

УДК 159.922.27: 32.019.5: [7.12.185 – 004.032.6

Зеленін В. В.,

кандидат психологічних наук,
доцент кафедри політичної психології та
соціально-правових технологій,
Національний педагогічний
університет ім. М. П. Драгоманова
E-mail: sevacello@gmail.com

ІСТОРИЧНИЙ МІФОДИЗАЙН ЯК ПСИХОТЕХНОЛОГІЯ СУЧАСНОЇ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ ВІЙНИ: БАЗОВІ ПОСТУЛАТИ, ЗАВДАННЯ ТА СТРУКТУРА МІФОТВОРЕННЯ

У статті проаналізовано базові постулати та завдання історичного міфодизайну як прикладної психотехнології ідеологічного менеджменту медіареальності. Представлено приклади застосування цієї психотехнології у практиці сучасної інформаційно-психологічної війни. Запропоновано структуру перетворення історичних подій та фактів на міфи.

Ключові слова: інформаційно-психологічна війна, міфодизайн, психотехнології, міф, медіареальність, ідеологічний менеджмент.

The article analyzes the basic postulates and tasks of the historical mythodesign as an applied psychotechnology of ideological management of media-reality. Examples of an application of this psychotechnology in the practice of modern information and psychological warfare are presented. The structure of the transformation of historical events and facts into myths is proposed.

Key words: information and psychological warfare, mythodesign, psychotechnology, myth, media-reality, ideological management.

Постановка проблеми. Сучасна інформаційно-психологічна війна – це передусім боротьба за перетворення суспільно-політичної свідомості мас шляхом менеджменту медіареальності за допомогою ре-дизайну та творення міфів. Це стосується насамперед міфів про походження та історію народів. Історичні події та факти розглядаються під іншим кутом, усталені погляди підлягають ревізії, відновлюється «історична справедливість» – історія активно переписується.

Адже якщо раніше, до появи медіа-простору, діалектика побутування міфу відбувалася переважно як природне суспільне явище, що у формі сакрального наративу надавало людям певну позицію для історико-культурно обґрунтованої неусвідомлюваної інтерпретації різних аспектів й подій минулого, сьогодення й майбутнього, то з початком ХХ-го століття політична міфотворчість стала прерогативою державних установ та силових структур, озброєних надсучасними психотехнологіями та медіа-засобами впливу на свідомість й несвідоме мас. Впливу заради глобального ідеологічно-світоглядного панування, що ґрунтуватиметься не на силі й примушенні, а на згоді та переконуванні [2].

Починаючи з 2014 року Україна знаходиться в активній фазі інформаційно-психологічної війни. Отже дослідження використання та перетворення міфів задля отримання переваг у ідеологічному протистоянні шляхом «переписування» та переосмислення історії є актуальним для збереження територіальної цілісності країни та психологічної безпеки її громадян.

Аналіз останніх досліджень. Феномен міфотворчості привертав до себе увагу спеціалістів різного профілю. Отже й міф досліджувався у різних підходах: історико-культурному (антропологічному) (С. С. Аверінцев, П. С. Гуревич, Ф. Х. Кессіді, Д. С. Ліхачев, В. Я. Пропп, Є. Тайлор, Дж. Фрезер та ін.); філософсько-культурологічному (П. С. Гуревич, М. Еліаде, М. К. Мамардашвілі, О. Ф. Лосев, Й. Хейзинга, К. Хюбнер та ін.); структурно-семіотичному (Р. Барт, М. М. Бахтін, Д. В. Гачев, К. Леві-Строс, Ю. М. Лотман, Є. М. Мелетинський, В. Н. Топоров та ін.); символічному (Е. Кассіер, П. Рікер); психологічному (Л. С. Виготський, С. Гроф, Ж. Лакан, Е. Ноель-Нойманн, Н. Фрай, В. Франкл, З. Фрейд, Е. Фромм, К.-Г. Юнг та ін.); філософському (А. Бергсон, Г. Гадамер, Л. Леві-Брюль, Ф. Ніцше, Г. Спенсер, Й. Хейзинга, К. Ясперс); соціологічному (Б. Дорн, Е. Дюркгейм, Р. Мертон, Ю. Хабермас та ін.). Безпосередньо природу політичного міфу вивчали Л. Я. Гозман, М. Ф. Головатий, Ю. В. Вишицька, Т. В. Євгенєва, Е. Кассіер, А. М. Кольєв (Савельєв), Д. В. Ольшанський, А. М. Цуладзе, О. Б. Шестопал, М. А. Хевеші, Ю. Ж. Шайгородський та ін. Для практики історичного міфодизайну перспективними вважаються, передусім, роботи з порівняльної міфології (Д. Бірлайн, М. Еліаде, Дж. Кемпбелл, О. М. П'ятигорський, В. Тернер та ін.).

В останні роки більшість закордонних (У. Найсер, Р. Солсо, Г. Ласвель, М. Лібіцкі, І. Масуда, К. Стюарт, Дж. Стейн, І. Пленге, Т. Томас, Р. Шафранський, У. Швартоу та ін.), вітчизняних (Г. Г. Почепцов, Ю. П. Сурмін, М. В. Туленков, Е. Є. Колесов та ін.) та російських (М. О. Брусніцин, М. Л. Волковський, С. М. Грін'яєв, І. І. Завадський,

В. А. Золотарьов, С. Г. Кара-Мурза, В. Г. Крисько, С. А. Комов, В. О. Лисичкін, В. Л. Манілов, А. В. Монойло, І. М. Панарін, В. С. Пірумов, О. І. Поздняков, В. Д. Попов, В. Ф. Прокоф'єв, С. П. Расторгуєв, Г. Л. Смолян, В. І. Сліпченко, П. С. Таранов, В. Л. Хлиньов, П. С. Черешкін, Л. О. Шелепін, В. М. Цигічко та ін.) спеціалістів з теорії, методики і практики ведення інформаційно-психологічних війн погоджуються з тим, що управління історичними міфами є важливою складовою ідеологічного протистояння, передусім у час військових конфліктів.

Виділення невирішених раніше частин проблеми. Сучасні психотехнології масового впливу в умовах інформаційно-психологічної війни за допомогою міфодизайну дають можливість «прописувати» світогляд мас від незначної зміни акцентів до повного переписування історії, приховано керувати масовим несвідомим. Проте, незважаючи на чисельні посилення щодо активного використання у суспільній практиці ідеологічної боротьби [5; 6; 9; 11; 23; 24; 25] та в інформаційно-психологічних війнах [3; 12; 14; 16; 18; 19; 20] історичних міфів, у вітчизняній науковій літературі досі не було представлено ґрунтовного аналізу базових постулатів та завдань історичного міфодизайну.

Метою нашої статті є аналіз перспектив використання психотехнології історичного міфодизайну в практиці сучасної інформаційно-психологічної війни.

Виклад основного матеріалу. ХХІ століття додало в політичний арсенал багато нових каналів та психотехнологій маніпуляції суспільною свідомістю. Швидкість та інтенсивність інформаційних потоків відриває нас від витоків, дискредитує старі ідеї, наповнюючи нашу свідомість строкатими мозаїками позбавлених сенсу «кліпів» та «миттєвими кадрами» [21, с. 278]. Водночас телекомунікаційні засоби фактично нівелювали державні кордони, даючи змогу експансії більш потужних міфів в інформаційний простір усіх країн світу.

У той час, коли постмодерністський політичний дискурс ставить під сумнів численні узвичаєні норми, реліктові табу, стирає архаїчні обмеження, сприяє деконструкції й деієрархізації систем координат традиційних культур [4], історичний міф досить швидко перестає буди апріорно «вербально даною чудесною особистісною історією» [13, с. 195], перетворюючись на потужний інструмент цілеспрямованого управління масовим несвідомим для спонукання політичної активності, психотехнологію ідеологічного перекодування інтенції мас [1].

У свою чергу, історичний міфодизайн як феномен сучасної культури та комунікативна технологія ідеологічного менеджменту постає чинником національно-етнічної солідарності через соціокультурну конвенцію – негласний (часто неусвідомлюваний) суспільний договір

про культурні, політичні, етичні, моральні й інші норми суспільства. Ті державні структури та політичні суб'єкти, яким вдається створити переконливіші міфи, легітимізують вигідну для себе версію світової історії, роблять її загальноновизнаною. А толерантні до такої точки зору маси з часом втрачають здатність до раціонального осмислення історичних фактів, замінюючи це вірою у вражаюче переконливі міфи. Масове несвідоме більше переймається емоційно-чуттєвими образами, ніж раціонально-логічними доказами.

Тому саме ірраціональна, інтуїтивна природа міфу в умовах сучасної інформаційно-психологічної війни надає міфодизайну коло можливостей бути водночас психотехнологією використання міфологічних прийомів (художніх міфологізмів), «проектною діяльністю по створенню міфів та інформаційним простором зберігання, консолідації й трансляції духовних смислів, ідей, переконань, цінностей, стереотипів» [8, с. 86]. В інформаційно-психологічній війні історичний міф постає як *оповідь (наратив), що пояснює політико-історичне походження наявного стану речей, явищ суспільного життя, всього світу в цілому, через емоційно-чуттєві образи*. Історичні міфи складають для мас певну систему, утворюють міфологію того чи іншого народу, яка стає підґрунтям характерного для нього світогляду. Такі міфи є основою різних релігійних систем, фольклорних традицій, соціальної філософії, художньої творчості та політичної культури мас.

На початку та в середині ХХ століття історичний міфодизайн Третього Рейху, СРСР та КНР використовував більш агресивні тоталітарні технології впливу на масові міфи, готуючи свої народи до ідеологічної експансії¹. КНДР (Північна Корея) застосовує такий підхід й досі. У більш екологічному для соціуму варіанті інформаційно-психологічна війна як управління символами в художньо-культурному просторі суспільства завжди поєднує утилізацію історичної спадщини з грамотним і зваженим міфодизайном як керування масовим несвідомим за допомогою міфів [22].

Історичний міфодизайн, сучасними прикладами якого слід вважати ідеологічні концепти: «американська мрія», «руський мір», «європейський вибір» тощо, спирається на п'ять базових постулатів [7, с. 14–19].

1. *Люди живуть не в природі, а в історії (наративі)*. Медіа створюють для мас додаткову (насправді завжди викривлену) реальність. А мозок сучасної людини набагато більш інтенсивно: кількісно й якісно отримує інформацію від мас-медіа, ніж від звичайного світу при-

¹) Російська Федерація сьогодні активізувала ревізію «руської» та радянської семіотики [17] задля розбудови так званого «руського міру».

роди. Грубо кажучи, масова свідомість сьогодні вже більше привчена реагувати на подразники медіа, ніж на реальні події навколишнього світу [23]. Люди апріорно готові довіряти тенденційним інтерпретаціям подій у медіареальності, ніж відшукувати достовірні факти об'єктивної дійсності. Їх здебільшого задовольняє та версія подій, що вони отримують з медіа. Отже саме нейросемантика² та психолінгвістика медіа-нарративу створює зразки, норми, кліше та фільтри світобачення мас як поєднання чуттєвих (нейрологія), вербальних (психолінгвістика) та смислових (семантика) паттернів.

2. *Будь-яка історія (нарратив) – комплексно та цілеспрямовано викривлена інформаційна реальність.* З попереднього постулату логічно випливає, що будь-яка історія-нарратив наперед містить перекозчення інтерпретації. Це її сутність. А історики кожної країни мають свій кут зору на об'єктивні події та факти. Щоб перекознутися у цьому достатньо порівняти підручники з історії різних країн.

У свою чергу, історичний міфодизайн як різновид соціально-мовної комунікативної практики має за мету створення у масовій свідомості громадян своєї країни привабливої, позитивно налаштованої, державоцентричної мапи світосприйняття. Зокрема, любов до Батьківщини, так само, як і подружнє кохання насправді є суб'єктивно-тенденційною інтерпретацією. Адже говорячи коханому: «Ти – найкращий!» – жінка не має на увазі, що вона дійсно провела кастинг усіх чоловіків на планеті. Вона в це вірить. Так само за допомогою історичного міфодизайну масам повсякчас має навіюватися приязне сприйняття Батьківщини як «найкращої, найпривабливішої, найдостойнішої» для життя країни в світі.

3. *Історичний міф є комунікативним полем та неусвідомлюваним репертуаром сценаріїв, які відображають тезаурус інтенцій, що презентуються як притаманні даному народові від прадавніх часів.* Інформаційна реальність історичного міфодизайну є поєднанням об'єктивних подій, фактів і симулякрів культури, усталених традицій (віри) та сьогочасної політики провідних світових суб'єктів. За їхньою допомогою історичний міф має давати масам несвідомий орієнтир, як вирішувати актуальні випробування сьогодення, базуючись на прикладах минулого та прямує до обрії бажаного майбутнього.

² **Нейросемантика** (грецьк. *neuron* – нерв + *semanticos* – те, що позначає) – напрям сучасної нейропсихології, що розглядає нервові імпульси і їх взаємозв'язки як своєрідні знаки, які позначають різні елементи пристосувальних реакцій вищих тварин і людини. У сучасній медіа-психології нейросемантичні дослідження допомагають виявити і проаналізувати набори мозкових кодів мас, так звані «мови мозку», які використовуються при переробці інформації на тій чи іншій фазі формування складних форм поведінки.

4. *Історичний міфодизайн завжди є доцільним.* Саме заради побудови дієвої міфології у медіа відбувається викривлення реальності. Цілі такого викривлення: збереження чи трансформація стереотипів сприймання масами реальності в умовах інформаційно-психологічного протистояння (військового зіткнення чи просто ідеологічної боротьби в медіа-просторі). Так, яскравим прикладом радянської історико-пропагандистської міфотворчості є кінофільм режисера Сергія Михайловича Ейзенштейна «Олександр Невський» (1938) про насправді дещо перебільшені подвиги новгородського князя Олександра Ярославича та його «велику» перемогу над німецькими лицарями Тевтонського ордену в битві на Чудському озері 1242 року³. Погодимось, цей фільм виявився дуже вчасним і доречним для мобілізації й надихання радянських воїнів на початку так званої «великої вітчизняної війни» восени 1941 року.

5. *Побудова інформаційної реальності має симультанно-арочну структуру.* Кожний новий міф має викликати аroachну асоціацію з аналогічними подіями минулого та омріяними надіями на майбутнє. А його симульганна (від лат. *simul* – в один і той самий час) природа може бути проілюстрована загальновідомими гігантськими картинами російського художника Іллі Сергійовича Глазунова «Вічна Росія» (1988), «Великий експеримент» (1990), «Ринок нашої демократії» (1999) та ін., де події та напівлегендарні персонажі далекого минулого присутні поряд із сучасними громадськими, релігійними й політичними діячами, митцями та ідеологічними плакатами-кліше. Це, так би мовити, художня проекція масового несвідомого, в яку міфодизайнер має вміло вплітати нео-міфи.

Міф поєднує для мас минуле, майбутнє і сьогодення. Історичний міфодизайн в інформаційно-психологічній війні, використовуючи весь культурний арсенал – поезію, музику, хореографію, архітектуру, концептуальне й електронне мистецтво тощо, – художньо, образно моделює унікальні ірраціональні властивості мас, їхні внутрішньо-особис-

³) Згідно з офіційною російською історіографією, ще починаючи з часів Петра Першого особа Олександра Ярославича, який після Невської битви 1240 року отримав прізвище «Невський», використовувалася з пропагандистською метою обґрунтування територіальних претензій Російської імперії у Прибалтиці. Проте дослідження Лева Миколайовича Гумільова, Володимира Броніславовича Білінського та письмові свідчення папського посланця у Золотій Орді Плано Карпіні вказують, що Олександрові 1240 року було не більше 12-ти. Крім того, він з 1238 до 1252 року постійно перебував названий син хана Батия в ставці Орди, отже просто не міг брати участь у битвах 1240–1242 років (та й справжнє значення цих битв є малоістотним – у битвах брали участь не більше ніж 300 вояків з обох сторін).



Рис. 1. Сім практичних завдань історичного міфодизайну

тісні прояви, міжлюдські зв'язки і відносини, латентно нав'язує масам соціокультурні міфи як умовні еталони суспільної поведінки.

У результаті маси перетворюються на учасників сценарно-міфологізованої дії, керованої за допомогою матриць соціальної конвенції – системи поглядів, до якої в цьому співтоваристві непристойно не приєднатися.

Соціальна конвенція як актуальний у поточний період історії суспільства ідеологічний міф вимагає від міфодизайнера збереження-захисту і водночас свого перманентного оновлення. Своєю чергою, в умовах глобального медіа-простору ідеологічний супротивник у інформаційно-психологічній війні за будь-яку ціну намагатиметься не дати (завадити, порушити, позбавити можливості чи дезорганізувати) вирішити сім основних практичних завдань міфодизайну (Рис. 1).

Розглянемо перспективи застосування цих семи завдань у сучасних умовах інформаційно-психологічної війни у медіа-просторі України.

ПИНУЛЕ

• *Осучаснення історичних подій.* Персонажі з історії України мають сприйматися масами як сучасники. Вони жили, боролися, любили, мріяли та загинули за нею-Україну. Вони мають знову ожити, перестати бути тільки рядками з літописів чи підручників. Для цього за допомогою медіа-проектів та художніх творів треба систематично занурювати маси у світи минулого, щоб вони, так би мовити, мали змогу споглядати «тіні забутих предків», відчутти себе частиною історії. З іншого боку, необхідно «навчити» героїв минулого говорити сучасною мовою, зрозумілою для їхніх праправнуків. Показовим прикладом такої роботи є книга відомого російського громадського і політичного діяча Володимира Ростиславовича Медінського (мовою оригіналу) «Особенности национального пиара. Правдивая история Руси от Рюрика до Петра» [15]. Там з кожної сторінки історичні постаті промовляють говіркою сучасної російської глибинки. Скільки українці мають ще чекати, поки, приміром, Кий, Щек, Хорив і сестра їхня Либідь звернуться до своїх нащадків українською? Чи ми й далі будемо дозволити північно-східним сусідам екранізувати нашу класику так, щоб, як

у фільмі Володимира Бортко «Тарас Бульба» (2009), запорізькі козаки в битві з польською шляхтою вмирали за «землю рускую»?

- *Актуалізація перманентних завдань громадянського становлення нації та державотворення.* Державний інформаційно-ідеологічний менеджмент мусить політично соціалізувати маси, формуючи національну самосвідомість, громадянську позицію та впливаючи на політичні настрої, щоб дискурс у медіа-просторі спонукав мобілізацію спільної діяльності заради розбудови України. Так керована медіареальність координує суспільно-політичну активність мас.

СЬОГОДЕННЯ

- *Сакралізація* (від англ. *sacral* та лат. *sacrum* – священне, присвячене богам) *буденності*. Люди мають відчувати ірраціональний зв'язок з потойбічним, з ідеологічними міфами своєї історії, вийти за межі прагматичних життєвих принципів і меркантильних рамок суспільства побутового споживання. Лише за таких умов ці люди заради Батьківщини будуть готові не тільки віддавати своє життя, а й забирати чуже. Міфодизайн пропонує для цього використовувати, зокрема, психотехнології легендизації та сугестивні методи навіювання Мілтон-моделі [7, с. 112–122]. Патріотизм мас має житися екзистенціями і надважливими смислами величної місії нації та держави у світовій історії.

- *Синергія* (від давньогрецьк. *συνεργία* – співучасть, сприяння, допомога, спільність) як залучення кожного українця, відчуття спільної долі незалежно від місця проживання, політичних поглядів чи віросповідання. Прикладний міфодизайн для цього має задіяти психотехнології, що дають масам непереборне відчуття єдності, згуртовують націю. Одним з критеріїв такої згуртованості буде готовність кожного українця стати на захист своєї Батьківщини в тяжку годину й усіляко сприяти розбудові українства у світі в мирні часи. Цього можна повчитися в ізраїльтян, а на можливі закиди щодо українського індивідуалізму («моя хата з краю») є проста відповідь: менталітет нації – це не тільки даність, а й ресурс для розвитку і трансформації. Є багато націй, які завдяки перебудові своїх міфів набули нових рис. Приміром, Велика Британія в другій половині ХХ-го століття активно модернізувала свій міф колоніальної імперії, позбавляючи національний характер залишків расизму та шовінізму.

- *Ритуалізація* означає залучення населення до різних форматів громадської активності (масових політичних акцій, національно-патріотичних вишколів чи волонтерських рухів) залучення до політичної участі. Коли людина бере участь у таких заходах свідомо, патріотично, енергійно й ціннісно-мотивовано, вона відчуває, що живе в історії своєї країни. А коли ні... Тоді рано чи пізно її залучить до сво-

єї ритуальної історії ідеологічний супротивник⁴. Ритуал являє собою демонстрацію форми, що втілює не стільки змістовність цінностей, скільки ставлення до них – визначення, повагу. Міфологічні ритуали забезпечують почуття доцільності, немарності життя, особливості моменту, правильності того, що відбувається. Крім того, наприклад, ритуали ініціації формують самоідентичність людини. Отже, виконання громадських ритуалів стверджує національну ідентичність і єдність, дає можливість відчуття своєї причетності до спільноти та її життя. Міфодизайнер має вміти створювати для своєї аудиторії ритуали, що забезпечуватимуть побутування міфів через повсякденні чи святкові дії. Також треба пам'ятати, що одним з перших інформаційних ударів при контрпропаганді є знецінення ритуалів ідеологічного супротивника в медіапросторі. А згодом і в реальному житті. Так, можна згадати, як у 1980-ті роки західна пропаганда знецінила ритуали участі радянських людей у щорічних заходах святкування Першого Травня чи Великої Жовтневої революції. Маса почали ставитися до них як до чогось формально-примусового. Це призвело до того, що ритуали СРСР згодом перестали спрацьовувати. І невдовзі після цього та країна зникла з мапи світу. Це – один з прикладів застосування деміфологізації як інформаційно-психологічної зброї.

МАЙБУТНЄ

- *Символізація майбутнього* – створення комплексного міфа «прийдешнього національного раю». Кожна країна має той ідеальний бажаний образ, який спрямовує її розвиток: «світле комуністичне майбутнє», «американська мрія», «європейський вибір» тощо. Технології міфодизайну можуть допомогти створити систему символів, що будуть мотивуючими для всіх українців. Разом із тим треба розуміти, що ідеологічний супротивник зробить усе, щоб ту систему замінити своєю або зруйнувати. Так, приміром, пропагандистська машина Російської Федерації сьогодні усіляко намагається скомпрометувати ідеї «єдиної Європи» та європейські цінності як такі. Крім того, варто замислитися, чи з часом за відсутності «української мрії» не замістить «європейський вибір» наші вітчизняні ідеологічні перспективи остаточно?

- *Міфологізація майбутнього* – наповнення суспільного бачення перспективи такими потужними міфами, що латентно надаватимуть ірраціональне відчуття правильності наряду державницького,

⁴ Одним з прикладів такого залучення була спроба організувати 9 травня 2017 року у Києві ходу так званого «Безсмертного полку». Нажаль на сьогодні вітчизняні міфодизайнери ще не в стані запропонувати більш потужну альтернативу таким спробам.

ШЛЯХ ГЕРОЯ



Рис. 2. Сценарій мономіфа «Шлях Героя»

політичного, культурного, етичного та духовного становлення нації. Сьогодні Україна балансує між чотирма світоглядними векторами, як-от: (ще й досі потужні) залишки радянських міфів, «європейське майбутнє», «руський мір» та (поки що мало сформована) національна ідея України – «український вибір». Отже, якщо вітчизняним ідеологам-практикам вдаватиметься високопрофесійно виконувати всі сім завдань прикладного міфодизайну, соціальна конвенція в Україні забезпечить становлення національного громадянського суспільства, територіальну цілісність і сталий політико-економічний розвиток.

Для цього в умовах інформаційно-психологічної війни практику спростовування міфів ідеологічних супротивників за допомогою фактів треба доповнити активним створенням проукраїнських міфів. Ті міфи мають подавати об'єктивні факти та події історії України згідно загальної структури побудови мономіфа, виокремленої Дж. Кемпбеллом [10], що має назву «Шлях Героя» (Рис. 2).

Даний 12-кроковий сценарій відображає фундаментальну єдність духовної історії людства у вигляді повсюдно поширених міфологічних

сюжетів – за таким сценарієм побудована переважна більшість міфів народів світу. Завдяки працям Джозефа Кемпбелла, де структуровано цей сценарій, в другій половині XX століття більшість провідних держав (зокрема, США, Велика Британія, Франція, Ізраїль та ні.) опрацювали життєписи політичних лідерів та героїв своєї історії, літератури чи фольклору в форматі такого сценарію [7, с. 93–97], зафіксувавши їх у медіапросторі художньо-історичних (а насправді, ідеологічних) витворах мистецтва⁵.

Ці нео-міфи, впроваджені у несвідоме мас, згодом часто ставали підґрунтям ідеологічних атак. Наприклад, кіноепопея «Зоряні війни» Джорджа Лукаса, створена за сценарієм мономіфа, згодом дозволила лідерам США успішно використовувати семіотику, смисли та наративи цих фільмів задля демонізації та дискредитації міфологем радянської ідеології. Вираз «імперія зла» став політичним кліше завдяки президенту США Рональду Рейгану⁶, а стратегічна оборонна ініціатива (COI) адміністрації Р. Рейгана отримала широку популярність у всьому світі як програма «зоряних воєн».

Нині, в умовах інформаційно-психологічної війни, вітчизняний медіа-простір має бути насичений прикладами далекого й близького історичного минулого України, побудованими за структурою міфологізації «Шлях Героя». Це дасть українському народу ідеологічний орієнтир і світоглядне спрямування до гідності та відповідальності за свою країну, осучаснить вітчизняну міфологію.

Висновки. Розглядаючи конотативні механізми історичного міфодизайну в умовах інформаційно-психологічної війни, можна зазначити, що міф виконує різні функції: він водночас позначає і сповіщає, навіює і наказує, а в результаті спонукає до певних політичних дій. У такий спосіб наратив міфу підсвідомо нав'язує масам свою власну інтенцію, ґрунтуючись на п'яти базових постулатах історичного міфодизайну.

Медіа-дискурс ідеологічної боротьби в умовах інформаційно-психологічної війни передбачає здійснення семи практичних завдань міфодизайну вкупі зі спробою завадити супротивнику зробити те на свою користь у медіа-просторі.

⁵ Найпоказовішими прикладами втілення психотехнології міфологізації «Шлях Героя» у світовому кінематографі є епопея «Зоряні війни» Джорджа Лукаса (перші шість частин), анімаційна комедія «Кунг-Фу панда» (англ. *Kung Fu Panda*, 2008) та фантастично-пригодницька трилогія «Володар перстнів» (англ. *The Lord of the Rings*), заснована на однойменному епічному романі Дж.Р. Толкіна.

⁶ Вперше президент США Р. Рейган назвав Радянський Союз «імперією зла» у своєму виступі перед Національною асоціацією євангелістів США у Флориді 8 березня 1983 року. Згодом вираз «імперія зла», «вісь зла» й т. ін. неодноразово використовувався адміністрацією США для визначення антиамериканських режимів.

Також для того, щоб маси емоційно переймалися історичними подіями та вірили в їхню достовірність, варто використовувати для їхньої художньої інтерпретації сценарій мономіфа, що відомий як «Шлях Героя». Тоді за допомогою психотехнологій історичного міфодизайну стане можливим врешті-решт переписати історію України так, щоб зробити її проукраїнською.

Окреслюючи **перспективи подальших досліджень** перш за все визначити коло психотехнологій керування медіареальністю, придатних для реприватизації в «руського міру» фундаментальних міфів вітчизняного історичного минулого, виправлення викривлень, відновлення замовчувань, повернення достовірного україно-центричного описання подій та фактів.

Це, своєю чергою, створить передумови для творення в масовій свідомості українців самодостатнього надпотужного нейропсихолінгво-семантичного комплексу – чуттєво-наративного концепту бажаного українського майбутнього, яке не буде лише меншовартісним долученням до чийогось вже існуючого міфу: російського, європейського, американського чи радянського. Саме задля цього вітчизняним політичним та військовим психологам треба опанувати психотехнології створення могутнього національного міфу, що здатний успішно конкурувати в глобальному інформаційному просторі, створювати передумови для перемоги в інформаційно-психологічних війнах та протистояти загрозам інформаційного тероризму. Такий історичний міфодизайн – одне з найголовніших завдань державотворення і національної безпеки. Від цього залежить сьогодні, чи переможуть українці у інформаційному протиборстві, чи буде в України гідне минуле, достойне сьогодні та велике майбутнє.

Список використаних джерел

1. Барт Р. Мифологии. Mythologies / Ролан Барт; [пер. с фр. С. Зенкин]. – М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2000. – 320 с.
2. Бжезинский З. Выбор. Мировое господство или глобальное лидерство / З. Бжезинский; [пер. с англ.]. – М.: Международные отношения, 2005. – 288 с.
3. Воронцова Л. В. История и современность информационного противоборства / Л. В. Воронцова, Д. Б. Фролов. – М.: Горячая линия – Телеком, 2006. – 192 с.
4. Геращенко Л. Л. Мифология рекламы / Л. Л. Геращенко. – М.: ООО Изд. Дом «Диаграмма», 2006. – 459 с.
5. Головатий М. Ф. Політична міфологія: навчальний посібник / М. Ф. Головатий. – К.: Вид-во «МАУП», 2006. – 144 с.
6. Евгеньева Т. В. Социально-психологические основы формирования политической мифологии / Т. В. Евгеньева // Современная политическая мифология: содержание и механизмы функционирования. – М.: Рос. гос. гуманитар. ун-т, 1996. – С. 22–32.

7. Зеленін В. В. Основи міфодизайну: психотехнології керування медіа реальністю: навчально-методичний посібник / В. В. Зеленін. – К.: Вид-во «Гнозис», 2017. – 168 с.

8. Калиниченко С. С. Мифодизайн как социокультурный феномен / С. С. Калиниченко, Р. Б. Квеско // Известия Томского политехнического университета. – 2009. – Т. 314, № 6: Экономика. Философия, социология и культурология. – С. 85–89.

9. Кассирер Э. Политические мифы / Э. Кассирер // Реклама: внушение и манипуляция: медиа-ориентированный подход. – Самара: Изд-во «Бахрах-М», 2001. – С. 382–394.

10. Кэмпбелл Дж. Тысячеликий герой / Джозеф Кэмпбелл. – М.: Изд-во «Ваклер, Рефл-бук», 1997. – 384 с.

11. Кольев А. Н. (Савельев А. Н.). Политическая мифология: Реализация социального опыта / А. Н. Кольев (Савельев). – М.: Изд-во «Логос», 2003. – 384 с.

12. Крысько В. Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт) / В. Г. Крысько / Под общ. ред. А. Е. Тараса. – Мн.: Изд-во «Харвест», 1999. – 448 с.

13. Лосев А. Ф. Диалектика мифа / А. Ф. Лосев. – М.: Изд-во «Мысль», 2001. – 558 с.

14. Манойло А. В. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны / А. В. Манойло, А. И. Петренко, Д. Б. Фролов. – [3-е изд.]. – М.: Изд-во «Горячая линия– Телеком», 2012. – 542 с.

15. Мединский В. Р. Особенности национального пиара. Правдивая история Руси от Рюрика до Петра / В. Р. Мединский. – М.: Изд-во «Просвещение», 2011. – 670 с.

16. Почепцов Г. Г. Информационные войны / Г. Г. Почепцов. – М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2000. – 576 с.

17. Почепцов Г. Г. Русская семиотика / Г. Г. Почепцов. – М.: «Рефл-бук»; К.: «Ваклер», 2001. – 725 с.

18. Прокофьев В. Ф. Тайное оружие информационной войны: атака на подсознание. Издание второе, расширенное и доработанное. Серия: «Информационные войны» / В. Ф. Прокофьев. – М.: Изд-во «СИНТЕГ», 2003. – 408 с.

19. Расторгуев С. П. Информационная война / С. П. Расторгуев. – М.: Изд-во «Радио и связь», 1999. – 416 с.

20. Ткаченко С. В. Информационная война против России / С. В. Ткаченко. – СПб.: Изд-во «Питер», 2011. – 224 с.

21. Тоффлер Э. Третья волна / Элвин Тоффлер. – М.: ООО «Изд-во АСТ», 2004. – 776 с.

22. Ульяновский А. В. Мифодизайн: коммерческие и социальные мифы / А. В. Ульяновский. – СПб.: Изд-во «Питер», 2005. – 544 с.

23. Хевеши М. А. Социально-политические стереотипы, иллюзии, мифы и их воздействие на массы / М. А. Хевеши // Философские науки. – 2001. – № 2. – С. 5–17.

24. Цуладзе А. М. Политическая мифология / А. М. Цуладзе. – М.: Изд-во «ЭКМО», 2003. – 383 с.

25. Шайгородський Ю. Ж. Політика: взаємодія реальності і міфу: монографія / Ю. Ж. Шайгородський / Інститут політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України. – К.: Знання України, 2009. – 400 с.

References transliterated

1. Bart R. Mifologii. Mythologies / Rolan Bart; [per. s fr. S. Zenkin]. – M.: Izd-vo im. Sabashnikovyh, 2000. – 320 s.
2. Bzhezinskij Z. Vybor. Mirovoe gospodstvo ili global'noe liderstvo / Z. Bzhezinskij; [per. s angl.]. – M.: Mezhdunarodnye otnosheniya, 2005. – 288 s.
3. Voroncova L. V. Istorija i sovremennost' informacionnogo protivoborstva / L. V. Voroncova, D. B. Frolov. – M.: Gorjachaja linija – Telekom, 2006. – 192 s.
4. Gerashhenko L. L. Mifologija reklamy / L. L. Gerashhenko. – M.: OOO Izd. Dom «Diagramma», 2006. – 459 s.
5. Golovatyj M. F. Politychna mifologija: navchal'nyj posibnyk / M. F. Golovatyj. – K.: Vyd-vo «MAUP», 2006. – 144 s.
6. Evgen'eva T. V. Social'no-psihologicheskie osnovy formirovanija politicheskoy mifologii / T. V. Evgen'eva // Sovremennaja politicheskaja mifologija: sodержanie i mehanizmy funkcionirovanija. – M.: Ros. gos. gumanit. un-t, 1996. – S. 22–32.
7. Zelenin V. V. Osnovy mifodizajnu: psihotehnologii' keruvannja media real'nistju: navchal'no-metodychnyj posibnyk / V. V. Zelenin. – K.: Vyd-vo «Gnozis», 2017. – 168 s.
8. Kalinichenko S. S. Mifodizajn kak sociokul'turnyj fenomen / S. S. Kalinichenko, R. B. Kvesko // Izvestija Tomskogo politehnicheskogo universiteta. – 2009. – T. 314, № 6: Jekonomika. Filosofija, sociologija i kul'turologija. – S. 85–89.
9. Kassirer Je. Politicheskie mify / Je. Kassirer // Reklama: vnushenie i manipulacija: media-orientirovannyj podhod. – Samara: Izd-vo «Bahrah-M», 2001. – S. 382–394.
10. Kjempbell Dzh. Tysjachelikij geroj / Dzhofez Kjempbell. – M.: Izd-vo «Vakler, Refl-buk», 1997. – 384 s.
11. Kol'ev A. N. (Savel'ev A. N.). Politicheskaja mifologija: Realizacija social'nogo opyta / A. N. Kol'ev (Savel'ev). – M.: Izd-vo «Logos», 2003. – 384 s.
12. Krys'ko V. G. Sekrety psihologicheskoy vojny (celi, zadachi, metody, formy, opyt) / V. G. Krys'ko / Pod obshh. red. A. E. Tarasa. – Mn.: Izd-vo «Harvest», 1999. – 448 s.
13. Losev A. F. Dialektika mifa / A. F. Losev. – M.: Izd-vo «Mysl'», 2001. – 558 s.
14. Manojlo A. V. Gosudarstvennaja informacionnaja politika v uslovijah informacionno-psihologicheskoy vojny / A. V. Manojlo, A. I. Petrenko, D. B. Frolov. – [3-e izd.]. – M.: Izd-vo «Gorjachaja linija– Telekom», 2012. – 542 s.
15. Medinskij V. R. Osobennosti nacional'nogo piara. PRavdivaja istorija Rusi ot Rjurika do Petra / V. R. Medinskij. – M.: Izd-vo «Prosveshhenie», 2011. – 670 s.
16. Pochepcov G. G. Informacionnye vojny / G. G. Pochepcov. – M.: «Refl-buk», K.: «Vakler», 2000. – 576 s.
17. Pochepcov G. G. Russkaja semiotika / G. G. Pochepcov. – M.: «Refl-buk»; K.: «Vakler», 2001. – 725 s.
18. Prokof'ev V. F. Tajnoe oruzhie informacionnoj vojny: ataka na podsoznanie. Izdanie vtoroe, rasshirennoe i dorabotannoe. Serija: «Informacionnye vojny» / V. F. Prokof'ev. – M.: Izd-vo «SINTEG», 2003. – 408 s.
19. Rastorguev S. P. Informacionnaja vojna / S. P. Rastorguev. – M.: Izd-vo «Radio i svjaz'», 1999. – 416 s.
20. Tkachenko S. V. Informacionnaja vojna protiv Rossii / S. V. Tkachenko. – SPb.: Izd-vo «Piter», 2011. – 224 s.

21. Toffler Je. Tret'ja volna / Jelvin Toffler. – M.: ООО «Izd-vo AST», 2004. – 776 s.
22. Ul'janovskij A. B. Mifodizajn: kommercheskie i social'nye mify / A. V. Ul'janovskij. – SPb.: Izd-vo «Piter», 2005. – 544 s.
23. Heveshi M. A. Social'no-politicheskie stereotipy, illuzii, mify i ih vozdeystvie na massy / M. A. Heveshi // Filosofskie nauki. – 2001. – № 2. – S. 5–17.
24. Culadze A. M. Politicheskaja mifologija / A. M. Culadze. – M.: Izd-vo «JeKSMO», 2003. – 383 s.
25. Shajgorods'kyj Ju. Zh. Polityka: vzajemodija real'nosti i mifu: monografija / Ju. Zh. Shajgorods'kyj / Institut politychnyh i etnonacional'nyh doslidzhen' im. I. F. Kurasa NAN Ukrai'ny. – K.: Znannja Ukrai'ny, 2009. – 400 s.

A b s t r a c t

Zelenin V. V.,

PhD (Candidate of Psychological Sciences),
Docent of the Department of Political
Psychology and Socio-Legal Technologies,
National Pedagogical Dragomanov University
E-mail: sevacello@gmail.com

HISTORICAL MYTHODESIGN AS A PSYCHOTECHNOLOGY OF THE MODERN INFORMATION AND PSYCHOLOGICAL WARFARE: THE BASIC POSTULATES, TASKS AND STRUCTURE OF MYTH CREATION

This article describes the practice of using historical mythodesign psychotechnologies as the modern information and psychological warfare. The historical events in the mass consciousness transformation are analyzed through the ideological management in the media-space with the help of historical myths and well-known examples of the myth-words («American Dream», «European Values», «Russian World»).

The five basic postulates of the historical mythology have been defined and characterized. The implementation of the seven practical tasks of historical mythology is demonstrated as a factor of national-ethnic solidarity and through the socio-cultural convention forms national self-identity, encourages masses to social and political activity and state building. It is indicated how the ideological opponent will try to prevent the implementation of these tasks in the domestic media space in the conditions of the modern information and psychological warfare.

A 12-step scenario of «The Way of the Hero» monomyth is proposed as a format for presenting historical figures, events and facts aimed to turn them into myths of the mass unconscious. It is shown how the leading world powers apply this scenario to introduce their own neo-myths, competing themselves in the global media-space. The necessity of applying the psychotechnologies of historical mythodesign for the Ukrainian territorial integrity preservation and psychological security of the citizens in the conditions of the modern information and psychological warfare is substantiated.

Отримано – 9 січня 2018

Received – January 9, 2018

Рецензовано – 11 січня 2018

Revision – January 11, 2018

Прийнято – 16 січня 2018

Accepted – January 16, 2018