови ненависті» росіян щодо українців досягло свого апогею в часи Євромайдану і стало

частиною державної внутрішньої та зовнішньої політики Російської Федерації в часи окупації Криму, війни на Донбасі та повномасштабної війни 2022 р. Російсько-українська інформаційна війна велася і ведеться за програмування мислення як своєї сторони, так і протилежної в потрібному напрямі. І не просто за програмування, а за перепрограмування, в межах якого повністю міняються місцями поняття «друг» і «ворог» [13, с. 94].

Загалом, у «мові ворожнечі» Росії/росіян проти українців можна виділити кілька груп:

1. Мова ворожнечі проти українців як народу. Користувачі російських соцмереж демонстрували глибоку ненависть при описі українців як нації, стверджуючи, що «українці не слов'яни», використовували принизливі назви «хохли», «укропи», «хохловиродки», «хохломразі», «хохлодурка». Крім того, відоме українське гасло «Слава Україні» часто трансформувалося в образливу форму «Сало уронили» і т.д.

2. Мова ворожнечі проти українців як політичної спільноти. Надання українській владі нацистських ознак виливалося у застосуванні щодо неї термінів «нацисти», «фашисти», «нацистська хунта», «укрохунта», «кривава хунта», «людожерська хунта», «фашистська хунта», «карателі», «неонацики», «вишиватники» і т.д. Мова ворожнечі активно використовувалася проти учасників Євромайдану та Революції гідності, яких зневажливо називали «майдауни» (поєднання слів «майдан» і «хворий на синдром Дауна») або «майдануті», «свідомі».

3. Мова ворожнечі проти України як держави. Часто

використовувався російський наратив про Україну як «failed state», в публічному просторі Україну називали «недострана» чи «страна 404». Також, зі зневажливою конотацією використовувалися такі назви як «Незалежна», «Ненька», «Свідома», «Окраїна», «Салорейх».

4. Мова ворожнечі проти кримських татар і мусульман загалом, яких переважно називали джихадисти, карателі, кримськотатарські радикали, радикальні ісламісти, русофоби, екстремісти, баламути, моджахеди, бандити, п'ята колона.

5. Мова ненависті щодо європейського цивілізаційного вибору українців та їх євроінтеграційного вектору руху. У цьому контексті Європу описували як «вмираючу», «Содом і Гомору», посиляючись на розширення прав секс-меншин, мовляв «Європа пропагує перелюб, невірність і гріх» [14].

Мова ненависті щодо українців є доволі поширеним явищем і у російському кіно та телебаченні, а також у музиці. Майже хрестоматійним прикладом є кримінальний бойовик «Брат 2», який ряснить ксенофобськими висловами щодо багатьох народів, у тому числі українців, яких головний герой стрічки називає «бандерівцями». За наявність «у фільмі сцен, що є принизливими для українців за національною ознакою, а також через некоректність демонстрації цього фільму в час агресії на Сході країни», кінострічка була заборонена в Україні у лютому 2015 р. [15].

Ненавистю до українців сповнена пісня під назвою «Хохли» російського шансон-гурту «Воровайки». Зокрема, там є такі слова:

*Как вот получилось, что хохлы зазнались
И американцам за гроши продались
Думали – поможет, денег даст Европа
Оказалось – фуфел, пей-гуляй босота*

*Курица – не птица, хохлы – не заграница
Крым теперь ночами Порошенко снится*

*Что же там творится, в голове чубатой
Дать бы по загривку дуракам лопатой
В Раде гомосеки требуют парады
Вот, и флаг им в руки, пусть, гуляют гады.*

*Смелости нам хватит, хватит интересу
Если будет надо, заберем Одессу [16].*

У відповідь в українському інформаційному просторі стали висміювати російський офіціоз, спрямований на міфологізацію і звеличення перемоги СРСР у Другій світовій війні. З'явилися нові мему, такі як «діди воювали», «ватники» (збірний образ твердолобого російського патріота, фанатично відданого ідеї «Руського миру»), «колоради» (зневажлива назва прибічників традиційних радянських цінностей та сепаратизму на сході України, які на позначення своєї політичної позиції носять чорно-оранжеві георгіївські стрічки; походить від схожості кольорів цієї стрічки із забарвленням крилець колорадського жука).

У 2014–2020 рр. було проведено низку досліджень російської та української «мови ненависті» (аналіз публікацій у ЗМІ та дописів у соціальних мережах), які виявили наявність у ній спільних та відмінних рис. Зокрема, дослідниця з Австрії І. Постік проаналізувавши по п'ять найбільш популярних російських

(Комсомольская правда (<http://www.kp.ru>), Lenta.ru (<https://lenta.ru>), Московский комсомолец (<http://www.mk.ru>), РИА Новости (<http://www.ria.ru>), Vesti.ru (<https://www.vesti.ru>)) та українських (5 канал (<https://www.5.ua>), Громадське телебачення (<https://hromadske.ua/>), Канал 24 (<https://24tv.ua>), 1+1 / ТСН (<https://tsn.ua>), Українська правда (<http://www.pravda.com.ua>) інтернет-ЗМІ дійшла висновку, що і російські, і українські медіатексти на адресу свого сусіда значною мірою ідеологічно навантажені. Хоча ідеологічне навантаження російських та українських текстів відрізняються, їх головною спільною метою було, з одного боку, виправдати власну країну та її роль у конфлікті, а з іншого боку, очорнити іншу країну, її правлячу еліту, населення, іноземних союзників, спосіб життя тощо. Дослідниця констатує, що коли йдеться про аналітичний огляд російсько-українських двосторонніх відносин з осені 2013 р., основні ЗМІ обох країн переважно публікували пропагандистські матеріали [6, р. 136].

Крім того, як у російських, так і в українських медіа текстах наявна велика кількість «мови ворожнечі». В обох випадках основним її напрямком був націоналістичний: антиросійський для українських текстів і антиукраїнський для російських текстів. Водночас дослідження продемонструвало, що типовий український медіатекст містить менше русофобської мови ворожнечі на відміну від російських текстів, де кількість українофобської мови ворожнечі зашкалює.

Також було виявлено, що типовий російський основний медіатекст певною мірою використовує мову ворожнечі як інструмент пропаганди, тоді як типовий український

медіатекст – ні. З огляду на це дослідниця зробила висновок, що риторика російських медіатекстів із засиллям «мови ворожнечі» значною мірою збігається з атрибутами моделі гегемоністської пропаганди, тоді як українські медіатексти більше відповідають моделі класичної теорії пропаганди, оскільки ця теорія більш застосовна до оборонної інформаційної війни [6, р. 136].

Загальна тенденція для обох держав полягала в тому, що автори більшості текстів уникали використання дегуманізуючої риторики щодо «ворога», на відміну від історичних прикладів насильницької мови ворожнечі (тобто в Руанді). Основним інструментом пропаганди в обох випадках була скоріше емоційно насмішкувата риторика щодо іншої країни, ніж кричуща «мова ненависті» [6, р. 137].

Про те, що Українці були об'єктом цілеспрямованої «мови ненависті» у російських ЗМІ свідчить інформаційно-аналітична доповідь «Язык вражды в информационном пространстве Крыма». Так, наприклад, у результаті моніторингу основних російських телевізійних каналів («Россия-1», «НТВ» и «Первый канал») у період з 1 березня по 31 травня 2014 р. та 1 березня по 31 травня 2017 р. було виявлено, що більше ніж у половині випадків (57 %), «мова ворожнечі» спрямовувалося на українців (як етносу та/або як до громадянської спільноти людей) [17, с. 22].

На противагу цьому, українські ЗМІ використовували «мову ворожнечі» не так активно, як російські. Зокрема, за результатами контент-аналізу, проведеного Національною спілкою журналістів України (НСЖУ) та

Незалежним медіа профсоюзом України (НМПУ) у серпні 2015 р. було встановлено, що рівень використання «мови ворожнечі» в українських ЗМІ не був високим, і становив 1,7% від кількості повідомлень на тему Донбасу, Криму та Росії. «Мова ворожнечі» в основному використовувалася в повідомленнях про агресію Російської Федерації і значно менше – для оцінки подій на Донбасі. Найбільш вживаними в українських ЗМІ виявилися 9 груп слів і виразів для висвітлення подій в Донбасі, Криму та Росії, Цікаво, що належать до hate speech: «ватник» (22%), «москаль» (18%), «рашист, рашизм» (16%), «Мордор» (13%), «Лугандон» (9%), «колорад» (7%), «Раша, Рашка» (7%), «кацап» (5%), «московит» (3%). Найбільше до «мови ворожнечі» вдавалися Корреспондент.net (лідер - 30%), 24tv.ua; TSN.ua, Цензор.net, Голос України, Укрінформ, Лігабізнесінформ, Газета по-українськи і Сьогодні.ua [18].

Експерт з комунікацій Т. Матичак переконана, що на відміну від Росії, де пропагандистські повідомлення, що містять «мову ворожнечі» продукує і поширює державна машина, «в Україні антиросійську мову ворожнечі виробляють переважно звичайні люди» [14].

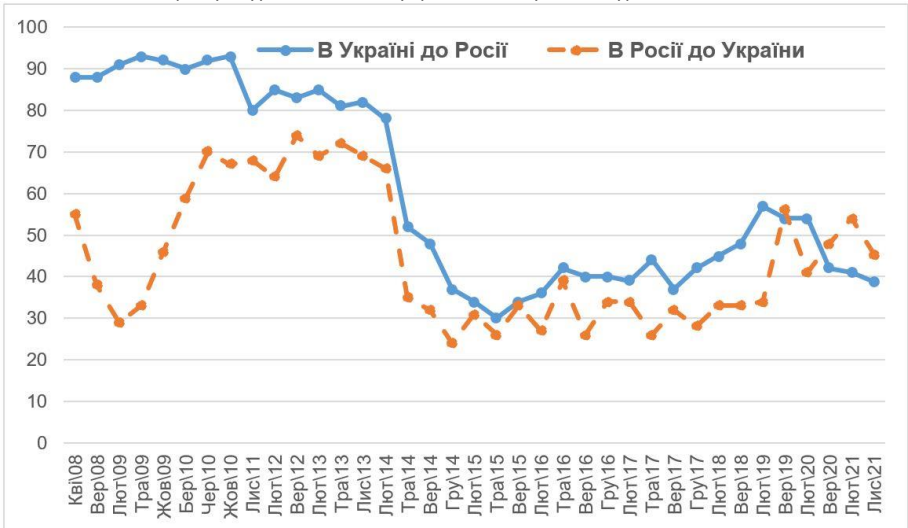
Те, що мова ненависті щодо українців стала частиною внутрішньої політики Росії, відобразилося на ставленні пересічних росіян до українців.

Час з липня 2010 р. до липня 2013 р. був періодом найкращого ставлення росіян до України, що очевидно, було пов'язано із позитивною оцінкою російською пропагандистською машиною діяльності тогочасного проросійського Президента України В. Януковича. За даними «Левада-Центр» у той проміжок часу «добре» до України ставилося від 64 % до 77 % росіян, «погано» – від

16 % до 26 %. Із початком Євромайдану це ставлення почало погіршуватися і у період з травня 2014 до травня 2019 р. близько 30 % росіян ставилися до України «добре», близько 60 % – «погано». Покращення ставлення росіян до України (близько 45 % – «добре») співпало із обранням президентом України В. Зеленського, що можна пов'язати із його миротворчою риторикою. На час початку концентрації російських військ на кордоні з Україною у листопаді 2021 р. «добре» до України ставилося 45 % росіян, «погано» – 43 % [19].

Симптоматично, що ставлення українців до Росії у досліджуваній час було на порядок кращим, ніж росіян до України. За даними КМІС у вересні 2012 р. – лютому 2014 р. «дуже добре/переважно добре» до росіян ставилося від 78 % до 88 % українців, тоді як «переважно погано/дуже погано» – від 7 % до 13 % респондентів. Погіршення ставлення співпало із захопленням Росією АР Крим та початком російсько-української війни на Донбасі. У період з травня 2014 р. до лютого 2019 р. близько 40 % українців ставилися до Росії «дуже добре/переважно добре» (найменше у травні 2015 р. – 30 %, найбільше у лютому 2019 р. – 57 %), тоді як «переважно погано/дуже погано» – близько 50 % (найбільше у травні 2015 р. – 57 %, найменше у лютому 2019 р. – 27 %). На час початку концентрації російських військ на кордоні з Україною у листопаді 2021 р. «дуже добре/переважно добре» до Росії ставилося 39 % українців, «переважно погано/дуже погано» – 47 % [19; 20].

Ставлення населення України до Росії та населення Росії до України, квітень 2008 р. – листопад 2021 р.



Джерело: Ставлення населення України до Росії та населення Росії до України, листопад 2021 року. URL:

<https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1078&page=4>

Відкрита військова агресія Російської Федерації 24 лютого 2022 р. кардинально змінила в Україні ставлення до «мови ненависті». З одного боку ракетні та артилерійські обстріли міст і вступ російських військ на територію України остаточно зняли «запобіжник», який стояв у свідомості громадян стосовно нелюбіві до росіян, і зробив hate speech щодо них цілком прийнятним і навіть бажаним. І іншого – в Україні почала працювати машина військової пропаганди, яка поставила за мету створити «демонічний образ» ворога та породити/зміцнити ненависть до нього серед місцевого населення; і «мова ворожнечі» для реалізації цієї мети підходить якнайбільше.

Дегуманізація противника обома сторонами також змінила свій характер. Вона стала більш різкою і безапеляційною. Якщо у період 2014–2021 рр. риторичку

взаємної дегуманізації росіян і українців політики та ЗМІ намагалися оминати (класичним прикладом дегуманізації є меми «укроп» і «колорад», коли ворога словесно знецінювали до рівня комахи, рослини чи неживої істоти), то починаючи із лютого 2022 р. це питання стало наріжним. Дегуманізація українців відбувалася тривалий час і на різних рівнях – починаючи із заяв В. Путіна про керівництво України як «зграю наркоманів і неонацистів» і закінчуючи філософськими текстами, що тиражуються російськими державними ЗМІ. Наприклад, на початку квітня сайт «РИА Новости» опублікував статтю, в якій стверджувалося, що «денацифікація» України потребує «ліквідації» українського керівництва і навіть знищення самої назви «Україна», бо бути українцем означало бути нацистом: «Українство – це штучна антиросійська конструкція, яка не має власного цивілізаційного змісту, є підпорядкованим елементом чужої та ворожої цивілізації» [21].

На противагу цьому дегуманізація росіян як народу чи нації із початком війни не відбулася, а «мова ненависті» була спрямована переважно на російських військових та політичне керівництво країни. Війна кардинально змінила форму, стиль та вміст інформаційних повідомлень у ЗМІ і дописів користувачів соціальних мереж в Україні. Заклики до фізичного знищення окупантів стало буденною нормою. А поширення фотознімків понівечених чи обгорілих тіл вбитих російських солдатів – рутинною справою тих, хто хоче бодай у такий спосіб долучитися до боротьби з окупантами. У цьому контексті дегуманізація переслідувала як мінімум дві мети: 1) психологічна

розрядка, випускання пари завдяки точковому спрямуванню негативних емоцій; 2) надання ворогу нелюдських рис, що знімало психологічні і етичні обмеження на його знищення.

Дегуманізація російських солдатів на рівні смислів відбувалася шляхом порівняння їх з орками – фантастичними істотами, служать силам Зла, поєднуючи в собі найгірші людські риси, військову міць та винахідливість, а також вирізняються дезорганізованістю, нечистоплотністю, великою чисельністю, проте низьким інтелектом і величезною злобою до всього навкрути [22]. «Мова ненависті» була спрямована і на російську державність, коли Росію порівнювали з фантастичним Мордором – країною орків.

«Мова ненависті» широко тиражувалася у мовленні офіційних осіб. Яскравим прикладом є голова Миколаївської ОВА В. Кім, деякі фрази якого стали крилатими: «Виходьте, мужики. Давайте їм наваляємо», «Орків дуже багато. Палимо, але вони все лізуть і лізуть» або «Давайте їх (окупантів – М. Г.) спалимо» тощо. Крім того, він активно використовував зневажливі епітети, стосовно російських військових, називаючи їх «засранцями» («засранці знову стріляють», «засраців постріляли, але деякі розбіглися, їх шукають») [23].

Значне поширення «мови ненависті» щодо окупантів стало можливим завдяки зміні компанією Meta своєї політики щодо мови ненависті (Hate Speech policy) – 10 березня 2022 р. користувачі Facebook і Instagram отримали дозвіл закликати до насильства проти росіян і російських солдатів у контексті вторгнення в Україну. Зокрема це стосувалося висловлювань: а) націлених на

російських солдатів, КРІМ військовополонених, або b) на росіян там, де це зрозуміло, що контекстом є вторгнення Росії в Україну. Соціальні мережі також тимчасово дозволили публікувати деякі пости із закликом до смерті президента Росії В. Пугіна та/або президента Білорусі О. Лукашенка. Тимчасові зміни політики щодо hate speech стосувалися не лише користувачів з України, а й Вірменії, Азербайджану, Естонії, Грузії, Угорщини, Латвії, Литви, Польщі, Румунії, Росії, та Словаччини [24]. Свою позицію у компанії Meta пояснили тим, що було б неправильно заважати українцям «виражати свій опір і лють проти військових сил вторгнення» [25].

Одним із найпоширеніших проявів мови ворожнечі в українському інформаційному просторі стали певні «ярлики» – переносники світоглядних ідей, які найчастіше називаються «мемами». На думку С. Жаботинської, меми – це колективне несвідоме в момент набуття словесної чи іншої знакової форми, в основі якого лежить висвічування ділянки «суспільного несвідомого» – теми, яка з якоїсь причини придушувалася [26, с. 38].

Найбільш відомим мемом, що фактично став лозунгом українців у війні, став вислів «Русский военный корабль, иди на**й!», який озвучив один із прикордонників української військової залоги на острові Зміїний у відповідь на вимогу російських військових з крейсера «Москва» та патрульного корабля «Василий Быков» скласти зброю та здатися. Мем став виявом колективного несвідомого українців у відносинах з усім російським, адже «йди на**й» – останній аргумент у суперечці зі співрозмовником, з яким неможливо ні про що

домовитись, коли залишається лише можливість повного і безповоротного розриву будь-яких стосунків. Війна до певної міри стерла межу між цензурною й нецензурною лексикою, а користувачі соцмереж відповіли на російську агресію девізом «Ми живемо у світі де «іди на**й» більше не матюк, а громадянська позиція» [27]. Популярність мема пояснюється й тим, що він став побутовим втіленням української національної ідеї «Україна – не Росія», замовлянням, словесною формулою, в якій втілено прагнення українського народу жити окремо від своїх сусідів (аналогічно до «Від***ться від нас!», ідеї, сформульованої Лесем Подерв'янським у червні 2014 р. у відповідь на окупацію Криму та війну на Донбасі) [28].

Фраза «Русский военный корабль, иди на**й!» стала частиною української інформаційної війни, і почала активно тиражуватися українськими, російськими та західними ЗМІ, розміщуватися на біг-бордах та у контекстній рекламі, використовуватися політиками, чиновниками та пересічними громадянами. Згодом вона трансформувалася в універсальну відповідь на будь-що російське – замість «російського військового корабля» можна підставити інше слово, пов'язане з Росією. В Україні пройшли масові флешмоби з використанням мема, як звернення до російських окупантів. Компанія «Нова пошта» запустила акцію, в якій фігурувала зазначена фраза, «Укрпошта» випустила на цю тему поштову марку, а «Укрзалізниця» потролила РЖД фразою «Російський потяг, йди на**й», відмовившись відновити залізничне сполучення з РФ. Згодом фраза трансформувалася в універсальну відповідь на будь-що російське – замість «російського військового корабля»

можна підставити інше слово, пов'язане з Росією.

Оскільки, з погляду психології, меми є своєрідними культурними позначками та відображають поляризацію між групами, вони мають принижувати суперника, ніби зменшувати його в розмірі, демонструвати його слабкість, внаслідок чого «ми» має вивищуватися над «вони», почувати себе владним і сильним. З цією метою використовувалася «мова ненависті» у низці мемів. Зокрема, в українському інформаційному просторі широко тиражувався мем «чмоня» про полоненого російського солдата з т.з. «ДНР» А. Рязанцева, недолугий зовнішній вигляд і розгублений вираз обличчя якого викликав швидше сміх і жалість, ніж страх чи ненависть. Мем мав на меті продемонструвати слабкість російських солдат, вселити віру у можливість перемоги над «другою армією світу» [29]. У мемах про «Чорнобаївку» обігрувалася абсурдність ситуації, коли російське військове командування більше двадцяти разів робило спроби висадитися на аеродромі поблизу селища Чорнобаївка Херсонської області, незважаючи на те, що їх раз у раз розбивала там українська артилерія [30].

Джерелом для мемів і єхидних жартів були російські солдати, яких недалеко командування відправило «звільняти» Україну, не забезпечивши у достатній кількості боеприпасами, паливом та їжею. Висміювалося те, що вони у першу добу вторгнення великими групами здавалися в полон, оскільки не розуміли, де вони перебувають і що далі робити без патронів, солярки та сухпайків. Висміювалась також боездатність російської армії – на меми перетворилися повідомлення про те, що у

росіян періодично крадуть або забирають військову техніку роми або місцеві селяни.

«Мова ненависті» до російських загарбників широко проникла і у сучасну масову культуру. Тут варто згадати пісню «Арта» гурту «Приятин», яка хоч і з'явилася у 2018 р., але набула ще більшої актуальності із початком російської збройної агресії. У пісні в художніх образах змальовується робота артилерії ЗСУ, що у кожному випадку закінчується загибеллю російських солдат:

*Болванка прилетіла
В молодого москаля
І москаля нема, немає москаля
Немає ні**я воше, сама сира земля [31].*

Пісня хардкор-гурту «Surface Tension» під промовистою назвою «Ми вас всіх уб'єм!» і з таким самим приспівом без цензурних обмежень змальовують те, що на їхню думку чекає російських окупантів в Україні:

*Більше вам не пить «бояру»,
Ми вас, суки, за**ярим
І станцюєм на кістках!
Не прийде за вами мамка,
Не залишиться уламка,
По вітру полетить прах.
Ех, завзяття, праця щира,
Кожного чека сокира,
Ми уже за вами йдем! [32].*

Відеоряд до пісні змонтовано з документальних записів подій, що відбулися в ході війни. На відео – полонені та вбиті окупанти, спалені колони російської техніки, кадри знищення загарбників українськими військовими, відеозаписи мародерства, яке вчиняли росіяни, тощо.

У іншій пісні «Surface Tension» міститься прямий заклик до знищення загарбників:

«Хочеться іще, іще

Хлопці навбивайте ще...» [33].

Російські військові ставали об'єктами жорстоких насмішок і у комедійних відеороликах, що поширюються у мережі YouTube. Короткі відеоролики проекту «Бандерівське смузі» у жанрі чорної комедії із прямолінійністю, що обґрунтована особливостями моменту, демонструють як пересічні українці вбивають російських військових. У одній серії літня жінка розстрілює російських військових із рушниці у хліві, після кількох їхніх невдалих спроб вимовити слова-паролі на зразок «паляниця» чи «Укрзалізниця». У іншій молода поштарка приносить сільській бабусі пенсію й відволікається від рахування грошей, аби витягнути з-під поли пальта гранатомет і за кадром збити російський літак. Ще одна серія обігрує мем «російські військові – найкращі добрива для українських чорноземів» – у відеоролику бійці тероборони готуються видати місцевому фермеру двадцять з половиною «москалів» для удобрення землі перед посівною [34].

На висміювання російських військових, зокрема випадків мародерства, спрямоване скетч-шоу О. Супруна і С. Щербакова (раніше відомі за шоу «Бампер і Сус») «Увідець унітаз і умереть», що виходить на ютуб-каналі Vamper TV. Діалоги персонажів щедро замішані на ненормативній лексиці і демонструють життя росіян як повністю абсурдне. Військова тематика стала домінуючою і у ютуб-проекті «Переозвучка UA», автори якого переозвучують голлівудські фільми, вводячи їх в український контекст. У мародерський контекст

вписується епізод «Переозвучки UA» із промовистою назвою «Загарбники пральних машин» [35].

Початок війни і поширення «мови ненависті» щодо окупантів мають суспільні наслідки, які чітко фіксують соціологи – з початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну ставлення українців до країни-агресора різко погіршилося – за результатами опитування КМІС 13–18 травня 2022 р. 92% опитаних ставляться до РФ погано і лише 2% – добре. Кардинально змінилися погляди тих, хто мав добре ставлення до Росії, і тих, хто мав невизначене ставлення до неї. Зокрема, 80% тих, хто раніше добре ставився до Росії, і 97% , хто мав невизначене ставлення до Росії, тепер погано ставляться до неї [36]. Водночас, у березні 2022 р. у розпал російсько-української війни «добре» до України ставилося 30 % росіян, «погано» – 57 % [19].

У сучасному інформаційному світі, зважаючи на його зростаючу віртуальність, інтерактивність, анонімність, гіпертекстуальність та мозаїчність, застосування різних маніпулятивних методик, у тому чисті «мови ворожнечі» стає швидше нормою і правилом, ніж виключенням. Основним питанням у цих умовах має бути: на чийй стороні ця сила і чого вона принесе більше – користі, чи шкоди. Не зважаючи на те, що «мова ненависті» зазвичай розглядається як деструктивна технологія, що зрощує соціальну фрагментацію і поляризацію, у конкретному випадку російсько-української війни вона виступила фактором об'єднання українців проти зовнішнього ворога, засобом для перетворення народу у націю.

Список джерел

1. What is hate speech and how to combat it. URL: <https://ukraine.un.org/en/168160-what-hate-speech-and-how-combat-it>
2. Hate speech and violence. URL: <https://www.coe.int/en/web/european-commission-against-racism-and-intolerance/hate-speech-and-violence>
3. Злочини на ґрунті ненависті: попередження та реагування. Інформаційно-довідковий посібник для громадських організацій у регіоні ОБСЄ. URL: <https://www.osce.org/uk/node/180336>
4. Міжнародний пакт про громадянські і політичні права (Прийнято 16 грудня 1966 року Генеральною Асамблеєю ООН; Док. ООН A/RES/2200 A (XXI)). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_043#Text
5. Кримінальний кодекс України, 5 квітня 2001 року № 2341-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14#Text>
6. Postic I. Hate speech and propaganda in Russian-Ukrainian conflict. PhD diss., Universität Wien. 2018, 278 p. URL: <https://phaidra.univie.ac.at/download/o:1346574>
7. Gagliardone I, Gal D., Alves T., Martinez G.. Countering On Line Hate Speech. Paris: United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization, 2015. 72 p.
8. Hate Speech Law & Legal Definition. URL: <http://definitions.uslegal.com/h/hate-speech/>
9. Bar-Tal D. Delegitimization: The extreme case of stereotyping and prejudice // Stereotyping and prejudice: Changing conceptions. N. Y., 1989. P. 169–182.
10. Загальнополітична рекомендація Європейської комісії проти расизму та нетерпимості (ЄКРН) № 15: протидія мові ворожнечі. URL: <https://rm.coe.int/ecri-general-policy-recommendation-no-15-on-hatespeech-ukrainian-tran/1680a11674>
11. Колесник Г. О. «Мова ворожнечі» як соціальний та лінгвістичний феномен. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. Том 32 (71) № 4. 2021. Частина 3. https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/4_2021/part_3/48.pdf
12. Почепцов Г. Информация против эмоций: кто побеждает. URL: <http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/informatsiya>

[protiv_emotsiy_kto_pobezhdaet/](#)

13. Ісакова Т. О. Мова ворожнечі як проблема українського інформаційного простору. Стратегічні пріоритети. Серія: Політика. 2016. № 4. С. 90–97. URL: <https://niss-priority.com/index.php/journal/article/view/121/113>
14. Iliuk O. Fire and fury: anti-Ukrainian hate speech on Russian social networks. URL: <https://ukraineworld.org/articles/infowars/anti-ukrainian-hate-speech-VK>
15. В Україні заборонили фільм «Брат-2» і ще два «ментівські» серіали. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/news/180215-v-ukrayini-zaboronyly-film-brat-2-i-shche-dva-mentivski-serialy>
16. Воровайки – Хохлы. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=s5LYwBsMQHk>
17. Язык вражды в информационном пространстве Крыма. Информационно-аналитический доклад о распространении языка вражды на территории Крымского полуострова (март 2014–июль 2017). Киев, 2018. 40 с.
18. Харченко О. Рівень використання «мови ворожнечі» в українських ЗМІ не є високим – дослідження. URL: <https://ms.detector.media/mediadoslidzhennya/post/14120/2015-09-04-riven-vykorystannya-movy-vorozhnechi-v-ukrainskykh-zmi-ne-ie-vysokym-doslidzhennya/>
19. Российско-украинские отношения. URL: <https://www.levada.ru/2021/12/17/rossijsko-ukrainskie-otnosheniya-10/>
20. Ставлення населення України до Росії та населення Росії до України, листопад 2021 року. URL: <https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1078&page=4>
21. Сергейцев Т. Что Россия должна сделать с Украиной. URL: <https://ria.ru/20220403/ukraina-1781469605.html>
22. Хто такі орки і чому вони вторглися до України. URL: <https://www.stb.ua/ua/2022/05/25/hto-taki-orky-i-chomu-vony-vtorglysya-do-ukrayiny/>
23. Шевчук В. «Паляниця», «російський корабель» та багато іншого: як українці за три тижні перетворили росіян на посміховисько. URL: <https://apostrophe.ua/ua/article/politics/2022-03-15/palyanitsya-russkiy-korabl-i-mnogoe-drugoe-kak-ukraintsyi-za-tri-nedeli-prevratili-rossiyan-v-posmeshische/44863>
24. Vengattil M., Culliford E. Facebook allows war posts urging violence against Russian invaders. URL: <https://www.reuters.com/world/europe/exclusive-facebook-instagram-temporarily-allow-calls-violence-against-russians->

2022-03-10/

25. Instagram users in Russia are told service will cease from midnight URL: <https://www.reuters.com/world/russia-demands-that-us-stop-metas-extremist-activities-2022-03-11/>
26. Жаботинская С. А. Язык как оружие в войне мировоззрений майдан – антимайдан: словарь-тезаурус лексических инноваций. Ураина, декабрь 2013 – декабрь 2014. Интернет-издание. Сайт УАКЛИП, Київ, 2015. 90 с. URL: <http://uaclip.at.ua/zhabotinskaja-jazyk-kak-oruzhie.pdf>
27. Missis Babak. URL: https://twitter.com/Missis_Babak/status/1497239631338905611
28. Національна ідея України від Леся Подерв'янського. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ac9hBmMwAs4&t=1s>
29. Хто такий «Чмоня»? URL: <https://wz.lviv.ua/news/454952-khto-takyi-chmonia>
30. Грубнік М. Птахоферма та маршрут побудовано: меми про розгром окупантів у Чорнобаївці тішать мережу. URL: <https://fakty.com.ua/ua/ukraine/suspilstvo/20220322-ptahoferma-ta-marshrut-pobudovano-memy-pro-rozгром-okupantiv-u-chornobayivczi-tishat-merezhu/>
31. Пирятин – Арта [Official Audio]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=0YcMjyRtNEc>
32. Surface Tension. Ми вас всіх уб'єм! URL: <https://www.youtube.com/watch?v=tFX6faq7ndM>
33. Surface Tension UA. А ось і нова пісня. URL: <https://www.facebook.com/surface.tension.ua/videos/470537421515587/>
34. Бандерівське смузі. Серії 1-2-3. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=mcPy9vcdNnE>
35. Битва за Донбас – Загарбники пральних машин # 16. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=iWu2jUaObJM&t=120s>
36. Динаміка ставлення населення до Росії та емоційний фон унаслідок війни: результати телефонного опитування, проведеного 13–18 травня 2022 року. URL: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1112&page=1>

Західний науковий центр
НАН України та МОН
України

Western Scientific Center of the
National Academy of Sciences of
Ukraine and the Ministry of Education
and Science of Ukraine



ISSN 2409-1375

Громадська організація
«Львівський аналітичний дім»

Public organization
«Lviv Analytical House»

Психологічні виміри культури, економіки, управління: науковий журнал

Psychological Dimensions of Culture, Economics, Management: Science Journal

ВИПУСК 24

Матеріали наукового круглого столу на тему:

*«Психологія пропаганди і міфотворчості в умовах війни:
вплив та розвінчання»*

21 травня 2022 року

Abstracts of the scientific round table :

*«Psychology of Propaganda and Creation of Myths in War:
Impact and Proof of Error»*

Ukraine, Lviv, May 21, 2022

Львів – 2022

Психологічні виміри культури, економіки, управління : Науковий журнал / [відповідальний редактор к. пс. н. Олег Лозинський]. Україна, Львів. Випуск 24, 2022. 210 с.

Psychological Dimensions of Culture, Economics, Management: Science Journal / [responsible editor PhD Oleg Lozynskiy]. Ukraine, Lviv. Number 24, 2022. 210 p.

Друкуються статті учасників наукового круглого столу на тему: «Психологія пропаганди і міфотворчості в умовах війни: вплив та розвінчання», який відбувся у Львові 21 травня 2022 року.

Матеріали друкуються у редакції авторів. За дотримання авторських прав, достовірність інформації, коректність висновків відповідальність несуть автори.

Права авторів захищені. При використанні читачами надрукованих у цьому журналі матеріалів слід обов'язково посилатись на автора та вихідні дані цього номеру наукового журналу.

Науковий журнал «Психологічні виміри культури, економіки, управління» зареєстрований:

- Міністерством Юстиції України (Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації, серія KB №22073-11973 ПР від 31.03.2016 р.);
- Міжнародним центром ISSN (Франція, ISSN 2409-1375 від 29.10.2014р.).

Науковий журнал діє у відповідності до законів України: «Про друковані засоби масової інформації в Україні» №2782-ХІІ від 16.11.1992 р.; «Про наукову і науково-технічну діяльність» №1977-ХІІ від 13.12.1991 р.

© ГО «Львівський аналітичний дім», 2022.

© Західний науковий центр НАН України та МОН України, 2022.

Редакційна група

Микола Бунік к. політ. н., доц. кафедри української та іноземних мов Львівського регіонального інституту дежуправління при Президентові України

Katarzyna Chudy-Laskowska PhD, Department of Quantitative Methods, Faculty of Management, Rzeszow University of Technology

Нагалія Жигайло д-р пс. н., проф. кафедри менеджменту Львівського національного університету ім. І. Франка

Євгеній Захарчук ст. наук. співроб. Західного наукового центру НАН України та МОН України

Marzena Jankowska-Mihulowicz PhD, Department of Entrepreneurship, Management and Ecoinnovation, Faculty of Management, Rzeszow University of Technology

Ігор Карівець д-р філос. н., професор кафедри філософії НУ «Львівська політехніка»

Ірина Кожушко-Лозинська ст. бібліогр. Львівського держ. університету внутрішніх справ

Ореста Лосик к. філос. н., доц. кафедри філософії Львівського національного університету ім. І. Франка

Богдан Магура к. техн. н., доц. кафедри лісопромислового виробництва та лісових доріг Національного лісотехнічного університету України

Уляна Парубій к. філолог. н., ст. викладач кафедри української фольклористики ім. академіка Ф. Колесси Львівського національного університету ім. І. Франка

Teresa Piecuch DSc, PhD, Associate Professor, Department of Entrepreneurship, Management and Ecoinnovation, Faculty of Management, Rzeszow University of Technology

Андрій Поцелуйко доц. кафедри гуманітарної та соціально-економічної підготовки Львівського інституту Українського державного університету науки і технологій, кандидат філософських наук

Marta Pomykała DSc, PhD, Associate Professor, Department of Law and Administration, Faculty of Management, Rzeszow University of Technology

Олег Руденко к. мистецтв., доц. кафедри книжкової та станкової графіки Української академії друкарства

Ірина Семків к. пс. н., доц. кафедри психології та психотерапії Українського католицького університету

Elżbieta Szczygieł PhD, Associate Professor, Department of Research on Sustainable Development Faculty of Social Science, Pedagogical University of Krakow

Нігора Хазратова д-р пс. н., доц. кафедри теоретичної та практичної психології НУ «Львівська політехніка»

Зміст:

ПЕРЕДМОВА.....	6
ЧАСТИНА 1. МАТЕРІАЛИ НАУКОВОГО КРУГЛОГО СТОЛУ.....	8
Бевз Тетяна. Виклики і загрози українській ідентичності у дзеркалі російської пропаганди	8
Буркало Валентин. Імперська матриця свідомості пушкінського вірша «Наклепникам Росії» і її паралелі та декодування в Україні.....	19
Василевська Тетяна. Війна та пропаганда: етичні кореляції.....	34
Горбатюк Микола. «Мова ненависті» як складова інформаційної війни у російсько-українському збройному конфлікті 2014–2022 рр.	42
Жижек Славой / Žižek Slavoj. Чотири вершники апокаліпсису повертаються! / The Four Riders of the Apocalypse are Back!	68
Жижек Славой / Žižek Slavoj. Війна люмпен-буржуазії / The War of Lumpen-Bourgeoisie	86
Захарчук Євгеній. Інноваційний розвиток економіки України: сучасний контекст російської агресії.....	109
Кармазіна Марія. Зриваючи маски: президент України про нищість Росії, геноцид українців, перспективи Європи.....	113
Кіянка Ірина, Туркало Мирослава, Mioduchowski Andrzej. Міфілогема і популізм в сучасному вимірі .	120
Литвин-Кіндратюк Світлана. Психологія міфотворення та ритуалу в культурі	130
Лозинський Олег. Цеглини країнофобської доктрини РФ	139

Поцелуйко Андрій, Вознюк Оксана. Концепція потестарної мегаполітії в перспективі консолідуєчого націєтворчєго міфу.....	163
Співак Дмитро. Медіабезпека і медіагігієна в умовах війни.....	172
Толстов Іван. Політичне православ'я як виправданнє вторгненнє Росії в Україну.....	178
Чернишов Віктор. Міфотворчість як суспільно-політична творчість особистості: спроба філософського аналізу та інтерпретації.....	184
Яремчук В'ячеслав. Соборність як імунітет проти ворожєї пропаганди в умовах російсько-української війни.....	190
Частина 2. Матеріали довільної тематики.....	199
Руденко Олег. Мистецька спадщина кафедри книжкової та станкової графіки Української Академії друкарства	199

Психологічні виміри культури, економіки, управління:
науковий журнал

Psychological Dimensions of Culture, Economics, Management:
Science Journal

ISSN 2409-1375

Випуск 24

Керівник проекту, відповідальний редактор
О.М. Лозинський.

Ідея проекту, макет, комп'ютерна верстка, дизайн обкладинки, підготовка до
друку ГО «Львівський аналітичний дім». Ідентифікаційний код 34167033.
Свідоцтво про державну реєстрацію юридичної особи:
серія АОО №760926

Для листування E-mail: lviv-forum@ukr.net

Підписано до друку 06.06.2022 р. Формат 60x84/16.
Папір друк. Друк на ксероксі. Гарнітура Palatino Linotype.
Ум. друк. арк. 8,28. Тираж 100.

Друк Видавництво ЛНУ ім. І.Франка, 79000, Львів, вул. Дорошенка, 41.