

УДК 004.9(=161.1):[7.012:159.9]:316.642.3(4),20”  
DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/97-3-18>

**Олесь СЕРЕМУЛЯ,**

*orcid.org/0009-0009-1836-7074*

*аспірант кафедри візуального дизайну та мистецтва*

*Інституту архітектури та дизайну Національного університету «Львівська політехніка»*

*(Львів, Україна) oles.z.seremulia@lpnu.ua*

**Сергій МІЛЬЧЕВИЧ,**

*orcid.org/0000-0003-4556-9133*

*кандидат мистецтвознавства,*

*кафедри візуального дизайну та мистецтва*

*Інституту архітектури та дизайну Національного університету «Львівська політехніка»*

*(Львів, Україна) serhii.i.milchevych@lpnu.ua*

## КОГНІТИВНІ ЗАГРОЗИ В ДИЗАЙНІ РОСІЙСЬКИХ ВІДЕОІГОР

*Наукове дослідження має на меті виявити механізми використання відеоігор як інструменту ведення когнітивної війни Російської Федерації для забезпечення впливу на внутрішню та зовнішню аудиторію. Застосовано міждисциплінарний підхід, що поєднує теорії візуальної риторики і візуального наративу, психологічні аспекти застосування візуальної мови і маркетингу із новітніми теоріями ведення нерегулярних війн, рефлексивного управління і доктрини когнітивної війни. Дослідження проведено на прикладах реального застосування інструментів когнітивного впливу на цільову аудиторію в таких іграх, як «Broken Arrow», «Atomic Heart», «Syrian Warfare». Увагу приділено еволюції російського геймдизайну у напрямі відкритої пропаганди війни через новітні мілітарні проєкти (так звані «Z-ігри»), що фінансуються державними інституціями РФ для нормалізації насильства у суспільстві. У процесі виявлено, що дизайн російських відеоігор має всі ознаки системного когнітивного впливу та виконує функції когнітивної війни. Це виявляється у десуб'єктизації країн Балтії та розмиванні висновків щодо дій та ідентифікації агресора у потенційному конфлікті, романтизації радянського минулого і легітимізації агресії РФ в уже існуючих конфліктах. На прикладі державної політики створення відеоігор демонструється наскільки серйозно владні структури РФ ставляться до такого виду медіа. Приховування джерел фінансування таких медійних продуктів, а також заангажованість розробників сприяють таким висновкам. Доводиться, що ігри, розроблені в Росії чи за допомогою її владних структур і фінансів, є частиною ведення когнітивної війни, спрямованої на деструкцію тилу противника та забезпечення успіху агресії шляхом розмивання моралі та об'єктивних висновків про хід подій у суспільствах країн-учасників НАТО і ЄС. Потрібний серйозний розгляд таких медійних продуктів як складової реалізації стратегічних військових планів РФ. Згідно з результатами дослідження необхідне впровадження моніторингу ігрового контенту як частини гібридної та когнітивної безпеки, особливо в умовах поточної агресії.*

**Ключові слова:** *візуальна риторика, візуальний наратив, ігровий дизайн, когнітивна загроза, когнітивний вплив, когнітивна війна, деструкція тилу, пропаганда у відеоіграх, агресія РФ, Atomic Heart, Broken Arrow, Syrian Warfare, інформаційна безпека, рефлексивне управління, де-суб'єктизація.*

**Oles SEREMULIA,**

*orcid.org/0009-0009-1836-7074*

*Graduate Student at the Department of Visual Design and Art*

*Institute of Architecture and Design of National University “Lviv Polytechnic”*

*(Lviv, Ukraine) oles.z.seremulia@lpnu.ua*

**Serhii MILCHEVYCH,**

*orcid.org/0000-0003-4556-9133*

*PhD in Art History,*

*Associate Professor at the Department of Visual Design and Art*

*Institute of Architecture and Design of Lviv Polytechnic National University*

*(Lviv, Ukraine) serhii.i.milchevych@lpnu.ua*

## COGNITIVE THREATS IN RUSSIAN VIDEO GAME DESIGN

*The scientific research aims to identify the mechanisms of using video games as a tool of cognitive warfare by the Russian Federation to influence domestic and foreign audiences. An interdisciplinary approach is applied, combining*

*theories of visual rhetoric and visual narrative, psychological aspects of visual language and marketing with the latest theories of irregular warfare, reflexive control, and the doctrine of cognitive warfare. The study is conducted on examples of the actual application of cognitive influence tools in games such as Broken Arrow, Atomic Heart, and Syrian Warfare. Particular attention is paid to the evolution of Russian game design towards open war propaganda through recent militaristic projects (so-called "Z-games"), which are funded by state institutions of the Russian Federation to normalize violence in society. The research reveals that the design of Russian video games carries all the signs of systemic cognitive influence and performs the functions of cognitive warfare. This is evident in the de-subjectification of the Baltic States, the blurring of conclusions regarding the identification of the aggressor in potential conflicts, the romanticization of the Soviet past, and the legitimization of Russian aggression in existing conflicts. The example of state policy regarding video game production demonstrates how seriously the Russian government structures approach this type of media. The concealment of funding sources for such media products, as well as the bias of the developers, support these conclusions. It is argued that games developed in Russia, or with the support of its government structures and finances, are part of a cognitive war aimed at undermining the enemy's home front and ensuring the success of aggression by eroding morale and objective perceptions of events within NATO and EU member states. Serious consideration of such media products as an integral part of the Russian Federation's strategic military plans is required. According to the research results, the implementation of game content monitoring is necessary as a component of hybrid and cognitive security, especially in the context of current aggression.*

**Key words:** *visual rhetoric, visual narrative, game design, cognitive threat, cognitive influence, cognitive warfare, undermining the home front, propaganda in video games, Russian aggression, Atomic Heart, Broken Arrow, Syrian Warfare, information security, reflexive control, de-subjectification.*

**Постановка проблеми.** В умовах активної відкритої агресії проти України та багаторічного ведення пропаганди щодо причин і мотивів конфлікту, принципово важливо надати наукову та всебічну оцінку всім засобам конструювання маніпуляцій і когнітивних впливів. Оцінку агресивних дій РФ варто здійснювати не лише через визначення ПСО, гібридних війн чи пропаганди – необхідно імплементувати ці методи як частини цілісного наукового розуміння концепції доктрини когнітивної війни, яка здійснює систематичний вплив на реципієнтів і формує деструктивну картину світу для досягнення успіху стратегічних планів. Такий підхід дозволяє проводити масштабний аналіз та деконструкцію усіх медіапродуктів, що створені в межах когнітивної війни. Дизайн як наука і візуальна мова має значний потенціал у цьому напрямку, оскільки володіє в своїй теорії механізмами формування когнітивних упереджень на стику з психологією, теоріями нерегулярних конфліктів і рефлексивного управління. Це обґрунтування є доцільним з огляду на розвиток технологій, що дозволяють здійснювати маніпуляції масштабно, швидко, систематично і приховано. Цим цілям ідеально відповідають відеоігри, які є дизайнерськими продуктами, а отже, можуть бути деконструйовані в межах науки про дизайн.

**Актуальність.** У контексті новітніх доктрин ведення непрямих та нерегулярних війн, а також потужного впливу дезінформації та агресивної пропаганди, постає необхідність критичної оцінки будь-якого візуально-комунікаційного продукту. Особливо актуально розглядати ознаки пропаганди та інструменти когнітивного дизайну і впливу на масову аудиторію в медійних продуктах. У продуктах, створених російськими ком-

паніями, зокрема ігровими студіями, часто спостерігається обігрування гострих політичних та військових сценаріїв сучасності, а також висока складова пропаганди та маніпуляцій фактами за допомогою візуальних елементів, що негативно позначається на уявленнях споживачів про причини і перебіг подій. Ігрова індустрія має стати об'єктом прискіпливого дослідження, оскільки висока імерсивність відеоігор робить їх дієвим інструментом глибокого емоційного залучення. Це перетворює ігровий контент на потужний засіб створення та просування візуальних нарративів. Саме тут перетинаються геймдизайн, що формує захопливий досвід для споживача, та політична пропаганда, яка використовує цей досвід для когнітивного впливу: індоктринації деструктивних уявлень та ідей серед цільової аудиторії.

**Новизна.** Проводиться дослідження ігрового дизайну та ігрової індустрії на предмет наявності візуальних нарративів та риторики, які виступають інструментами ведення когнітивної війни. Наукова новизна полягає у переосмисленні ролі відеоігор як інструменту когнітивної війни, яку веде РФ. У сценаріях такого виду продукту споживач перестає бути глядачем, а стає активним учасником, занурюючись у контекст і сценарій. Теоретичною основою для такого спрямування служать дослідження Яна Богоста про здатність процесуальної риторики в іграх переконувати споживачів у певних ідеях, що актуально у поєднанні із візуальними аспектами впливу, де відбувається імерсивна співучасть. Доводиться застосування відеоігор та механік геймдизайну в ролі дієвих інструментів когнітивного впливу. Визначено, як саме візуальні комунікації через семіотику та нарративність здатні інфільтрувати деструктивні ідеї чи уявлення та які

цілі, згідно з теорією ведення когнітивної війни, вони переслідують. Встановлюється прямий зв'язок між візуальними і сюжетними нарративами російських відеоігор та актуальною агресивною політикою РФ. Систематизовано і синтезовано висновки про сценарії розвитку подій, представлених у візуальній риторичі російських відеоігор, на предмет їх відповідності доктринам ведення непрямих та нерегулярних війн згідно з теорією рефлексивного управління Володимира Лефевра. Обґрунтовано методологічний потенціал дизайну як універсальної мови та інструменту аналітичної деконструкції візуальних нарративів у межах когнітивної війни у відеоіграх. Здійснено синтез теорій візуальної риторичі, імерсивності відеоігор із теоріями рефлексивного управління і виявлено актуальність для аналізу механізмів систематичного маніпулятивного впливу у відеоіграх згідно з доктриною когнітивної війни.

**Мета дослідження.** Обґрунтувати необхідність розгляду дизайну російських відеоігор у межах ведення когнітивної війни проти України, країн-учасниць ЄС і НАТО. Визначити дизайн як універсальну візуальну мову та науку, що здатна аналітично деконструювати візуальну риторичу і нарративи в іграх та ідентифікувати цілі застосування когнітивних впливів як інструменту загальної стратегії РФ.

**Відповідно до мети поставлені наступні завдання:**

1. Проаналізувати візуальну риторичу і нарративи у російських відеоіграх та виявити цілісну систему когнітивного впливу;
2. Визначити основні інструменти формування когнітивного впливу за допомогою актуальних теорій психологічного впливу в межах науки про дизайн;
3. Синтезувати визначення та можливості дизайну щодо впливу на цільову аудиторію із концепціями ведення когнітивної війни для моніторингу і протидії когнітивним впливам.

**Об'єкт дослідження.** Дизайн відеоігор російського походження як складової когнітивної війни.

**Предмет дослідження.** Функціональні механізми побудови візуальної риторичі, семантики і нарративів у відеоіграх РФ як інструментів когнітивного впливу

**Аналіз попередніх публікацій.** Дослідження когнітивної війни як об'єкта перебуває зараз у фокусі уваги широкого кола науковців. Це особливо актуально з огляду на геополітичну ситуацію та агресію РФ. Існують праці, присвячені аналізу візуальних нарративів у російських відеоіграх на предмет виявлення в них пропаганди (Вежбов-

ська, 2022). Зокрема, компанія Games Gathering за підтримки Українського культурного фонду провела дослідження близько 50 російських відеоігор за період з 1990-х років станом на 2024 рік (Компанія Games Gathering, 2024). У процесі було виявлено, що у близько 80% із них присутня пропаганда, яка простежується в негативній естетиці мілітаризму, а також у викривлених нарративах (Syrbu, 2024). Зроблено висновок про централізовану державну зацікавленість у такому виді продукції.

У цьому контексті доречно розглядати наукові теорії про вплив візуальних образів із галузі дизайну та маркетингу (Norman, 2013). Зокрема, використання концепції візуальної риторичі Ролана Барта дозволяє зрозуміти механізми впливу та формування підсвідомих асоціативних рядів через аналіз семіотики знаків та образів (Barthes, 1964). Концепція «Міфу» Барта є надзвичайно актуальною для творення візуальних образів, що несуть ідеологічне навантаження (Barthes, 1957). Також вагомими для розуміння візуального ландшафту є розвідки про нові міфології в дизайні та культурі (Houze, 2016). Такі наукові пошуки демонструють, що методики впливу на цільову аудиторію в контексті графічного дизайну та реклами ефективно працюють і в інших сферах, зокрема використовуються у веденні когнітивної війни, оскільки базуються на психологічних аспектах сприйняття та поширення інформації (Kahneman, 2011). Проте наразі бракує досліджень, які б у широкому контексті аналізували ігровий та мультимедійний дизайн як інструмент когнітивної війни згідно з цими теоріями психологічного впливу на масову аудиторію на конкретних прикладах російських цифрових продуктів (Попов, 2025).

**Виклад основного матеріалу.** Війна завжди була шляхом обману і мала глибокий психологічний аспект впливу на противника. З давніх часів відомо про використання пропаганди та дезінформації під час підготовки та ведення воєнних кампаній. Особливо інтенсивного розвитку такі методи набули у XX ст. в теоріях багатьох країн, зокрема і в Радянському Союзі (Lefebvre, 1982). Сучасна масовість технологій відкриває новий простір для маніпуляцій з метою досягнення стратегічних військових і політичних цілей. Існують ґрунтовні теоретичні дослідження на тему гібридних війн, інформаційно-психологічних операцій та ведення когнітивних війн (Вежбовська, 2022; Колісник та ін., 2020; Прокопчук та ін., 2025).

Когнітивна війна – це частина новітньої доктрини ведення війни; діяльність, яка синхроні-

зована із іншими методами ведення конфліктів і спрямована на забезпечення психологічного впливу на суперника. Вона передбачає укорінення певних моделей сприйняття та аналізу інформації шляхом цілеспрямованого впливу на когнітивні процеси. Її мета – змінити спосіб мислення цільової аудиторії так, щоб вона добровільно приймала рішення, вигідні агресору. В інституціях РФ успадкували ці концепції від СРСР та адаптували їх до новітніх умов (Syrbu, 2024). Сучасна російська концепція когнітивної війни значною мірою ґрунтується на радянських теоріях інформаційного та психологічного впливу (Компанія Games Gathering, 2024). Зокрема, концепція когнітивного впливу через відеоігри є еволюцією теорії рефлексивного управління Володимира Лефевра, де через візуальний дизайн і процесуальну риторичку споживач індуктивно сприймає нав'язані сценарії, ідентифікуючи їх як власні логічні судження (Bogost, 2007). Найбільшу увагу в теорії приділено саме впливу на систему прийняття рішень противником, його моральний стан і готовність до опору; увага приділяється і впливу на суспільство (Zakia, 2013). Ведення когнітивної війни не є самоціллю, вона призначена для забезпечення успіху та реалізації військових та політичних планів. На відміну від визначень теорій гібридних війн та інформаційно-психологічних операцій, такий тип конфлікту має на меті глибоке укорінення уявлень та ідей у суспільстві противника для забезпечення його неготовності до спротиву, створення хибних і деструктивних уявлень про ситуацію (Мимрук, 2025).

Концептуально когнітивна війна – це своєрідна система заміни системи координат, у якій люди мислять і приймають рішення (Lefebvre, 1982). У визначенні когнітивної війни вказано, що вона використовує усі методи впливу на аудиторію. Тому варто розглядати всі засоби, які можливо застосовувати для просування певних наративів та ідей, особливо якщо вони стосуються гострих політичних тем. Такий вид конфлікту слід розглядати як частину загальної стратегії, під час якої потрібно мінімізувати ризики реальних військових дій шляхом ерозії тилу противника. Кінцевою метою цієї доктрини є забезпечення управління діями і рішеннями противника, злам волі супротивника чинити опір, примус його діяти всупереч власним інтересам, поширення сумнівів та підірив довіри до суспільних, державних і військових інституцій (Вежбовська, 2022).

Таким чином, моделювання реальності у доктрині когнітивної війни збігається із можливостями сучасних технологій створювати для потен-

ційного реципієнта унікальний і новий досвід, схожий на реальність, і залучати його у процес. Концептуально таким цілям впливу відповідають відеоігри.

У ролі інструменту формування візуального наповнення і наративів у відеоіграх виступає дизайн. Тому для оцінки якості та методики підходів у формуванні мислення аудиторії слід звертатися і до визначень з галузі дизайну. В теорії дизайну приділено увагу методикам проектування візуальних комунікацій таким чином, щоб отримати прогнозований вплив на цільову аудиторію. В широкому розумінні дизайн, зокрема графічний, ігровий та дизайн оточення, є інструментом формування візуальної мови та комунікацій (Колісник та ін., 2020). Доцільно використовувати таку термінологію, як візуальна риторика і візуальний наратив (Прокопчук та ін., 2025), оскільки вони найкраще відповідають осмисленню інструментарію саме когнітивного впливу. В широкому розумінні ці поняття є методами реалізації концепцій рефлексивного управління і створення реальності згідно з доктриною ведення когнітивної війни. Дизайн виступає технологією проектування рефлексивного управління.

Згідно з концепцією Д. Гоулмана, візуальні стимули в іграх можуть викликати емоційне захоплення, що блокує критичне осмислення інформації раціональними структурами мозку. Візуальні образи часто сприймаються швидше, викликають сильніші емоції та легше обходять раціональну фільтрацію, ніж текстова інформація; дизайн дозволяє поєднувати візуальні образи і текст у єдині візуальні повідомлення. За допомогою такого впливу відбувається акцентування роботи лімбічних структур головного мозку над емоціями, а не над логічним осмисленням (Гоулман, 2019). Це створює ідеальний момент для когнітивної індоктринації та інфільтрації.

Візуальна риторика вивчає, як зображення, символи, кольористика та дизайн використовуються для переконання, аргументації та впливу на цільову аудиторію (Zakia, 2013). Аналізується, як візуальні елементи створюють емоції, переконання та асоціації в аудиторії без підкріплення фактами та необхідності критичного аналізу. Фактично це визначає візуальну мову, за допомогою якої відбувається систематична комунікація з цільовою аудиторією в обхід логічного бар'єру.

У широкому розумінні наратив – це методичний інструмент організації текстової інформації, який поєднує у чіткій послідовності певні події, перетворюючи їх у цілісну історію або сюжет. Використовується в літературі, маркетингу, а також у

політиці. Має на меті передати певну ідею, а не просто окреме повідомлення, і пояснити реальність чи викликати необхідні емоції. Візуальний наратив виконує такі ж функції, але базується на використанні візуальних повідомлень. Формує цілісне сприйняття певного погляду на ситуацію, подію чи процес в інформаційному середовищі (Houze, 2016). Його функціональність є актуальною і для формування ідей або конструювання сенсів у форматі відеоігор. Використання імерсивного дизайну дозволяє активувати швидко або емоційну систему за Д. Канеманом, яка відповідає за інтуїтивні реакції, залишаючи критичний аналіз поза межами ігрового процесу (Kahneman, 2011).

Поєднання цих інструментів дозволяє обійти потребу в чіткій аргументації, оскільки апелює безпосередньо до уявлень та емоцій аудиторії. Аналіз функціональності цих понять дає підстави зробити висновок про їх фундаментальне значення у маніпулюванні свідомістю та емоційним інтелектом. Вони мають безпосереднє застосування в сучасному медіапросторі, впливаючи на сприйняття, що робить їх ефективними інструментами у радянській та російській доктринах ведення когнітивної війни. РФ успішно інтегрує ці механізми у власну стратегію пропаганди.

Широкий та багатовимірний вплив РФ в інформаційному полі давно є предметом дослідження у різних галузях науки та світових інституціях (Syrbu, 2024; Компанія Games Gathering, 2024; Попов, 2025). Багато розвідок присвячено вивченню технологій, за допомогою яких РФ реалізує свої стратегічні плани (Прокопчук та ін., 2025). Окремого дослідження у цьому контексті заслуговують візуально-комунікаційні технології, серед яких особливе місце посідають відеоігри.

Відеоігри справляють суттєвий вплив на масову аудиторію та культуру. Ігровий дизайн (game design) є не просто розробкою правил чи естетичних рішень для інтерфейсу, а цілісною системою проектування досвіду, поведінки та емоцій гравця. Саме тут відбувається перехід від загальної теорії комунікації до конкретних механізмів маніпуляції свідомістю. Відеоігри, завдяки своїй імерсивності та активній участі гравця у процесі, мають унікальну здатність обходити фільтри критичного сприйняття інформації (Bogost, 2007).

На відміну від пасивного споживання новин чи перегляду фільмів, відеогра занурює людину в симульовану реальність, де часто потрібно приймати рішення самостійно. Гравець стає безпосереднім учасником подій, що знижує його спротив закладеним візуальним і наративним повідомленням. Емоції та дії в грі сприймаються як власні

переживання, що мінімізує критичний аналіз. А саме критичне мислення і є об'єктом атаки в доктрині когнітивної війни. Хоча для гравця створюється ілюзія вибору, насправді весь сценарій завчасно прописаний згідно з визначеним наративом (Мимрук, 2025).

У цьому контексті наративний дизайн (Narrative Design) – це мистецтво оповіді історії в грі таким чином, що гравець не може одразу і критично переосмислити цей досвід та відмежувати у своєму сприйнятті негативні та деструктивні ідеї чи уявлення, які можуть провокувати зміну системи світоглядних цінностей і формувати його світосприйняття таким чином, щоб це мало певний вплив і на його подальші можливі рішення (Bogost, 2007). В ігровому процесі пропагандистські наративи інтегруються через візуальну риторичку та наративну структуру таким чином, що сприймаються як частина об'єктивної реальності гри. Часто у процесі гравець може не усвідомлювати, що на нього здійснюється вплив.

Ігри дозволяють здійснювати вплив на широку цільову аудиторію. Тому дослідити такий об'єкт, як відеоігри, на предмет можливості їх використання як інструменту ведення когнітивної війни зараз дуже актуально. Особливо зі зростанням політичної напруги у світі та поширенням дезінформації. Досліджувати відеоігри як інструмент когнітивної війни потрібно на конкретних прикладах. Окремої уваги заслуговують саме російські продукти у цій сфері, оскільки саме цей агресивний суб'єкт світової політики є найактивнішим і найнебезпечнішим у застосуванні усіх способів маніпуляцій у доктрині ведення когнітивної війни.

У контексті аналізу стратегії забезпечення успіху військової агресії, з огляду на політичну ситуацію довкола країн Балтії, доцільно розглянути гру «Broken Arrow», розроблену російською студією «Steel Balalaika» у партнерстві з британським видавцем «Slitherine Ltd», яка моделює «гіпотетичний» сценарій військового конфлікту в цьому регіоні. Партнерство дозволяє просувати гру на офіційних платформах та охоплювати аудиторію країн умовного «західного» світу, тобто громадян ЄС і НАТО. Така колаборація слугує інструментом легітимізації деструктивного контенту в глобальному медіапросторі, оскільки пересічний споживач не піддає сумніву об'єктивність продукту через його офіційний та «аполітичний» статус.

«Broken Arrow» – це масштабна тактична стратегія в реальному часі (RTS/RTT) про сучасну війну. Проект належить до жанру стратегій або так званих варгеймів (wargame), що пропонують гравцю

модель управління різними родами та видами військ на полі бою. Існує низка подібних ігор у цьому сегменті, таких як «Wargame: Red Dragon» та «WARNO», тому потенційне коло прихильників доволі велике. Цільова аудиторія варгеймів – чоловіки віком від 16 до 40 років, які цікавляться історією воєнних конфліктів та технікою.

Назва гри «Broken Arrow» у перекладі з англійської означає – «розбита стріла». Це визначення є офіційним військовим кодом США, що зазвичай означає серйозний інцидент із ядерною зброєю, який не створює безпосередньої загрози війни. Проте в контексті гри розробники здійснюють семантичну маніпуляцію: тут назва фактично трактується як збройний конфлікт обмеженого характеру із високою ймовірністю переходу до застосування зброї масового ураження. Використання американського коду в російській грі створює специфічний наратив у дизайні назви – превентивну легітимізацію ескалації в регіоні Балтії (Попов, 2025). Назва гри фактично визначає весь наратив і зміст, закладений розробником, перетворюючи технічний термін на символ неминучого глобального зіткнення. Це приклад цілеспрямованої семантичної маніпуляції (Компанія Games Gathering, 2024; Прокопчук та ін., 2025).

Гра створена російською ігровою студією «Steel Balalaika», де навіть у назві не приховується ідеологічна приналежність до російської культури, причому в доволі агресивному контексті. Акцентування на «металевості» цієї «балалайки» є мілітаристським, хоча спершу це може сприйматися як певна іронія або «культурний кітч». У брендингу завжди закладена ідеологія. Що цікаво, студія є досить молодою: історія проєкту почалася у 2019 році з краудфандингової кампанії на російській платформі «Boomstarter». Гра є їхнім першим великим проєктом. Повноцінний реліз відбувся 19 червня 2025 року в «Steam» та «VK Play». Проєкт продемонстрував стрімку динаміку: лише за перші тижні кількість реалізованих копій у «Steam» перевищила 300 000, а загальний валовий дохід склав понад 11 млн доларів. Станом на початок 2026 року аудиторія власників платної версії на цій платформі оцінюється вже у понад 680 000 користувачів. Це свідчить про значний успіх, незважаючи на одіозний сценарій гри. Географія споживання продукту прямо підтверджує його ефективність як інструменту зовнішнього впливу: основними ринками стали Китай (~27%) та США (~15%), тоді як на російську аудиторію припадає лише близько 11% гравців. Таке охоплення західних та азійських аудиторій забезпечує трансляцію російських мілітарних наративів без-

посередньо в когнітивний простір геополітичних опонентів РФ. Важливо зазначити, що відгуки у грі переважно змішані. Проте критика стосується не сценарію чи ідеології, а виключно технічних аспектів або тактико-технічних характеристик озброєнь. Тобто когнітивні впливи залишаються поза межами критичної рефлексії споживачів. Сценарій, представлений у грі, заслуговує на особливу увагу в контексті реальних військових провокацій та агресивних дій на кордонах і у повітряному просторі країн Балтії та Польщі. У розгляді цієї гри як інструменту когнітивної війни РФ важливо детально вивчити наративи кампанії. Події починаються з проведення навчань військ РФ у Білорусі; аналог таких маневрів існує в реальності у форматі спільних навчань цих країн. Саме після зосередження сил під виглядом навчань «Запад-2021» почалося повномасштабне вторгнення в Україну 24.02.2022 року.

У сюжеті гри паралельно відбуваються навчання НАТО, де провідну роль відведено США. Після інциденту зі збиттям російського дрона, що перетнув кордон Литви, американські сили організують блокаду Калінінграда. Тут просувається негативний асоціативний ряд, який підштовхує до роздумів про «невиправдані» дії США. Блокада очікувано спричиняє реакцію Росії, яка при цьому виглядає заздалегідь підготовленою до ескалації. Таке трактування подій перекладає відповідальність за початок конфлікту на «західних партнерів», легітимізуючи подальшу агресію РФ як «вимушений самозахист».

Варто зазначити, що подібні блокування є реальною відповіддю на агресивні дії РФ, проте вони не несуть загроз гуманітарного характеру, у чому наратив гри звинувачує США. У відповідь війська РФ відправляють «гуманітарний» конвой через кордон Литви по так званому «Сувальському коридору». Слід нагадати, що тактику таких конвоїв РФ активно використовувала на Донбасі у 2014 році, проте незнайомий із контекстом споживач не здатний належним чином оцінити такий сценарій. Цей елемент сюжету потенційно «відбілює» подібні історичні факти в уяві гравців щодо минулих і потенційно можливих конфліктів. Відбувається просування сірої моралі, де не існує чіткого агресора і винуватця подій. Причому абсолютно ігнорується будь-яка суб'єктність Литви як держави – як з боку РФ, так і США, що абсолютно відповідає наративам і риториці російської агресивної пропаганди.

У подальшому розвитку сценарію військові підрозділи США отримують наказ зупинити колону. У відповідь поруч із конвоєм з'являється

російська бойова техніка. Важливим аспектом нарративного дизайну та імерсивності є неможливість подальшого прогресу без агресивних дій, виконаних безпосередньо гравцем. Навіть якщо гравець, керуючи силами США, не відкриє вогонь першим, це зроблять російські війська під контролем штучного інтелекту. Розпочинається зустрічний бій, причому поява бойової техніки РФ за 30 км углиб території Литви ніяк не пояснюється логічно. Під час розвитку подій абсолютно ігноруються дії військ Литви – це повне позбавлення суб'єктності в очах реципієнта, малознайомого з географією та політикою країн Балтії. Це допомагає закріплювати когнітивні конструкції про несуровенність регіону та його тотальну залежність від США (NATO ACT, 2025).

Саме так працює когнітивний нарратив: формується переконання, що це не держави з власною історією та культурою, а лише «поле бою» для чужих інтересів. Пересічний споживач підпадає під індукцію ідей про «неоднозначність» конфлікту, що змушує його ставити під сумнів необхідність втручання та власної участі як громадянина країни НАТО (NATO STO, 2025). Литва вже офіційно закликала платформу Steam обмежити реалізацію ігор, що прямо пропагують конфлікти в Балтії та моделюють окупацію (Попов, 2025; Syrbu, 2024).

У подальшому розвитку сюжету просуваються нарративи про відсутність опору місцевого населення, швидке захоплення столиць і стратегічних об'єктів – загалом усе, що трансливала російська пропаганда напередодні вторгнення в Україну. Це підкріплюється візуальними образами на картах кампанії, які посилюють асоціативність. Цікаво, що аналітичні доповіді центрів стратегічних досліджень при НАТО прогнозують схожий розвиток подій, а в деяких випадках спостерігається повна відповідність сценаріїв (Центр протидії дезінформації, 2025). Враховуючи, що такі звіти базуються на даних розвідки, не варто вважати це випадковим збігом.

Доцільно відкривати дискусію про те, що ця гра не є розвагою, а являє собою візуалізацію реальних планів ГШ РФ, подану західній аудиторії в інтерактивному вигляді для аналізу потенційної реакції та інфільтрації деструктивних переконань. Аналітичні звіти містять карти, що майже ідентичні планам, представленим у грі (NATO Science & Technology Organization, 2025). У фіналі передбачено кілька сценаріїв розв'язки конфлікту, в яких країни Балтії позбавлені будь-якої суб'єктності та розділені на умовні «Північну» та «Південну» «Прибалтики».

Закладаються деструктивні когнітивні конструкції зі «сірою мораллю», що може негативно позначитися на суспільній думці громадян у багатьох країнах НАТО і ЄС у разі розгортання подібного конфлікту. Формування хибних уявлень про могутність військ РФ, лояльність місцевого населення, «злочини США» у сюжеті гри та штучна «неоднозначність» конфлікту прямо відповідають доктрині ведення когнітивної війни (NATO Allied Command Transformation, 2024). Враховуючи повномасштабну агресію проти України та військові провокації проти країн-учасниць Альянсу, варто серйозно ставитися до нарративу гри як до елемента стратегічного впливу. Необхідно розглянути реальні загрози розвитку подій через трансляцію представлених у грі когнітивних сценаріїв, що готують аудиторію до прийняття агресивної політики РФ.

Наступним об'єктом аналізу є гра «Atomic Heart», яка виступає інструментом популяризації радянського минулого та покликана викликати ностальгію. Проект вийшов 21 лютого 2023 року. Студія Mundfish, розробник гри, була заснована у 2017 році чотирма співзасновниками російського походження: Робертом Багратуні, Євгенією Седовою, Артемом Галєєвим та Олегом Городішениним. Важливо, що Багратуні та Галєєв раніше працювали в рекламному бізнесі, що вказує на їхній професійний досвід у сфері маніпуляції масовими комунікаціями (Norman, 2013).

Студія залучила значні інвестиції від великих гравців, зокрема китайського медійного гіганта Tencent, а також компаній Gaijin Entertainment та GEM Capital. Попри формальну реєстрацію на Кіпрі, Mundfish має глибоке російське коріння, а її інвестори афілійовані з владними структурами РФ та корпорацією «Газпром». Зокрема, фонд GEM Capital заснований Анатолієм Палієм, колишнім топ-менеджером дочірньої компанії «Газпрому» («Газенергосеть»). Це підсилює обґрунтованість підозр, що гра є частиною стратегічної інформаційної політики за участі державних структур РФ.

Гра має неприкритий пропагандистський характер. Світ гри зображує альтернативний СРСР в антуражі 1950-х років, який не розпався, а став надпотужною технологічною державою. Особливо це очевидно в рекламній кампанії та у візуальних образах. Таке пасивно-агресивне середовище є прикладом дизайну оточення (Environment Design), що занурює гравця у контекст і нарратив. Особливої уваги заслуговує епізод, коли робот виїжджає назустріч головному герою з горщиком квітучої герані. Аналогічну назву – «Герань-2» (Shahed-136) – мають ударні дрони-камікадзе, якими РФ тероризує укра-

їнське населення. Так створюється семантичний код війни і пропагується лояльне сприйняття актів агресії. Камера у цьому випадку акцентує погляд гравця на елементі, але робить це побіжно, наче випадково. У теорії когнітивної війни це називається «праймінгом» – ефектом закріплення інформації на периферії уваги. Варто пам'ятати, що жоден об'єкт у дизайні оточення чи візуальних образах не є випадковим – на це витрачаються значні технічні та фінансові ресурси. Такі елементи переслідують конкретні риторичні та нарративні цілі, а сам кадр у такому типі фреймінгу (кадрування) є завершеною композицією з продуманим акцентом.

Це беззаперечна демонстрація лояльності студії до агресивної політики РФ, а також відверте знуцання над жертвами агресії. Таким чином формується візуальне повідомлення для заангажованої та лояльної публіки. Цей елемент в ігровому дизайні можна розглядати як формування консолідуючого образу для аудиторії, що підтримує дії агресора. Даний образ належить до категорії так званих «пасхалок» – коротких візуальних аллюзій на реальні події, що отримали резонанс і є впізнаваними для цільової аудиторії. Безперечно, такі елементи впроваджуються виключно для здійснення когнітивного впливу. Також гра перенасичена візуальною образністю та пропагандою комуністичного режиму. За рахунок надмірної кількості символіки формується специфічний візуальний нарратив.

Демонструються нібито досягнення комуністичного режиму через образи величних статуй і символіки з серпом та молотом, але ніяк не коментується антигуманний аспект ідеології, репресії та страти. Це може формувати позитивне чи нейтральне ставлення у потенційного реципієнта, який мало знайомий з історією. Також головний герой, агент КДБ, є лояльним до системи, і саме через нього гравця проводять у світ гри і закладають нарративи через імерсивність. Для російської аудиторії це може підживлювати ностальгію та почуття імперської величі. Для західної аудиторії, яка не знає контексту радянської окупації та репресій, гра може створити нейтральний або навіть привабливий образ СРСР, розмиваючи історичну пам'ять про злочини комуністичного режиму. Отже, Atomic Heart можна розглядати як приклад продуманого гібридного впливу, де розважальний продукт використовується для просування конкретних політичних та пропагандистських цілей РФ.

Наступна гра Syrian Warfare (Сирія: Русская буря) безпосередньо розвиває сценарій у поточному воєнному конфлікті. Видавець гри – студія

Cats Who Play. Після 2022 року ця студія випустила гру Передний край (безплатна RTS), яка прямо прославляє агресію проти України. Це підтверджує роль відеоігор як когнітивного рупора та необхідність серйозного підходу до вивчення діяльності і походження студії. Події гри відбуваються в Сирії під час громадянської війни проти режиму Асада, а саме розповідають про участь російських військових формувань у допомозі цьому злочинному режиму. У назві вже простежується нарратив про велич Росії та її військову силу. Також ігнорується питання етичності при демонстрації незавершеного збройного конфлікту. Розробка гри розпочалася в грудні 2015 року, невдовзі після початку активної фази військової інтервенції Росії в Сирію. Студія стикалася з критикою через політичну заангажованість своїх ігор.

Співробітники студії, зокрема сценарист Віталій Шутков, публічно висловлювали гордість тим, що їхні проекти називають російською фашистською пропагандою в опозиційних виданнях. Це свідчить про свідому позицію розробників, яка не є аполітичною. Риторика розробника в контексті російсько-української війни виключно шовіністична та агресивна. А заяви розробника відверто демонструють його абсолютну заангажованість у політичних та військових планах РФ. Так, ще у 2017 році розробник, відповідаючи на коментарі на платформі Reddit під темою, присвяченій цій грі, з ореолом загадковості і в знуцальному тоні заявив: ...далі буде ще більше, і наступного разу ми прийдемо туди, де ви на нас не чекаєте.

Історія та сюжет «Syrian Warfare» розгортаються від імені Анвара Аміна, лейтенанта сирійської поліції. Через персоналізацію протагоніста гравець занурюється у нарратив, де російська інтервенція подається як «визвольна місія». У візуальних образах гри свідомо ігноруються воєнні злочини РФ та режиму Асада, а сили опору маркуються як «абсолютне зло». Для реципієнта, мало знайомого з перебігом подій, така подача здійснює прямий когнітивний вплив, закладаючи викривлені уявлення про конфлікт. Нарратив та візуальна емоційна образність проекту повністю віддзеркалюють офіційну позицію Кремля, легітимізуючи агресію через ігровий досвід.

Еволюцією цієї стратегії стали найновіші проекти на тему «СВО», метою яких є виправдання війни та заперечення української суб'єктності. Ігри «Передний край», «Спецназ: Штурм», «Лучшие в аду» та серія «Отряд 22: ZOV» виступають інструментами «цифрової мобілізації» та нормалізації насильства. Використання пафосних назв та героїзація окупантів у дизайні цих ігор перетво-

рює їх на відкритий когнітивний рупор агресора, що працює на ерозію моральних бар'єрів у масовій свідомості.

Згідно з концепцією Гюстава Ле Бона про «твердження», «повторення» та «зараження», ці ігрові продукти методично вкорінюють у підсвідомість гравця образ ворога-нелюда, позбавленого суб'єктності, одночасно героїзуючи воєнні злочини. Дизайн цих ігор, часто спонсорований державними структурами РФ (зокрема «Інститутом розвитку інтернету»), перетворює ігровий процес на акт когнітивного зараження, де віртуальна перемога над «нацизмом» стає когнітивним заміном реальності. Це остаточно підтверджує тезу про перетворення російського геймдизайну на відкритий елемент військової машини, що працює на ерозію моральних бар'єрів та підготовку суспільства до тривалого конфлікту.

Дослідження демонструють системну заангажованість політики РФ у формуванні наративів через ігровий дизайн та гейміндустрію. Прийняті державні акти, зокрема щодо регулювання ідеологічної коректності контенту, переслідують стратегічні цілі: мобілізацію власного суспільства та інфільтрацію деструктивних ідей серед споживачів у країнах «західного» світу. Низка ігор, присвячених агресії проти України, підтверджує, що відеоігри в РФ стали функціональною частиною стратегії когнітивного впливу.

Для розуміння серйозності питання варто розглянути прецедент повної заборони гри S.T.A.L.K.E.R. 2 у РФ. Якщо раніше серія сприймалася російською аудиторією як частина власного культурного простору, то після 2022 року ситуація докорінно змінилася. Студія GSC Game World підкреслила українську ідентичність проекту, відмовилася від російської локалізації та спрямувала значні кошти (за оцінками, понад 17 млн доларів) на підтримку Сил оборони України. У відповідь у листопаді 2025 року студію було визнано в РФ «небажаною організацією», а будь-яка взаємодія з грою – від купівлі до публічної демонстрації – криміналізована як підтримка тероризму. Це свідчить про те, що відеоігри стали реальним полем битви, де право на власні наративи захищається на рівні державних заборон.

У РФ це спричинило широку агресивну дискусію з наративами про «крайню націоналістичність» українського розробника і зневагу до нього. Таке ставлення пересічних росіян до гри демонструє їхню залученість у прагнення агресивно нав'язувати власні цінності, заперечуючи будь-яку українську ідентичність, зокрема у відеоіграх. Офіційні владні структури РФ підходять до забо-

рони ігрового продукту як до питання захисту власної ідеологічної безпеки, хоча формальним приводом стало фінансування студією потреб Сил оборони України. Сукупність цих факторів підкреслює, наскільки серйозно російська влада і суспільство ставляться до просування риторики та наративів у відеоіграх. Росія виступає одним із головних теоретиків когнітивної війни та беззаперечним агресором, що широко застосовує агресивну пропаганду, риторичку та всі інструменти гібридного протистояння. Тому доцільно розглядати відеоігри як повноцінний інструмент когнітивної війни РФ.

**Висновки.** Проаналізовано відеоігри РФ на предмет наявності в них систематичного візуального наративу. Виявлено прямі ознаки наявності візуальної риторики та процесуальної риторики, які прямо відповідають цілям когнітивної війни. Російські ігри насичені деструктивними та маніпулятивними наративами, покликаними виправдати радянське минуле та сучасні злочини РФ, а також сформувані викривлене ставлення до причин та перебігу майбутніх гіпотетичних конфліктів за участю агресора. Також російські відеоігри атакують критичне мислення реципієнтів та споживачів з метою реалізації агресивних планів РФ із найменшим спротивом. Для цього використовуються методи формування візуальної риторики та візуального наративу, які підмінюють собою об'єктивну реальність та спрямовують мислення споживача в потрібному для агресора руслі, що цілком відповідає концепції ведення когнітивної війни. В межах використання дизайну як науки проаналізовано основні механізми формування візуального впливу на цільову аудиторію. Цілісна система візуальних образів та повідомлень спрямована на викривлення сприйняття причинно-наслідкових зв'язків у гострому політичному контексті. Візуальні повідомлення виступають єдиною системою формування тверджень для споживачів без логічного підтвердження та аналізу. Максимальна повторюваність та емоційність сприяють зараженню аудиторії деструктивними ідеями. Така систематичність у дизайні та організованість за допомогою державних фінансів РФ не мають залишитися проігнорованою. Навіть семантика назв ігор та їх студій несуть у собі агресивну завуальовану пропаганду і когнітивну атаку. Слогани та гасла, як можна деконструювати деякі елементи у дизайні назв, є софістичними, риторичними і маніпулятивними. Вони викривлюють сприйняття контексту і обставин реальних подій, нав'язують міфи. Також російські відеоігри атакують критичне мислення реципієнтів та споживачів.

вачів з метою реалізації агресивних планів РФ із найменшим спротивом. Для цього використовуються методи формування візуальної риторики та візуального нарративу, які підмінюють собою об'єктивну реальність та спрямовують мислення споживача в потрібному для агресора руслі, що цілком відповідає концепції ведення когнітивної війни. Аналіз когнітивних загроз, наявних у російських медіапродуктах, може слугувати для розуміння подальших стратегічних планів агресора, адже когнітивна війна безпосередньо спря-

мована на забезпечення успіху військових операцій. Особливо актуально це виявляється в аналізі гри Broken Arrow, оскільки саме у ній репрезентовано гіпотетичний, але реалістичний сценарій конфлікту в Балтійському регіоні. Весь нарратив сюжету та візуальних образів гри спрямований на легітимізацію дій РФ і десуб'єктизацію країн Балтії в очах споживачів. Це вказує на реальні когнітивні загрози, що містяться у російських відеоіграх, і потребує всебічного міжгалузевого дослідження цього питання.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вежбовська Л. Дизайн опору супроти дизайну війни. *Деміурж: ідеї, технології, перспективи дизайну*. Київ, 2022. Вип. 5 (2). С. 152–153. DOI: <https://doi.org/10.31866/2617-7951.5.2.2022.266897> URL: [demiurge.knukim.edu.ua](http://demiurge.knukim.edu.ua)
2. Віртуальні маніпуляції 2025: від війни та страху до розгубленості та невизначеності. Центр передового досвіду НАТО зі стратегічних комунікацій. <https://detector.media/infospace/article/247713/2026-02-16-ukraina-i-nato-opublikovali-splnuu-zvit-pro-rosiyski-informatsiyni-operatsii-vplyvu/>
3. Гоулман Д. Емоційний інтелект / пер. з англ. С.-Л. Гумецької. Харків: Vivat, 2019. 512 с.
4. Звіт Головного наукового співробітника НАТО про стійкість 2025. Організація НАТО з науки та технологій (STO). 2025. URL: <https://www.nato.int/content/dam/nato/webready/documents/sto/chief-scientist-report-resilience.pdf>
5. Колісник О. В., Волкова В. В., Лук'яненко К. С. Система візуальної комунікації в контексті її традиційних і сучасних форм. *Технології та дизайн*. Київ, 2020. № 2 (35). URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/td\\_2020\\_2\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2020_2_5).
6. Компанія Games Gathering. Російська пропаганда у відеоіграх: аналіз ігрового контенту 1990–2024 рр. Київ, 2024. URL: [https://www.ggconference.com/wp-content/uploads/2025/11/russproppingames\\_ua.pdf](https://www.ggconference.com/wp-content/uploads/2025/11/russproppingames_ua.pdf)
7. Мимрук О. В. Відеоігри як симулякри: концепція Жана Бодріяра як методологія дослідження відеоігор. *Культурологічний альманах*. Київ, 2025. Вип. 1 (13). С. 45–52.
8. Попов А. Як Росія у своїй же грі "програє" війну за Балтику. *УНІАН*. 2025. URL: <https://www.unian.ua/world/yak-rosiya-u-svojiy-zhe-gri-prograye-viynu-za-baltiku-13078374.html>
9. Прогноз Центру щодо інформаційних загроз на другу половину серпня 2025 року. Центр протидії дезінформації. 2025. URL: <https://cpd.gov.ua/international-direction/evropa/prognoz-czentru-shhodo-informacijnyh-zagroz-na-drugu-polovynu-serpnya-2025-roku/>
10. Прокопчук І., Кантаровський Ю., Прокопенко В. Семіотика і когнітивні механізми інтерпретації візуального образу в дизайні та мистецтві. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. Рівне, 2025. Вип. 51. С. 110–118.
11. Сирбу С. Російська пропаганда в ігрових середовищах: приклад користувацького контенту в Steam. <https://gamedev.dou.ua/forums/topic/48830/>
12. Barthes R. *Éléments de sémiologie*. Paris: Seuil, 1964.
13. Barthes R. *Mythologies*. Paris: Seuil, 1957. 250 p. URL: [https://monoskop.org/images/9/9b/Barthes\\_Roland\\_Mythologies\\_1957.pdf](https://monoskop.org/images/9/9b/Barthes_Roland_Mythologies_1957.pdf)
14. Bogost I. *Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames*. MIT Press, 2007. 464 p. URL: <https://luisnavarrete.com/USC/pdf/Bogost2.pdf>
15. Houze R. *New Mythologies in Design and Culture: Reading Signs and Symbols in the Visual Landscape*. Bloomsbury Academic, 2016. 224 p. URL: <https://dokumen.pub/new-mythologies-in-design-and-culture-reading-signs-and-symbols-in-the-visual-landscape-9780857855213-9780857857620-9781474277723-9781474277716.html>
16. Kahneman D. *Thinking, Fast and Slow*. New York: Farrar, Straus and Giroux, 2011. 499 p. <https://dn790002.ca.archive.org/0/items/DanielKahnemanThinkingFastAndSlow/Daniel%20Kahneman-Thinking%20Fast%20and%20Slow%20%20.pdf>
17. Lefebvre V. A. *Algebra of Conscience: A Comparative Analysis of Western and Soviet Ethical Systems*. Dordrecht: D. Reidel Publishing Company, 1982. 194 p. URL: [link.springer.com](http://link.springer.com)
18. Norman D. *The Design of Everyday Things*. Basic Books, 2013. 368 p. URL: <https://dl.icdst.org/pdfs/files4/4bb8d08a9b309df7d86e62ec4056ceef.pdf>
19. Syrбу S. Russian propaganda in gaming environments: an example of user-generated content on steam. *CEDEM*. 2024. URL: <https://cedem.org.ua/en/analytics/russia-propaganda-steam/>
20. Zakia R. D. *Perception and Imaging: Photography – A Way of Seeing*. Focal Press, 2013. 416 p.

### REFERENCES

1. Vezhbovska L. (2022). Dyzain oporu suproti dyzainu viiny [Design of resistance against the design of war]. *Demiurh: ideji, tekhnolohii, perspektyvy dyzainu*. Kyiv, Vol. 5 (2). P. 152–153. [in Ukrainian]. DOI: <https://doi.org/10.31866/2617-7951.5.2.2022.266897> URL: [demiurge.knukim.edu.ua](http://demiurge.knukim.edu.ua)

2. Virtualni manipuliatsii 2025: vid viiny ta strakhu do rozhulbenosti ta nevypravdanosti [Virtual Manipulation 2025: From War and Fear to Confusion and Uncertainty]. *NATO Strategic Communications Centre of Excellence*. [in Ukrainian]. URL: <https://detector.media/infospace/article/247713/2026-02-16-ukraina-i-nato-opublikuvaly-spilnyy-zvit-pro-rosiyski-informatsiyni-operatsii-vplyvu/>
3. Goleman D. (2019). *Emotsiyni intelekt* [Emotional Intelligence]. (S.-L. Humetska, Trans.). Kharkiv: Vivat. 512 p. [in Ukrainian].
4. NATO Science & Technology Organization (STO). (2025). *NATO Chief Scientist's 2025 Report on Resilience*. URL: <https://www.nato.int/content/dam/nato/webready/documents/sto/chief-scientist-report-resilience.pdf>
5. Kolisnyk O. V., Volkova V. V., Lukianenko K. S. (2020). Systema vizualnoi komunikatsii v konteksti yii tradytsiinykh i suchasnykh form [Visual communication system in the context of its traditional and modern forms]. *Tekhnologii ta dyzain*. Kyiv, No. 2 (35). [in Ukrainian]. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/td\\_2020\\_2\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2020_2_5).
6. Kompaniia Games Gathering. (2024). *Rosiiska propahanda u videoihrakh: analiz ihrovoho kontentu 1990–2024 rr.* [Russian propaganda in video games: analysis of game content 1990–2024]. Kyiv. [in Ukrainian]. URL: [https://www.ggconference.com/wp-content/uploads/2025/11/russpropingames\\_ua.pdf](https://www.ggconference.com/wp-content/uploads/2025/11/russpropingames_ua.pdf)
7. Mymruk O. V. (2025). Videoihry yak symuliakry: kontseptsiiia Zhana Bodriiara yak metodolohiia doslidzhennia videoihor [Video games as simulacra: Jean Baudrillard's concept as a methodology for studying video games]. *Kulturolohichniy almanakh*. Kyiv, Vol. 1 (13). P. 45–52. [in Ukrainian].
8. Popov A. (2025). Yak Rosiia u svoii zhe hri "prohraie" viinu za Baltyku [How Russia "loses" the war for the Baltics in its own game]. *UNIAN*. [in Ukrainian]. URL: <https://www.unian.ua/world/yak-rosiya-u-svojiy-zhe-gri-prograye-viynu-zabaltiku-13078374.html>
9. Center for Countering Disinformation. (2025). Prognoz Tsentru shhodo informatsiinykh zahroz na druhu polovynu serpnia 2025 roky [The Center's forecast regarding information threats for the second half of August 2025]. [in Ukrainian]. URL: <https://cpd.gov.ua/international-direction/yevropa/prognoz-czentru-shhodo-informacijnyh-zagroz-na-drugopolovynu-serpnia-2025-roku/>
10. Prokopchuk I., Kantarovskiy Yu., Prokopenko V. (2025). Semiotyka i kohnityvni mekhanizmy interpretatsii vizualnogo obrazu v dyzaini ta mystetstvi [Semiotics and cognitive mechanisms of visual image interpretation in design and art]. *Ukrainska kultura: mynule, suchasne, shliakhy rozvytku*. Rivne, Vol. 51. P. 110–118. [in Ukrainian].
11. Syrbu S. (2024). Rosiiska propahanda v ihrovyykh seredovyschakh: pryklad korystuvatskoho kontentu v Steam [Russian propaganda in gaming environments: an example of user-generated content on Steam]. [in Ukrainian]. URL: <https://gamedev.dou.ua/forums/topic/48830/>
12. Barthes R. (1964). *Éléments de sémiologie*. Paris: Seuil.
13. Barthes R. (1957). *Mythologies*. Paris: Seuil. 250 p. URL: [https://monoskop.org/images/9/9b/Barthes\\_Roland\\_Mythologies\\_1957.pdf](https://monoskop.org/images/9/9b/Barthes_Roland_Mythologies_1957.pdf)
14. Bogost I. (2007). *Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames*. MIT Press. 464 p. URL: <https://luisnavarrete.com/USC/pdf/Bogost2.pdf>
15. Houze R. (2016). *New Mythologies in Design and Culture: Reading Signs and Symbols in the Visual Landscape*. Bloomsbury Academic. 224 p. URL: <https://dokumen.pub/new-mythologies-in-design-and-culture-reading-signs-and-symbols-in-the-visual-landscape-9780857855213-9780857857620-9781474277723-9781474277716.html>
16. Kahneman D. (2011). *Thinking, Fast and Slow*. New York: Farrar, Straus and Giroux. 499 p. URL: <https://dn790002.ca.archive.org/0/items/DanielKahnemanThinkingFastAndSlow/Daniel%20Kahneman-Thinking%20Fast%20and%20Slow%20%20.pdf>
17. Lefebvre V. A. (1982). *Algebra of Conscience: A Comparative Analysis of Western and Soviet Ethical Systems*. Dordrecht: D. Reidel Publishing Company. 194 p. URL: [link.springer.com](http://link.springer.com)
18. Norman D. (2013). *The Design of Everyday Things*. Basic Books. 368 p. URL: <https://dl.icdst.org/pdfs/files4/4bb8d08a9b309df7d86e62ec4056ceef.pdf>
19. Syrbu S. (2024). Russian propaganda in gaming environments: an example of user-generated content on steam. *CEDEM*. URL: <https://cedem.org.ua/en/analytics/russia-propaganda-steam/>
20. Zakia R. D. (2013). *Perception and Imaging: Photography – A Way of Seeing*. Focal Press. 416 p.

Дата першого надходження статті до видання: 03.03.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 25.03.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 19.05.2026

Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

