

Розділ 2

СМИСЛОВІ ВІЙНИ В МЕЖАХ ГІБРИДНИХ ПРОТИСТОЯНЬ

§ 5. Інформаційні та смислові війни: наукові підходи до розмежування понять

Визначення і ознаки смислової війни. В історії людства було багато прикладів впливу на свідомість людей, який здійснювали з тією чи іншою метою військові, політики, вчені, митці, представники релігійних культів. Ідеологічні війни мають тисячолітній бекграунд. У статті «Меметична зброя як інструмент смислової війни РФ проти України» Рена Марутян привертає увагу до висловлювання китайського стратега V століття до н.е., автора книги «Мистецтво війни»: «Найгірше для воєначальника – це осаджати фортецю. Кращим стратегічним рішенням є розбити війська противника. Ще краще – розбити його союзи. І найкраще – розбити задуми противника, тобто оволодіти територією його сенсів» [6]. У книзі «Нагнітання мороку» І. Дзюба за публікацією з журналу «Чтения в Императорском обществе истории и древностей российских» 1865 року (т. 3., с. 181) наводить схожу сентенцію: «Народ, доколе сохранит веру, язык, обычаи и законы, не может считаться покоренным» [цит. за 2, с. 411]. Як бачимо, понад дві тисячі років

філософія загарбання шляхом оволодіння «територією сенсів» противника, в принципі, не змінювалася і не змінюється донині.

З початку ХХ століття прикладів маніпулювання громадською думкою стало більше і вони помітніші, оскільки посилилася роль самих мас у політичному житті країн і почали активно розвиватися технології, які прирощували можливості засобів масової інформації поширювати інформацію швидко і на надзвичайно широкі кола аудиторії. Це явище почало вивчатися і з тих пір здобуло багато назв: психологічна війна, віртуальна війна, інформаційна війна, інформаційна операція (застосовується не тільки під час війни, а й у мирний час), цивілізаційна війна, гібридна війна.

Протягом останніх років у науці актуалізувався напрям, у межах якого вивчаються спільні та відмінні риси двох типів віртуальних воєн – інформаційної та смислової. Наше завдання – описати і узагальнити, показати на прикладах особливості цих двох видів «системного впливу на індивідуальну і масову свідомість» [13, с. 559].

Інформаційна війна (information war) – інформаційні впливи, які мають на меті введення в оману масової чи індивідуальної свідомості, виведення з ладу або десинхронізацію процесів управління суспільством [13, с. 559] та захист власних центрів прийняття політичних рішень. За влучним висловлюванням Г. Почепцова, інформаційна війна – це «найінтелектуальніший варіант військового протистояння, оскільки і суб'єкт, і об'єкт впливу тут – людський розум... Якщо звичайна війна націлена на тіло людини, то інформаційна... на її розум» [14, с. 7].

Смислова війна (semantic war) – складова частина сучасної гібридної війни, новий вид когнітивного протистояння; впливає на пізнавальну сферу людини; ведеться віртуально; ворог спочатку «перемагає розум і тільки потім – території» [7]. Ключова відмінність смислової війни від інформаційної полягає в її меті: смислові операції спрямовані на ураження не системи знань і суджень, а цілої системи цінностей, картини світу об'єкта агресії.

Тактична мета смислової війни – зробити кожну людину своєрідним «цензором», який сам буде тлумачити факти в потрібному, керованому сенсі: все, визначене як «неправильне»,

відкидати, і засвоювати тільки те, що «дозволено». Стратегічна мета смислової війни – самознищення об'єкту агресії (соціальної групи, нації тощо) [8].

Г. Почепцов у своїй книзі «Смисли і війни» (2016) навів дещо курйозну, але необтяжливу для сприйняття і запам'ятовування аналогію, завдяки якій справді можна легко усвідомити розбіжності між інформаційною і смисловою війнами: «Якщо взяти казкові приклади, то Буратіно є жертвою інформаційної атаки, яка призвела до того, що він зарив свої золоті монети невідомо куди. А П'єро є типовою смисловою жертвою, бо він повністю змінив свою модель світу, вписуючи в кожне своє речення ім'я Мальвіни» [16, с. 25-26].

Наші історія і сьогодення, на жаль, демонструють десятки реальних і болісних прикладів усіх видів віртуальних агресій, які прямо чи опосередковано впливають на якість життя як цілих країн, так і окремих людей. Пригадаймо, як в Україні на тлі виборчих і політичних баталій 2003–2004 років за допомогою багатьох інформаційних операцій розкручувався маховик смислового протистояння.

Спочатку у свідомість громадян, які до того не сумнівалися, що вони один народ, «вводяться» чіткі опозиції: «україномовні» – «російськомовні», «за Америку» – «за Росію», «И Ленин такой молодой» – «Ще не вмерла України...». На цьому етапі конфлікт ще не сприймався серйозно: опоненти гостро дискутували і розходилися з наміром переконати іншу сторону в своїй правоті.

Незабаром з'явилася карта поділеної на три частини (три сорти) України. Прихильники незалежності, з одного боку, і «русского мира» – з іншого, отримали потужний візуальний сигнал, який можна вербалізувати приблизно так: «ніхто не помиляється, ми просто різні, між нами кордон». Учасникам ідеологічних баталій непомітно для них самих була «нав'язана» нова реальність – можливість поділу до того соборної України на частини. Те, про що вчора навіть не думали, почало сприйматися як щось цілком вірогідне.

Далі отриманий ефект закріплювався безліччю інформаційних операцій. У пресі частіше з'являлися висловлювання на кшталт «українська мова – это не язык, это крики животных» [цит. за 2,

с. 465]. Подібні випадки стали регулярними, вони стосувалися вже не тільки мови, а й літератури, освіти, науки, побуту тощо. І. Дзюба назвав це «нагнітанням мороку»: подібна «русифікація – це поверхневий симптом глибокої хвороби, що полягає у втраті закоріненості в культурі, історії, у втраті самого себе» [2, с. 476]. Саме так, за допомогою інформаційного «мороку», закріплювалися результати смислової «диверсії».

Минуло десять років, і ця віртуальна «боротьба за розум» завершилася абсолютно реальним кордоном із ОРДЛО. У 70-х роках минулого століття, описуючи особливості трансформацій традиційних культурних матриць у постіндустріальному суспільстві, Жак Бодріяр (1929–2007) зазначав: «Територія більше ані передує карті, ані живе довше за неї. Відтепер карта передує території – прецесія симулякрів, – саме вона породжує територію...» [1, с. 5-6] Хоч і прикро, а в житті все відбулося, «як книжка пише».

На жаль, продовження смислової агресії розгортається на наших очах і сьогодні. Починаючи з 2014 року в засобах масової інформації періодично з'являються повідомлення про те, що в тій чи іншій країні Європи опублікована карта України без Криму чи з Кримом, віднесеним до РФ. Погляньмо тепер, що відбувається в цьому сенсі в медіа за період 2017 – початку 2018 року: «Через карту України без Криму у Броварах звільняється чиновниця міськради. Після інциденту з розміщенням на сцені перед будівлею міськради Броварів карти України без анексованого Криму та окупованих територій Луганської та Донецької областей зі своєї посади звільняється <очільник> відділу культури Броварської міськради Інна Савченко» (23.08.2017; <https://24tv.ua>); «У Чехії і Португалії виявили карти з "російським" Кримом» (18.01.2018; <https://dt.ua>); «У Португалії опублікували карту України без Криму. Туристична компанія опублікувала карту України без Кримського півострова. У ситуацію вже втрутилося посольство України в Португалії» (18.01.2018; <https://ua.korrespondent.net>); «Український телеканал осоромився з картою без Криму: опубліковано фото і пояснення журналістів. В ефірі телеканалу UA: Перший ввечері, 16 березня, була показана карта України без окупованого Росією Криму» (17.03.2018;

<https://apostrophe.ua>); «Ще один український телеканал показав карту без Криму. Телеканал СТБ показав в ефірі карту України без Криму. Це сталося в ефірі програми “Холостяк”» (18.03.2018; <https://www.unian.ua>).

Порівняно з 2014–2016 роками, в 2016–2018 «урізани» карти з відносно далекого закордону переміщуються, як бачимо, під Київ і на телеекрани. Нас потихеньку «привчають» до України без Криму і частини Сходу. Залишається сподіватися, що або «щеплення» 2003–2014 років допоможе, або двічі навіть віртуальні «снаряди» в одну вирву не поціляють.

Порівняльний аналіз інформаційної та смислової війн здійснений у працях Г. Почепцова і Р. Марутян. Базуючись на їхніх висновках, зіставимо й ми ці два види протистоянь за такими критеріями: ціль ураження і очікуваний результат, мета і завдання війни, шляхи вирішення завдань, методи, методики і технології, канали впливу, характер і тривалість, суб'єкти і об'єкти впливу.

Ціль ураження. Як уже було зазначено у визначенні, якщо в межах інформаційної війни основною ціллю ураження є система знань і суджень людей (сфера раціонального), то смислові операції спрямовані на зміну їхньої системи уявлень, переконань і цінностей (сферу емоцій, відчуттів, вірувань). У цьому сенсі смислові війни можна було б назвати не тільки «семантичними», а й «когнітивними» чи «аксіологічними».

У першому випадку ворог працює з інформаційними потоками, його «зброя» спрямована на ситуаційно актуалізовані в суспільно-політичному дискурсі події та персони. У випадку ж смислової війни противника цікавить не інформація, а механізми пізнання, культурологічні константи, тому «під прицілом», насамперед, опиняються факти історії, об'єкти культурної спадщини, моральні пріоритети, ментальні стереотипи, мова.

Мета. Інформаційна війна тактична. Вона ведеться для дестабілізації (чи, навпаки, стабілізації) поточної політичної ситуації шляхом ситуаційної зміни ставлення людей до когось або чогось (влади, окремого політика чи громадського діяча, події, факту). Смилова війна, навпаки, стратегічна за своєю суттю. Вона змінює

самих людей, картину світу народу. Фактично йдеться про «перевербовування», «перекодування» противника, який у результаті сам починає діяти на користь ворога або ж, як мінімум, легко змиряється з поразкою.

Завдання і очікуваний результат. Під час інформаційної війни ворог через людей апелює до влади противника й саме від неї чекає прийняття вигідних для нього рішень. Спочатку щодо поточних суспільно-політичних процесів і явищ формується потрібна агресору громадська думка або створюється атмосфера невизначеності та хаосу, або вводиться в інформаційний простір пряма дезінформація, потім на все це повинна зреагувати влада.

У межах смислової війни влада мало цікавить того, хто нападає. Тут саме народ перевіряється на стійкість щодо здатності відстоювати свої цивілізаційні, національні, моральні пріоритети. Після дискредитації чи підміни усталеної системи цінностей, нав'язування нової він або зберігає здатність до опору, або ж переходить на шлях колаборації.

Способи вирішення завдань і в межах інформаційної, і під час смислової війни приблизно однакові. Це дезінформація (введення в оману); дискредитація або, навпаки, формування позитивного іміджу; приховування якоїсь інформації; відволікання або «перемикання» уваги противника; шокування та епатування; залякування, стимулювання відчуттів тривоги, невдоволеності, розгубленості, песимістичних настроїв; «заколисування», ослаблення захисних механізмів.

Суб'єкти і об'єкти впливу. Для обох описуваних видів війн суб'єкти впливу (агресори) зазвичай неявні, приховані, завуальовані. Наступ може проводитися з кількох сторін одночасно, чого протягом тривалого часу жертва агресії не усвідомлює. Так, наприклад, якщо одна країна робить заяви, в яких засуджує внутрішньополітичні процеси в іншій, цілком може бути, що ці заяви пролобійовані третьою стороною, яка до пори до часу хоче залишатися в тіні.

Попри це характер ведення інформаційної та смислової війн суттєво різняться: відкритий і явний у першому випадку (інформаційні диверсії не можуть залишитися непоміченими, навіть

тоді, коли не відомо, хто за ними стоїть) і замаскований аж до отримання результату – в другому. Г. Почепцов з цього приводу зауважує: «Інформаційні війни більш помітні, ніж смислові, тому в цьому випадку швидше починають бити на сполох. Смислові війни закриті ореолом естетичної привабливості, тому вони залишаються більш непоміченими» [17].

Об'єктами впливу при інформаційній війні зазвичай є окремі сегменти населення (політики, прихильники певних політичних партій, бізнес-еліта, представники культури тощо), смислова ж війна так чи інакше спрямована на всі можливі соціальних групи.

Р. Марутян так описує особливості об'єктів смислових впливів у сучасному протистоянні: «Смислова зброя здійснює вплив на різні типи аудиторії: аудиторія – об'єкт (Крим і Схід України), аудиторія – об'єкт 2 <уся інша територія України>, аудиторія, що стоїть за атакуючою стороною (Росія), союзники (наприклад, Казахстан або Білорусь), нейтральна аудиторія (решта світу)» [6].

Канали поширення віртуальних впливів. Дослідники одностайні в тому, що середовища, в яких поширюються інформаційні та смислові «віруси», суттєво різняться. Інформаційні диверсії здійснюються зазвичай – свідомо чи несвідомо! – за допомогою засобів масової інформації. Для проведення смислових операцій, крім мас-медіа, залучаються продукти масової і рідше – елітарної культури (кіно, література, індустрія розваг і споживання, мова). «Якщо телевізійні новини, – пише Р. Марутян, – відображають вимоги до тактичної комунікації, то культура відноситься до галузі стратегічної комунікації» [7].

Класичними і наведеними вже в багатьох працях про віртуальні війни вже стали приклади заборони в низці країн деяких дитячих іграшок чи серіалів. Так, ще з початку нового тисячоліття в Ірані, наприклад, заборонили продаж ляльок «Барбі» з метою захистити традиційні ісламські цінності. У 2016 «тренд» підхопила Росія, яка не заборонила, але виступила з ініціативою детальніше прописати в офіційних документах «критерії ризику, що впливають на морально-емоційне благополуччя дітей» [9].

Типовим явищем в Україні протягом останніх років стали заборони низки фільмів і серіалів. Попри те, що це викликає бурхливу і часто негативну реакцію громадськості, варто прислухатися до думок експертів: «Основним сьогоднішнім каналом сенсів, що має індустріальний характер, є серіали. Вони виявилися настільки привабливими для глядачів, що по всьому світу мільйони людей не відходять від телевізорів... Кіноіндустрія пропонує глядачеві варіанти поведінки, які він з готовністю сприймає. Кіноіндустрія серйозним чином також програмує минуле... Люди починають “пам’ятати” те, чого ніколи не бачили в реальності» [7].

Спірним залишається питання, чи можуть здійснюватися інформаційні та смислові впливи через елітарні форми культури, наприклад, класичну і сучасну елітарну літератури. Це вважається неможливим із трьох причин: 1) сучасні люди дедалі менше читають; 2) таку літературу може сприйняти тільки незначна кількість людей, оскільки «робота» з такою книгою потребує відповідної естетичної підготовки і певних зусиль; 3) класика взагалі пропонує кардинально іншу систему цінностей, порівняно з тією, яку сповідує споживацьке суспільство («стикаючись із класичною літературою... молода людина відчуває, що ідейно-ціннісний бекграунд, який криється за цим пластом художньої культури, конфліктує зі світом, що її оточує...» [21]).

Однак в Україні, маємо констатувати, ситуація дещо інша. Українська класична література – засіб виживання народу, частина його генетичного коду, не дарма на грошових купюрах – портрети Г. Сковороди, Т. Шевченка, І. Франка, Лесі Українки. Попри стійке небажання школярів долучатися до класики, у буремні роки останніх революцій на стінах київського головноштамту з’являлися графіті з рядками поезій В. Симоненка, В. Стуса, Л. Костенко. Заучені колись рядки ставали лозунгами: «Борітеся – поборете!» І ця сама література не дарма неодноразово ставала об’єктом маніпуляцій. Пригадаймо книги і фільми з промовистими назвами «Вурдалак Тарас Шевченко». І. Дзюба на це відгукнувся так: «Щоб нація втратила свою життєздатність, дуже важливо дискредитувати основні опорні конструкції її національного самоусвідомлення. І тут, звичайно,

Шевченка ніяк не обійти. Воюючи з Шевченком, воюють з Україною, хоч і приховують це з різною мірою вправності» [3, с. 4-5].

Потужним, але непрогнозованим каналом віртуальних впливів сьогодні стали Інтернет і соціальні мережі. Вони одночасно є як засобом поширення інформації, так і середовищем формування великої кількості субкультур, кожна з яких має свою систему цінностей, правил поведінки, мову. Саме тому Мережа – ідеальне поле битви в інформаційних і смислових протистояннях. Єдине, що до сьогодні недостатньо враховують, на її безмежних просторах може непомітно і безконтрольно створюватися «зброя» як наступу, так і контрнаступу.

Тривалість і наслідки впливу. «Якщо інформаційна війна – зазначає Г. Почепцов, – формує порядок денний, то смислова – порядок десятиріч, бо вона змінює саму карту місцевості, а не лише назву однієї з вулиць, якою треба сьогодні проїхати... <Це відбувається, тому що> в першому випадку ми змінюємо інформацію, в другому – знання. А знання є більш довготривалим продуктом, ніж інформація. Факти можуть змінюватися, а правила, за якими ми їх розуміємо, залишаються тими самими» [16, с. 25].

Інформаційні протистояння зазвичай «блискавичні», вони складаються з короткострокових операцій, а отриманий результат нетривкий і може бути змінений. Так, перед будь-яким важливим засіданням міжнародних міжурядових організацій в інформаційний простір може бути «запущена», наприклад, дезінформація. Вона матиме чи не матиме значення для перебігу засідання і ухвалення тих чи інших рішень, але за два тижні про неї вже ніхто не згадає. Наслідки можуть бути досить болючими, однак завжди залишаються раціональні механізми для подальшого виправлення ситуації.

«Перепрограмування» світогляду противника в межах смислової війни – це завжди тривалий, інколи розтягнений на десятиліття, а то й століття проект. Причому наслідки його здебільшого не прогнозовані.

По-перше, ворог може просто «не поцілити». «Культурні» коди – це все-таки дуже «тонка матерія», особливості якої противник часто не усвідомлює або недооцінює. Російсько-український конфлікт – яскраве тому підтвердження. Так, алогічна впевненість російської

влади в тому, що українці – це «недонарод», зумовила її неготовність до серйозного опору з боку українських патріотів. Нерозуміння закладених у менталітеті, фактично на генетичному рівні, відмінностей у ставленні росіян і українців до влади змусило двічі зробити програшну ставку на «президента-зека». «Смислова зброя, – зазначає О. Пелін, – незважаючи на масштабність нанесення шкоди противнику, обмежена конотативною специфікою інформації. Варто пам'ятати, що конотація або супутні значення не можуть бути універсальними і мають межі поширення...» [11, с. 126]

По-друге, у випадку «переможної» смислової війни її наслідки можуть бути закріплені у свідомості людей надовго, змінюються важко, часто – аж наступними поколіннями. Афористично Т. Шевченко це висловив у рядках: «Так от як кров свою лили / Батьки за Москву і Варшаву, / І вам, синам, передали / Свої кайдани, свою славу!» [20, с. 270] І як показала історія, шлях до відродження – «І забудеться срамотня / Давня година, / І оживе добра слава, / Слава України» [20, с. 271] – тривалий, кривавий і надзвичайно болісний.

По-третє, наслідки «перепрограмування» можуть бути і нетривкими. У такому випадку після тимчасової «легалізації» в публічному просторі вони закріплюються вже методами силового впливу, терору тощо. Як це робилося в радянській Україні, наприклад, за допомогою жорстокого придушення повстань, голодоморів, винищення еліт.

Зазвичай уявлення, переконання, вірування людини змінюються протягом її життя. Кожен може розчаруватися в чомусь, змінити свої пріоритети. Це нормальні процеси еволюції індивіда. У випадку зі смисловим впливом саме в цьому і криється пастка.

Уявімо, що в результаті різних маніпуляцій чи пропаганди людина змінила свою систему цінностей. Наприклад, вона переконана: «хто був нічим, той стане всім» – це прекрасний соціальний «ліфт», який відкриває перед нею безліч можливостей. Згодом облуда спадає, відбувається прозріння: людина бачить, що під прикриттям цієї «мантри» творяться жахливі речі. Однак це вже не має жодного значення: її помилкою вже скористалися. Нові правила вже прописані і введені в публічний дискурс. Їм підпорядковані

політика, освіта, культура. Запущений механізм, який важко або й неможливо зупинити. Із цих тенет є кілька виходів, і всі вони однаково драматичні: людина «бунтує» і гине під пресом породженої за її ж участю машини брехні; змиряється і призвичаюється жити за принципом «думаю одне, говорю інше»; пристосовується до нових реалій, виправдовує себе шляхом виправдання системи.

Попереднє століття дало безліч прикладів таких заручників соціалістичного «раю» і арійської зверхності. На жаль, сьогодення намагається «не відставати». Наприклад, медіа регулярно оприлюднюють сповіді колишніх прибічників ЛНР і ДНР. Наведемо як приклад одну з них: «Так закінчилася моя війна – маленька війна маленької людини. Навіщо я туди поліз? Мені 23 роки, у мене немає ніг, ні дружини, ні дітей. І швидше за все, вже ніколи не буде. Ніг – це точно, сто відсотків не буде... Зате у мене є багато вільного часу. На війні люди змінюються. Хтось розумнішає, хтось звіріє, хтось дорослішає, але змінюються всі! Я теж змінився – я навчився думати. І зрозумів, як це може бути страшно вміти думати! Адже ти починаєш розуміти, що щось йде не так, як розповідали, що *щось іде зовсім неправильно!*.. Я воював за ДНР майже рік, я вірив у Республіку, я ненавидів “бандерівців”... Тепер мені шалено, до одуру, боляче і страшно, коли я розумію, що це – кінець. Це гетто. І я житель гетто, в якому ніхто нікому не потрібен...» [5] Це історія людини, якій нав’язали почуття любові до «руського миру» і ненависті до своїх співвітчизників. Що б вона не відчувала тепер, реалії існування вже визначені.

Методи. На думку Г. Почепцова, одна з ключових відмінностей інформаційного та смислового протистоянь полягає в застосуванні принципово різних методів ведення війни: «Раніше в основі інформаційної війни стояло *повідомлення*, нині ж базою стає *інтерпретація*... Раніше ми бачили в світі те, про що нам розповідали. Тепер ми розуміємо те, що нам інтерпретують. Складний світ вимагає тлумачень» [16, с. 21]. На відміну від інформаційної, «базовий інструментарій смислової війни – *реінтерпретація*... Смислова війна зайнята коцептуальним перекладом... <Наприклад, під час перебудови> особи зі списку

“ворогів” (Бухарін чи Троцький) переходили у список “друзів”. І навпаки: “друзі” ставали “ворогами”, як-от Ленін чи Сталін. Як наслідок, почали змінюватися назви вулиць і площ, мінялися навіть пам’ятники...» [16, с. 23] Загалом же змінилася вся парадигма мислення, а в результаті – суспільний лад, геополітичні орієнтири, економічний устрій усіх суб’єктів колишнього СРСР.

Протягом багатьох століть дієвим методом інформаційних впливів були заборони, замовчування і цензура. В умовах смислових протистоянь і в час, коли повністю заборонити щось неможливо через розвиток нових технологій, набагато більшу роль почало відігравати якраз прирощення інформації, суттєве збільшення її кількості: «людина, яка перебуває в такому дуже потужному інформаційному полі, так би мовити, дезорганізована насправді, це людина, якою дуже легко керувати. Вона надзвичайно легко керована» [цит. за 14, с. 15].

Не менш важливу роль у смисловій війні відіграють *міфологізація і ритуали*, які нав’язують не лише нові смисли, а й форми поведінки. І Г. Почепцов, і Р. Марутян для підтвердження цієї тези наводять чимало прикладів із радянської епохи: «Сенси, закодовані в ритуалах, задають поведінку. Наприклад, відома радянська максима “Піонер – всім хлопцям приклад”. Це... інструкція» [7]; «Радянський Союз мав... запрограмовану реальність, у якій важливу частину займали ритуали (збори, демонстрації тощо)» [14, с. 24]; «СРСР мав дитячі й молодіжні організації (піонерську і комсомольську), які повинні були імплантувати в індивідуальну свідомість радянську матрицю. Були відповідні радянські процеси “ініціації”, які маркували перехід на вищі рівні радянської соціалізації. Радянський герой, як і всі інші герої, завжди проходив випробування, щоб продемонструвати те, що він готовий отримати винагороду» [17].

Отже, можемо констатувати: основними методами ведення інформаційної війни є повідомлення (одноразове чи багаторазове, правдиве чи неправдиве), замовчування, нагнітання інформаційних шумів, інтерпретація; для смислової війни це реінтерпретація, «концептуальний переклад», міфологізація свідомості і ритуалізація поведінки.

Методики і технології. У межах інформаційних і смислових впливів використовується переважно маніпулювання, навіювання, програмування, як його різновиди, а також пропаганда. Стисло охарактеризуємо їх.

Маніпулювання – це приховане управління політичною свідомістю та поведінкою людини, що ґрунтується на ірраціональності та формуванні хибних висновків з метою примусити особу до дій або бездіяльності всупереч її справжнім інтересам [4, с. 75].

Навіювання – прихований вплив на підсвідомість людини задля зміни її звичок, поведінкових установок, цінностей, переконань. Здійснюється як вербально, так і невербально – за допомогою жестів, візуальних образів, звуків. Велику роль при навіюванні відіграють інтонація, темп, гучність тощо.

Програмування і його види доволі повно описані в статті Р. Колісніченка «Прийоми політичних маніпуляцій і стійкість до маніпулятивних впливів як складова демократичної електоральної культури»: «До політичних маніпуляцій також відноситься застосування латерального програмування, що ґрунтується на повторенні повідомлень, які начебто є очевидними і не потребують доказу та, залишаючись на другому плані, сприймаються підсвідомо. Видами такого програмування є гіпноз, що передбачає використання мовних стратегій, які забезпечують уникнення опору прямим командам, нейролінгвістичне програмування (НЛП), котре спирається на візуальний, аудіальний і кінестетичний типи сприйняття оточуючого світу та метапрограми – звичні стратегії мислення та стереотипи... Серед прийомів латерального програмування вирізняються: застосування сублімінальної (підсвідомої) реклами, що базується на передачі сигналів, котрі перевищують поріг реєстрації свідомістю та сприймаються підсвідомо (ефект 25-го кадру); ланцюгове з'єднання реальних фактів з вигаданими, наприклад, пропонування чотирьох тверджень, три з яких є безперечними, а четверте необхідно впровадити (Дніпро – ріка, лев – цар звірів, Україна – Батьківщина, Сидоренко – депутат); «установка-наказ» – повторення тверджень безапеляційним тоном без аргументації <...>; використання сполучення кольорів, шрифтів, звуків та світла певних

частот, що вводить свідомість до граничного стану з ознаками гіпнотичного, прикладом чого є проведення концертів та дискотек, де музичні номери супроводжуються політичними закликами та інші прийоми...» [4, с. 77]

Пропаганда – поширення політичних, філософських, наукових, художніх та ін. поглядів та ідей з метою їхнього запровадження в суспільну свідомість і активізації масової практичної діяльності. Пропаганда може бути «вертикальною», «політичною», «явною» (просувається від імені держави і нав'язує певну ідеологію) чи «горизонтальною», «соціологічною», «непомітною» (подається під виглядом приватних думок і має на меті формування певного світогляду й цінностей). Гітлерівська Німеччина і Радянський Союз – яскраві приклади вертикальної пропаганди. Сучасна пропаганда, на думку Г. Почепцова, горизонтальна, вона «мімікрує або під науку, або під освіту, або під думку конкретної людини, але яка чомусь транслюється мільйонам. Тобто з пропаганди сьогодні принципово стерте відсилання на пропаганду» [14, с. 27].

Відкриті питання осмислення інформаційних і смислових війн сучасності. У самому терміні «смислова війна» контрверсійними є обидва слова. Концепт «смысл» тут пов'язаний із поняттями гри і маніпулювання сенсами, а отже – нівелюванням смислу як такого. Концепт війни використовується також дуже умовно, оскільки в більшості випадків достеменно невідомими залишаються сторони протистояння, їхні наміри, а результати є принципово не прогнозованими.

Окреслимо спочатку, які ж особливості смислових протистоянь ставлять під сумнів коректність використання саме терміна «війна».

По-перше, як уже було сказано, у більшості випадків ворог «неявний», цілі «розмиті», результати непрогнозовані, тривалість необмежена, про перемогу не йдеться. Г. Почепцов, враховуючи все це і спираючись на висновки Дж. Лакоффа, запропонував термін «окупація». Аналогія зрозуміла: йдеться про захоплення не територій, а «мізків», «свідомості».

По-друге, елементи інформаційної та смислової війн «притаманні й багатьом мирним ситуаціям. Це й вибори, особливо президентські,

це й війни брендів, це й інструментарій паблік рілейшнз, який, по суті, є м'яким варіантом <таких протистоянь>, оскільки так само... найефективніший тоді, коли непомітний» [14, с. 7].

По-третє, ставиться також питання про дієвість інформаційних і смислових війн без залучення силових методів. Для того, щоб нав'язати українцям, наприклад, парадигму радянського «щастя», потрібні були репресії і фактично масове фізичне винищення. Картина світу народу не так просто піддається трансформаціям.

По-четверте, потрібно пам'ятати, що трансформації соціокультурних явищ відбуваються постійно, і не тільки в результаті воєнних операцій чи в результаті агресії та деструкції. І тоді дуже важко визначити (цим захоплюються поціновувачі конспірологічних версій), змінилися уявлення і цінності народу в результаті природної еволюції чи завдяки чиемусь втручанню. Наприклад, питанню, як розпався СРСР – у результаті нежиттєздатності системи чи завдяки операціям Заходу, присвячено чимало публікацій.

З цього приводу І. Яковенко пише (і на цьому ж акцентує увагу Г. Почепцов): «Можна виділити два потоки процесу трансформації базових основ культури. Перший потік реалізується в межах самоорганізації соціокультурного цілого. Так, наприкінці 60-х років ХХ століття... на книжкових полицях з'явилися якісно нові дитячі казки. “Мумі-тролі” Туве Янсон, “Чарівник смарагдового міста” Олександра Волкова, книги про Мері Попінс... користувалися шаленою популярністю... Діти, виховані на цій літературі, весело поховали Радянський Союз. Другий потік трансформації базових основ культури реалізується в межах систематичної роботи соціальних і політичних інститутів дуже різного рівня. Як приклад можна навести роботу ордену єзуїтів на території Речі Посполитої... Вони відкривали безкоштовні школи, писали наукові твори... Школа була соціальним ліфтом. А безкоштовна школа – потужним стимулом... Як додаток до освіти йшов світогляд, який визначав базові орієнтири і життєвий шлях вихованця. Із Львівської єзуїтської колегії... утворився перший в Україні університет (1661)» [21]. І це приклади позитивних і не викликаних агресією ментальних зрушень.

Для пояснення неоднозначності визначення війни як «сислової» звернімося до цитованої вже вище книги «Симулякри і симуляція» Жака Бодріяра (1929–2007), у якій ще в 1976–1981 роках минулого століття було зроблено невтішний висновок: «Ми живемо в епоху подій, що не мають наслідків (і теорій, що не ведуть до висновків). Смысл уже не має на що сподіватися. І це, без сумніву, саме так: смысл підвладний смерті» [1, с. 230].

Що мав на увазі філософ? Він на багатьох прикладах показав перехід сучасного світу комунікацій від знаків, «які щось приховують» і чітко «прив'язані» до реальних речей чи уявлень (наприклад, ікона – символ Бога, грошова одиниця – символ часточки золотовалютного запасу країни, ядерна зброя – символ реальної загрози існуванню людства), до знаків, «які приховують, що нічого немає» [1, с. 13]. Наприклад, ікони в лазнях і мощі святих у підвалах особняків можновладців – символ несвідомої дискредитації ідеї Бога; криптовалюта – символ електронної фінансової «гри», правила якої мало кому відомі; ядерна зброя – символ маніпуляцій, залякування, міждержавного шантажу. Наш час Ж. Бодріяр назвав епохою симулякрів – позбавлених прив'язки до реальності моделей буття.

Філософське розкриття «трагедії смислів» пов'язане і з поняттям «демонтажу великих смислів» у суспільстві споживання. Замість індивідуальності зараз оцінюють імідж, стиль життя. Поняття «успіх і досягнення» замінено концептом «успішності». «Тобто, – зазначає Г. Почепцов, – рішення прийнято на користь форми на шкоду змісту. Епоха без змісту породжує відповідний тип героїки. Тепер... немає запиту на велику фігуру. Виходить, що і в цій сфері герої покинули людство. Герої створювали певну впорядкованість у світі. Вони задавали правила вчинків, правила біографій, правила життя. Світ без героїв – це одночасно світ, який втратив свої правила. Світ із героями – сильний світ, світ без героїв – слабкий світ. Тобто світ сьогодні свідомо чи випадково ослаблений» [14, с. 22]. Загалом, ця тема від початку ХХ століття глибоко осмислена як у філософії (О. Шпенглер, Ф. Ніцше), так і в літературі – в романах «Війна з саламандрами» К. Чапека, «Гра в бісер» Г. Гессе, «451 градус за Фаренгейтом» Р. Бредбері, «Літератрон» Р. Ескарпі, «Кись» Т. Толстої та інших.

Логіка «життя для споживання» прижилася, оскільки часи глобальних війн і трагічних потрясінь «відмінили» всі інші логіки. Людина ХХ століття виявилася «розчавленою» не тільки шаленим інформаційним пресом, а ще й постійною зміною нав'язуваних їй ідеологем. «Який потойбічний світ? – запитував герой одного з фільмів, – Його ж, здається, ще в сімнадцятому році “відмінили”. Лектор з міста приїжджав, розказував...» Люди пристосувалися до зміни ціннісних парадигм! Відбулася шалена девальвація слів, понять, цінностей, і це основний виклик для сучасного суспільства.

Завдання і запитання до параграфа

1. Назвіть основні ознаки смислової війни, які відрізняють її від інших видів віртуальних протистоянь.
2. Наведіть приклади деструктивних смислових впливів, відомих зі світової історії.
3. Підберіть, користуючись матеріалами сучасних ЗМІ, приклади застосування таких методів інформаційних і смислових протистоянь, як інтерпретація та реінтерпретація.
4. Знайдіть в різних наукових джерелах визначення пропаганди і порівняйте їх.
5. Що таке латеральне програмування? Охарактеризуйте його різновиди. Як протидіяти подібним впливам на психіку людей?
6. Який, на ваш погляд, із двох термінів – смислова війна чи смислова окупація – точніше відображає сутність поняття? Обґрунтуйте свою думку.
7. Прочитайте книгу Ж. Бодріяра «Симулякри і симуляція». Поясніть поняття «симулякр», «прецесія симулякрів». Чому філософ зробив невтішний висновок про те, що «сенси підвладні смерті»?

Список використаної та рекомендованої літератури

1. Бодріяр Ж. Симулякри і симуляція / Ж. Бодріяр; пер. з фр. Володимир Ховкун. – Київ : Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2004. – 230 с.
-

2. Дзюба І. М. Нагнітання мороку: від чорносотенців початку ХХ століття до українофобів початку століття ХХІ. – Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2011. – 504 с.
3. Дзюба І. Шевченкофобія в сучасній Україні. – Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2006. – С. 4-5
4. Колісніченко Р. М. Прийоми політичних маніпуляцій і стійкість до маніпулятивних впливів як складова демократичної електоральної культури / Роман Миколайович Колісніченко // Освіта регіону. Український науковий журнал. – 2010. – № 2. – С. 75.
5. Майський Г. Запізнілий крик душі – сповідь бойовика-сепаратиста / Г. Майський // Преса України. – 12.10.2015. – Режим доступу : <http://uapress.info/uk/news/show/99987> (дата звернення: 27.04.2018).
6. Марутян Р. Р. Меметична зброя як інструмент смислової війни РФ проти України [Електронний ресурс] / Р. Р. Марутян // Matrix-divergent. – 15.05.2017. – Режим доступу: <http://matrix-info.com/2017/05/15/memetychna-zbroya-yak-instrument-smyslovoyi-vijny-rf-proty-ukrayiny> (дата звернення: 27.04.2018).
7. Марутян Р. Р. Сміслові війни сучасності: український вимір [Електронний ресурс] / Р. Р. Марутян // Matrix-divergent. – 13.03.2017. – Режим доступу : <http://matrix-info.com/2017/03/13/ROSIYA-GOTUYETSYA-DO-VELYKOYI-VIJNY-TU> (дата звернення: 27.04.2018).
8. Марутян Р. Р. Що таке сміслові війни та чому вони загрозливіші за інформаційні? [Електронний ресурс] / Р. Р. Марутян // UKRLIFE.TV. – Грудень 2017. – Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=b2EZh_7Grkw (дата звернення: 27.04.2018).
9. Не вписалася у стандарти: У Росії можуть заборонити продаж ляльки Барбі через "релігійну" невідповідність [Електронний ресурс] // Патріоти України. – 19.09.2016. – Режим доступу: <http://patrioty.org.ua/other/ne-vpysalasia-u-standarty-u-rosii-mozhut-zaboronyty-prodazh-lialky-barbi-cherez-relihiinu-nevidpovidnist-134258.html> (дата звернення: 27.04.2018).
10. Орвелл Дж. 1984 : роман / Джордж Орвелл; пер. з англ. В. Шовкун. – Київ : Вид-во Жупанського, 2015. – 312 с.
11. Пелін О. В. Сміслова зброя в умовах інформаційних війн / О. В. Пелін, Ю. А. Давидова // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: «Педагогіка, соціальна робота». – Випуск 31. – С. 125-127.
12. Поппер К. Відкрите суспільство та його вороги. Том 1. / К. Поппер; перекл. з англ. О. Коваленка. – К.: Основи, 1994. – 444 с.
13. Почепцов Г. Інформаційна політика : навч. посіб. / Г. Г. Почепцов, С. А. Чукут. – 2-ге вид. – Київ : Знання, 2008. – 663 с.
14. Почепцов Г. Г. Смісли і війни: Україна і Росія в інформаційній і смисловій війнах / Георгій Почепцов. – Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2016. – 316 с.
15. Почепцов Г. Г. Сміслові війни в політиці та бізнесі [Електронний ресурс] / Георгій Почепцов // Детектор медіа. – 10.03.2013. – Режим доступу : http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/smislovi_viyni_v_polititsi_ta_bi_znesi (дата звернення: 27.04.2018).

16. Почепцов Г. Г. Смыслові та інформаційні війни / Георгій Почепцов // Інформаційне суспільство. – Випуск 18. – 2013. – С. 21-27.
17. Почепцов Г. Г. Смыслові та інформаційні війни: пошук відмінностей [Електронний ресурс] / Г. Почепцов // Детектор медіа. – 17.03.2013. – Режим доступу : http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/smislovi_tainformatsiyni_viyni_poshuk_vidminnostey (дата звернення: 27.04.2018).
18. Почепцов Г. Г. Смысловые войны сегодняшнего дня, или Ментальные трансформации массового сознания [Електронний ресурс] / Георгий Почепцов // Детектор медіа. – 04.08.2017. – Режим доступу : <http://detector.media/withoutsection/article/128632/2017-08-04-smyslovye-voiny-segodnyashnego-dnya-ili-mentalnye-transformatsii-massovogo-soznaniya> (дата звернення: 27.04.2018).
19. Почепцов Г. Г. Тоталитарный человек. Очерки тоталитарного символизма и мифологии / Г. Г. Почепцов. – Київ : Глобус, 1994. – 152 с.
20. Шевченко Т. І мертвим, і живим, і ненародженим землякам моїм в Україні і не в Україні моє дружнє посланіє // Шевченко Т. Кобзар. – Київ : «Радянська школа», 1983. – С. 265-271.
21. Яковенко И. Г. Что делать? [Електронний ресурс] / Игорь Григорьевич Яковенко // Новая газета. – 16.03.2012. – № 29. – Режим доступу: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2012/03/15/48804-chto-delat> (дата звернення: 27.04.2018).

Автор параграфа:
канд. філол. н., доц. каф. журналістики
НПУ імені М. П. Драгоманова
ОЛЕНА ХАРИТОНЕНКО

§ 6. «Зброя» смислової війни. Основні інструменти для зміни системи цінностей

У межах інформаційних війн використовуються переважно факти, фейки (неправдиві факти), і вже на основі них здійснюються дезінформація, інформування в потрібному напрямку, інтерпретація, замовчування, переакцентування і відвернення уваги за допомогою інформаційних шумів тощо.

Смислові війни передбачають використання зовсім іншого інструментарію. Факти відходять на другий план: «Достовірність факту тут не є настільки важливим параметром, як у випадку з інформаційним простором. У крайньому разі завжди можна знайти інший факт, якщо цей не підійде. Факт вторинний, первинним є необхідний образ-смысл» [28, с. 16].

Г. Почепцов дуже вдало сформулював принцип застосування зброї у смисловій війні: якщо інформаційна операція починається з факту, який потім видозмінюється шляхом маніпулювання, то семантичні диверсії «стартують» від образу, метафори, влучно підбраного слова-кліше, під які згодом факти реальної дійсності лише «підтасовуються». Противник у цій війні «працює з образом окремо, а з фактом окремо; потрібний образ робить яскравим, а непотрібний факт – каламутним і спірним... <Наприклад>, образ “бандерівця” живе власним життям, не пов’язаним ні з історією цього поняття, ні із сучасною українською реальністю» [цит. за 28, с. 16].

На наш погляд, у науці сьогодні не достатньо вивченим залишається питання про те, що ж саме є «зброєю» смислової війни, за допомогою чого можна вільно «зайти» на «територію сенсів» жертви агресії. Пояснимо на прикладах особливості застосування основних інструментів смислових протистоянь – міфологічних структур, концептів, фреймів, патернів, мемів.

Сьогодні, зазначає Т. Пода, в інформаційному просторі «в значній кількості народжуються соціальні, політичні, художні,

релігійні міфи, які, незважаючи на свій ілюзорний характер, здійснюють досить реальний вплив на соціальне життя. В підсумку, сучасний міф перетворився на засіб соціальної мобілізації та маніпуляції суспільною свідомістю. Істина, яку для себе визначає людина, відкривається у формі міфу, тому що у ньому концентрується певне світорозуміння, аутентичне даній культурі, і при цьому не вимагає будь-яких аргументів. Міф, який виступає як колосальне джерело масової енергії, здатний мобілізувати навіть групи людей до певних дій. Інформація, яка оформлена в оболонку міфу, набуває чуттєво-виразну конкретність, легко запам'ятовується, естетизуючи життєвий світ сучасної людини, кидає її, в кращому випадку, в обійми ілюзій, а в гіршому, – робить її об'єктом різних маніпуляцій, в тому числі політичних» [26, с. 69].

Міфологічні структури як інструмент пропаганди і впливів на маси в межах смислової війни, зв'язки сучасних ідеологій, як «правих», так і «лівих», із міфом аналізували протягом усього ХХ століття Е. Кассінер, К. Поппер, М. Еліаде, К. Леві-Строс, Р. Барт. Сьогодні в Україні ці проблеми розглянуті в публікаціях Г. Почепцова, Л. Зубрицької, Т. Поди, Г. Суріної та інших.

Відчуття тривоги, породженої невизначеністю, супроводжує сучасну людину скрізь і завжди. Недарма Д. Белл (1919–2011) свою працю «Соціальні межі інформаційного суспільства» відкрив епіграфом із «Каменя (Піснеспівів)» Т. Еліота, перецитованого сьогодні в довільних перекладах уже в десятках праць: «Постійна гонитва в колі ідей і новацій, / Винаходів, відкриттів, експериментів / Дає розуміння сутності руху, але не спокій. / О життя, змарноване в існуванні... / О мудрість, загублена у знанні... / О знання, втрачене в інформації...» [2, с. 330]

У трагічні моменти історії та в складних реаліях сьогодення люди завжди прагнуть спрощення, системності, стабільності й легко приймають «несуперечливі» моделі існування. Поділений на «своїх» і «чужих», «героїв» і тих, кого ці герої неодмінно захистять, світ одразу стає зрозумілішим, «системнішим, ніж мозаїка його представлення у новинах» [28, с. 60].

М. Еліаде (1907–1986) у своїй книзі «Міф про вічне повернення» (розділ «Жах перед історією») охарактеризував це явище так: «Хотілося б, наприклад, знати, як можна стерпіти і виправдати муки і зникнення стількох народів, які страждають і зникають із однієї причини – тому що вони опинилися на шляху історії, тому що вони є сусідами імперій, схильних здійснювати постійну експансію. Як, наприклад, виправдати той факт, що Південно-Східній Європі довелося багато століть страждати... тільки тому, що вона опинилася на шляху нашестя азійських народів... А сьогодні... як би людина могла перенести катастрофи і “жахи історії” – від депортацій і масових вбивств до атомного бомбардування, – якби за ними не можливо було відчутти жодного знаку, жодного трансісторичного замислу, якщо всі вони є не чим іншим, як сліпою грою економічних, соціальних або політичних сил?.. Нам відомо, як в минулому людству вдавалося пережити страждання... Кожен герой повторював архетипне дійство, кожна війна відновлювала боротьбу між добром і злом, кожна нова соціальна несправедливість ототожнювалася зі стражданнями Спасителя... кожна нова бійня повторювала смерть мучеників...» (переклад наш) [36, с. 134-135].

Спираючись на висновки більшості дослідників міфу, охарактеризуймо основні його структурні одиниці (міфологеми), які змушують сучасну людину відмовитися від реальності й радісно сприймати імплементацію у своє життя архаїчних, племінних моделей існування.

Нсамперед, міфологічна й модерна історична свідомість різняться опозицією *«колектив»* – *«індивідуум»*, *«ми»* – *«Я»*. Визнання кожної особистості в суспільстві як вільної і незалежної накладає на неї безліч зобов'язань, змушує нести тягар відповідальності за свої вчинки, залишає сам на сам і перед державою, і перед космосом. Куди легше бути «як усі», нічого не вирішувати, не рефлексувати, не намагатися на свій ризик щось змінити на краще. Усвідомлюючи одночасно як привабливість такої картини світу, так і її небезпечність, К. Поппер у праці «Відкрите суспільство та його вороги» свого часу писав: «Ми повинні прямо подивитись у вічі цій проблемі, як би важко нам не було це зробити.

Якщо ми мріємо про повернення до нашого дитинства, якщо ми відчуваємо спокусу перекласти відповідальність на інших і в такий спосіб здобути щастя, якщо ми прагнемо ухилитися від своєї ноші – від хреста людяності, розуму та відповідальності, якщо ми втратили хоробрість і хочемо позбавитись від напруження – тоді ми повинні зміцнити себе чітким розумінням того простого рішення, яке нам доведеться приймати. Ми можемо знову стати тваринами. Але, якщо ми хочемо залишитися людьми, тоді є лише один шлях – це шлях до відкритого суспільства. Ми повинні й далі просуватись до невідомого, відчуваючи непевність і небезпеку, використовуючи наш розум, щоб планувати, наскільки це можливо, як нашу безпеку, *так* і нашу свободу» [27, с. 225].

По-друге, у міфологічній картині світу важливу роль завжди відіграє опозиція *«свій»* – *«чужий»*, *«друг»* – *«ворог»*. Причому архаїчна мораль не знає співчуття, в її межах не можна ставити себе на місце «чужого», відчувати до нього жаль чи ще якість емоції, як це ми звикли робити за «золотим правилом» етики сьогодні. Пригадаймо, у сучасних фільмах, стенд-апах часто в гумористичному плані осмислюється «жорстокість» народних дитячих казок. «Як таке може бути?» – запитує з подивом наш сучасник. Наприклад, епізод, у якому Івасик Телесик кидає в піч доньку Змії, а потім спостерігає, як мати їсть власну дитину, справді моторошний у системі сучасних ціннісних координат. Але він абсолютно нормальний з погляду логіки природного відбору – або ти, або тебе.

По-третє, міф культивує *«сакральний» час («золотий вік»)* і протиставляє його *«профанному»*. Архаїчна свідомість живиться *ідеєю «циклічності»*, тобто постійних повернень до проживання обраної за зразок «історії» в реальному, такому, що розгортається *«лінійно»*, від народження до смерті, житті людини. Буття в такий спосіб позбувається трагічної невизначеності і наповнюється сенсом. У сучасній культурі ці уявлення ще зберігаються в релігійних ритуальних циклах (Син Божий народжується і воскресає щороку), аграрному календарному році. Однак використання «сакральних» історій у політичному дискурсі – це завжди маніпулювання. Реальну історичну подію, з її подвигами і зрадами, втратами і здобутками

вихолощують до однозначно інтерпретованого символу – знаку своєї ідентичності. К. Леві-Строс про це писав так: «Що робить історик, коли говорить про Французьку революцію? Французька революція є реальністю, що лежить в іншій площині, це послідовність подій минулих, але водночас і схема, наділена перманентною життєвістю, яка дає змогу пояснити соціальну структуру сучасної Франції...» [18, с. 198]. Так само в СРСР говорили про «Велику Жовтневу соціалістичну революцію» і недарма призначили 7 листопада «червоним днем календаря». Ритуальне проживання щороку «взірцевої історії» докорінної зміни соціально-політичного устрою виправдовувало убогість і трагічність реального існування мільйонів людей. Спроби віднайти в історії «сакральний» зразок здійснюються і в Україні. Л. Зубрицька так описала ці пошуки: «Якщо раніше маркером була дата проголошення незалежності держави і сучасна історія України поділялась на передісторію (існування у складі СРСР) і власне історію незалежної України, то сьогодні маркером виступають події на Майдані, які посунули у часі передісторію і початок “нової ери”. Всі події тепер розглядаються як до Майдану та після цих подій» [8, с. 74]. Набагато чеснішою щодо історії була, наприклад, позиція Т. Шевченка. З одного боку, він закликав побачити «славу, / Живу славу дідів своїх», з іншого, визнавав: «Я ридаю, як згадаю / Діла незабуті / Дідів наших. Тяжкі діла! / Якби їх забути, / Я оддав би веселого / Віку половину» [35, с. 270]. Однак не всім такий реалістичний і свідомий погляд до снаги.

По-четверте, міфологічний простір організований як чітке протиставлення «*тут*» і «*там*», причому як вертикально («пекло – земля – рай»), так і горизонтально («до порогу життя» і «за порогом невідомість»). Ці опозиції, до того ж, чітко марковані: «тут» пов’язане з відчуттями «порядку, стабільності, спокою», а «там», відповідно, – «хаосу, страху, невідомості». Природно, це суперечить логіці сучасного відкритого суспільства і глобального світу. Г. Почепцов навів цікавий приклад парадоксального нав’язування цієї прадавньої парадигми мислення в СРСР: радянський простір, на його думку, був механічно змодельований і до того ж дивовижним чином не збігався з фізичним. Так, уявлення про «соціалістичний, прогресивний» «Схід» і

«загниваючий Захід» ніяк не співвідносилося з реальною картою. За запропонованою логікою Японія і Південна Корея потрапляли в «західні координати», а Північна – у «свої, східні». «Кордон, що перебував “на замку”, відтворював традиційний для давніх культур образ ритуального порога... Радянська людина, яка повернулася з мандрівки за кордон, якщо не чужа, то вже не цілком своя...» [цит. за 8, с. 74].

Важливим елементом міфологічних структур були образи *«героїв» і «жертв»*. Давні люди роль особистості в історії осмислювали однозначно: зміни в сталій картині світу не могли відбуватися самі по собі, вони потребували персоніфікації. Геракл, Прометей, Тесей – втілення уявлень про божий промисел, який творить дива і вирішує проблеми колективу зусиллями наділених надприродними можливостями лідерів. У сучасній картині світу ці уявлення трансформуються в створювані «пантеони героїв», міфологему «сакральної влади».

Крім героїв, ще одним засобом забезпечення порядку у Всесвіті для давньої людини були жертви. У випадку як і з героями, так і з жертвами потрібно пам'ятати: міф живиться потребами соціуму, а не індивіда. Міфологічна свідомість легко жертвує кимось, і ця жорстокість виправдовується загальним благом. Саме тому нав'язування цих міфологічних констант неприродним, маніпулятивним шляхом сучасній людині небезпечно. Радянський Союз дав безліч прикладів виправдання жертвоприношень. Обраних як свідомо, так і цілком довільно «ворогів», «чужинців системи» вели на заклання заради ствердження ідеалів світлого майбутнього мільйонів будівничих комунізму. І громадськість, прищеплена архаїчними нормами суспільної моралі, не мала нічого проти.

Г. Суріна, наприклад, так описує «міфологію» СРСР: «Радянська міфологія вбирала в себе численні традиційні елементи, які були органічно пов'язані між собою і набували системного характеру: міфологічні способи організації простору (Зимовий палац, Смольний як сакральні місця), міфоритуальні ідеї карнавалу (народні демонстрації на 1 травня і 7 листопада), уявлення про деміургів – культурних героїв (трійця – Маркс, Енгельс, Ленін), новокласичні ритуали переходу (від революції 1917 року до комунізму), феномен

близнюків («Ленін і партія – близнюки-брати»), магія початку першого дня (7 листопада 1917 року), смислоутворювальна знакова роль числа, звуку («Інтернаціонал»)» [32, с. 167-168].

Р. Барт у «Міфологіях» [1] описав міфологеми, створені й постійно відтворювані в межах західної цивілізації через кіно, мюзикли, літературу, моделі дозвілля, рекламу.

Описані міфологічні моделі світу, прадавні архетипи колективного несвідомого живуть у кожній людині і виявляються до сьогодні у формах поведінки, побутових ритуалах, мистецтві тощо. Особливе місце вони посідають у політиці. К. Леві-Строс із цього приводу писав: «Ніщо так не схоже на міфічну думку, як політична ідеологія. Можливо, остання просто замінила першу в сучасних суспільствах» [18, с. 198]. Це абсолютно природні процеси, які ми не можемо «відмінити». Однак усвідомлювати їхню небезпеку варто. Недооцінювати ризики відтворення міфологічного мислення в межах сучасних цивілізаційних координат небезпечно.

Сама по собі міфологізація – явище ані позитивне, ані негативне. Однак завдяки спрощенню, схематизації реальності вона завжди є прекрасним ґрунтом для культивування примітивізму, невігластва і конфронтацій. Людей, які не схильні думати, самотійно діяти, відповідати за себе, які до того ж оцінюють події з позицій «свій – чужий», підштовхнути до війни можна легко і непомітно. Саме тому, на наш погляд, варто прислухатися до поради цитованого вже вище К. Поппера: «Ми не можемо повернутися до цнотливості та краси закритого суспільства... Раз почавши покладатись на власний розум і використовувати здатність критичного сприйняття, раз почувши поклик особистої відповідальності, а заразом і відповідальності за сприяння прогресу знання, ми вже не можемо повернутися до держави, що цілковито кориться племінній магії... Що дужче ми будемо прагнути повернути героїчну добу трибалізму, то певніше ми скотимось до інквізиції, таємної поліції та романтизованого гангстеризму...» [27, с. 225]

На завершення розмови про міфологічні структури зауважимо: сьогодні велику кількість міфологем, які створюються і поширюються через засоби масової інформації, насправді можна

назвати структурними елементами нової міфології, наприклад: «міф про ЄС» – «вихід за поріг, у потойбіччя» / «страх перед чужинцем»; «міф про розп'ятого хлопчика» – «уявлення про ритуальну жертву»; «міф про кіборгів» – «подвиги героїв, наділених надприродними якостями». Однак часто слово «міф» вживають і як синонім до слів «неправда», «вігадка». Наприклад, «міф про чесних депутатів», «міф пенсійної реформи». В останньому випадку наведені приклади жодного стосунку до міфологічних структур як інструменту смислових війн не мають.

Концепт – це виражена за допомогою вербального («життя», «правда», «війна», «книга») чи невербального знака (жест «вікторія», культурна пам'ятка «Софія Київська») сукупність уявлень певного народу про пов'язаний із цим і подібними знаками («життя» – «буття», «правда» – «істина») предмет (явище, процес). Сформований і зафіксований у межах картини світу, концепт відображає ментальні риси етносу, особливості його образно-асоціативного мислення, характер пізнання і ставлення до дійсності.

Віддавна і донині концепт – улюблений інструмент пропаганди і маніпуляцій. Класичний приклад – орвеллівське «Війна – це мир. Свобода – це рабство. Неуцтво – це сила» [24, с. 8]. Для того, щоб зрозуміти, як використовується цей інструмент і з якою метою, маємо зрозуміти особливості його будови.

Оскільки концепт під «шапкою» одного знака (наприклад, слова) об'єднує розгалужену систему асоціативно пов'язаних із ним знаків, понять (сигніфікатів) і предметів (денотатів), його структура може бути описана так: 1) знакові вербальні дескриптори; 2) понятійні та предметні дескриптори; 3) знакові невербальні дескриптори. Для прикладу опишемо структуру концепту «війна».

Структура концепту «війна» і його концептосфера

Знакові вербальні дескриптори концепту	Понятійні та предметні дескриптори концепту	Знакові неверб. дескриптори
<i>Слова, якими описується значення слова:</i> збройна боротьба – суперечка <i>Синоніми:</i> зіткнення, протиборство, сутичка,	<i>Значення:</i> протистояння <i>Функції:</i> завоювання, визволення, навернення в свою віру <i>Суб'єкти і об'єкти (ролі):</i>	<i>Плакати:</i> «А ти записався добровольцем?» <i>Відео, фільми:</i> «Кіборги»

Знакові вербальні дескриптори концепту	Понятійні та предметні дескриптори концепту	Знакові неверб. дескриптори
<p>дуель...</p> <p>Антоніми: мир</p> <p>Сталі словосполучення: іти війною, зарити сокиру війни, боротьба за мир, стати на стежку війни, гострити меч, дамоклів меч, проливати кров, завдавати удару, брязкати зброєю, сипати вогнем, вогнем і мечем...</p> <p>Сталі означення: кривава, велика, справедлива, священна...</p> <p>Приказки і прислів'я: поганий мир кращий за добру війну, війна людей пожирає; кров'ю запиває, кому війна – кому мати рідна...</p> <p>Афоризми: хто хоче миру, нехай готується до війни (римські воєначальники); «Гроші – двигун війни» (Цицерон); «Війна – продовження політики іншими засобами» (К. Клаузевіц)...</p> <p>Цитати: «Війна і мир», «Війна світів», «Війна престолів», «У війни нежіноче обличчя», «Ті, що не вернулися з походів / Грізної, великої війни» (В. Симоненко), «три голодовки випало і три війни!» (Гр. Тютюнник)...</p>	<p>військовий (солдат, командир), герой, партизан, колаборант, зрадник, противник, ворог...</p> <p>Праведники народів світу, кіборги...</p> <p>Атрибути: зброя, збруя, меч, щит, автомат, бомба, вогонь, військова форма, ордени і медалі...</p> <p>Сценарії: оголошення війни, мобілізація, наступ, бій, облога, трибунал, страти, полон, перемога, поразка, повернення з війни...</p> <p>Ситуації: небезпека, горе, смерть, втрати, мародерство...</p> <p>Емоції та почуття: страх, відвага, ненависть, радість перемоги</p> <p>Історичні реалії: релігійні війни, ядерна / холодна / гібридна / Столітня війна, Друга світова війна, Голокост, фашизм</p> <p>Міжкультурні реалії: джихад, маска війни, камікадзе, самурай...</p>	<p>Аудіо: музика пісень «Священна війна», «Плине кача»</p> <p>Ігри: рольові та комп'ютерні ігри про війну, дитячі іграшки на воєнну тематику...</p> <p>Пам'ятки культури: меморіали: вічний вогонь, пам'ятник визволителю, музей війни</p> <p>Ритуали: військовий парад, система військової комунікації</p>

Як бачимо, у межах заданої структури кожен із елементів (дескрипторів) наповнюється реальним змістом – одиницями, які представляють концепт у мовленні, логіці та реальності. Уся сукупність цих одиниць становить концептосферу.

У цілому описати концептосферу, яка стосується того чи іншого знака, навряд чи можливо, оскільки в неї за всю історію етносу

«втягується» безліч знаків, понять і явищ реального світу. Ми можемо мати лише приблизне уявлення про неї.

Набагато легше описати актуалізовану в свідомості представників етносу і протилежну їй – латентну (приховану) – концептосфери. У той чи інший період у свідомості людей неодмінно закріплюються одні одиниці концептосфери і відходять на периферію інші. Наприклад, після Другої світової війни в СРСР аналізований нами концепт був представлений приблизно так: «Велика вітчизняна війна – священна війна за мир – фашисти / наші – бої – блокада – звірства – героїство – солдати – партизани – Перемога – прапор над Рейхстагом – Парад Перемоги – вічний вогонь – хлопчачі ігри у війну – фільм “У бій ідуть...” – 9 Травня». Сьогодні ж ми маємо іншу картину: «Друга світова війна – війна двох тоталітарних систем – жертви – Голокост – загороджувальні загони – героїство – переділ Європи – дивізія СС “Галичина” – меморіали пам’яті – перепоховання жертв Другої світової – 8 Травня – червоні маки». Саме так концепт фіксує зміни в картині світу конкретного народу в конкретний історичний період.

Тепер розглянемо, як концепт може бути використаний у сучасних інформаційних і смислових війнах. Фактично, базовою технологією тут є актуалізація в свідомості певних складових концептосфери і виведення на периферію інших. Основним же інструментом для маніпуляцій стає давній і перевірений засіб пізнання – метафора, тобто характеристика ознак одного поняття за допомогою іншого. Власне, саме це Джонсон Лакофф назвав «висвітленням» і «затемненням» концепту в межах концептуальної метафори. Аналізуючи метафору «суперечка – це війна», вчений зазначає: «Системність, завдяки якій ми можемо осмислювати деякі аспекти одного поняття в термінах іншого... неминуче затемнює інші аспекти цього поняття... Коли ми поглинуті виключно воєнним аспектом суперечки, ми часто забуваємо про аспекти співпраці» (переклад наш) [17, с. 390] і, додамо від себе, не згадуємо про можливість метафори «суперечка – шлях до істини».

Наведемо кілька прикладів інформаційних і смислових впливів за допомогою концептів. Уже описані нами вище дві актуалізовані

концептосфери війни були використані для того, щоб створити штучне протистояння Сходу і Заходу України в період з 2003 року і донині. Умовно їх можна назвати концепт «Великої вітчизняної» (священна війна в боротьбі проти фашизму) і концепт «Другої світової» (масштабна трагедія ХХ століття). Однак це ще не все. Російській Федерації знадобилися ще три концепти: «“громадянська“ війна» (щоб нав'язати думку про свою буцімто непричетність до подій на Сході України); «“визвольна“ війна» (щоб виправдати в очах самих росіян окупацію Криму під приводом захисту російськомовного населення і «відновлення історичної “справедливості”»). І. Дзюба не дарма привернув увагу ще 2011 року до того, наскільки гучно в РФ звучать лозунги типу: «Русский народ издавна выступал в истории как *друг и освободитель угнетенных...*» [6, с. 451]. Для кримчан же був використаний третій концепт – у «кращих традиціях» Міністерства Правди Дж. Оруелла: «війна – це мир». Справа в тому, що на півострові засобами пропаганди українська сторона постійно представлялась як аргесор-людоджер, який неодмінно прийде і всіх знищить, а отже, асоціативно міцно прив'язувалася до концепту «війни». Натомість РФ поставала в цій картині світу як «голуб миру».

Потрібно визнати, що концепт і концептуальна метафора – улюблений інструмент не тільки політиків і політтехнологів, а й журналістів. І вони ним вміють вправно користуватися. Наприклад, візьмемо низку заголовків із сучасних засобів масової інформації: «Кому війна, а кому бізнес» («Антикор»), «Кому війна, а кому – цигарки по 12 гривень: тютюновими виробами з "ДНР" торгують у Харкові» (24tv.ua), «Кому війна, а кому "потоки": як з "Укроборонпрому" виводять кошти» (pravda.com.ua). У концептосфері «війна», як ми можемо переконалися, є поняття «гроші», наприклад: «Гроші – двигун війни» (Цицерон); так само є поняття «заробляти на війні»: «Кому війна, а кому мати рідна». Зближуючи й актуалізуючи в свідомості людей ці два поняття, журналісти привертають увагу, змушують замислюватися над тим, що відбувається.

Відзначимо, попередні концептосфери утворювалися в результаті маніпулювання одиницями (війна – мир, війна – захист,

війна – священна боротьба, війна – трагедія, війна – гроші), наявними в базовому концепті «війна». Однак можливим є й варіант зближення за допомогою метафори одиниць абсолютно різних концептосфер. Наприклад, «війна» і «свято»: «Кому війна, а кому ні. Чи доречні веселощі у країні, що воює» (nv.ua). Такий прийом дозволяє так само привернути увагу і наголосити: відбувається щось нечуване, неприродне, те, що в принципі не притаманне картині світу народу.

Зрештою, протягом останніх років ми спостерігаємо появу нових дефініцій війни – від офіційних до «народних»: «гібридна», «інформаційна», «смілова», «поведінкова», «кібервійна», «цивілізаційна», «проксі-війна», «тиха», «не твоя війна». Зіставну кількість означень породило минуле століття: «громадянська», «світова», «неоголошена», «холодна», «ядерна», «психологічна», – але ж за сто років! Нововведення розмивають межі всього концепту і межі окремих понять. Г. Яворська з цього приводу зазначає: «Складається враження, що нині настав час, передбачений одним впливовим американським військовим аналітиком, який понад 10 років тому писав: “У кінцевому підсумку ми змушені будемо мати справу із заплутаною дійсністю, яка не вкладається в комірки концептуальних категорій”. Тоді йшлося про зміни стратегічних концепцій НАТО та США внаслідок змін у безпековому довіллі після 11 вересня 2001 року. Сьогодні, після російської агресії в Україні, ця нова невпорядкована реальність уже оточує нас...» [37, с. 18].

Отже, ми з’ясували, що переакцентування уваги людей з актуалізованих на латентні сфери концепту може мати на меті: нав’язування нових смислів; створення конфліктної ситуації; заклик замислитися над тим, що відбувається; дискредитацію сформованої системи цінностей і породження, таким чином, відчуттів невпевненості, песимізму, розгубленості, егоїзму.

Фрейми – це моделі (шаблони) образів, сценаріїв, планів, які презентують закарбовані в свідомості (пам’яті) людей стереотипні уявлення про суттєві ознаки предметів, явищ, ситуацій і пов’язані з ними асоціації. За Дж. Лакоффом, це «ментальні структури, за якими відбувається наше мислення» [17, с. 388], призначені для

ідентифікації ситуативних образів, сценаріїв, планів за традиційними «зразками» в нових когнітивних ситуаціях.

На відміну від концептів, вони менше прив'язані до конкретного знака (наприклад, до якогось одного слова), натомість більшою мірою стосуються суто поведінкових моделей у певних ситуаціях. Крім того, фрейми – це не абстрактна сума всіх уявлень народу про предмет чи явище, а вже актуалізований структурний елемент концепту. Тобто, фрейм – це частина, одна із складових концепту. Порівняймо концепт «війна» з фреймами «облога фортеці / міста», «повітряний бій», «хімічна атака» тощо.

З 70-х років ХХ століття фрейми вивчали соціолог І. Гофман, Дж. Лакофф, американський лінгвіст, професор когнітивної лінгвістики; М. Мінський, дослідник у галузі штучного інтелекту, американський лінгвіст Ч. Дж. Філлмор. Теорія має багато аналогів у лінгвістиці, наприклад: теорією семантичних полів (Й. Трир), прикладну семіотику (Д. О. Поспелов) і багато інших.

Теорія фреймів допомагає представити все розмаїття знань і уявлень про предмет чи явище як сукупність стереотипних шаблонів. Наприклад, фрейм «освіта – навчання» вибудовується за допомогою об'єктів та понять (дитячий садочок, школа, виш); ролей (учень, студент, вихователь, вчитель, викладач); сценаріїв (навчання, складання ЗНО, випускний вечір, вступ до вишу, посвята в студенти,); ситуацій (списування на іспиті, тривога перед оприлюдненням результатів вступної кампанії) тощо.

На основі аналізу найпоширеніших фреймів історії та сучасності спробуємо виділити способи їх застосування в межах смислових війн. Зауважимо, «робота» з фреймами проводиться, по-перше, непомітно для об'єкта впливу, по-друге, через багаторазове повторення.

Спосіб перший. Приховане переосмислення – непомітне наповнення готового фрейму новим змістом. Мета – легалізація у свідомості людей нових культурних парадигм.

Один із дуже показових прикладів цієї технології дуже вдало продемонстрований у серіалі «Хроніка надій та ілюзій. Дзеркало історії» студії «Телекон» (2003). У серії «Весілля» показана трансформація релігійних ритуалів і народних обрядів одруження, яка

відбувалася в СРСР. За твердженням авторів сценарію, кінохроніка свідчить про таке: до 1956 року державу мало цікавила тема сім'ї. З кінця 50-х влада звернула увагу на те, що в народі ще живе ностальгія за обрядом вінчання. Почали впроваджуватися нові ритуали, які буквально «калькували» форму попередників, однак пропонували абсолютно нові змісти. «Оздоблення палаців одруження подекуди не поступалося за розкішшю церковному. Вбрання представників держави (довгі й широкі ризи, наприклад) нагадувало традиційні шати представників Господа» (цитата з фільму). Молодята, як і в церкві, тримали свічки, однак тепер вони символізували «вогонь кохання». Навколо замість ікон були портрети вождів. Таким чином, «заколисуючи» людей зовнішньо подібними атрибутами, їх призвичаювали до нових сенсів, цінностей, реалій життя.

«Схожий інструментарій, – наводить приклад Г. Почепцов, – використовували римляни. Вони вводили нових богів захоплених територій у свій пантеон, хоча й на другорядні ролі, що різко знижувало подальший опір нового населення... Це трансформація віртуального простору, оскільки “мої” боги зміщуються на маргінальні позиції, хоча й продовжують називатися богами» [28, с. 11]. Те саме, додамо, радянські ідеологи застосовували, приміром, до літературних «пантеонів» усіх «братніх» республік, крім РРФСР. Так, ніхто не заперечував значущість Т. Шевченка, йому зводили пам'ятники, відкривали музеї. Водночас образ Кобзаря частково маргіналізувався, зокрема, нав'язливо відтворювався тільки один образ втомленого життям немолодого Тараса в смушевій шапці, вводилися заборони на несанкціоновані вшанування пам'яті тощо.

Спосіб другий. Явне переосмислення – контроверсійне «вживляння» нового в традиційний фрейм. Мета – створення конфлікту.

Яскравий приклад нам дали 2004 і 2014 роки. Це «Майдан – Антимайдан». Під час обох останніх революцій в Україні унікальне явище вияву громадського протесту і народної солідарності щодо вирішення тих чи інших проблем у державі просто скопіювали і наповнили абсолютно протилежним змістом.

Майдани 2004 і 2013 частково спонтанно, частково завдяки колективній історичній пам'яті сформували свою власну автентичну систему комунікацій (виступи зі сцени, риторика лідерів громадської думки, гасла, музичний супровід), «ритуалів» – сценаріїв і поведінкових стереотипів (проведення віча, періодичні демонстрації, флешмоби, акції взаємодопомоги), просторові координати (наметове містечко), правила поведінки. Усе це як готовий фрейм із визначеними в ньому ролями, сценаріями і ситуаціями опоненти абсолютно штучно навіть не скопіювали, а «змавпували» в антимайдані. Для чого? Якщо для дискредитації Майдану, то ця мета не була досягнута. Для об'єктивності представлення різних поглядів? Але об'єктивність не притаманна вулиці, для неї потрібна тиша розмірковування, а не сплеск емоцій мас. Єдиний очевидний результат – це створений штучно й унаочнений у центрі Києва конфлікт, який згодом переріс у відкрите протистояння на Сході України.

Схожий приклад: фрейм-образ військової відзнаки «Георгіївська стрічка» багаторазово наповнювався в історії новими смислами. У Російській Федерації з 2005 року його маніпулятивно «прив'язали» до Перемоги в Другій світовій війні. Потім так само маніпулятивно змістили акценти в бік ототожнення з «руським міром». Згодом у пресі з'явилися негативні тлумачення, прибічники яких вважали стрічку символом нацистів і власівців. Українська сторона підхопила останній дискурс і ввела в обіг мем «колоради», означивши ним презирство до сепаратистів, колаборантів, найманців і агресорів. Результат: сьогодні «георгіївська стрічка» – символ конфлікту.

Спосіб третій. Підміна – заміщення фреймів (або їхніх дескрипторів) із очевидною невідповідністю нової моделі тій, яку замінюють. Мета – створення напруги, розгубленості, шокування.

Г. Почепцов, розмірковуючи про природу смислових війн, навів кілька прикладів із казок. Вище ми вже згадували Буратіно і П'єро. Тепер черга «Червоного капелюшка». Як пам'ятаєте, дівчинка, завітавши до бабусі, ніяк не могла усвідомити, що бабусі немає, і вовка ідентифікувати як вовка. Вона чомусь готова була повірити в те, що бабуся так кардинально змінилася, замість того, щоб визнати

очевидне, тікати і бити на сполох. Мала так звикла до фрейму «гостини в бабусі», настільки була не готова до підміни й обману, що заморожено і навіть із цікавістю просто чекала неминучої розв'язки. Чи не правда, це нагадує одну подію з нашої недавньої історії. Всі ми чітко знали, що озброєні люди в Криму, які не належать до МВС і ЗСУ України, – це агресор, а сам факт їхньої присутності на території нашої держави – «загарбання». Однак протягом тривалого часу з дитячою безпосередністю слухали казки про «зелених чоловічків» і «ввічливих людей». Ми так само не здатні були повірити в очевидність підміни, і так само чекали, не усвідомлюючи своєї приреченості до втрати частини території. Тут використана технологія, «яка дає можливість “розмивати смисли”, змушувати їх не існувати у вигляді цінностей, а лише мерехтіти перед противником, створювати так звану “маячню”, змушувати втрачати зміст того, що відбувається навколо» [25, с. 126].

Спосіб четвертий. Накладання, змішування, поєднання різних фреймів загалом або дескрипторів різних фреймів. Мета – формування лояльного ставлення до неприйняттого фрейму на тлі актуалізації того, який не викликає спротиву. Універсальний приклад закарбовано в першому пролетарському гімні: «Весь світ насильства ми зруйнуємо, З корінням вирвемо, а тоді, Своє, нове життя збудуємо». Те, що ролі «руйнівника» і «будівничого», сценарії знищення і створення не поєднуються принципово, історія довела неодноразово. Попри це запропонована модель «революції» – «докорінного перевороту в житті суспільства, який призводить до ліквідації віджилого суспільного ладу і утвердження нового, прогресивного» (<http://sum.in.ua>) – протягом століть створює можливості тимчасового об'єднання прибічників обох фреймів – «руйнація» і «будівництво».

Патерн – це ще один інструмент, який так чи інакше задіяний у смислових війнах. Саме поняття поки що доволі розмите, оскільки використовується в різних галузях знань (мистецтвознавстві, інформатиці, психології, соціології, соціальних комунікаціях) і часто ототожнюється з концептом і фреймом.

У контексті аналізованих впливів на масову свідомість ми будемо говорити про **патерни поведінки в конфліктних ситуаціях.**

На наш погляд, вони доволі вдало означені й описані на прикладах роботи сучасних засобів масової інформації в публікаціях Ю. Крилової-Грек [15] і Т. Бондаренко [3].

«Патерн поведінки – це набір типових реакцій (шаблонів), які реалізуються у певній ситуації... Під патернами поведінки у конфліктній ситуації ми розуміємо сталі шаблони поведінки, які закріплені у свідомості і реалізуються у різних конфліктних ситуаціях» [13, с. 156-157], – зазначає Ю. Крилова-Грек, уточнюючи, що, на відміну від стратегій поведінки (планів досягнення певних комунікативних цілей), патерни обираються несвідомо, автоматично, «за звичкою».

До основних патернів поведінки в конфліктних ситуаціях зазвичай відносять: «захист», «напад», «нейтралітет», «образа», «контр-відповідь (опір)», «компроміс» [15, с. 156-157]. З огляду на досвід їхнього використання нині, можемо ще додати: «ігнорування», «подивування», «розгубленість», «пасивний протест». Усі вони застосовуються в межах стратегій «конфронтація», «відтермінування конфлікту», «уникнення конфлікту (згладжування)», «пристосування», «співробітництво», «компроміс».

Для активізації патернів використовуються такі мовленнєві тактики, як *натяк, замовчування, іронія, образа, похвала, погроза, докір, переведення дискусії в іншу площину*. Їхніми ж репрезентантами на вербальному і невербальному рівнях стають *ненормативна лексика, слова-паразити, інтонації, смішки, акценти на певні слова, швидкість та гучність мовлення, перебивання співрозмовника, жести, міміка*.

Порівняно з фреймами, патерни – більш узагальнені моделі, причому не стільки поведінки, скільки поведінкових реакцій. До того ж, вони універсальні, тобто можуть використовуватися в межах різних, навіть діаметрально протилежних фреймів. Наприклад, патерн «контр-відповідь» може бути актуалізований у десятках фреймів – «бесіда з політиком у студії», «виховна бесіда в школі», «бесіда батьків із дитиною», «бесіда підлітків», «бесіда з лікарем» тощо.

Під час смислових війн саме патерни суттєво впливають на зміни картини світу народу, його базових поведінкових ціннісних

орієнтирів. Девід Гордон і Мерібет Майерс-Андерсон у книзі «Фенікс. Терапевтичні патерни Мілтона Еріксона» зазначають: «Коли досвід... моделює вашу поведінку у межах певного контексту, поряд з новими поведінковими звичками формуються узагальнення та критерії, конгруентні даним формам поведінки. І навпаки, зміна ваших узагальнень або критеріїв щодо певного контексту призведе до змін у поведінці, конгруентним змінам у вашій моделі світу. Іншими словами, те, яким чином ви будете реагувати (поводитися) у даному контексті, визначатиме ваші переконання відносно того, що добре, а що погано, що корисно, а що шкідливо, що цікаво чи важливо, а що небезпечно в конкретному контексті» [цит. за 15, с. 157].

Дуже чітко це може бути продемонстровано на одному прикладі: 05 травня 2014 року на каналі «Росія 1» у Москві обговорювалося протистояння на Сході України. Всі гості студії наголошували на тому, що в Україні йде «громадянська війна» і Росія не має до цього жодного стосунку. Звучали прямі образи, «вішалися» ярлики – все в «кращих» традиціях пропагандистської машини РФ. Представник НАТО Роберт Пшель намагався донести до аудиторії інший погляд на обговорюваний конфлікт, однак його постійно перебивали, додаючи обурливих інтонацій, «чіпляючись» за слова, не даючи довести до кінця жодної думки. Усвідомивши, що відбувається, Роберт Пшель дуже чітко артикулював, що продемонстровані росіянами патерни дискусії на світоглядному рівні відрізняється від тих, які прийняті в західному світі. Наведемо, хоч і розлогу, але надзвичайно важливу цитату (записано з відео, переклад наш): «Я хочу сказати три речі. Перше, я тепер уже, чесно кажучи, сумніваюсь, для чого ви мене запросили... Я думав, ми будемо обговорювати серйозні аспекти міжнародної ситуації. Вийшов... сеанс ненависті... З цього боку я чую: “Це не люди, це шкідлива країна” (*гості студії перебивають спікера*)... Я не помилився, є проблема з якістю вашої програми... сеанс пропаганди... Друге, є погляд на ситуацію в Україні, який відрізняється від того, який представлений у цій студії. Це потрібно усвідомити (*гості студії перебивають спікера*)... Я знаю, у вас такі звички... У моєму світі, повторюю, звички інші: потрібно слухати інших. Можете не

погодитися з оцінкою, але не можете розповідати людям в Росії, що всі люди в світі... погоджуються з позицією Росії щодо конфлікту в Україні, мовляв, Росія не втручається... Це неправда (*гості студії перебувають спікера*)... Така якість дискусії... Якщо не почнете дивитися на інших людей, на їхню точку зору як на таку, яка має право на існування, тоді як взагалі ви можете дискутувати? Ось (*показує*) «об'єктивний» журналіст, який не дає договорити навіть двох слів...»

Повторюємо, у цьому монолозі Роберта Пшеля максимально чітко й виразно наголошено: патерни поведінки в дискусії демонструють відмінності насамперед ціннісних парадигм – нетерпимість, зверхність, закритість, з одного боку, і толерантність, лібералізм, відкритість, націленість на пошук компромісів, з іншого.

Останні роки дають нам багато прикладів використання патернів у смисловій війні. На наш погляд, вони демонструють два основних способи «роботи» з шаблонами поведінкових реакцій: 1) нав'язування агресивних патернів; 2) руйнування старих і введення нових моделей, нетипових для стандартних ситуації і незвичних для аудиторії. У другому випадку йдеться про так звані асиметричні моделі. Суб'єктами, які «нав'язують» патерни іншим або «перезформатовують» їх, можуть виступати політики, журналісти, соціальні мережі, діячі культури і навіть маси.

Пальма першості тут, безперечно, належить політикам. Розглянемо два приклади спілкування президентів держав із представниками засобів масової інформації.

Дванадцятого березня 2018 року журналіст британської корпорації ВВС Стів Розенберг поставив Володимирі Путіну питання, чи не несе Росія відповідальність за інцидент з отруєнням колишнього співробітника російської військової розвідки Сергія Скрипаля. Президент РФ у цей час оглядав теплиці Національного центру зерна. Подія набула неабиякого розголосу, і всі чекали від першої особи однієї з найбільших держав світу *заперечення причетності, співчуття, здивування* тощо. Однак відповідь була такою: «Ми тут обговорюємо питання сільського господарства... а ви питаєте мене про якісь трагедії. Ви там розберіться у себе, а потім ми

з вами будемо це обговорювати» (<https://www.eurointegration.com.ua/news/2018/03/12/7078654>). Зазначимо, що така *демонстративна зневага* і до життя людини, і до Великобританії – країни, на території якої вчинено злочин, обурила світ і загострила протистояння між державами.

27 травня 2016 року Президент України Петро Порошенко під час офіційного візиту до Фінляндії відмовився дати інтерв'ю російським журналістам і звернувся до них так: «Перестаньте вбивати українців». Українські медіа відреагували на це заголовками типу: «Інтерв'ю з ворогом: коли відмова відповідати красномовніша за відповідь» [11]. Асиметрична відповідь була використана для привернення уваги до трагедії в Україні й означення чіткої позиції держави щодо цього питання на міжнародному рівні.

Показовим прикладом політичних патернів стали відомі з 2013 року в Україні «глибока стурбованість» і «занепокоєння» – форми пасивного протесту, «м'якої» реакції міжнародної спільноти на воєнні чи внутрішньополітичні конфлікти держав-сусідів. Ці кліше дипломатичної мови протягом останніх років були своєрідними мемами, які обговорюються в соціальних мережах і позначають там, окрім пасивного протесту, ще й роздратування чиєюсь бездіяльністю, образу, докір тощо.

Потрібно зазначити, що необмежені можливості в «роботі» з патернами політикам надає ціла низка жанрів журналістики: не тільки інтерв'ю, а й бесіди, ток-шоу. Саме ток-шоу – і це трохи вище вже було продемонстровано – один із найзручніших «полігонів» випробування «мови ворожнечі» як зброї в інформаційній і смисловій війнах.

У засобах масової інформації та в царині культури протягом останнього часу теж почастишали випадки руйнування усталених патернів. Так, 6 лютого 2017 Сергій Дацюк залишив студію каналу «112» через маніпуляції ведучих. 24 липня 2017 року Остап Дроздов попросив гостя залишити студію через відмову останнього спілкуватися українською і порушення попередніх домовленостей щодо цього питання вже в прямому ефірі. 18 січня 2018 року ведуча Роксана Руно звільнилася з каналу ZIK через відмову піарити

проросійськи налаштованого політика. 21 березня телеведучий «Першого Автомобільного» Юрій Рихлик відмовився від проекту через незгоду спілкуватися російською мовою. Новини про такі демонстративні демарші одразу облітають усі засоби масової інформації і стають предметом обговорення в соціальних мережах.

Такі патерни мають свою історію не лише в царині засобів масової інформації. Пригадаймо відмову В. Шкляра в березні 2011 отримувати Шевченківську премію: «прошу... врахувати в Указі з нагоди нагородження лауреатів Шевченківської премії моє прохання про перенесення нагородження мене Шевченківською премією на той час, коли при владі в Україні не буде українофоба Дмитра Табачника». Прикметно, що «Українська правда» відреагувала на цю заяву публікацією з красномовним заголовком: «Роман Шкляра як віха в україно-російській війні» [10]. Звернімо увагу, це було опубліковано ще 2011 року!

Важливо згадати, що патерни, на відміну від концептів і фреймів, це інструмент, яким «озброєні» не тільки політики і засоби масової інформації, а й до недавнього часу пасивний актант інформаційних і смислових війн – народ, маси. Розвиток соціальних мереж дав поштовх для трансформації класичних патернів – з'явилися «лайки», «дизлайки», «репости», «штурханці», тобто нова «мова» поведінкових невербальних реакцій. Крім того, він ознаменував повернення в широкий політичний дискурс таких тактик мовленнєвої поведінки, як іронія та висміювання. Власне, кожен третій коментар у мережах на злободенні події – це своєрідний памфлет, щоправда, він тепер не виголошується на площах при натовпі, як у XVIII столітті, наприклад, а поширюється і репоститься на мільйонну аудиторію. Потенціал таких нових громадянських патернів уже осмислили ЗМІ. Канали пропонують огляди соціальних мереж, у яких озвучують добірки коментарів щодо тієї чи іншої топ-новини дня чи тижня. Це більш потужний засіб порівняно з тими, що використовувалися засобами масової інформації і використовуються донині, наприклад, опитування аудиторії в студії, випадкові коментарі на вулиці, «народна трибуна», дзвінки у студію. Більш дієвий він, на наш погляд, тому що демонструє свідому, заздалегідь

продуману, чітко артикульовану реакцію на подію. Що ж, як влучно висловився цитований уже нами Ж. Бодріяр, тепер не ми дивимося телебачення, тепер телебачення дивиться на нас.

До речі, не зайве усвідомлювати, що патерни мас можуть використовуватися як у позитивному сенсі (реакції людей на події змушують владу прислуховуватися до думки народу), так і маніпулятивно. «Детектор медіа» ще 24 лютого 2016 року привернув до цього увагу, опублікувавши статтю Олени Голуб «Сайти соцмереж як джерело інформації», у якій стверджується: «Соціальні мережі нині є важливим джерелом інформації не тільки для аудиторії, але й для самих традиційних ЗМІ. За результатами дослідження компанії Cision і Кентенберійського університету Церкви Христа, близько третини британських журналістів стверджують, що вони не могли би виконувати редакторську роботу без соціальних медіа. 39 % респондентів зазначили, що соціальні медіа підвищили рівень їхньої продуктивності. Дослідники провели опитування серед 3650 журналістів із 11 країн (Великобританія, Франція, Німеччина, Фінляндія, Швеція, Італія, Іспанія, Нідерланди, США, Канада й Австралія)... Частина експертів наголошує на небезпеці використання соціальних мереж як джерела інформації, оскільки саме так звані нові медіа є одним із найпоширеніших способів поширення неправдивої інформації та фейків» [4].

Мем (meme) – «одиниця» культурної інформації; комплексна ідея, закарбована в легких для запам'ятовування і відтворення словесних формулах, зображеннях, відео, мелодіях, жестах, діях, ритуалах, іміджах відомих людей; утворюється шляхом стереотипізації та спрощення уявлень про складні поняття і явища; свідомо чи несвідомо передається від людини до людини і впливає на її світогляд та поведінку; на відміну від концептів, стосується окремих культурних явищ; набуває великої популярності у вживанні протягом певного періоду.

Мем пройшов еволюцію від найдавніших часів («хліба й видовищ!», «Бог помер», «не читайте перед обідом радянських газет») до сьогодні («професор», «візитка Яроша», «ввічливі люди»); поширення набув з розвитком мережевої комунікації.

Джерелами виникнення мемів «можуть бути актуальні події й новини, персонажі фільмів, фрази і висловлювання відомих людей, випадкові висловлювання (обмовки), відомі особистості» [9, с. 68].

До наукового обігу термін увів англійський біолог Річард Докінз («Егоїстичний ген», «Розширений фенотип»). Метафоричні синоніми: «культурний ген», «культурний квант», «вірус у сфері культури».

Повного визначення і вичерпної характеристики мемів станом на сьогодні науковці ще не запропонували. На основі власних спостережень і думок дослідників теми спробуємо описати найважливіші ознаки цього явища.

Ідіоматичність. О. Чернікова з цього приводу зазначає: «мем несе в собі більше інформації, ніж можна побачити на поверхні, він “посилається” на цілу ситуацію, сума його слів не дорівнює його значенню» [33, с. 153]. Наприклад, значення мемів «візитка Яроша» чи «Зорян і Шкіряк», як і будь-якого фразеологізму, не дорівнює значенню окремих слів цих сталих словосполучень, а позначає дещо абсолютно інше, у нашому випадку – «безглуздість російської пропаганди».

Рухлива семантика, багатозначність. Семантичне поле мема може легко трансформуватися. Так, розгляньмо мем «Кримнаш». Його вживають усі, «приблизний» зміст мема очевидний для будь-кого, але в представників різних сторін протистояння зміст різний: 1) росіяни – «Кримнаш» (гордість, радість від «прирощення» своїх територій і «встановлення історичної справедливості»); 2) кримчани – «Кримнаш» (= «Кримваш», усвідомлене чи неусвідомлене приниження і запобігання); 3) українці на неокупованій території – «Кримнаш» (злість щодо окупантів і колаборантів). Тобто «з часом семантичне та етимологічне наповнення мема трансформується, а залишається лише форма й ситуативне значення; форма... фіксована, але може підлягати ситуативній трансформації» [33, с. 153].

Жаргонний характер мемів зумовлений такими його особливостями: 1) емоційність мему набагато важливіша за його значення; 2) виникає він здебільшого завдяки «тиражуванню» у соціальних мережах, тобто відображає особливості світосприйняття певної субкультури; 3) значення мему зрозуміле не всім і не

затримується надовго в пам'яті: «суб'єктові, незнайомому з контекстом виникнення мема, суб'єктові, котрий не спілкується в Інтернеті, особливо в тому середовищі, де меми виникають найчастіше (блоги та форуми), поширений і улюблений серед користувачів мем може здатися апофеозом нісенітниці» [9, с. 68; 31, с. 120]. Тобто мем майже стовідсотково підпадає під визначення жаргону.

Мем як зброя смислової війни. «Сьогодні, доводиться констатувати, – акцентує Р. Марутян, – що на фронті смислової війни (інформаційно-ідеологічному фронті) Росія за три роки завдала Україні низку дошкульних ударів... Наслідком цього стала втрата територій, великої кількості матеріальних й людських ресурсів під час конфлікту. В сучасному інформаційному просторі меми стають зброєю у смисловій війні, за допомогою якої можна маніпулювати свідомістю та впливати на поведінку громадян країни, проти якої здійснюється агресія. Меми стали елементами ментальної зброї та вплинули на формування світоглядних позицій протидіючих сторін» [20].

Пригадаймо меми, які набули популярності в період 2004–2018 років. Зауважимо, поданий нижче перелік не вичерпний і болісний для мовних пуристів. Однак пам'ятаймо, що меми є «найкращою ілюстрацією того, що відбувалося й активно обговорювалося останнім часом. Вони відображають культурні стереотипи і явища сучасної дійсності...» [9, с. 69]. Це своєрідне дзеркало політичної і мовної культури суспільства. Звичайно, дзеркало можна розбити, але, на наш погляд, краще в нього подивитися і спробувати змінитися на краще.

«українські»	«антиукраїнські»
2004	
разом нас багато – нас не подолати, свободу не спинити, злочинна влада, бандитам – тюрми, банду – геть!, схід і захід – разом, баба Параска, профФесор, все буде Донбас, підрахуй, пісуар, антимайдан, ці руки нічого не крали, встати з колін, умикнути Україну, підпис здесь, все пропало, по-дебільному написано, бімба	апельсини обколоті, Донбас порожняк не гонить, козли, які нам заважають жити, шкодливий Леопольд, помаранчеві пацюки (оранжевые крысы), вони майданять – ми працюєм, нас ніхто не ставив на коліна

«українські»	«антиукраїнські»
2013–2018	
<p>З негативним «зарядом» йолка, хто не скаче – той москаль, банду – геть!, нас дістало!, диктаторські закони («поліцейські закони», «драконівські закони», «ручні закони», «копитні закони»), спасибі жителям Донбасу, Груша (Грушевського), антимайдан, тітушки, куля-в-лоб, ціна свободи, золотий унітаз, пшонкостайл, ручку зламав, колоради, Путлер, ПТН-ПНХ, московський карлик, валіза-вокзал-Росія, каціопи, рашисти, ватники, вата, кремлівські валянки, Няш-мяш, запорєбрик, Мордор (ОРДЛЮ), Даунбас, даунбасівець, донбасятина, Лугандон, лугандонівець, лугандафюрер, мышєбратья, кисельовщина, рука Москви, глибоке занепокоєння, сміттева люстрація, скотиняка, зрада – перемога, злочинна влада, порохоботи.</p> <p>Позитивно «заряджені» Євромайдан, не злий майдан, революція гідності, слава Україні – героям слава!, Схід і Захід разом, Донбас, приєднуйся до нас!, борітеся – поборете, герої не вмирають, небесна сотня, кіборги, ціна свободи</p>	<p>З негативним «зарядом» майдауни, майдануті, щеневмерлики, свідомі, свідоміти, гейропа, печеньки Нуланд, ввічливі чоловічки, зелені чоловічки, Кримнаш, розіп'ятий хлопчик, візитка Яроша, правосеки, бандерлоги, укропи, хунта, недонарод, київська хунта, найманці Америки, поцреоти, салоїди</p>

Негативно «заряджені» меми, безумовно, посилюють мову ворожнечі й сприяють розгортанню конфлікту. Так само не викликає сумнівів і те, що вони не тільки фіксують, а й *закріплюють* у свідомості людей надовго суттєві віхи протистояння, а отже, справді є зброєю смислових протистоянь. Наприклад, «розп'ятий хлопчик» для однієї сторони – це символ «бандерівців, які прийдуть і всіх знищать», а для іншої – символ абсурдності «рашистської пропаганди». І, на жаль, їх не так просто буде «викорчувати» з пам'яті: слова і слогани часом живучіші за ідеї. Це своєрідний засіб мовного «програмування», результати якого можуть відгукнутися і через десятиліття.

Однак феномен мемів, на наш погляд, ще не осмислений належним чином, і його потрібно буде вивчати. Так, належить проаналізувати функції мемів і як зброї нападу, і як засобів оборони, самозахисту.

Крім того, меми – надзвичайно цікавий і показовий матеріал для аналізу змін у картині світу соціуму. Так, повторюваність мемів («злочинна влада») у різні періоди свідчить про «хронічні хвороби»;

перехід від «свободу не спинити» до «ціна свободи» афористично й точно означає драматичні етапи дорослішання українського суспільства.

Наприкінці розмови про різновиди «зброї» смислових війн хотілось би зауважити: сенси – «це основа світогляду, вони включають безліч цільових установок з виробленою системою розуміння світу і себе в ньому» [12]. Саме тому детальне осмислення інструментарію семантичних протистоянь ще попереду.

Завдання і запитання до параграфа

1. Які міфологічні структури використовуються для смислових впливів на свідомість мас? Чому, на думку М. Еліаде і К. Поппера, за допомогою міфологічних структур легко нав'язувати суспільству будь-яку політичну ідеологію?
2. Охарактеризуйте поняття «концепт», «фрейм», «патерни поведінки в конфліктних ситуаціях» і поясніть відмінності між ними.
3. Опишіть структуру концепту «народ» / «держава» / «слово» (на вибір) і можливі варіанти маніпулювання ними.
4. Підберіть приклади маніпулювання фреймами.
5. Опишіть найтипівіші патерни поведінки в конфліктних ситуаціях на прикладі одного з випусків сучасного політичного ток-шоу.
6. Що таке меметика? Як меметична зброя використовується в сучасних смислових війнах?
7. Підберіть приклади використання мемів у соціальних мережах. Спрогнозуйте наслідки їх поширення і активного використання.

Список використаної та рекомендованої літератури

1. Барт Р. Мифологии / Р. Барт. – Москва : Изд-во им. Сабашниковых, 1996. – 314 с.
2. Белл Д. Социальные рамки информационного общества / Д. Белл // Новая технократическая волна на Западе. / под ред. Гуревича П. С. – Москва : Прогресс, 1986. – 450 с. – С. 330-343.

3. Бондаренко Т. Сприйняття медіааудиторією мови війни: асоціативний експеримент / Т. Бондаренко // *Образ*. – 2017. – Випуск 1(23). – С. 11-17.
4. Голуб О. Сайти соцмереж як джерело інформації [Електронний ресурс] / О. Голуб // *Детектор медіа*. – 24 лютого 2016. – Режим доступу: http://ms.detector.media/web/social/sayti_sotsmerezhh_yak_dzherelo_informatsii (дата звернення: 24.04.2018).
5. Давидов М. В. Інфологічна модель концептів української жестової мови / М. В. Давидов, О. В. Лозинська, В. В. Пасічник // *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Інформаційні системи та мережі*. – 2014. – № 805. – С. 279-288.
6. Дзюба І. М. Нагнітання мороку: від чорносотенців початку ХХ століття до українофобів початку століття ХХІ. – Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2011. – 504 с.
7. Зозуля О. С. Інформаційна зброя як геополітичний чинник та інструмент силової політики» [Електронний ресурс] / О. С. Зозуля. – Режим доступу: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej18/PDF/12.pdf> (дата звернення: 24.04.2018).
8. Зубрицька Л. Й. Активізація міфу у період кризи: особливості міфологеми «війни» та «героя» / Л. Й. Зубрицька // *Наукові записки НаУКМА*. – 2016. – Том. 186. Політичні науки. – С. 72-76.
9. Жулінська М. Інтернет-меми як одиниці інформації у кіберпросторі / М. Жулінська, Н. Смоляр // *Актуальні питання іноземної філології. Науковий журнал*. – 2015. – № 2. – С. 66-71.
10. Кізка В. Роман Шкляра як віха в україно-російській війні / В. Кізка // *Українська правда*. – 11 березня 2011. – Режим доступу: http://life.pravda.com.ua/columns/2011/03/11/74779/view_print (дата звернення: 24.04.2018).
11. Кокотюха А. Інтерв'ю з ворогом: коли відмова відповідати красномовніша за відповідь [Електронний ресурс] / А. Кокотюха // *Детектор медіа*. – 27 травня 2016. – Режим доступу: <http://detector.media/infospace/article/115499/2016-05-27>. (дата звернення: 24.04.2018).
12. Колесник О. С. Концепт війна в аспекті лінгвосеміотики та лінгвокультурології / О. С. Колесник // *Мовні і концептуальні картини світу*. – 2014. – Вип. 48. – С. 216-230.
13. Комова М. До теоретичного осмислення теорії Ж. Бодріяра про симуляцію в мас-медіа / М. Комова // *Теле- та радіожурналістика*. – 2014. – Випуск 13. – С. 87-95.
14. Крайнікова Т. Споживчі патерни медіаповедінки: суть і роль у культурі медіаспоживання / Т. Крайнікова // *Вісник Книжкової палати*. – 2014. – № 3. – С. 1-4.
15. Крилова-Грек Ю. М. Психологічні засади патернів поведінки у конфліктних ситуаціях / Ю. М. Крилова-Грек // *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*. – Випуск 19. – 2013. – С. 155-161.
16. Літяга В. Поняття «концепт» у парадигмі сучасних лінгвістичних досліджень / В. Літяга // *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Іноземна філологія*. – 2013. – № 1(46). – С. 48-50.

17. Лакофф Дж. Метафори, которими мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон // Теория метафори. – Москва, 1990. – С. 387-415.
18. Леві-Строс К. Структурна антропологія / К. Леві-Стросс; пер. з фр. Зої Борисюк. – Київ : Основи, 1997. – 387 с.
19. Малик Я. Інформаційна війна і Україна / Я. Малик // Демократичне врядування. Науковий вісник. – 2005. – Випуск 15.
20. Марутян Р. Р. Меметична зброя як інструмент смислової війни РФ проти України [Електронний ресурс] / Р. Р. Марутян // Matrix-divergent. – 15.05.2017. – Режим доступу : <http://matrix-info.com/2017/05/15/memetychna-zbroya-yaq-instrument-smyslovoyi-vijny-rf-proty-ukrayiny> (дата звернення: 24.04.2018).
21. Марутян Р. Р. Сміслові війни сучасності: український вимір [Електронний ресурс] / Р. Р. Марутян // Matrix-divergent. – 13.03.2017. – Режим доступу : <http://matrix-info.com/2017/03/13/ROSIYA-GOTUYETSYA-DO-VELYKOYI-VIJNY-TU> (дата звернення: 24.04.2018).
22. Мина Ж. Інформаційна зброя як інструмент впливу на сучасне суспільство / Ж. Мина, А. Яновська, О. Матвійчук // INFORMATION, COMMUNICATION, SOCIETY. LVIV. – 19-21 MAY 2016. – С. 84-85.
23. Надолинська А. Словник концептів української культури як ключова проблема навчальної лексикографії / А. Надолинська // Вісник Львівського університету. Серія: Філологія. – 2010. – Вип. 50. – С. 274-280.
24. Орвелл Дж. 1984 : роман / Джордж Орвелл ; пер. з англ. В. Шовкун. – Київ : Вид-во Жупанського, 2015. – 312 с.
25. Пелін О. В. Сміслова зброя в умовах інформаційних війн / О. В. Пелін, Ю. А. Давидова // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: «Педагогіка, соціальна робота». – 2014. – Випуск 31. – С. 125-127.
26. Пода Т. А. Інформаційна війна як стратегія формування політичної свідомості(соціально-філософський аналіз) / Т. А. Пода // Вісник Національного авіаційного університету. Сер. : Філософія. Культурологія. – 2014. – № 1. – С. 67-70
27. Поппер К. Відкрите суспільство та його вороги. Том 1. / К. Поппер ; перекл. з англ. О. Коваленка. – Київ : Основи, 1994. – 444 с.
28. Почепцов Г. Г. Смісли і війни: Україна і Росія в інформаційній і смисловій війнах / Георгій Почепцов. – Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2016. – 316 с.
29. Слободян М. В. Концепт як одиниця когнітивних досліджень / М. В. Слободян // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Сер. : Філологічна. – 2010. – Вип. 16. – С. 276-284.
30. Смеречко А. Відбиття антиномії мир – війна у фразеології (на матеріалі української та російської мов) / А. Смеречко, О. Куцик // Молодь і ринок. – 2011. – № 11 (82). – С. 87-91.
31. Соколова К. В. Меми як засіб комунікації в Інтернет-середовищі / К. В. Соколова // Гуманітарний часопис. – 2012. – № 1. – С. 118-123.
32. Суріна Г. Ю. Міфологізація масової свідомості засобами ідеології і реклами / Г. Ю. Суріна // Нова парадигма. – 2013. – Вип. 114. – С. 165-174.

-
-
33. Чернікова О. І. Вербальний, невербальний та комплексний мему: класифікація за способом подання та сприйняття інформації в Інтернет-середовищі / О. І. Чернікова // Вісник КНЛУ. Серія: Філологія. – 2015. – Том 18. – № 1. – С. 151-155.
 34. Чернікова О. І. Вербальний мем: лінгвістичний аспект / О. І. Чернікова. – Наук. записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна». – Острог : Вид-во Національного ун-ту “Острозька академія”, 2015. – Вип. 51. – С. 354-356.
 35. Шевченко Т. І мертвим, і живим, і ненарожденним землякам моїм в Україні і не в Україні моє дружнєє посланіє // Шевченко Т. Кобзар. – Київ : «Радянська школа», 1983. – С. 265-271.
 36. Элиаде М. Космос и история: Избранные работы / М. Элиаде; пер. с фр. и англ. А. А. Васильевой, В. Р. Рокитянского, Е. Г. Борисовой ; сост., вступ. ст. и комм. Н. Я. Дараган. Послесл. В. А. Чаликовой ; под общ. ред. И. Р. Григулевича и М. Л. Гаспарова. – Москва : Прогресс, 1987.
 37. Яворська Г. М. Концепт «війна»: семантика і прагматика / Г. М. Яворська // Стратегічні пріоритети. Серія : Філософія. – 2016. – № 1. – С. 14-23.
 38. Гофман И. Анализ фреймов : Эссе об организации повседневного опыта / пер. с англ. Р. Е. Бумагина, Ю. А. Данилова, А. Д. Ковалева, О. А. Оберемко ; под ред. Г. С. Батыгина и Л. А. Козловой. – Москва : Институт Социологии РАН ; ФОМ, 2003. – 752 с.
 39. Харитоненко О. І. Висвітлення поняття фрейму як засобу інтерпретації та маніпулювання в навчальних курсах медіаграмотності / О. І. Харитоненко // Молодий вчений. – № 9.1.(61.1) вересень. – 2018. – С. 128-133.

Автор параграфа:

канд. філол. н., доц. каф. журналістики
НПУ імені М.П. Драгоманова

ОЛЕНА ХАРИТОНЕНКО

§ 7. Тактика смислових війн і спроби протидії

Як ми вже з'ясували, інформаційні та смислові війни різняться за багатьма параметрами. Однак **засоби впливу** здебільшого в них однакові:

- 1) маніпулювання фактами і смислами – замовчування, спотворення, некоректний відбір, неточне відтворення, введення в неправильний контекст, хибна інтерпретація, представлення випадкового факту як системного, заміна джерела інформації, заміна каналу трансляції / поширення, акцентування на таємності чи сенсаційності, підміна понять, уведення потрібних у контексті операції характеристик, заміна звичних характеристик об'єкта новими [9, с. 597];
- 2) застосування асиметричних дій, реакцій [9, с. 568], наприклад: емоційні «аргументи» не по темі проти раціональних звинувачень; відсутність реакції; звинувачення на звинувачення типу «сам такий»; незрозуміла або парадоксальна реакція (вихід за межі прописаних алгоритмів дії); скандал; перебивання опонента тощо;
- 3) посилення на авторитет; концепти прогресивності, новизни / традиційності (залежно від ситуації), моралі, патріотизму, ціннісні орієнтири; образи – стимулятори лояльності (образи тварин, дітей, закоханих тощо);
- 4) багаторазове відтворення «потрібних, бажаних» тем у загальному строкатому, «мозаїчному» контенті; відволікання уваги від «непотрібного» контенту; заборони; замовчування.

Однак у **тактиці проведення інформаційних і смислових війн** є суттєві розбіжності. Подамо їх у таблиці для порівняння.

Інформаційні війни	Смислові війни
Ускладнення інформаційної картини події; занурення аудиторії в хаос незрозумілих і по-різному інтерпретованих подій	Спрощення картини світу; надання подіям чи явищам системності, створення ілюзорно несуперечливої моделі існування [9, с. 60]

Інформаційні війни	Смислові війни
Нагнітання відчуттів тривоги, страху, невизначеності; посилення песимістичних настроїв	Сприяння появі відчуттів спокою, стабільності в межах нової системи координат
Введення <i>ситуативних</i> опозицій «ворог – друг», «свій – чужий», «добро – зло», полюси яких можуть легко змінюватися щодо тих чи інших об'єктів	Нав'язування <i>сталих</i> кліше «ворог – друг», «свій – чужий», «добро – зло»
Стимулювання індивідуалізму в апеляціях до особистості (її персональної здатності думати, оцінювати, відчувати)	Стимулювання колективізму в апеляціях до колективного підсвідомого
Імітація «багатоголосся», об'єктивності, представлення різних точок зору	Акцентування на авторитетності єдиного джерела повідомлень, створення ореолу довіри до обраних джерел інформації
Наближення інтересів, виправдання очікувань аудиторії (оприлюднення того, що хочуть чути) – відтворення стереотипів висловлювання (на рівні мови), мислення, потреб, естетичних і художніх пріоритетів	Крім наближення інтересів, використовуються ще й тактики шокування, епатування

Щодо останнього із зазначених пунктів варто зробити кілька зауважень. В інформаційних війнах використовують різні засоби дезорієнтації, але всі вони здебільшого «працюють» на тому матеріалі, який може бути «спожитий» аудиторією беззастережно. Одвічний принцип: говори, що від тебе хочуть почути, і ніхто навіть не запідозрить, що потрапив на гачок маніпулювання. Смислові війни, навпаки, націлені на розширення можливостей сприймання, вихід за межі можливого в усталеній системі ціннісних координат. Саме тому на полі смислових протистоянь дискусії розгортаються зокрема і навколо контroversійних повідомлень.

З 2010 року на Заході і в 2014–2016 роках в Україні та Росії соціальні мережі захлиснула полеміка щодо технологій під назвою «вікно Овертона».

«Вікно Овертона» («вікно можливостей») – це межі сприйняття суспільством політичних рішень. У середині так званого «вікна можливостей» – спектр ідей, які відповідають наявній у певному соціумі картині світу, системі ціннісних координат і завдяки цьому можуть проголошуватися публічно та втілюватися в життя. Поза

«вікном» перебуває все, що вважається неприйнятним, неможливим, шкідливим, незрозумілим і несумісним із ustalеними в суспільстві нормами. Природно, ідеї цього ряду наштовхуються на спротив або ж ігноруються. Явище назване на честь автора концепції «вікна можливостей» віце-президента Макінського центру публічної політики Джозефа Овертона (1990–2003).

Поняття це не нове, воно використовувалося і використовується в психології, педагогіці, маркетингу, пропаганді, PR-технологіях і навіть у журналістиці. Наприклад, у книзі «Журналістське розслідування» (2014), виданій Інститутом масової інформації, читаємо: «Існують випадки, або теми, про які ми не можемо зробити журналістське розслідування. Наприклад, у Франції не можна критикувати виробництво атомної енергії, бо цей комплекс забезпечує французів енергією на 80 відсотків... Наприклад, ось що відбувалося у Франції, коли вибухнув Чорнобиль. Коли ядерна хмара з'явилася над Західною Європою, тодішній прем'єр-міністр Жак-Ширак пояснив, що буцімто хмара зупинилася на кордоні з Францією, і люди цьому повірили, навіть журналісти... Цей приклад демонструє, що інколи дуже важко проводити журналістське розслідування, якщо це суперечить громадським настроям. Перша проблема – чи хочуть люди почути те, про що ви збираєтеся їм розповісти... Є певні сюжети, яких не варто торкатися в тому сенсі, що ваші читачі цього не сприйматимуть» [2, с. 35-36].

Дж. Овертон не розробляв технологій розширення чи звуження «вікна можливостей» і активного впливу на масову свідомість. Однак такі технології існують і цілком дієві – підтвердженням цьому є вся історія людства.

Станом на сьогодні у безлічі роликів і публікацій викладено, як буцімто завдяки «вікну Овертона» можна зробити популярною і позитивно маркованою в очах громадськості абсолютно до того неприйнятну ідею, наприклад – узаконення людоїдства. Мовляв, для цього потрібно всього-на-всього ввести її в суспільний дискурс і почати обговорювати. Спочатку робити це в сферах, які перебувають на маргінесі масової свідомості, але «заряджені» авторитетом: у наукових колах і в царині елітарної культури. Тут тема

«апробується» спочатку як щось дуже радикальне, а згодом і як цілком можливе і привабливе для раціонального пізнання в антропологічному, міфологічному, літературному, релігійному контекстах. На цьому ж етапі для позначення непривабливого поняття підбирається незрозумілий для багатьох, але звучний термін, наприклад, «антропофілія». Потім підключаються засоби масової інформації та індустрія маскульту. Вони роблять тему популярною, акцентуючи увагу на шельмуванні «ретроградів», які досі проти людоїдства, на свободі вибору кожної людини, толерантності, реальних випадках канібалізму. Після цього всього можуть уже розгортати свої кампанії політики, які, провівши соціологічні опитування, будуть змагатися між собою за право заборонити чи дозволити це явище на рівні законів.

Загалом, дуже точний перелік технологій маніпулювання свідомістю, щодо якого потрібно враховувати: до Дж. Овертона він має опосередковане відношення, такі технології існували стільки, скільки існує людство, і модифікуються донині, «інструкція» невичерпна, послідовність описаних заходів зазвичай варіюється і застосовується довільно.

Для того, щоб завершити «літературно-фантастичний» дискурс в обговоренні тактик інформаційних і смислових впливів, пропонуємо згадати роман ученого в галузі соціальних комунікацій, письменника Роберта Ескарпі «Літератрон» (1964), у якому, власне, описані ті самі засоби маніпулювання масовою свідомістю, що й в «інструкціях» щодо «легалізації канібалізму». Спочатку головний герой роману шахрай Ле Герн змушує людей повірити у винахід, якого насправді ще не існує: придумується влучна назва, проводяться наукові симпозиуми, у журналах публікується біографія генія-винахідника тощо. Потім під уже популярний бренд створюється сама машина – літератрон. Її завдання – компілювати тексти, які цілком задовольняють смаки масового читача. Працюючи фактично з «вікном Овертона» (за сорок років до фактичного введення в науковий обіг цього терміна), Ле Герн «створює» популярних письменників, «прохідних» політиків. Останніх народ обожнює, хоч до того висміював та ігнорував. Р. Ескарпі (в 1964 році!)

наголошував, що всі ці нехитрі маніпуляції були відомі ще римському ритору Квінтіліану, і принципово новою тут може бути тільки технологія поширення, тобто засоби, завдяки яким можна презентувати «лайно як цукерку» не кустарно, а в промислових масштабах.

Розмова про засоби протистояння інформаційним і смисловим загрозам не проста. На перший погляд, і звичайні громадяни («споживачі» інформації), і журналісти (основні «ретранслятори» повідомлень) у результаті такої віртуальної агресії потрапляють у пастку, з якої неможливо вибратися. Впливи здійснюються непомітно, крім того, часто за участі самих об'єктів «зомбування» (наприклад, людям подобаються скандали і сенсації – вони їх і отримують, не замислюючись над наслідками вживання такої «отрути»). Саме тому першим і найдієвішим способом запобігання маніпуляціям вважається медіаграмотність – обізнаність щодо наявних технологій інформаційних і смислових операцій. Однак навіть знаючи, як її можуть ошукати, людина не завжди може вберегтися від нападів і знову опиняється в глухому куті.

Р. Колісніченко зазначає: на думку деяких дослідників, «одним з основних правил поведінки, якого громадяни мають дотримуватися для зменшення вразливості до політичних маніпуляцій, є максимальне скорочення контактів та ігнорування телевізійних новин... Проте, ми не можемо погодитися з цією думкою, оскільки така, усунута від офіційних інформаційних джерел, а отже, належно непоінформована особистість ризикує виявитися активним споживачем чуток та спотвореної міфологічної інформації...» [4, с. 75], а отже, додамо, стане ще вразливішим і керованішим об'єктом для маніпуляцій.

Те саме стосується і журналістів, які щодня в межах своїх професійних обов'язків опиняються в ситуації цугцвангу, коли будь-яка дія призводить лише до погіршення ситуації. Не оприлюднювати важливе, але сумнівне з погляду маніпулятивних впливів повідомлення – звинуватять у замовчуванні. Повідомити і доповнити інтерпретаціями або ж навіть заперечити – означає вивести тему в «топ», тобто знову ж таки «підіграти» зловмиснику.

Попри все сказане, сьогодні вже напрацьовано певні рекомендації щодо протидії інформаційним і смисловим війнам.

Заперечення лише підсилюють вплив, заборони дієві. Насамперед, потрібно пам'ятати, що просте заперечення будь-чого, що становить інформаційну чи смислову загрозу, є не тільки неієвим, а шкідливим: воно лише підсилює негативний ефект. В інформаційному просторі піднімається хвиля обговорень, яка стимулює зацікавленість темою. Однак заборони проникнення «інфікованого» масмедійного чи культурного продукту на територію країни поки що цілком ефективні. Вище вже йшлося про «боротьбу» з ляльками і серіалами. Попри те, що обговорення таких заборон теж бувають досить бурхливими, вони не завдають серйозної шкоди, оскільки для масового споживача фізично унеможливлено «контакт із вірусом». Серед важливих засобів протидії віртуальним впливам називають також «законодавчу заборону найбільш шкідливих прийомів латерального програмування» [4, с. 79].

Асиметрична відповідь. Г. Почепцов наголошує на тому, що інформаційні впливи мають асиметричний характер, відповідно, так само асиметричними, «неадекватними» мають бути і відповіді: «Можна навести такий приклад з китайських стратегій, коли місто, не маючи змоги захиститись від наступаючого війська, відкрило свою браму і жителі щось там почали прибирати. Військо зупинилося і обминуло місто, бо полководець подумав: мабуть, у них сильне військо, якщо вони нас не бояться. Неадекватна дія принесла перемогу проти сильного противника. Симетрична (адекватна) відповідь принесла б лише поразку... Тобто ми можемо сформулювати таке правило: чим сильніший супротивник, тим більш асиметричною має бути інформаційна дія, яка здійснювана проти нього. Сьогодні розроблено велику кількість таких асиметричних варіантів поведінки, які отримали назву ненасильницьких дій протесту. Загалом у цьому списку 198 видів таких дій» [9, с. 566]. Це голодування, блокування руху транспорту, політичні флешмоби, символічні акції.

Основний постулат асиметричної реакції на інформаційну атаку ґрунтується на етичному імперативі не відповідати насильством на

насильство, агресією на агресію. Багатьма прикладами доведено, що відгукуватися на звинувачення, компромат, обмову зустрічними звинуваченнями чи виправданнями неефективно. Якщо при цьому, звичайно, ставиться мета розв'язати конфлікт, а не поглибити його чи розтягнути в часі. Натомість набагато продуктивніше діють 1) емоційні реакції мовця або апеляції до емоцій реципієнтів (схвилювання, замилювання) у відповідь на раціональні випадки і, навпаки, аргументована контратака на емотивні образи; 2) висміювання (гумор, іронія) у відповідь на застрашування; 3) ігнорування (замовчування, пряма відмова опонувати, виконувати накази, підпорядковуватися нав'язаним правилам); 4) демонстрування поваги до закону, попри очевидну незаконність дій агресора тощо.

Свідомий захист національних цінностей, наявність національної моделі розвитку, подолання песимізму. Р. Марутян зауважує: «обов'язкове врахування інформаційних і смислових загроз», наявність власних сенсів, «потужні інформаційні ресурси для тиражування національних моделей в різних типах носіїв (ЗМІ, література, мистецтво, освіта, наука)», яскравий і автентичний власний інформаційний і культурний продукт, який продукуватиме власну модель світу – найважливіші складові національної безпеки [6]. Схожими є й висновки Г. Почепцова: «для України одними з перших завдань, на нашу думку, мають стати такі, як «створення національної ідентичності» і «подолання високого рівня песимізму населення», оскільки без вирішення їх Україна не зможе залишитися незалежною державою» [9, с. 635].

Медіаграмотність і відкритий доступ громадян до знань про маніпуляції. З середини ХХ століття у наукових і освітянських колах широко обговорюються питання медіаосвіти і медіаграмотності.

Медіаграмотність визначається як «здатність експериментувати, інтерпретувати / аналізувати та створювати медіатексти» [7, с. 10]. Під медіаосвітою зазвичай розуміють надання учням загальноосвітніх шкіл, студентам вишів і всім охочим знань про особливості створення медійних продуктів, технологій маніпулятивних впливів з метою формування навичок здійснювати самостійний пошук інформації, створювати та популяризувати власний медійний продукт, критично

осмислювати медіатексти, убезпечувати свій власний інтелектуальний і духовний простір від інформаційної та смислової агресії. Останній із зазначених пунктів пов'язаний із безпекою і має надзвичайно велике значення в сучасному світі, де «віртуальна картинка світу часто сильно відрізняється від реальної». Безперечно, у цій ситуації людина повинна мати «інструментарій для самозахисту й учити критично сприймати медіаповідомлення» [7, с. 22].

Одна з перших навчальних програм із медіаосвіти з'явилася в 1959 році. Нині в багатьох країнах світу такі навчальні програми не тільки розроблені, а й впроваджені в освітній процес як обов'язкові: «Канада, Велика Британія, Австралія, Франція, США, Росія – лідери з розвитку шкільної медіаосвіти. У Канаді з вересня 1999 року вивчення медіакультури обов'язкове для учнів середніх шкіл з 1 по 12 клас. У Великій Британії в 1995 році 30 тисяч школярів обрали екзамен з предмета «Медіа» для отримання свідоцтва про закінчення середньої школи. 1994 року американський президент підписав указ «Цілі 2000: Американський освітній акт», яким увів рекомендований стандарт з медіаосвіти на всіх рівнях початкової та середньої шкільної освіти. Інші країни – Австралія, Франція, всі скандинавські та країни Південної Європи запровадили предметні обов'язкові навчальні курси з медіа в шкільну освіту» [7, с. 15]. Концепції медіаосвіти пройшли апробацію в низці міжнародних інституцій. Тут можна згадати Грюнвальдську декларацію 1982; рекомендації Тулузької конференції 1990, Віденської конференції 1999, семінару ЮНЕСКО в Севільї 2002; Паризьку програму-рекомендації з медіаосвіти ЮНЕСКО 2007; резолюцію Європарламенту щодо медіаграмотності у світі цифрової інформації 2008, Феську декларацію ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності 2011; Паризьку декларацію ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності в цифрову епоху 2014 р. На засіданні Європейського парламенту 2008 було підкреслено: «медіаграмотність – базовий елемент політики в сфері споживання інформації, й вона має охоплювати всі категорії людей протягом усього їхнього життя, для того щоб допомогти їм практично та творчо використовувати медіа» [7, с. 7].

Сьогодні світові тренди медіаосвіти популяризуються і в Україні. «Набуває актуальності необхідність ґрунтовного вивчення... найбільш поширених маніпулятивних прийомів та шляхів їх подолання, обмін досвідом нейтралізації політичних маніпуляцій місцевими громадами, його максимальне оприлюднення у ЗМІ», – зазначає Р. Колісніченко, розмірковуючи про «необхідність формування стійкої до маніпулятивних впливів електоральної культури суспільства». У суспільстві в результаті має бути вироблена звичка критичного «осмислення інформації, визначення сутності питань та цілей організаторів інформаційних повідомлень» [4, с. 76].

У 2010 році постановою президії Національної академії педагогічних наук України була погоджена «Концепція впровадження медіаосвіти в Україні». Результатом стала поява численних курсів і лекторіїв, присвячених цій темі, розроблені програми, підручники, робочі зошити для загальноосвітніх шкіл, дисципліна «Медіакультура» включена до варіативної частини навчальних планів. Однак, на жаль, системного впровадження в освітній процес курсів медіаграмотності та виходу за межі експерименту поки що немає. Крім того, часто медіаосвіту в Україні – підтримуємо тут висновки авторів підручника з медіаосвіти та медіаграмотності 2012 року за редакцією В. Іванова і О. Волошенюк – розуміють не як формування «критичного мислення та автономної від медіа особистості (як у багатьох західних країнах), а <як> опанування медіаобладнання та використання можливостей медіа в навчальному процесі» [7, с. 22-23].

Два роки тому, 21 квітня 2016 року, Президія Національної академії педагогічних наук України ухвалила нову редакцію Концепції впровадження медіаосвіти в педагогічну практику на всіх рівнях. У ній, зокрема, наголошено: «Медіаосвіта – не тільки шлях до ефективності діяльності людини в системі трудових відносин, але спосіб залишатися самим собою, цілісною особистістю, здатною до самовираження і людяності. Не втрачають значення і традиційні завдання медіаосвіти, які полягають у запобіганні вразливості людини до медіаманіпуляцій і медіанасильства, втечі від реальності, у профілактиці поширення медіазалежностей» [5].

У Концепції описані мета і завдання медіаосвіти, найважливішими з яких є сприяння формуванню: 1) *медіаграмотності*, тобто знань про особливості створення контенту медіа; 2) *медіаімунітету*, тобто здатності протистояти деструктивним інформаційним і смисловим впливам; 3) *навичок критичного мислення*, які забезпечують свідоме споживання медіапродукції; 4) *здатності до медіатворчості*; 5) *медіакультури*, тобто здатності сприймати і аналізувати продукти візуальної, аудіальної культур, медіа-арту. Як основні принципи медіаосвіти подані: особистісний соціально-психологічний підхід, перманентне оновлення змісту, орієнтація на розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, орієнтація на розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, пріоритет морально-етичних цінностей, пошанування національних традицій, патріотизм, громадянська спрямованість, естетична наснаженість, продуктивна мотивація. Передбачається, що медіаосвіта до 2020 року буде впроваджена в усіх складових системи безперервної освіти в Україні на рівнях дошкільної, шкільної та вищої освіти.

Дж. Поттер у підручнику, присвяченому медіаосвіті, лаконічно і дуже влучно зауважив: «Підвищуючи власну медіаграмотність, людина отримує чіткіше уявлення про межу між реальним світом і світом, що створили для неї мас-медіа» (Potter W. J. Media Literacy. Thousand Oaks, London, 2001) [цит. за 7, с. 12]. Перефразувавши це висловлювання, наголосимо: якщо ми не хочемо остаточно втрачати зв'язок з реальністю й жити в змодельованій кимось «матриці», мусимо більше уваги приділяти підвищенню якості своєї культури роботи з інформацією.

Завдання і запитання до параграфа

1. Охарактеризуйте засоби агресивних впливів у межах інформаційних і смислових війн. Наведіть приклади до кожного з них.
2. Назвіть відмінності в тактиці проведення інформаційних і смислових війн. Відповідь проілюструйте прикладами.

3. Прочитайте «Літератрон» Р. Ескарпі. Які засоби маніпулювання описані в цьому романі?
4. Назвіть основні засоби протидії інформаційним і смисловим загрозам.
5. Наведіть приклади вдалого застосування асиметричних відповідей на деструктивні інформаційні та смислові впливи.

Список використаної та рекомендованої літератури

1. Бабенко Ю. Інформаційна війна – зброя масового знищення / Ю. Бабенко // Українська правда. – 20 квітня 2006. – Режим доступу : <https://www.pravda.com.ua/rus/articles/2006/04/20/4399050> (дата звернення: 27.04.2018).
2. Журналістське розслідування. За матеріалами семінарів Інституту масової інформації (Київ), Центру підготовки та вдосконалення журналістів (Париж), нідерландської програми МАТРА / Інститут масової інформації. – К., 2004. – 112 с.
3. Зозуля О. С. Інформаційна зброя як геополітичний чинник та інструмент силової політики» [Електронний ресурс] / О. С. Зозуля. – Режим доступу : <http://www.academy.gov.ua/ej/ej18/PDF/12.pdf> (дата звернення: 27.04.2018).
4. Колісніченко Р. М. Прийоми політичних маніпуляцій і стійкість до маніпулятивних впливів як складова демократичної електоральної культури / Роман Миколайович Колісніченко // Освіта регіону. Український науковий журнал. – 2010. – № 2. – С. 75.
5. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) [Електронний ресурс] // Детектор медіа. – 24 квітня 2016. – Режим доступу : http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya (дата звернення: 27.04.2018).
6. Марутян Р. Р. Меметична зброя як інструмент смислової війни РФ проти України [Електронний ресурс] / Р. Р. Марутян // Matrix-divergent. – 15.05.2017. – Режим доступу : <http://matrix-info.com/2017/05/15/memetychna-zbroya-yak-instrument-smyslovoyi-vijny-rf-proty-ukrayiny> (дата звернення: 27.04.2018).
7. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк ; за науковою редакцією В. В. Різуна. – Київ : Центр вільної преси, 2012. – 352 с.
8. Пелін О. В. Смислова зброя в умовах інформаційних війн / О. В. Пелін, Ю. А. Давидова // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: «Педагогіка, соціальна робота». – 2014. – Випуск 31. – С. 125-127.
9. Почепцов Г. Інформаційна політика : навч. посіб. / Г. Г. Почепцов, С. А. Чукут. – 2-ге вид. – Київ : Знання, 2008. – 663 с.

10. Почепцов Г. Г. Сенси і війни: Україна і Росія в інформаційній і смисловій війнах / Георгій Почепцов. – Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2016. – 316 с.
11. Эскарпи Р. Литератрон / Р. Эскарпи ; пер. с фр. Э. Лазебниковой. – Москва : Молодая гвардия, 1966. – 160 с.

Автор параграфа:
канд. філол. н., доц. каф. журналістики
НПУ імені М.П. Драгоманова
ОЛЕНА ХАРИТОНЕНКО

§ 8. Класична журналістика в умовах гібридних воєн: конфлікт теорії і сучасних комунікативних практик

Наприкінці розмови про особливості смислових війн доцільно, на наш погляд, окреслити роль засобів масової інформації та перспективи журналістики в сучасному світі загалом в умовах смислових протистоянь зокрема. Це обговорювані у фахових колах питання, виділимо лише найважливіші тези означеного дискурсу.

Репутація журналіста як об'єкт маніпуляцій. Відомий факт, що з середини ХІХ століття популярність журналістики як професії в суспільстві зростає нечувано. Преса стала популярною, тиражі газет зростали, нові жанри з'являлися один за одним, журналіст став персоною грата і улюбленим персонажем як літературних творів, так і кінострічок.

У ХХ столітті авторитет журналістики був підкріплений і посилений уведенням двох понять: «четверта влада» і «соціально відповідальна журналістика». Метафоричний термін «четверта влада» тлумачиться зазвичай так: «Інформаційна влада – це здатність журналістики шляхом добору, компонування, коментування та тлумачення інформації впливати на формування громадської думки, суспільних свідомості і тим самим спонукати політиків та суб'єктів гілок державної влади до прийняття безпосередніх рішень і дій у потрібному напрямку... Влада журналістики реалізується через маси, вона... не може бути скасована декретом уряду чи указом президента. Президент може усунути з посади навіть голову уряду, але не спроможний позбавити авторитету впливового журналіста... Журналістів убивають тому, що не спроможні іншими способами боротися з їх інформаційною владою» [6, с. 354-355]. Поняття «четвертої влади» суголосне теорії «соціально відповідальної моделі» журналістики. У 1956 році Ф. Сіберт, Т. Петерсон, У. Шрамм у книзі «Чотири теорії преси» поряд із моделями авторитарної, тоталітарної, лібертаріанської журналістики описали ознаки і моделі соціально

відповідальної: «Найважливіші її особливості такі: 1) концепція виникла в ХХ ст. в США; вона сформувалася на основі праці Комісії з питань свободи преси, її члена У. Е. Хокинга, професора філософії Гарвардського університету, на основі практики журналістики і моральних кодексів журналістики; 2) основні цілі преси – інформувати, розважати, продавати, але головним чином переводити конфлікти в план дискусії; 3) використовувати її може кожен, у кого є що сказати; 4) контролюється вона думкою суспільства, діями споживачів, професійною етикою; 5) заборонено втручання в приватне життя і розголошення державних таємниць; 6) преса перебуває в приватних руках, якщо тільки уряд не змушений узяти її в свої руки в інтересах суспільства; 7) засоби інформації беруть на себе зобов'язання з соціальної відповідальності, а якщо вони цього не роблять, то хтось повинен простежити за тим, щоб вони це робили» [6, с. 354-355].

Однією з суттєвих віх ствердження ідей журналістики як «четвертої влади» і соціально відповідальної журналістики був відомий на весь світ Вотергейтський скандал, пов'язаний із викриттям журналістами порушення закону під час виборчої кампанії Р. Ніксона та наслідком цього викриття – імпічментом президента. До сьогодні ця історія обговорюється як одна з блискучих перемог журналістики і доказ її соціальної значущості: «Це був перший в історії США випадок, коли президент за життя достроково припинив виконання обов'язків. Вирішальну роль у цьому зіграли матеріали журналістів газети «Washington Post», які згодом стали еталоном журналістських розслідувань» [7]. Це опубліковано в «Washington Post», переклад подала «Медіаосвіта» 19.06.2012. За матеріалами цієї політичної справи вже зняті фільми і написані книги. Однак майже одразу почали говорити і про іншу версію відомого скандалу: мовляв, Р. Ніксон хотіли позбутися (тут називаються його соратники, Пентагон, представники великого капіталу) і просто зробили це руками журналістів, «підсунувши» їм потрібні матеріали: «Вотергейт, – писав Ж. Бодріяр, – не скандал: ось що необхідно сказати за будь-яку ціну... Отже, Вотергейт був лише пасткою, влаштованою системою для своїх противників – симуляцією скандалу, що мала регенераційні цілі» [2, с. 24-26]. Те саме доводиться в книзі

Л. Колодні й Р. Гетліна «Тихий переворот». І все це сигнали, які доводять нам, що ми ніколи не можемо бути впевнені в тому, є журналісти в кожній конкретній справі «еталоном розслідувань» чи «об'єктом маніпуляцій».

Той факт, що журналістика в сучасному світі зазнала певних репутаційних втрат, нова «смилова реальність», у якій журналіст уже не персона грата, а «джинсовик», «піарник», «медіакілер», «дилетант», широко обговорюються в наукових, професійних і мережевих дискусіях.

Не сьогодні виник термін «криза ідентичності засобів масової інформації», яким позначають «процес втрати свого індивідуального обличчя, звичної суспільно-політичної позиції, стилю в подачі новин, дизайні традиційних органів масової інформації у зв'язку зі зміною власника, тиском політичних обставин або іншими причинами» [19, с. 430]. І. Михайлин писав про це так: «Загалом правильним є визначення, яким Ф. Сіберт, Т. Петерсон та У. Шрамм розпочали свою книгу “Чотири теорії преси”: “Преса завжди набуває форми й забарвлення тієї соціально-політичної структури, у межах якої вона функціонує”. Зміни в системі викликають зміни в журналістиці... Наприклад, медіа-експерти відзначили, що великі газети “Вашингтон-пост” і “Нью-Йорк таймс”, які ніколи не підігрували американському урядові, під час висвітлення іракської війни, прийняли державну політичну доктрину, хоча реальні обставини давали більш ніж достатньо підстав для її критики» [19, с. 430].

З 2016 року «Детектор медіа» щороку проводить моніторинг якості журналістських розслідувань, одним із завдань якого є оцінити їх «з огляду на актуальність тематики, розкриття теми, жанрової майстерності та дотримання журналістських стандартів... До моніторингу залучені експерти, які мають досвід проведення журналістських розслідувань, а також проходили міжнародні тренінги з технології журналістських розслідувань й брали участь в міжнародних конференціях та / або конкурсах. Експерти переглядають програми шести проектів журналістських розслідувань, зокрема Гроші (1+1), Народна прокуратура (112), Наші Гроші, (24 канал, UA:Перший), Слідство.Інфо (Громадське.ТВ, 24 канал,

UA:Перший), Стоп корупції (5й канал), Схеми (Радіо Свобода, UA:Перший). Аналізуються теми розслідувань з огляду на їх актуальність, тенденції у висвітленні окремих тем в залежності від політичних інтересів власників каналів, політичних подій в країні (якщо такий зв'язок можна припустити)» [18].

Результати моніторингу оприлюднюються в публікаціях, назви яких промовистіші за коментарі: «Ілюзія розслідування» (19-25 вересня 2016); «Журналісти-супергерої» (7-13 листопада 2016); «Повна хата компромату, або Як захпати у вушко голки скирту сіна» (27 листопада – 3 грудня 2017); «Бізнес-розслідування, або Чому економічні теми для українських “розслідувачів” особливі» (8 березня 2018); «Експертне стидобище, або Про “мудреців” в українських розслідуваннях» (24 березня 2018); «Свінгери, або Страшні таємниці закритого клубу українських розслідувачів» (10 квітня 2018); «Зниклі безвісти, або Чому журналісти ховають від глядачів свої розслідування» (20 квітня 2018); «Небожителі, або Новий міф про журналістів, які знають, уміють і можуть геть усе» (3 травня 2018).

Сьогодні ж науковці й експерти дедалі частіше наголошують на тому, що журналісти стають не просто все більш ангажованими «заручниками» нових соціально-політичних трендів, вони – «солдати» інформаційних і смислових протистоянь [17].

«Імплозія смислу в засобах масової інформації», або ЗМІ як «розсадник» інформаційних і смислових «вірусів». Вкотре звертаючись до теорії симулякрів і симуляції Ж. Бодріяра, акцентуємо увагу на таких висновках філософа: «Інформацію розглядають як чинник продукування комунікації... існує загальний консенсус щодо того, що ми маємо справу все-таки із зростанням смислу... Ми всі співучасники цього міфу. Це альфа і омега нашої модерності, без чого надійність нашої соціальної організації зазнала б краху. Однак справа в тому, що вона таки зазнає краху, причому саме з цієї причини. Адже там, де, на нашу думку, інформація продукує смисл, відбувається протилежне. Інформація пожирає свої власні змісти. Вона пожирає комунікацію і соціальне» [2, с. 118-119].

Чому ж Ж. Бодріяр вважав, що засоби масової інформації напряду дотичні до руйнації смислів? Він назвав дві дуже конкретні

причини: 1) розігруючи «п'єсу» новин, яку глядачі хочуть бачити, засоби масової інформації вичерпують свої сили на «інсценування комунікації», на реальний пошук смислів не залишається ні часу, ні фізичних ресурсів; 2) кожне повідомлення, яке проходить через канали комунікації, уже містить у собі певні викривлення. Щодо останнього твердження наведений цікавий приклад: «засоби масової інформації стають носієм морального осуду тероризму та використання страху в політичних цілях, але одночасно, із щонайбільшою двозначністю, вони поширюють грубе зачарування терористичною дією, вони самі терористи... Засоби масової інформації несуть у собі смисл і викривлення смислу, вони маніпулюють у всіх відношеннях одночасно, ніхто не здатен контролювати цей процес, вони переносять симуляцію, яка є внутрішньою щодо системи, і симуляцію, яка руйнує систему... Цьому не існує ні альтернативи, ні логічного розв'язку. Лише логічне загострення та катастрофічний розв'язок» [2, с. 125].

Про те, що засоби масової інформації свідомо чи несвідомо є дотичними до спотворення інформації, підміни понять, нав'язування певних сенсів, ішлося вище. У зв'язку ж з концепцією Ж. Бодріяра маємо наголосити на іншому: будь-яке повідомлення щодо будь-якого факту, оприлюднене в медіа, може мати непрогнозовані наслідки. Те саме стосується і царини маскульту загалом. Мало хто не замислювався над тим, що будь-який документальний чи художній фільм про злочинця і його «подвиги» (так само як передачі про гучні злочини і афери) є одночасно як осудом, застереженням, так і «детальною інструкцією» та «поетизацією» цього соціального зла.

Наведені проблеми свідчать про хронічні хвороби не лише журналістики, але й суспільства. Власне, журналісти – це лише медіатори, комунікатори між суб'єктами суспільних відносин, і без оздоровлення (тільки шляхом просвіти і духовного зростання!) останніх кардинальних змін в медіа-просторі чекати марно.

Як уже було сказано, всі зазначені проблеми не нові, і вже протягом багатьох десятиліть триває пошук шляхів їх вирішення. Склавши руки, очікувати «катастрофічного розв'язку» ніхто не хоче. Вище були зазначені засоби протидії смисловим впливам, які можуть

використовуватися окремими громадянами, суспільством в цілому і державою загалом. Тепер окреслимо основні напрямки протистояння смисловій агресії саме в журналістському середовищі.

Відповідальність і професіоналізм. Прямою відповіддю на загрози «імплозії смислів» у засобах масової інформації є суто професійна рекомендація: журналіст має замислюватися не тільки над тим, що саме він оприлюднює, а й для чого він це робить і які наслідки це матиме. Ю. Макаров з цього приводу пише: «Ізольований факт нічого не вартий. Починаючи з 1990-х на журфаках новачків навчають ставити правильні запитання за допомогою запозиченого з англосаксонської преси правила “6 W”: Who, What, When, Where, Why, in What way (хто, що, коли, де, навіщо, яким чином)? Насправді цей перекладений із латини перелік належить давньоримському красномовцеві Гермагору з Темноса: Quis, Quid, Quando, Ubi, Cur, Quem... Через дві з чимось тисячі років наші сучасники перестали нарешті задовольнятися класикою й дедалі частіше ставлять іще одне запитання: and What of it? І що з того? Що саме ти хотів сказати? Частиною якого ширшого дискурсу (не випадково таке модне слово) це стає?» [13, с. 224]

Відсутність у журналістів внутрішнього «цензу» і рефлексії щодо «and What of it?» має зазвичай два наслідки.

Наслідок перший: інформаційний простір наповнюється беззмістовними новинами, які спочатку інтерпретуються, потім реінтерпретуються, під кінець глядачам чи читачам натякають, що сам привід обговорення – це «мильна булька», яка від самого початку була не варта уваги. Так, до речі, зараз працюють деякі телевізійні канали новин. У топ виводиться якесь повідомлення, що відтворюється багаторазово протягом дня. Увечері цю новину коментують експерти А, В, С. Наступного дня експерти D і F реінтерпретують уже не сам факт, а коментарі, наприклад, пана С, висловлюючись щодо правильності чи хибності його думок. Нарешті, на третій день з'ясовується або неправдивість повідомлення, або мізерність новини на тлі інших подій і фактів.

Показовим щодо маніпуляцій експертною думкою і реінтерпретації фактів є, зокрема, такий приклад: у серпні 2017 року

видання «The New York Times» із посиланням на дослідження експерта Міжнародного інституту стратегічних досліджень Майкла Еллемана пояснило успіхи КНДР у виготовленні ядерних ракет постачанням двигунів для цих ракет із українського заводу в Дніпрі. Цю інформацію поширили інші західні видання – «Financial Times», «The Telegraph» та «Newsweek». Українські можновладці опротестували дезінформацію й назвали це замовленням РФ, провокацією, що ґрунтується на некомпетентній експертній думці. Врешті Майкл Еллеман, на експертні коментарі якого посилалися, заявив, що взагалі не говорив про причетність української влади до постачання ракетних двигунів у КНДР.

Наслідок другий: зміст повідомлення чи форма його представлення сприймаються аудиторією не так, як цього очікували журналісти. У результаті оприлюднена інформація породжує цілком реальні проблеми або ж цілу низку нових приводів для дискусій.

Пригадаймо, як на початку розгортання бойових дій на території України в 2014 році журналістів доводилося «привчати» до того, що не всі повідомлення і не будь-яку інформацію, отриману з власних джерел, можна одразу оприлюднювати, оскільки вона легко може бути використана ворогом.

Як приклад того, що наслідки оприлюднення якоїсь інформації здатні бути неочікуваними, несподіваними і неприємними, можна навести ситуацію, яка трапилася в студії «Шустер Live» 29 травня 2015 року. Ведучий вивів у ефір пряму мову «російського військовослужбовця», який на умовах анонімності погодився розповісти про справжній стан справ на Донбасі. Спочатку «гість» справді розповідав про участь росіян у військових діях, а потім несподівано заявив, що все це неправда і що він спеціально підготував цей «розіграш», щоб довести, наскільки легко, дякуючи журналістам, ввести в інформаційний простір України будь-яку дезінформацію.

Продукування сенсів як основне завдання медіа «періоду розвитку». Проблеми функціонування соціально відповідальної моделі журналістики, як уже було сказано, сьогодні відчутні в усьому світі. У країнах зі сформованими традиціями демократії налагоджені

вже певні механізми забезпечення від ризиків маніпулювання. Вони, на жаль, не спрацьовують там, де ідеї демократичного розвитку і державності ще не ствердилися в свідомості людей. «Для української преси, – зазначав І. Михайлин, посилаючись на праці Д. Маккуейла, – найбільш цікавою й актуальною є теорія для медіа періоду розвитку, оскільки вона найбільш щільно припасована до нашої внутрішньої політичної ситуації... Преса в молодих країнах, що тільки-но стали на шлях самостійного розвитку, мусить допомагати своїй державі в її становленні... На роль чинника величезної ваги висувається залежність молодих країн від розвинутих, яка виражається на технічному, культурному й інформаційному рівнях. Громадянське суспільства таких країн може ставити перед собою тільки одне завдання – економічний, політичний, соціальний і культурний розвиток країни. Цій меті повинні бути підпорядковані всі соціальні інститути з журналістикою включно. Журналістика працює над усвідомленням спільнотою країни її національної ідентичності, осмисленням своїх інтересів у міжнародній політиці. Журналістика в молодій державі виконує ту ж функцію, що й уряд (націотворчу й державобудівну), і тому, за визначенням, не повинна йому протистояти. Вона спрямована на утвердження державної незалежності, на заперечення переважного впливу сусідів і світових інформаційних лідерів, на вироблення своєї національної інформаційної традиції» [19, с. 397].

З моменту проголошення незалежності України в 1991 році низка засобів масової інформації загалом і значна кількість журналістів персонально визначили свою не тільки громадянську, а й професійну позицію. Узагальнено її можна окреслити так: формування національно-патріотичної складової свідомості сучасних українців через об'єктивне висвітлення найважливіших суспільно-політичних проблем; привернення уваги до спотворених імперською ідеологією фактів історії України; сприяння процесам самопізнання нації та прогнозування прогресивних, сучасних шляхів розвитку держави; обстоювання прав української мови. Все це, природно, розраховане не на масову аудиторію, тому прибічники такої моделі журналістики апріорі прирікали себе спочатку на незначні рейтинги

чи накладі. Однак можемо зараз констатувати: попри таке «самоусунення» на «маргінес» в інформаційному просторі, журналістам вдалося-таки сформувати свою стабільну аудиторію, завоювати в неї авторитет і ствердитися в ньому, а отже, отримати інструменти впливу на найбільш свідому й пасіонарну частину суспільства.

Одним із піонерів у справі моделювання національно і патріотично зорієнтованого напрямку журналістики в незалежній Україні виступила газета «День». Редакторський колектив, очолюваний Ларисою Івшиною, співпрацював із більшістю наукових установ і закладів вищої освіти, визначивши «академічний» характер як автури, так і читацької аудиторії. Це дало можливість зробити пріоритетними такі теми: правдива історія України, сучасний інтелектуальний потенціал держави. Легендарною стала рубрика «Україна Incognita», у межах якої подавалися публікації про «білі» плями нашої коли трагічної, коли славної минувшини. Сьогодні «Україна Incognita» – це спецпроект «Дня», газета в газеті, рубрики якої говорять самі за себе: «Інтелектуальна карта України», «Історія і я», «Сімейний альбом України», «Музеї онлайн», «Топ-книг», «Інтелектуальний календар». Випущені за матеріалами найрезонансніших публікацій у межах серії «Бібліотека “Дня”» книги «І вічність Джеймса Мейса», «Сила м'якого знака», «Апокрифи Клари Гудзик», «Україна. ТОП 25», «Повернення в Царгород», «Я свідок – записки з окупованого Луганська», «Котел, або Справа без терміну давності», «Катастрофа і тріумф. Історії українських героїв» користуються неабиякою популярністю в читачів.

Ті самі принципи сповідує Вахтанг Кіпіані (головний редактор інтернет-видання «Історична правда» і ведучий програми «Історична правда з Вахтангом Кіпіані»). Концепція проекту «Історична правда», наприклад, редакторами артикульована доволі чітко: «Ми відкриті для всіх компетентних точок зору і думок, не друкуємо замовних текстів... Пишемо передусім про історію... Від стародавніх часів до сьогодення. Але акцент, фокус – на політичній історії ХХ століття: боротьба за державність, людські права, науково-технічний прогрес, тоталітарні проекти та експерименти, людські долі. Апелюємо до читачів,

стимулюючи їх сканувати родинні архіви, писати сімейні історії, заглиблюватися в генеалогію, історію свого міста, села, краю. "Історична Правда" – майданчик для наукових і публіцистичних дискусій навколо історичної політики та політики пам'яті... Співпрацюємо з вузами, академічними установами, "Меморіалом"...» [10].

Данило Яневський свою концепцію «продукування сенсів» реалізує сьогодні в таких медійних проектах, як «Слава України», «Історія з м'ясом», «Моя книга». Перший із них має на меті показати історію нашої країни як *історію досягнень* на прикладі здобутків найвидатніших представників нашої еліти. Лаконічно основна ціль сформульована так: «Розповіді про осіб різних національностей та віросповідань, які впродовж століть створювали простір "Україна"». Героями останніх випусків стали В. Жаботинський, О. Казаков, Ф. Рубо, С. Шептицький, В. Науменко, Р. Вайгль, О. Вертинський, Я. Окуневський, Я. Гандзюк, М. Драгоманов, С. Потоцький, Т. Зелінський. Девіз «Історії з м'ясом» сформульований так: «Гарячий гриль контroversійних версій подій та портрети реальних людей, які своїми вчинками творили історію України. Такого в підручниках не пишуть». Проект «Моя книга» покликаний популяризувати гідні книги і цікавість людей до читання: «Подивившись це відео, ви, можливо, захочете поповнити домашню бібліотеку. Ми будемо від цього безмежно щасливі».

Юрій Макаров 2014 року спробував узагальнити свої життєві та професійні пріоритети в книзі «R2U». Найважливіше, на його думку, «позбутися ідейного та ментального субстрату радянської ідеології» та нав'язаної українцям російської «культурної матриці» [13, с. 5], після чого дорости до власної мовної, культурної, політичної ідентифікації, усвідомлення важливості таких понять, як свобода, незалежність, національна гідність, патріотизм. Саме цій ідеї підпорядковані лейтмотиви його авторських колонок в «Українському тижні», документальних фільмів «Споконвіку було слово», «Мій Шевченко», «Мазепа: кохання, велич, зрада».

Наведений перелік спроб зробити українську журналістику не полем інформаційних баталій, а майданчиком для обговорення суспільно важливих тем і створення тих сенсів, які допомагають

українцям ствердитися як політичній нації, не вичерпується лише названими іменами журналістів і засобів масової інформації. Крім того, як бачимо, позиціонування журналістики як засобу продукування націєтворчих сенсів у незалежній Україні стабільно залишається актуальним уже понад два десятиліття (це якщо не брати до уваги ще й історичний аспект розвитку української журналістики), а отже, має перспективи.

Незалежність як базис засобів масової інформації демократичного спрямування. Протягом останніх десятиліть у законодавчій царині розроблено низку Законів України, які зокрема покликані гарантувати *незалежність засобів масової інформації*, наприклад: «Про інформацію» (1992, нова редакція – 2011), «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» (1997, останні зміни – 2003), «Про доступ до публічної інформації» (2011, останні зміни – 2015), «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України» (2014), «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо посилення гарантій законної професійної діяльності журналістів» (2015), «Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення прозорості власності засобів масової інформації та реалізації принципів державної політики у сфері телебачення і радіомовлення» (2015), «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації» (2016). Розробляється проект Закону України «Про друковані засоби масової інформації», який прийде на зміну чинному з 1993 року закону.

У Кодексі етики українського журналіста, затвердженому 2013 року Національною спілкою журналістів України і Комітетом Незалежної медіа-профспілки України, доволі чітко сформульовані перестороги щодо будь-якої ангажованості: «служіння інтересам влади чи засновників, а не суспільства, є порушенням етики журналіста»; «журналіста не можна службовим порядком зобов'язати писати чи виконувати будь-що, якщо це суперечить його власним переконанням чи принципам». Не так афористично, але не менш однозначно ці норми були відображені в Кодексі професійної етики українського журналіста 2002 року: «Журналіст у практичній діяльності не

піддається тискові владних структур, особливо в тих випадках, коли йому нав'язують чужу чи хибну думку, орієнтують на фальсифікацію фактів. Він вважає непристойним використовувати свою репутацію і службове становище для поширення матеріалів з метою наживи, самореклами, у кар'єристських цілях та керуючись прагненням догодити певним силам чи особам» (<http://nsju.org/page/196>).

Попри це журналістика досі не відчуває себе вільною і постійно опиняється перед загрозою як не державного контролю, то економічного диктату. «Раніше вважали, що відсутність державної політичної цензури, тобто можливість публікувати і говорити в ЗМІ “все, що заманеться”, – це і є найголовнішим у реалізації свободи, – пише О. Разуваєва. – Ця трохи наївна позиція відбиває реалії тих днів... в умовах існування монополії держави на ЗМІ введення приватної власності на мас-медіа і бачилося як панацея, однак це далеко не так. Під “незалежними ЗМІ” не можна розуміти ті, що належать приватним особам, а не державі... ЗМІ – досить витратне виробництво, яке частіше вимагає підживлення... Приватні ЗМІ (як утім, і державні) завжди будуть комусь належати, а значить, виражати волю своїх власників» [23, с. 68].

Наслідком економічної залежності є не лише пряме втручання власника в редакційну політику засобу масової інформації і здійснення таким чином впливу на маси в «потрібному» напрямку. Не менш загрозливою є тенденція до загравання з аудиторією, а відтак спрощення і вихолощування смислів на користь розважальності: «поки інформаційне підприємство залишається в приватній власності, доти немає гарантії, що його власник в один прекрасний момент не запрагне отримати від його діяльності ще більшого прибутку, ніж дістає на цей час, а такі інтенції потребуватимуть трансформації інформаційної політики видання в бік від скорочення аналітичності до посилення розважальності... Справедливість цих припущень підтверджена сучасними дослідженнями західної журналістики, де як стійка тенденція спостерігається таблоїдизація якісної преси» [19, с. 397].

Найнадійнішим засобом демократизації медіа і виходу їх з-під опіки й контролю вважається створення громадських засобів масової інформації з акціонерним складом власників, які представляють

інтереси локальних спільнот. Описуючи маккуейлівську модель «преси демократичної участі», І. Михайлин наголошує: «усунення монополій з домінування на інформаційному ринку сприятиме багатовекторності у створенні інформаційної картини світу, утворенню своєрідного броунівського руху новинарного продукту в інформаційному середовищі... Модель демократичної участі передбачає розширення складу учасників творення інформаційного продукту, широке використання інтерактивності, взаємозамінність ролей створювача, відправника і отримувача інформації. Автори теорії свідомі того, що це приведе до зниження професійного рівня журналістики в цілому, але участь дилетантів у створенні інформаційного продукту дасть, на їх погляд, інші важливі переваги, а саме: децентралізацію медіа, їх самостійність, незалежність від підкupu, незацікавленість у маніпулятивному впливі і неможливість нав'язати силоміць суспільству в цілому певну ідеологію» [19, с. 398].

«Сильний текст». Г. Почепцов охарактеризував цей засіб протидії так: «Мартін Лібікі виділяв два види структур для входження чужих повідомлень, навіть не цінностей – базари і замки... Базар може дозволити будь-які “чужі” повідомлення, а замок намагається від них захиститися... Технічно орієнтовані кіберспеціалісти намагаються побудувати “стіну”. Але це може допомогти виключно у випадку інформаційної війни. Вона може вибудовувати захист саме завдяки фільтрації повідомлень. Що стосується смислової війни, то неможливо зупинити масову культуру... Не стіна, а тільки власний сильний текст можуть слугувати захистом. Саме це і є особливістю захисту в смисловій війні... Є залежність країни і в інформаційному, і смисловому вимірах. Це коли країні не вистачає власних новин чи власних фільмів, і вона заповнює ці порожнини чужим продуктом. Україна є чітким прикладом цієї ситуації» [21].

Питання створення «сильного тексту» дотичне до дискусії про користь чи шкідливість об'єктивності та відстороненості в журналістиці. Протягом останніх років активізувалися дискусії щодо так званих «стандартів» журналістики і потреби їх дотримуватися.

Еталоном визнаний кодекс професійної поведінки British Broadcasting Corporation (BBC).

От як, наприклад, про це написано в посібнику для журналістів, підготовленим Інститутом масової інформації: «"Якби світ і люди в ньому були досконалі, то журналісти при роботі могли б керуватися лише власною думкою", – так починаються редакційні настанови Бі-Бі-Сі, якими керуються журналісти компанії при написанні матеріалів. Але світ недосконалий, відповідно, щоб правильно його висвітлювати варто керуватися журналістськими стандартами... Більшість українських медійних ГО (Інститут масової інформації, Телекритика, Інститут демократії Пилипа Орлика, Інтерньюз-Україна, Комісія з журналістської етики) визначили шість основних професійних стандартів новинної та аналітичної журналістики, вони перегуковуються зі стандартами, що визначили для себе такі світові та українські мовники як Бі-Бі-Сі, Громадське, НТН та ін.» [8]. Йдеться про оперативність, достовірність, точність, повноту, баланс думок (надання слова всім сторонам конфлікту і неупередженість), відокремлення фактів від коментарів.

У більшості випадків наголошують на важливості саме двох останніх пунктів, тобто на вимозі до журналіста надати слово всім сторонам, які дотичні до обговорюваної події чи проблеми, а самому зайняти абсолютно нейтральну позицію посередника.

Противники абсолютизації прописаних BBC норм наголошують, що все-таки потрібно враховувати ще й концепцію засобу масової інформації, жанрові особливості програм / публікацій, у межах яких таке обговорення відбувається, змінний характер норм, які формулюються зазвичай у межах суто внутрішньоредакційного професійно-етичного кодексу. Крім того, у світі відбувається безліч подій, щодо яких залишатися «відстороненим посередником» просто аморально. І нарешті, за такого підходу творча професія перетворюється всього лиш на рутину.

Інтернет-видання «Тексти.org.ua» протягом кількох років постійно повертається до цієї теми. Наведемо низку висловлювань відомих журналістів, переклади публікацій яких були оприлюднені на цьому сайті.

Так, зокрема, засновник «De Correspondent» Р. Вейнберг пише: «Об'єктивність в журналістиці, як і багато західних стереотипів, бере свої початки наприкінці ХІХ століття. Спочатку журналістика була лише мегафоном для вельмож: король говорив, а журналісти записували... Просвітництво та розвиток науки призвели до контрудару: журналісти – це сторожовий пес, а не провідник повідомлень. Це переконання було спричинене новим ідеалом, більш відомим як об'єктивність... Лише ми, журналісти, вирішуємо, що повідомляти. Ми робимо це лише тоді, коли переконаємось, що це правда. Тепер, через століття, коли піар став окремою професійною сферою інформаційної індустрії, ми втратили всі ілюзії щодо «Правди» з великої «П», об'єктивність стала означати протилежне» [3]. Журналіст і редактор переконливо доводить, що

- 1) об'єктивність – це ілюзія («новини мають позицію... Чому в вечірніх новинах не показують НЛО? Бо редакційний відділ підтримує позицію, що НЛО не існує» [3]);
- 2) журналісти просто зобов'язані говорити суспільству про те, що є добром, а що злом, що варте уваги, а що нісенітниця, інакше вони стають простими трансляторами точок зору впливових людей або «поширювачами офіційних прес-релізів» [3];
- 3) «в умовах масових масових фейкових новин і брехунів у політиці принцип “об'єктивності” – пряма загроза демократії» [3].

У статті «Заангажованість новин. Епоха “неупереджених ЗМІ” закінчується» представлена добірка висловлювань провідних журналістів світу. Більшість із них зауважує, що наполягання на об'єктивності історично було зумовлене здебільшого економічними обставинами, зокрема вимогами рекламодавців: «Журналісти погодилися на те, що вони не будуть викликати відразу в частини аудиторії, щоб рекламодавці могли опрацьовувати всю аудиторію без винятку». Сьогодні ж популярними є інші думки: «орієнтовані на висловлення власної позиції канали новин – це переконливий підхід, хоч сама ВВС залишатиметься неупередженою» (Марк Томпсон, гендиректор ВВС) [9]; «Час усвідомити факт, що певне джерело новин має свою позицію, і саме через це вони про цю новину і повідомляють» (Крішна Бхарат, творець Google News)

[Заангажованість]; «настав час вивільнити журналістів із гамівних сорочок – і перестати вдавати, що в них нема власної думки» (Містер Розен, аналітик) [9].

У минулому редактор Le Monde, автор багаторазово перевиданого «Підручника журналістики» Ів Аньєс так охарактеризував амплітуду коливань журналістики між полюсами «відстороненість» – «власна думка»: «Журналістика не завжди була фахом посередництва, орієнтованим на потреби читачів. “Журналістика на французький лад”... тривалий час була на перехресті літератури й політики. Її автономність вибудувалася із запізненням – протягом ХХ сторіччя, під впливом англосаксів, ближчих до спрощеного викладу фактів... Навчальні заклади сприяли поширенню такої практики методичної журналістики, незалежної як від літератури, так і від політики... Це означає, що журналіст перейшов від позиції учасника соціального життя до позиції спостерігача тієї самої реальності. Раптово у нас також встановилося панування першості факту, а коментар відсунувся на другий план. Масовий розвиток журналів... зробив із тих небагатьох газет “із власною думкою”, що досі публікуються, свого роду останців – свідків минулих століть. Жени природу в двері, вона увійде через вікно: поширення блогів, які, у першу чергу, є формами індивідуального самовираження та дискусії, є цьому доказом» [1, с. 14].

Ю. Макаров у публічній відеолекції «Інформаційний вибух», як і в інших численних своїх публікаціях, теж привертає увагу до цієї проблеми. Він акцентує на тому, що в епоху шаленого зростання кількості інформації основне завдання журналіста полягає не в тому, щоб шукати і оприлюднювати новини, а в тому, щоб продукувати картину світу, займати позицію не «медіатора» і «посередника», а лідера: «Виходячи з того, що весь... обсяг інформації досягнути неможливо, робляться спроби впоратися з інформаційним потоком механічно... Був відомий стартап юного хлопця з-під Лондона... Він нібито розробляв програму, яка нібито будь-яке текстове повідомлення могла стиснути до 400 знаків... Увага була до цього стартапу надзвичайна, він дуже швидко набрав кілька мільйонів фунтів і відтоді про цю програму нічого не чути. *Не можна просто*

так... за допомогою клею і ножиць стиснути механічно текст до якоїсь розумної межі. Для цього потрібна інша людина, яка б могла цей текст зрозуміти, інтерпретувати і відредагувати... Останні дослідження переглядів інтернет-ресурсів користувачами свідчать, що люди не надто прагнуть коротких текстів... Це означає, що людина не так уже прагне простоти... Людина потребує контексту. Журналіст продукує не просто інформацію, він продукує контекст... Журналіст продукує картину світу. Мені дуже подобається вислів... О. Геніса: "Проиграв Интернету, поумневшая газета... теперь не столько делится информацией, сколько защищает от нее читателя, отбирая и открывая наиболее важное"... І в цьому сенсі гасло улюбленої газети О. Геніса «Нью-Йорк таймс» «Всі новини, які заслуговують на те, щоб бути надрукованими» тепер слід читати інакше: «Всі новини, які ЗАСЛУГОВУЮТЬ на те, щоб бути надрукованими», і жодної з новин більше. Сьогодні ЗМІ – це не лише спосіб інформування, а й спосіб захисту свого споживача від надмірної інформації» (записано з відео) [16].

Ю. Макаров повертає також увагу до етичної сторони проблеми. У відеолекції «Журналістика в час гібридної війни» він зазначає, що є ситуації, в яких просто неможливо і непотрібно залишатися тільки посередником, а потрібно мати однозначну й чітко артикульовану позицію. Чи можна було висвітлювати Нюрнберзький процес об'єктивно і відсторонено? «Велич всесвітньої компанії Бі-Бі-Сі, – резюмує Юрій Володимирович, – полягає в тому, наскільки вона задурила мізки своїм кодексом» (записано з відео) [15].

Журналіст Р. Скрипін в інтерв'ю IdeaList.media «Стандарти BBC – це не Біблія» теж доволі чітко визначив усі як етичні, так і професійні «за» і «проти» щодо бездумного застосування стандартів у редакційній політиці ЗМІ: «Що таке стандарти BBC, на які багато хто посилається?... Стандарти BBC – це не Біблія, це не недоторканна книжка. Самі бібісішники працюють над цими стандартами постійно... Стандарти BBC є відповіддю на спірні питання, які виникають між журналістами, менеджментом, редакторами, аудиторією... Заборон, встановлених стандартами, вкрай мало. Заборонено бути необ'єктивним або не прагнути об'єктивності.

Взагалі, вся суть стандартів BBC – на першій сторінці, ви відкриваєте, і там очільник BBC написав, що все, чим керуються журналісти, не лише цими стандартами, а здоровим глуздом і відповідальністю перед аудиторією. Пам’ятайте про ці дві речі, засадничі базові, а далі можете читати стандарти, можете не читати... Механічно переставити їх на українське поле не можна. Ми маємо думати над своїми стандартами, опрацьовувати, не спинятися на стандартах, тому що життя у нас не таке просте, ми не в Британії... Не можна говорити: “У нас українська специфіка, у нас війна, і ми не будемо дотримуватися стандартів”. Але деякі стандарти під час війни або під час надзвичайних ситуацій дійсно не спрацьовують...» [25].

«Сильна позиція», наявність чітко артикульованого спротиву. Відомий український журналіст В. Портніков в одному з інтерв’ю зазначив, що інформаційна журналістика фактично вичерпала себе і майже не потрібна в сучасних реаліях. Слід очікувати повернення журналістики персональної, де відіграють роль не значущість, оперативність чи сенсаційність повідомлення, а репутація і здатність артикулювати важливі для суспільства звернення: «Журналістика буде повністю змінюватися в наступні роки... Соціальні мережі, доступ звичайних громадян до можливості транслювати інформацію... справді все змінять... Може, ще залишиться, умовно кажучи, такий жанр, як розслідування, хоча це теж абсолютно не обов’язково. Бо якщо самі працівники правоохоронних органів отримують доступ до соціальних мереж, вони зможуть свої розслідування, по суті, скидати туди. Нині всі розслідування в світі – це розслідування, які хтось дає журналістам, вони їх майже не проводять. Вони працюють із документацією, тому що вона стала доступнішою в електронному вигляді. Тобто журналіст тут посередник. Хіба якийсь WikiLeaks щось розслідує? Ні, він виступає як публікатор, це все публікатори документів. І так є всюди. Чи потрібні ми президенту Трампу, який може свої думки висловлювати в Twitter? Чи потрібні ви мені як людина, яка зі мною розмовляє? Не потрібні, я можу сам це сказати. Я думаю, що через 5-10 років журналістика не буде фабрикою, не буде посередником.

Думаю, що від журналістики залишиться тільки позиція. І люди, які цю позицію здатні транслювати. Це важливий момент» [26].

Продемонструємо дієвість такого засобу протидії інформаційним і смисловим впливам, як «сильна позиція», на прикладі. Він доволі розгорнутий, але важливий у контексті цієї книги, оскільки стосується саме засобів масової інформації.

У січні – лютому 2017 року ми спостерігали «сплеск емоцій» у засобах масової інформації щодо активного використання політиками терміна «ефективний контроль» і твердження: «Росія здійснює на території ОРДЛО не окупацію, а ефективний контроль».

Цей приклад потребує деяких пояснень. З 2014 року міжнародна спільнота і українська сторона активно шукають терміни, за допомогою яких можна означити процеси, що відбуваються в Криму і на Сході України. У вжиток введені «анексія», «окупація», «контрольовані території», «окуповані території», «тимчасово окуповані території». З 2014 і донині використовується ще й термін «ефективний контроль» РФ.

У чому контроверсійність і небезпечність впроваджуваного в масову свідомість словосполучення. Власне, *effective control* – це міжнародний термін, який означає, що держава-агресор не встановила своє пряме правління на захоплених землях, але контролює владу самозванців на чужій території, допомагає їм зброєю, економічно, тощо. Тобто не встановлює на чужих землях свою юрисдикцію, але повністю управляє ними.

Чи можна це явище позначати терміном «ефективний контроль»? Справа в тому, що в українській мові слово «ефективний» має ще й значення «корисний», «успішний», «результативний». У академічному тлумачному словнику чітко зазначено: «Ефективний. Який приводить до потрібних результатів, наслідків, дає найбільший ефект» (<http://sum.in.ua/s/efektyvnyj>). Тобто, вживаючи цей термін, ми підсвідомо наголошуємо, що РФ здійснює на території України «корисний» контроль, який має призвести до «потрібних наслідків»?!

На наш погляд, перекладачі, які мають справу з офіційними міжнародними документами, мали б запропонувати адекватніший варіант, наприклад, «дієвий / дійовий контроль» – від більш

нейтрального «дійовий», тобто «здатний активно діяти; здатний робити вплив на що-небудь» (<http://sum.in.ua/s/dijovuj>). Власне, у цій ситуації це була пряма функція перекладача: «в документах міжнародного права терміни, як правило, вживаються тільки в одному, специфічному для певної інформаційної галузі значенні, *i саме в тому, яке не викликає подвійного тлумачення*» [12], «переклад правничих текстів з іншомовних оригіналів вимагає не лише особливо обережного ставлення до передачі змісту документа, а й ретельного добору українських відповідників чужомовних юридичних термінів... Помилка перекладу може поставити правників у складну ситуацію, коли тлумачення правничих положень призводитиме до протиріч або хибних висновків» [24].

Тепер погляньмо, як розгортався в пресі «маховик» впровадження в свідомість людей лояльного ставлення до дій РФ на території ОРДЛО.

ПРОБЛЕМИ ЩЕ НЕ ІСНУЄ

Ні «за», ні «проти»

16 квітня 2014. Громадський сектор Євромайдану поширює допис від Олександра Задорожнього, в якому неемоційно пояснюється, що «ефективний контроль» – це термін міжнародного права, а «доктрина ефективного контролю передбачає, що держава та фізичні особи відповідають за діяльність третіх осіб у випадку, якщо вони здійснюють ефективний контроль над діяльністю цих третіх осіб, тобто прямо дають їм вказівки та інструкції щодо планування і проведення воєнних операцій» (<https://www.facebook.com/hrom.sektor.euromaidan/posts>).

ПРОБЛЕМА ВВОДИТЬСЯ В ІНФОРМАЦІЙНИЙ І СМИСЛОВИЙ ПРОСТОРИ НА РІВНІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ.

Ні «за», ні «проти»

6 січня 2017 в ефірі ток-шоу «Свобода слова» нардеп від «Блоку Петра Порошенка» Ірина Луценко наголосила: Росією здійснюється "ефективний контроль над окремими районами Донецької та Луганської областей". Термін «ефективний контроль» запропоновано розглядати як такий, що «широко поширений у багатьох міжнародних документах».

7 січня 2017 на цей виступ відгукнулася інформаційними повідомленнями (без інтерпретацій, але з певними «натяками») значна кількість ЗМІ, зокрема «Антикор», опублікував замітку «Ефективний контроль Росії – народний депутат запропонувала відмовитися від термінів окупація і агресія».

ПРОБЛЕМА ДИСКУТУЄТЬСЯ. КОНФЛІКТ РОЗГОРТАЄТЬСЯ НА РІВНІ АРГУМЕНТІВ І ГІПОТЕЗ.

«За»

23 січня 2017 Міністерство з питань тимчасово окупованих територій та внутрішньо переміщених осіб оприлюднило інфографіку, за допомогою якої роз'яснювало міжнародну доктрину «ефективного контролю» [20]. Те саме 24 січня 2017 на «Експресо TV» артикулював Г. Тука. Той самий дискурс підтримав «ZIK» 25 січня 2017, прокоментувавши слова чиновника.

«Проти»

26 січня 2017 року до дискусії підключається газета «День». Л. Волошина у статті «Міністерство з ефективно неконтрольованих територій» гостро критикує позицію міністерства і лобістів нового терміна. Журналіст наголошує: численні докази реальної присутності РФ на території ДНР і ЛНР визнає навіть міжнародна спільнота, крім того, в офіційних документах ЄС фігурують терміни «окупація», «гібридна анексія», та й саме міністерство, зрештою, називається «Міністерство з питань тимчасово окупованих територій...» У цій ситуації не зрозуміло, для чого українській стороні знадобилося «завуальювати» реальність. Автор публікації висунула гіпотезу: це робиться напередодні засідання Парламентської асамблеї Ради Європи, на якому Росія хоче доводити, що на Сході України не агресія, а «громадянська війна». Питання, для чого українські політики підігрують РФ, «День» залишив відкритим: «Дивним чином тлумачення Міністерства з окупованих територій щодо відповідальності України за землі, які вона фактично не контролює, за права людей, до яких немає жодного доступу, співпадає з риторикою російської влади. Цей момент потребує пояснення. Сподіваюсь, ми його почуємо» [5].

27 січня 2017 видання «Гордон» надає слово екс-судді Міжнародного кримінального трибуналу В. Василенку, який заявляє: «Українські політики демонструють правову некомпетентність і вводять в оману громадян України» [22], оскільки здійснення ефективного контролю не означає, що немає окупації. Тема також «прив'язується» до того, з чийого бюджету – РФ чи України – мають утримуватися ЛНР і ДНР.

«За»

7 лютого 2017 Міністерство з питань тимчасово окупованих територій та внутрішньо переміщених осіб публікує «Деякі роз'яснення щодо Резолюції ПАРЄ від 12.10.2016».

«Проти»

07 лютого 2017. «Правда из блогов». Т. Висоцька «Ефективний контроль. Влада хоче за нашими спинами протягнути страшну річ»: «Тихим сапом українська влада впарює нам спеціальний статус окупованого Донбасу, готуючись до “реінтеграції” окупованих територій – не виганяючи звідти окупантів, а співпрацюючи з ними» [4].

«За»

11 лютого 2017. Урядовий портал. Роз'яснення «Поняття “ефективний контроль” у міждержавних заявах України проти Російської Федерації».

ПРОБЛЕМА ДИСКУТУЄТЬСЯ. КОНФЛІКТ РОЗГОРТАЄТЬСЯ НА РІВНІ ЕМОЦІЙ.

«Проти»

11 лютого 2017. SKRYPIN.UA. «Про "ефективний контроль" на Донбасі. Депутат Наталія Веселова» (<https://www.youtube.com/watch?v=N1fbQhnrPYs>). Триває обговорення статусу ДНР і ЛНР. Однак після слів депутата про звільнення українською стороною цих територій як про акт «загарбання» Р. Скрипін перериває діалог і раніше запланованого часу завершує передачу.

13 лютого 2017. SKRYPIN.UA повертається до теми «Ефективний контроль чи окупація?» в діалозі Д. Яневського і Д. Лиховія:

«Дмитро Лиховій. Для Росії, але не для нас, це якийсь там контроль, якийсь гібридний. Чи є сенс це впроваджувати на

державному рівні, я, чесно кажучи, дуже сумніваюся, саме з боку України... Я не розумію, для чого ця тема була запущена...

Данило Яневський. Сон розуму породжує химери» (<https://www.youtube.com/watch?v=Jb5DDj8rgVg>).

ПРОБЛЕМА ЗВОДИТЬСЯ НАНІВЕЦЬ. КОНФЛІКТ «ЗГОРТАЄТЬСЯ» І ПЕРЕВОДИТЬСЯ В ЕКСПЕРТНЕ СЕРЕДОВИЩЕ.

«За»

17 лютого 2017. «Українська правда». «Щодо ефективного контролю і неефективної критики» (<https://www.pravda.com.ua/columns/2017/02/17/7135511>). У статті в доволі нейтральному тоні наголошується, що слово «ефективний» в обговорюваному контексті не пов'язане з оціночними, позитивними асоціаціями, а термін «ефективний контроль» не має нічого спільного з політичними оцінками і емоційними ярликами. Автор публікації – експерт Проекту Ради Європи "Посилення захисту прав людини внутрішньо переміщених осіб в Україні", кандидат юридичних наук, доцент, адвокат Є. Герасименко.

«За»

17 березня 2017. Громадське радіо. «Правова абетка № 25: ефективний контроль чи окупація». Учасники – експерти Української Гельсінської спілки з прав людини.

РЕЗУЛЬТАТ.

Про «ефективний контроль» час від часу говорять правники. В медіа і масовій свідомості він поки що частково «нейтралізований».

Спираючись на все сказане, можна стверджувати, що «операція» зі впровадження в масову свідомість терміна «ефективний контроль» була одночасно як інформаційною, так і смисловою «диверсією», здійсненою невідомо ким чи то в результаті «сну розуму», чи то зі злим наміром. Завданням інформаційної атаки було виконати якісь поточні політичні завдання напередодні засідання Парламентської асамблеї Ради Європи. Мета смислової – перевірити українців на лояльність до дій РФ на території України, можливо, – закріпити в свідомості людей нейтральне ставлення до окупації, протистояння, війни.

Саме журналісти ці дві атаки «відбили». І засобами протидії тут виступили «Репутація – Позиція – Реакція». Всі засоби масової

інформації та персонально журналісти, які «відгукнулися» на подію, мали сформований протягом багатьох років авторитет у своєї аудиторії. Крім того, вони чітко назвали «маячню маячнею» і таким чином «нейтралізували» вплив впроваджуваного нового фрейму. В одній зі своїх статей Ю. Макаров у контексті іншої, хоч і подібної, теми якось написав: «мені кортить остаточно розібратися з демонами інтелектуального боягузтва... які кружляють над континентом і заважають *назвати kota котом*» [14]. Непогана назва для позначення засобу протидії віртуальним впливам на свідомість людей – «назвати kota котом».

Як бачимо, ефективними засобами протидії негативним інформаційним впливам і смисловій агресії є відповідальність, професіоналізм, пошук і продукування смислів у кожному повідомленні і у виданні загалом, незалежність, «сильний текст і сильна позиція», посилення авторитету журналіста і його репутації.

Усі описані рекомендації щодо запобігання смисловим загрозам – у площині етики. До них, можливо, суспільство, призвичаєне до простих рецептів та інструкцій, «чарівних» пігулок від усіх хвороб, не готове. Однак інших шляхів, окрім морально-духовної дисципліни і освіти, немає.

Завдання і запитання до параграфа

1. Поясніть термін «імплізія смислів».
 2. Назвіть українських журналістів, які, на вашу думку, у минулому і сучасності протистояли смисловим загрозам своєю творчою працею і чітко артикульованою громадською позицією.
 3. Прочитайте і проаналізуйте Концепцію впровадження медіаосвіти в Україні (у редакції 2016 року)
 4. Напишіть реферат на тему: «Журналісти в епіцентрі інформаційних і смислових протистоянь»
-
-

Список використаної та рекомендованої літератури

1. Аньєс І. Підручник із журналістики. Пишемо для газет / Ів Аньєс; пер. з франц. Андрія Андрусяка. – Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2013. – 544 с.
2. Бодріяр Ж. Симулякри і симуляція / Ж. Бодріяр; пер. з фр. Володимир Ховкуна. – Київ : Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2004. – 230 с.
3. Вейнберг Р. Чому об'єктивна журналістика – це оманлива і шкідлива ілюзія? (переклад з публікації в «De Correspondent» [Електронний ресурс] // Тексти.org.ua. – 06.11.2017. – Режим доступу: <http://texty.org.ua/pg/article/Oximets/read/80661> (дата звернення: 27.04.2018).
4. Висоцька Т. Ефективний контроль. Влада хоче за нашими спинами протягнути страшну річ [Електронний ресурс] // Правда из блогов. – 07 лютого 2017. – Режим доступу: <http://uainfo.org/blognews/1486470493--efektivniy-kontrol-vlada-hoche-za-nashimi-spinami-protyagnuti.html> (дата звернення: 27.04.2018).
5. Волошина Л. Міністерство з ефективно неконтрольованих територій / Л. Волошина [Електронний ресурс] // День. – 26 січня 2017. – Режим доступу : <https://day.kyiv.ua/uk/blog/polityka/ministerstvo-z-efektyvno-nekontrolovanyh-terytoriy> (дата звернення: 27.04.2018).
6. Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики / М. Ф. Гетьманець, І. Л. Михайлин – Х. : Прапор, 2009. – 389 с.
7. Доуні Л. 40 років після Вотергейту / Л. Доуні; пер. Марини Дорош з публікації в Washington Post [Електронний ресурс] // Медіаграмотність. – 19.06.2012. – Режим доступу : http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/40_rokiv_pislya_votergeytu (дата звернення: 27.04.2018).
8. Журналістські стандарти [Електронний ресурс] // Як писати про місцеву владу : посібник для журналістів / Інститут масової інформації. – 19.05.2016. – Режим доступу : <http://imi.org.ua/advice/journalistski-standarti> (дата звернення: 27.04.2018).
9. Заангажованість новин. Епоха «неупередженості ЗМІ» закінчується. Спеціальний звіт The Economist // Тексти.org.ua. – 03.08.2011. – Режим доступу: http://texty.org.ua/pg/article/newsmaker/read/30452/Zaangazhovanist_povyn_Jeroha_neuperedzhenyh_ZMI_zakinchujetsa (дата звернення: 27.04.2018).
10. Кіпіані В. Про проект «Історична правда» [Електронний ресурс] / В. Кіпіані, П. Солодько // Історична правда. – Режим доступу : <http://www.istpravda.com.ua/about> (дата звернення: 27.04.2018).
11. Комова М. До теоретичного осмислення теорії Ж. Бодрієра про симуляцію в мас-медіа / М. Комова // Теле- та радіожурналістика. – 2014. – Випуск 13. – С. 87-95.
12. Лось О. В. Особливості перекладу термінів в документах міжнародного права / О. В. Лось. // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Педагогічні науки. – 2013. – Вип. 108.1. – Режим

- доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuP_2013_1_108_53 (дата звернення: 27.04.2018).
13. Макаров Ю. R2U. Збірка / Юрій Макаров. – К. : Нора-Друк, 2014. – 256 с.
 14. Макаров Ю. Ілюзія громадянської війни [Електронний ресурс] / Юрій Макаров // Український тиждень. – № 7 (483). – 15 лютого 2017. – Режим доступу: <http://tyzhden.ua/Magazine/483> (дата звернення: 27.04.2018).
 15. Макаров Ю. Журналістика в час гібридної війни. Відкрита лекція Ю. Макарова і Євгена Степаненка [відео] // Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=xoa0avK6Qc4> (дата звернення: 27.04.2018).
 16. Макаров Ю. Сучасні тенденції в журналістиці. Лекція 1. Інформаційний вибух [відео] // Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=ZBJM_XYbyk8&index=1&list=PLIBMxIRQfCFOabj1hi7Pfo5s3wlozBWuH (дата звернення: 27.04.2018).
 17. Марутян Р. Р. Меметична зброя як інструмент смислової війни РФ проти України [Електронний ресурс] / Р.Р. Марутян // Matrix-divergent. – 15.05.2017. – Режим доступу: <http://matrix-info.com/2017/05/15/memetychna-zbroya-yak-instrument-smyslovoi-vijny-rf-proty-ukrayiny> (дата звернення: 27.04.2018).
 18. Методологія якості журналістських розслідувань [Електронний ресурс] // Детектор медіа. – 4 жовтня 2016. – Режим доступу: <http://detector.media/monitoring/article/119360/2016-10-04-metodologiya-otsinyuvannya-yakosti-zhurnaliststskih-rozsliduvan> (дата звернення: 27.04.2018).
 19. Михайлин І. Л. Основи журналістики : підручник. 5-те вид. перероб. та доп. – Київ : Центр учбової літератури, 2011. – 496 с.
 20. Окупація та ефективний контроль: національне сприйняття та міжнародно-правові реалії [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://mtot.gov.ua/okupatsiya-ta-efektyvnyj-kontrol-natsionalne-spryjnyattya-ta-mizhnarodno-pravovi-realiyi> (дата звернення: 27.04.2018).
 21. Почепцов Г. Г. Сміслові та інформаційні війни: пошук відмінностей / Г. Г. Почепцов [Електронний ресурс] // Детектор медіа. – 17.03.2013. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/smislovi_ta_informatsiyni_viyuni_poshuk_vidminnostey (дата звернення: 27.04.2018).
 22. Преступно снимать ответственность с оккупанта и брать на себя расходы – экс-судья Международного уголовного трибунала Василенко [Електронний ресурс] // Гордон. – 27 янв., 2017. – Режим доступу: <http://gordonua.com/news/war/prestupno-snimat-otvetstvennost-s-okkupanta-i-brat-na-sebya-rashody-eks-sudya-mezhdunarodnogo-ugolovnogo-tribunala-vasilenko-171122.html> (дата звернення: 27.04.2018).
 23. Разуваєва О. О. Громадські ЗМІ як спосіб подолання політичної ангажованості медіа / О. О. Разуваєва // Актуальні питання масової комунікації. – 2006. – Вип. 7. – С. 67-70.
 24. Сахаров Г. Мовні помилки у перекладах міжнародних правничих документів / Г. Сахаров // Права людини : бюлетень. – 2000. – № 5.
 25. Скрипін Р. Стандарти ВВС – це не Біблія [Електронний ресурс] / Р. Скрипін // IdeaList.media. – 28.06.2016. – Режим доступу: <http://idealist.media/>

index.php/roman-skripin-standarti-vvs-tse-ne-bibliya (дата звернення: 27.04.2018).

26. Холоденко О. «Віталій Портников: Через 5-10 років від журналістики залишиться тільки позиція і люди, які цю позицію здатні транслювати» (інтерв'ю з Віталієм Портниковим) / Олена Холоденко // Детектор медіа. – 12 липня 2017. – Режим доступу : <http://detector.media/community/article/127877/2017-07-12-vitalii-portnikov-cherez-510-rokiv-vid-zhurnalistiki-zalishitsya-tilki-pozitsiya-i-lyudi-yaki-tsyu-pozitsiyu-zdatni-translyuvati> (дата звернення: 27.04.2018).

Автор параграфа:

канд. філол. н., доц. каф. журналістики
НПУ імені М.П. Драгоманова

ОЛЕНА ХАРИТОНЕНКО

ГІБРИДНА ВІЙНА І ЖУРНАЛІСТИКА

ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ
МАНІПУЛЮВАННЯ
НАВІЮВАННЯ
ФЕЙКИ



НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені М. П. ДРАГОМАНОВА

ГІБРИДНА ВІЙНА І ЖУРНАЛІСТИКА

ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ

Навчальний посібник

Київ
Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова
2018

УДК 070:355.01-025.26(07)

Г 46

*Рекомендовано Вченою радою
Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова
(протокол № 14 від 26 червня 2018)*

*За загальною редакцією
доктора філософських наук, професора кафедри журналістики
НПУ ім. М. П. Драгоманова, академіка НА вищої освіти України
В. О. Жадька*

Рецензенти: *Іван Васильович Крупський*, доктор історичних наук, професор, завідувач кафедри теорії і практики журналістики Львівського національного університету імені І. Франка;
Ірина Миколаївна Жиленкова, доктор історичних наук, професор кафедри історії та етнополітики Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова.

Авторський колектив:

В. О. Жадько, О. І. Клименко, П. П. Куляс, О. Т. Марків, Ю. С. Полтавець, О. І. Харитоненко, О. В. Харчук, С. В. Шевчук.

Ілюстрація на обкладинці:

Ф. В. Сергеев

Г 46 Гібридна війна і журналістика. Проблеми інформаційної безпеки : навчальний посібник / за заг. ред. В. О. Жадька ; ред.-упор. : О. І. Харитоненко, Ю. С. Полтавець. – Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2018. – 356 с.

ISBN 978-966-931-181-8

Підготовлений викладачами кафедри журналістики НПУ імені М. П. Драгоманова посібник присвячено питанням інформаційної безпеки, діяльності журналіста в умовах гібридної війни, проблемам медіаосвіти. У книзі чотири розділи, що висвітлюють суть та складові сучасних гібридних протистоянь, їхній інформаційний, інформаційно-психологічний, семантичний, технологічний та силовий аспекти. Видання доповнене термінологічним словником. Посібник призначений для студентів спеціальності «Журналістика», а також для всіх, хто прагне навчитися критично оцінювати й аналізувати медіаповідомлення та інформацію загалом.

ISBN 978-966-931-181-8

УДК 070:355.01-025.26(07)

© Авторський колектив, 2018
© Сергеев Ф. В., обкладинка, 2018
© Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2018

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	5
ВСТУП	
Гібридна війна в сучасному світі. Що про неї повинен знати журналіст і редактор?	12
Розділ 1	
ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА ТА ІНФОРМАЦІЙНА АГРЕСІЯ	
§ 1. Визначення, види, актуальні напрямки дослідження інформаційних війн.....	28
§ 2. Інформаційні війни в історії та сучасності: характерні ознаки новітніх протистоянь	64
§ 3. Технології маніпулювання і методики пошуку, відбору, верифікації даних у журналістиці.....	96
§ 4. Фактчекінг у роботі сучасного журналіста – дієвий спосіб протистояння інформаційним загрозам	126
Розділ 2	
СМИСЛОВІ ВІЙНИ В МЕЖАХ ГІБРИДНИХ ПРОТИСТОЯНЬ	
§ 5. Інформаційні та смислові війни: наукові підходи до розмежування понять.....	142
§ 6. «Зброя» смислової війни. Основні інструменти для зміни системи цінностей.....	161
§ 7. Тактика смислових війн і спроби протидії	190
§ 8. Класична журналістика в умовах гібридних воєн: конфлікт теорії і сучасних комунікативних практик.....	202
Розділ 3	
ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ, ТЕХНОЛОГІЧНИЙ І СИЛОВИЙ ВИМІРИ ГІБРИДНИХ ЕКСПАНСІЙ	
§ 9. Інформаційно-психологічні операції: поняття, види, способи використання в умовах гібридної війни.....	229
§ 10. Інформаційно-технологічні атаки і способи захисту кіберпростору: новітні тактики габридних війн.....	246
§ 11. Особливості роботи журналіста в зонах військових конфліктів.....	264

РОЗДІЛ 4**МЕДІАОСВІТА ЯК ФУНДАМЕНТАЛЬНА СКЛАДОВА
ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ**

§ 12. Роль медіаграмотності в професійному та особистому становленні людини інформаційної епохи	272
§ 13. Формування в майбутніх журналістів культури роботи з інформацією в умовах гібридної війни	290
§ 14. Світові та вітчизняні тенденції розвитку медіаосвіти	305
СЛОВНИК ТЕРМІНІВ	316

Навчальне видання

ГІБРИДНА ВІЙНА І ЖУРНАЛІСТИКА

ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ

Навчальний посібник

За загальною редакцією

*доктора філософських наук, професора кафедри журналістики
НПУ ім. М. П. Драгоманова, академіка НА вищої освіти України*

В. О. Жадька

Авторський колектив:

Жадько Віктор Олексійович, док. філос. н., проф., зав. каф. журналістики НПУ імені М. П. Драгоманова (§ 2 «Інформаційні війни в історії та сучасності: характерні ознаки новітніх протистоянь»)

Клименко Олександр Іванович, ас. каф. журналістики (§ 3 «Технології маніпулювання і методики пошуку, відбору, верифікації даних у журналістиці»)

Куляс Павло Петрович, канд. іст. н., доц. каф. журналістики (вступ «Гібридні війни в сучасному світі. Що про них повинен знати журналіст і редактор?»)

Марків Олександра Тимофіївна, канд. педагог. н., доц. каф. журналістики (§ 9 «Інформаційні й психологічні операції: поняття, види, способи використання в умовах гібридної війни»; § 12 «Роль медіаграмотності в професійному та особистісному становленні людини інформаційної епохи»; § 13 «Формування в майбутніх журналістів культури роботи з інформацією в умовах гібридної війни»)

Полтавець Юлія Сергіївна, канд. філол. н., ст. викл. каф. журналістики (§ 4 «Фактчекінг у роботі сучасного журналіста – дієвий спосіб протистояння інформаційним загрозам»; § 10 «Інформаційно-технологічні атаки і способи захисту кіберпростору: новітні тактики гібридних війн»)

Харитоненко Олена Іванівна, канд. філол. н., доцент каф. журналістики (§ 1 «Визначення, види, актуальні напрямки дослідження інформаційних війн» – у співавторстві; розділ 2 «Смислові війни в межах гібридних протистоянь»)

Харчук Олена Василівна, канд. філол. н., доцент каф. журналістики (§ 1 «Визначення, види, актуальні напрямки дослідження інформаційних війн» – у співавторстві)

Шевчук Світлана Вікторівна, ас. каф. журналістики (§ 11 «Особливості роботи журналіста в зонах військових конфліктів»; § 14 «Світові та вітчизняні тенденції розвитку медіаосвіти»)

Технічний редактор – Т. С. Меркулова

Макетування – Т. М. Ветраченко

Обкладинка – Ф. В. Сергеев



Підписано до друку 26 червня 2018 р.

Формат 60x84/16. Папір офісний. Гарнітура Times New Roman.

Ум. др. арк. 22,25. Об.-вид. арк. 17,75.

Наклад 300 прим. Зам. № 397

Віддруковано з оригіналів

Видавництво Національного педагогічного університету
імені М. П. Драгоманова. 01601, м. Київ-30, вул. Пирогова, 9.
Свідоцтво про реєстрацію ДК № 1101 від 29.10.2002 (044) 234-75-87
Віддруковано в друкарні Національного педагогічного університету
імені М. П. Драгоманова (044) 239-30-26