

<https://doi.org/10.17721/2312-5160.2017.22.19-39>

UDC 007: 304: 659.3 [316.485.26+32.019.57 (470+571)] (477)

Sphere of Concepts that Represents Impact-Generating Issues in Terms of Consciental War as a Component of Russia's Hybrid Aggression against Ukraine

Nataliia Vashchenko

*Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv,
36/1 Melnikova str., 04119 Kyiv, Ukraine*

* Corresponding author's e-mail address: tannil@ukr.net

ABSTRACT

Despite the fact that the hybrid war in the east of Ukraine has been going on for more than three years, the support of the aggressor by Ukrainian citizens not only in the Donbas and Crimea, but in other regions of Ukraine remains significant. This means that in today's hybrid aggression of Russia against Ukraine, the consciental war continues playing a leading role aimed at maintaining and contagion of pro-Russian sentiments among the Ukrainian citizens.

This research proposes the sphere of **concepts** that represents impact-generating issues in terms of consciental war as a component of Russia's hybrid aggression against Ukraine. To achieve this objective, namely to create this sphere of concepts, we applied the following research **methods** and implemented the following tasks: using the empiric method and the method of scientific generalization we determined the purpose and tasks of Russia's consciental war against Ukraine and its risks and consequences for Ukraine; we outlined how through archetypes as transmitters of national identity in terms of a consciental war the distinction of clear separation between "friend-enemy", destruction of spiritual values and the ability of a person to free self-identification and, as a result, a confrontation between citizens who represent the Ukrainian and the Soviet identities take place. Using the logical methods of induction, deduction and generalization we defined the concepts of impact-generating issues on the basis of Anti-Maidan neologisms, which, having archetypal nature, evoke Enemy Image, form an image of identity alien to Ukraine and pander to conflicts in public consciousness. We proved that the chosen concepts belong to unreal (mythical) sphere and correspond to the key myth of Russian propaganda – "Russia won a victory over fascism" and therefore they have the most powerful potential impacting on subconscious in terms of a consciental war.

Given that division over the basic political issues still remains in the society, the sphere of concepts that provides insight into impact-generating issues as the main result of this study is in special focus, as it provides an opportunity to understand a mechanism of mind control through archetypes in terms of the contemporary consciental war of Russia against Ukraine, and also to understand the nature of challenges which Ukraine is facing to and as a result – to cope with these challenges and to be able to sweep in this hybrid war.

KEYWORDS: consciental war; archetype; Ukrainian identity; Soviet identity; enemy image; Russian propaganda.

Концептосфера відображення впливогенної проблематики в умовах консцієнтальної війни як складової гібридної агресії Росії проти України

Ващенко Наталія Миколаївна, Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, здобувач.

Резюме

У дослідженні представлено концептосферу відображення впливогенної проблематики в умовах консцієнтальної війни як складової гібридної агресії Росії проти України.

Для досягнення мети дослідження, а саме створення даної концептосфери, було застосовано такі методи дослідження та виконано такі завдання: емпіричним методом та методом наукового узагальнення з'ясовано, у чому полягає мета та завдання консцієнтальної війни Росії проти України та визначено ризики та наслідки для України; також обґрунтовано, яким чином в умовах консцієнтальної війни через архетипи, які є носіями національної ідентичності, відбувається стирання чіткого розмежування «друг – ворог», руйнування духовних цінностей та здатності людини до вільної самоідентифікації і як результат – конфлікт між громадянами, які є носіями української та радянської ідентичностей. Застосовуючи логічні методи індукції, дедукції та узагальнення, визначено концепти впливогенної проблематики на основі неологізмів Антимайдану, які, маючи архетипічну природу, викликають Образ Ворога та формують образ чужої для України ідентичності, утворюючи в суспільній свідомості підґрунтя для конфлікту; також доведено, що обрані концепти відносяться до сфери нереального (міфічного) та відповідають ключовому міфу російської пропаганди – «Росія перемогла фашизм», а тому мають найпотужніший потенціал впливу на підсвідомість в консцієнтальній війні.

У контексті того, що в суспільстві зберігається роздільність щодо базових політичних питань, представлена концептосфера впливогенної проблематики як головний результат даного дослідження, заслуговує на особливу увагу, адже допомагає зрозуміти механізм маніпулювання свідомістю через архетипи в умовах сучасної консцієнтальної війни Росії проти України, а також природу викликів, з якими зіткнулася Україна, і як результат – можливість відповісти на ці виклики та шанс перемогти у цій гібридній війні.

Ключові слова: консцієнтальна війна; архетип; українська ідентичність; радянська ідентичність; образ ворога; російська пропаганда.

Ващенко Н.Н. Концептосфера отображения проблематики, являющейся источником влияния на аудиторию, в условиях консциентальной войны как составляющей гибридной агрессии России против Украины.

В исследовании представлено концептосферу отображения проблематики, которая является источником влияние на аудиторию, в условиях консциентальной войны как составляющей гибридной агрессии России против Украины.

Для создания представленной концептосферы были выполнены следующие задачи и использованы соответствующие методы исследования: эмпирическим методом и методом научного общения определены цели и задачи консциентальной войны России против Украины, а также риски и последствия для Украины; также показано, каким образом в условиях консциентальной войны через архетипы, которые являются носителями национальной идентичности, происходит стирание четкого разграничения «друг – враг»; разрушение духовных ценностей, способности человека к свободной самоидентификации и как результат – конфликт между гражданами, которые являются носителями украинской и советской идентичностей. Используя логические

методы индукции, дедукции и обобщения определены концепты проблематики, которая является источником влияния на аудиторию, на основе неологизмов Антимайдана, которые, имея архетипическую природу, вызывают Образ Врага и формируют образ чужой идентичности, создавая в общественном сознании почву для конфликта; также доказано, что представленные концепты относятся к сфере нереального (мифического) и соответствуют ключевому мифу российской пропаганды – «Россия победила фашизм», а потому имеют мощный потенциал воздействия на подсознание в концентриальной войне.

В контексте того, что в обществе сохраняется разделение по базовым политическим вопросам, представленная концептосфера проблематики, которая является источником влияния на аудиторию, как главный результат данного исследования, заслуживает особого внимания, поскольку дает возможность понять механизм манипулирования сознанием через архетипы в условиях современной концентриальной войны России против Украины, а также природу вызовов, с которыми столкнулась Украина, и как результат – возможность ответить на эти вызовы и шанс победить в этой гибридной войне.

Ключевые слова: концентриальная война; архетип; украинская идентичность; советская идентичность; образ врага; российская пропаганда.

1. Вступ

Гібридна агресія проти України з боку Росії та вплив концентральної війни як однієї зі складових цієї агресії залишаються на сьогодні для нашої держави найбільшій проблемою. Низка міфів та стереотипів, що виникли в результаті цієї концентральної війни, сприяли розхитуванню проросійських настроїв в Криму та на Донбасі. У результаті, за підтримки проросійськи настроєного місцевого населення стало можливим здійснення Росією військової окупації Криму, введення російських спецслужб на Донбас і, як результат, масштабні військові дії на сході України.

Незважаючи на те, що гібридна війна на сході України триває вже понад чотири роки, підтримка агресора громадянами України не тільки на Донбасі та в Криму, але й в інших регіонах нашої держави залишається все ще значною. Так, за даними соціологічних досліджень на замовлення Інституту масової інформації, проведених у восьми областях сходу та півдня України (Дніпропетровська, Харківська, Запорізька, Миколаївська, Херсонська, Одеська, території Донецької та Луганської областей, що контролюються урядом України), на січень-березень 2017 року «33% опитаних мешканців Сходу та Півдня України покладають провину за військовий конфлікт на Донбасі на центральний уряд України» [1]. Це означає, що у сучасній гібридній агресії Росії проти України провідну роль продовжує відігравати концентральна війна, сприяючи підтриманню проросійських настроїв серед українського населення. На думку українського журналіста В.Е. Портнікова, це є головною причиною гальмування реформ в Україні, адже «справжні реформи можуть стати реальними, коли ми подолаємо кризу ідентичності, яка і стала головною хворобою колишніх радянських людей після краху комунізму». За його словами, «неможливо провести реальні зміни, коли у тебе сміття в голові і ти підмінюєш цінності доцільністю» [2].

А тому глибше розуміння методів, які застосовує Росія в цій гібридній агресії, допоможе нам зрозуміти природу викликів, з якими зіткнулися у цій війні Україна, а також країни Балтії та Центральної і Східної Європи, та отримати шанс до остаточної перемоги [3]. Для цього Україна має стати об'єктом якомога детальнішого вивчення з боку провідних експертів та науковців різних галузей (насамперед фахівців мас-медіа та соціальних комунікацій, а також політологів, філологів, філософів та істориків тощо).

За визначенням Ю.В. Громики, в умовах консцієнтальної війни об'єктом ураження та знищення є певні типи свідомості. У консцієнтальній боротьбі автор виділяє п'ять основних способів ураження та руйнування свідомості. Для нашого дослідження важливу роль відіграють останні два, а саме: спеціальна організація і поширення по каналах комунікації образів і текстів, які руйнують роботу свідомості (умовно може бути позначено як психотропна зброя); руйнування способів і форм ідентифікації особистості по відношенню до фіксованих спільнот, що призводить до зміни форм самовизначення і деперсоналізації [4]. На думку автора, в основі такої руйнації лежить знищення людської здатності до вільної ідентифікації, тобто до самовизначення того, ким і в рамках якої культурно-історичної традиції прагне бути людина. Тобто, удар наноситься так, щоб ми не могли відповісти на питання: ким ми прагнемо бути і в рамках якої культурно-історичної традиції маємо намір жити? Коли людина має самоідентифікацію, вона є твердою в своїх думках і діях [5].

За твердженням А. Ф. Колодій, «до особливостей сучасної консцієнтальної війни відносяться такі риси як: латентність упродовж тривалого часу; різноманітність, гнучкість та непередбачуваність засобів впливу; застосування насильницьких методів викривлення інформаційно-комунікативного простору; стирання чіткого розмежування «друг – ворог»; руйнування духовних цінностей, уявлень про добро і зло, здатності людини до вільної самоідентифікації та інші» [6].

Відтак *метою* нашої статті є створення концептосфери відображення впливогенної проблематики в умовах сучасної консцієнтальної війни Росії проти України. Для досягнення поставленої мети нам необхідно виконати такі *завдання*:

- проаналізувати та з'ясувати, у чому полягає мета та завдання консцієнтальної війни Росії проти України та визначити її наслідки для України;

- обґрунтувати, яким чином в умовах консцієнтальної війни через архетипи, що є носіями національної ідентичності, відбувається стирання чіткого розмежування «друг – ворог»; руйнування духовних цінностей, уявлень про добро і зло, здатності людини до вільної самоідентифікації і як результат – конфлікт між громадянами України, що є носіями національної української та радянської ідентичностей.

- визначити концепти впливогенної проблематики на основі неологізмів Антимаїдану, які, маючи архетипічну природу, викликають образ Ворога та формують образ чужої ідентичності, утворюючи в суспільній свідомості підґрунтя для міжрегіонального та міжетнічного конфлікту.

- довести, що обрані концепти відносяться до сфери нереального (міфічного) та відповідають ключовому міфу російської пропаганди – «Росія перемогла фашизм», а тому мають найпотужніший маніпуляційний потенціал впливу на підсвідомість в контексті консцієнтальної війни.

2. Методи дослідження

Щоб визначити рівень вивчення представленої теми, у нашій науковій розвідці ми використовували метод аналізу наукових джерел та метод наукового узагальнення. Зокрема, нами було досліджено ступінь вивчення терміну «архетип» у мас-медіа та соціальних комунікаціях.

Емпіричним методом та методом наукового узагальнення ми проаналізували та з'ясували, у чому полягає мета та завдання консцієнтальної війни Росії проти України та визначили її наслідки для України. Також ми обґрунтували, яким чином в умовах консцієнтальної війни через архетипи, що є носіями національної ідентичності, відбувається стирання чіткого розмежування «друг-ворог», руйнування духовних цінностей та здатності людини до вільної самоідентифікації і як результат – конфлікт між громадянами України, що є носіями національної української та радянської ідентичностей.

Застосовуючи логічні методи індукції, дедукції та узагальнення ми визначити концепти впливової проблематики на основі неологізмів Антимайдану, що мають архетипічну природу, а тому викликають Образ Ворога та формують образ чужої для України ідентичності, створюючи в суспільній свідомості підґрунтя для конфлікту. Також застосовуючи ці методи, ми змогли довести, що обрані концепти відносяться до сфери нереального (міфічного) та відповідають ключовому міфу російської пропаганди – «Росія перемогла фашизм», а тому мають найпотужніший потенціал впливу на підсвідомість в конспіративній війні.

3. Теоретичне підґрунтя

У своїй науковій розвідці ми будемо відштовхуватися від того, що концепти нашого дослідження знаходяться в площині колективного несвідомого як окремого індивіда, так і частини українського суспільства, а тому мають архетипічну природу.

Термін «архетип» активно досліджується не тільки в історичній, соціологічній, культурологічній та політичній науках, але й у сфері реклами, мас-медіа та соціальних комунікацій.

Найбільше досліджень цього феномену було здійснено у сфері реклами. Цій темі приділяли увагу такі українські науковці, як Н.М. Грицюта, І. О. Жалба, Т.В. Нечипорук, О. Паліюк, Р.П. Сапенько, Л.В. Сердечна, Ю. Ф. Скіцько, Л.М. Хавкіна, Ю.І. Шмига; серед російських дослідників – Л.Л. Геращенко, Є.Ю. Кармалова, Л. Н. Кошетарова, А.Н. Притчин, Є.С. Сичова, Б.С. Терemenко, В.В.Учонова, Ю.П. Щербакова.

У сфері мас-медіа та соціальних комунікацій дану проблематику вивчали такі вітчизняні науковці, як М.В. Бутиріна (роль структурних елементів тріади «архетип – міф – стереотип» в масовому сприйнятті), Н.В. Дев'ятко (можливість національного відродження через актуалізацію міфічної свідомості та національних архетипів в контексті ЗМІ), С.А. Козиряцька (залучення стереотипів, міфів, архетипів у медійний дискурс та орієнтації на менталітет у сприйнятті медіаповідомлень), Л.П. Нагорна (архетипи в контексті розвитку політичної мови), О.А. Росінська (ключові для українського інформаційного простору просторові архетипи та географічні міфи, що визначають самоусвідомлення громадян України), О.М. Косюк (аналіз продукції електронних ЗМІ крізь призму міфологізму, де предметом вивчення є міфологічний складник розважальної продукції електронних ЗМІ у тісному зв'язку з фольклорними архетипами).

Найбільш комплексним дослідженням архетипів у контексті соціальних комунікацій можна вважати дисертаційну розвідку М.В. Бутиріної «Мас-медіа як середовище створення та функціонування стереотипів масової свідомості». У своїй науковій праці М.В. Бутиріна пропонує власне бачення реалізації тріади «архетип – міф – стереотип» в текстах масової комунікації. Крім того, дослідниця визначає роль, яку кожен із цих структурних елементів виконує в масовому сприйнятті, а саме: архетипи організують його шляхом застосування дорефлексивного досвіду предків; міфи конкретизують у вигляді картини світу, яка відтворює певний світогляд; а стереотипи раціоналізують, надаючи конкретні формули оцінювання та поведінкових реакцій. Авторка наголошує, що звернення до архетипів зумовлено сьогодні психологічними засадами масово-комунікаційної діяльності, яка орієнтована на масову, а не на індивідуальну свідомість [7].

Також залучення у медійний дискурс стереотипів, міфів, архетипів та орієнтацію на менталітет у сприйнятті медіаповідомлень досліджувала С.А. Козиряцька. Зокрема, авторка доводить, що ці «величини» є взаємопов'язаними та у сфері масової комунікації виступають і як засіб медіавпливу (міфи, архетипи, стереотипи), і як фільтр, через який сприй-

маються медіаповідомлення (міфи, стереотипи, менталітет), і як сукупність умов, на яку орієнтується комунікатор, щоб забезпечити медіаефект (архетипи, міфи, стереотипи, менталітет). Дослідниця доводить, що сучасні ЗМІ використовують архетипи, міфи, стереотипи у контексті ментальності як важливої етнопсихологічної ознаки нації, з тим, щоб створювати новий світогляд та «просувати» потрібну ідеологію [8].

Інша дослідниця О.А. Росінська розглядає архетипи як такі, що апелюють до підсвідомості, до рівня вроджених ідей, що є комфортним інформаційним контентом. Авторка вважає, що «через уведення архетипу автор тексту підключає до сприйняття повідомлення особистісні переживання читача, посилюючи емоційний вплив повідомлення». Тому, на думку дослідниці, архетипний образ у медіатексті є одним із найпотужніших чинників впливу, актуалізації змісту та важелем збільшення рейтингу. Зокрема, авторка представляє ключові для українського інформаційного простору просторові архетипи та географічні міфи, що визначають самоусвідомлення громадян України. Авторка наголошує, що через бінарність просторових опозицій: «свій» – «чужий», «верх» – «низ», «центр» – «периферія», здійснюється комунікативна маніпуляція з метою формування певного соціального настрою [9, 87].

У науковий обіг термін «архетип» було уперше введено швейцарським вченим К. Г. Юнгом у 1919 році. У своїй роботі «Про архетипи колективного несвідомого» К. Г. Юнг визначив архетипи як «фактори і мотиви, які впорядковують психічні елементи в певні архетипні образи»; вони – «володарі, боги, тобто образи домінуючих законів і принципи, які надають певної закономірності протіканню тих образів, які душа кожен раз переживає заново» [10, 188]. Основою теорії архетипів К.Г. Юнга є положення про те, що крім індивідуального підсвідомого існує також і колективне несвідоме. Колективне несвідоме успадковується з досвіду минулих поколінь і формується саме архетипами. З цих архетипів виростають архетипні образи та символи, які закріплені в мисленні та культурі певного етносу. Звернення до цих образів викликає у представників певного етносу однакову несвідому реакцію. Вчений зазначав, що «... архетип функціонує на когнітивному, емоційному та поведінковому рівнях психічного існування особистості. Він виробляє установку на конкретний образ, керує поведінкою особистості, створюючи відповідні переживання і способи ідентифікації ...» [10, 119-120].

У своїй роботі «Людина та її символи» К.Г. Юнг застерігає, що якщо пригнічувати чи відкидати архетипічні образи і символи колективного несвідомого, їхня енергія переходить у підсвідомість, що призводить до непередбачуваних наслідків. Адже психічна енергія цих відкинутих символів починає жити ті домінуючі в підсвідомості схильності, які до цього часу не мали шансу проявитися. ХХ століття стало тому підтвердженням. Прикладом К.Г. Юнг наводить Німеччину, яка «...вмить постала в жахливому своєю дикістю образі, та ж дикість править бал в Росії, Африка опинилася у вогні війн». На думку вченого, звільнившись від упереджень, сучасна людина мислить раціонально, а тому втрачає здатність сприймати символи та ідеї божественного і потрапляє під владу психічного «пекла». У результаті, через те, що перериваються її духовні та моральні традиції, людина втрачає свої духовні цінності. Спостерігається загальна дезорієнтація і розпад, які представляють реальну загрозу для світу. Як приклад, учений наводить дослідження антропологів, які не один раз описували, що відбувається зі спільнотою дикунів при зіткненні їхніх духовних цінностей із сучасною цивілізацією – «вони втрачають інтерес до життя, їхній уклад порушується, а самі вони морально деградують» [11, 91-92].

Отже, саме архетипами формується колективне несвідоме, яке успадковується з досвіду минулих поколінь. З цих архетипів виростають архетипні образи та символи, які закріплені в мисленні та культурі певного етносу. Звернення до цих образів викликає у пред-

ставників певного етносу однакову несвідому реакцію. Архетипи є тими факторами, що об'єднують соціум в єдине ціле, тобто є носіями національної ідентичності. За допомогою архетипів особистість залишає зону свого комфорту та «виходить» за межі індивідуального існування, у сферу родового минулого й майбутнього. Передаючи із собою потужний енергетичний заряд, архетипи не тільки спонтанно визначають людське мислення і поведінку, але й постійно на них впливають. Однак розрив з духовними та моральними традиціями свого етносу чи народу може призвести до втрати людиною своїх духовних цінностей та загальної дезорієнтації.

Звернення до архетипів в контексті мас-медіа зумовлено сьогодні психологічними заходами масово-комунікаційної діяльності, яка орієнтована на масову, а не на індивідуальну свідомість. Сучасні ЗМІ використовують архетипи, міфи, стереотипи у контексті ментальності як важливої етнопсихологічної ознаки нації, з тим, щоб створювати новий світогляд та «просувати» потрібну ідеологію. Архетипний образ у медіатексті є одним із найпотужніших чинників впливу та актуалізації змісту.

4. Результати й обговорення

У цьому контексті для нашого дослідження особливої уваги заслуговує дисертаційна робота О.А. Вовченко, в якій представлено архетиповість українського суспільства як важливий чинник формування його національної ідентичності та єдності українського гуманітарного простору країни. На думку авторки, гуманітарний простір є осередком формування та функціонування системи ідей, цінностей, міфів та ідеалів, що впливають на свідомість та світогляд громадян, визначаючи поступ і стратегію розвитку нації і держави. У своїй роботі О.А. Вовченко доводить, що порушення системи ідей, цінностей, міфів та ідеалів впливає на зміну політичних орієнтацій громадян, обумовлює істотні відмінності у системах їхніх цінностей. Такі відмінності сприяють формуванню образу чужої ідентичності та відповідно ворожого образу мешканця певного регіону, утворюючи в колективній свідомості підґрунтя для міжрегіональних та міжетнічних конфліктів. Авторка дослідження доводить, що відсутність у певних регіонах України колективного українського несвідомого мало своїм наслідком збереження цілих регіональних ареалів (Донбас і Крим) «радянської людини» або «совка» з усіма його складниками: російською мовою та культурою, символікою, героями та антигероями, ціннісними орієнтаціями, звичаями, традиціями, міфами тощо, що є суттєвою загрозою гуманітарній безпеці України як держави [12].

Представлений світоглядно-ціннісний поділ в сучасній Україні підтверджують дослідження, які проводилися ще у 1957 році групою науковців з Джорджтаунського університету на замовлення ЦРУ. У своїй доповіді під назвою «Чинники спротиву і зони для дій спеціальних сил. Україна», що було нещодавно розсекречено та оприлюднено, науковці проаналізували настрої місцевого населення, мовні особливості та можливе міжнаціональне напруження у різних регіонах республіки. У результаті дослідження було представлено карти, які багато в чому схожі на політичні та соціальні розподіли сил в Україні через півстоліття. Одна з найцікавіших частин доповіді – карта лояльності населення України радянському режиму. Її склали на основі чотирьох головних чинників: етнічний склад регіонів, ставлення до більшовиків у 1917-1921 роках, ставлення до німецької окупації й партизанських рухів, а також кількість випадків збройного опору радянській владі. За цими критеріями Україну поділили на 12 регіонів – від найлояльніших до тих, що сприймають комуністів найменше. Американці виявили, що у значній частини українців західних областей є дуже критичні настрої до радянської влади. У той же час, найбільш лояль-

ними до радянського режиму американці визначили Крим та частину Донбасу – промислові райони Луганської та Донецької областей. Крим американці позначили «зоною I», а регіон Донбасу – «зоною II», що дуже нагадує обриси сучасних самопроголошених «ДНР» та «ЛНР» (без північної Луганщини та Маріуполя). За даними розвідки, в Криму («зона I») на той час мешкало 60% росіян та 35% українців; на Донбасі (зона II) українці також склали меншість населення. Що стосується самооцінки мешканців цієї частини Донбасу, то, як зазначено у звіті американців, «місцеве населення зображує себе мешканцями російського острова в українському морі й ідентифікує себе з радянською владою» [13].

Отже, населення Криму та Донбасу, яке було найбільш лояльним до СРСР за часи його існування, після отримання Україною незалежності у 1991 р. переважно не набуло української ідентичності. Варто зазначити, перебування даних регіонів в російському інформаційному просторі призвело до національної фрустрації, а згодом – ідентифікації частини населення зазначених територій з агресором, у даному випадку з Росією, та фактично – відродження радянської ідентичності.

Цю тезу підтверджує А.Ф. Колодій, яка у своїх дослідженнях виділяє Галичину й Донбас з центрами у Львові та Донецьку як два політично активні центри формування двох антагоністичних соціетальних культур і відповідно – двох відмінних національних ідентичностей. На її думку, в основі цих ідентичностей відповідно лежать дві протилежні системи політичних цінностей, що сформувалися в результаті різного історичного досвіду, відмінностей економічної та суспільно-політичної практики років незалежності, а також політичної діяльності регіональних еліт. Як вважає А.Ф. Колодій, в основі донецької культури лежить советська (тобто радянська), а також регіональна (місцева) донецька ідентичність, яким притаманні прихильність до авторитарних методів правління, страх перед націоналізмом, культ сили й могутності, нетерпимість. Натомість в основі культури Галичини та решти регіонів лежить національна українська ідентичність, яка проявляється у намірі відбудувати українську державу (захист мови та культури етнічних українців при толерантному ставленні до інших мов і культур) та прихильність до демократичного і правового ладу правління. Дві протилежні системи цінностей цих ідентичностей обумовили два протилежні зовнішньополітичні вектори – на Схід (Росію та утворені нею євразійські союзи) або на Захід (ЄС). За твердженням А.Ф. Колодій, саме завдяки зусиллям Партії регіонів у свідомості частини населення Сходу України, зокрема Донбасу, було остаточно закріплено «іншу» соціетальну культуру та ідентичність. Це відбулося саме під час та після президентських виборів 2004 р., коли почалося нагнітання «антифашистської» істерії проти демократичних сил України. На думку авторки, вже тоді Росія розпочала латентну консцієнтальну війну проти України. На її думку, через бездіяльність центральних урядів України та відсутність єдиного інформаційного та культурного просторів стало можливим вторгнення Росії в Крим й східні регіони нашої держави [14, 314-315].

Дану тезу підтверджує також Р. Шутов. На його думку в Україні «...триває війна за прихильність українських громадян, їхню віру й підтримку», і «цю війну веде Росія для досягнення своїх цілей в Україні. Населенню України, особливо у східних та південних областях, нав'язується специфічний світогляд, який спонукає їх підтримувати дії Москви й навіть прагнути відділення їхніх регіонів і приєднання їх до Російської Федерації». За результатами його дослідження, провідниками цього світогляду є не тільки місцеві організації, партії, окремі політики, бізнес-структури та органи влади, але, в першу чергу, місцеві засоби масової інформації [15].

У результаті на початок 2013-14 років Україна являла собою країну з розділеним суспільством (*divided society*), в якому лінії розлому активно експлуатувалися політичними маніпулятивними елітами ще на виборах 2004, 2006, 2010 і 2012 років з метою отримання

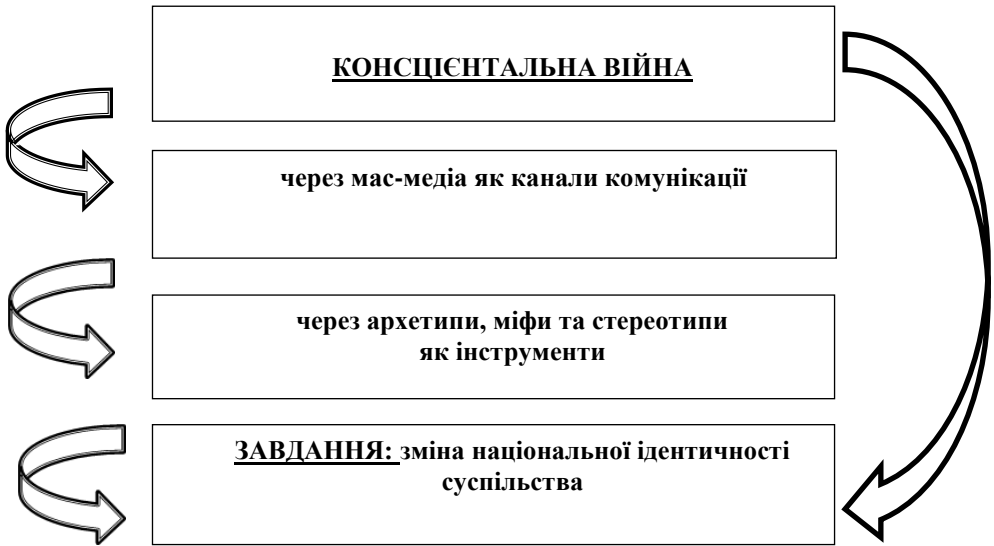
максимальної підтримки свого електорату. Головною лінією цього розлому стала ідентичність, а точніше конфлікт радянської та національної української ідентичностей, які складаються з колективних міфів, символів, мови, історичного нарративу, публічного простору і т.д. Електоральні карти виборів у зазначені роки зафіксували цю лінію як протистояння між помаранчевим і синьо-білим електоратом. До певного часу енергії цих ліній розлому не вистачало для справжнього протистояння, аж поки у 2013 році Президент України В.Янукович не відмовився від євроінтеграції, поставивши українську ідентичність на грань екзистенціальної загрози [16].

Відтак, в Україні співіснувало дві антагоністичні ідентичності – українська та радянська. Загроза існуванню української ідентичності у 2013 році стала каталізатором та однією з головних причин початку Революції Гідності (Майдану), якій протистояла ідентичність радянська (Антимайдан). У конфлікті на сході України консцієнтальна війна відіграє одну з ключових ролей. Адже основним об'єктом сучасної війни Росії проти України, на думку психолога М. Нестерової, є свідомість людини, де візуальний вплив та маніпуляція здійснюються через образи і смисли, а головним завданням є нівелювання національних цінностей. Для цього важливо не тільки розуміти фундаментальні цінності противника (архетипи суспільства), але і правильно на них впливати, спілкуючись з розумом супротивника на вербальному і невербальному рівні. Адже саме через роботу з архетипами відбувається підміна понять та поступова зміна культурного коду нації та її майбутньої життєвої стратегії. Це можливо зробити за допомогою технології «Вікно Овертона». На думку М. Нестерової, використовуючи цю класичну технологію, можна радикально змінити відношення суспільства до будь-якого неприйняттого поняття. Для цього необхідно спочатку внести це поняття в інформаційне поле суспільства і суспільство буде його не сприймати. Потім знайдуться захисники, які стануть виправдовувати це поняття, і воно стане зрозумілим для суспільства. А далі акцент зміститься на його прихильників і підтримання їхньої позиції. У результаті етична сторона проблеми розмиється і нововведене поняття стане нормою для суспільства [17].

У контексті нашого дослідження важливо розуміти саме той факт, що Росія веде проти України, перш за все, консцієнтальну війну (не інформаційну), спрямовану на зміну свідомості її громадян. Існує різниця між інформаційною та консцієнтальною війною, адже інформаційна війна змінює факти, а консцієнтальна – правила, де об'єктом знищення стають ментальні структури (особистість, моральні установки, система цінностей, національна ідентичність). Консцієнтальна війна працює у віртуальному просторі і має довготривалий і стратегічний характер, залишаючи жертву живою, але зі зміненою системою цінностей. Одиницею впливу в цій війні стає мем (одиниця сенсу), яким може бути прислів'я, шлягер, комікс, анекдот, а також ідея та термін. Як головні інструменти цієї війни, меми здатні змінювати шкалу цінностей і світогляд людини, а також вливати на свідомість людини як віруси, поширюючись через медіа середовище і тиражуючи свої копії у свідомості людей [18].

Отже, проаналізувавши вищезазначені джерела, ми можемо визначити завдання консцієнтальної війни, яке полягає у зміні національної ідентичності суспільства, де найпотужнішими інструментами виступають архетипи, міфи та стереотипи як складові колективного несвідомого, через засоби масової інформації як канали комунікації. Схематично це можна зобразити таким чином:

Схема 1. Канали комунікації, інструменти та завдання конспіраційної війни.

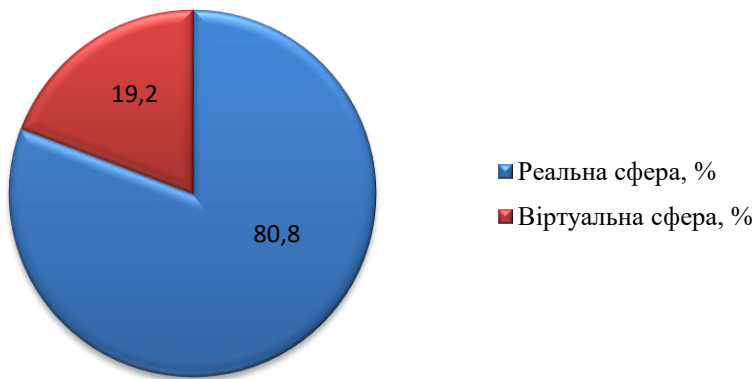


У цьому контексті на особливу увагу заслуговує робота С.А. Жаботинської «Мова як зброя у війні світоглядів». У своєму дослідженні авторка розробила словник-тезаурус лексичних інновацій «Майдан – Антимайдан» і здійснила комплексний аналіз неологізмів Майдану та Антимайдану, звертаючи увагу на те, що створені протиборчими сторонами неологізми мають в цій конспіраційній війні особливу силу. С.Жаботинська доводить, що слово може відображати як оцінку факту, який існує, так і породжувати сам факт, створюючи тим самим світогляд, який не має опори в реальності. Усього авторкою було проаналізовано 404 лексичних інновацій: 212 неологізмів Майдану і 192 неологізми Антимайдану.

У своєму дослідженні С.А. Жаботинська визначає ступінь реальності оціночної матриці Майдану та Антимайдану відповідно до восьми типів фактуальних ознак (реальна, гіпертрофована, переорієнтована, викривлена, недоведена, вірогідна; ознака, яку неможливо перевірити, неправдива). Зі згаданих вище типів ознак, тільки перший тип відноситься до сфери *реального*, інші сім формують сферу *віртуального*, яка створена уявою авторів неологізмів і яка не може використовуватися як джерело достовірної інформації про референта. За результатами аналізу С.А. Жаботинської, «оціночна матриця МАЙДАНУ має досить високий ступінь відповідності до реальності: кількість реальних приватних фактів, які отримують негативну оцінку, коливається в діапазоні 71,4% – 88,5%. Сумарний кількісний аналіз лексичних інновацій свідчить про превалювання одиниць, у внутрішній формі яких присутня приватна оцінка окремих ознак іменованого референта (82,1%). Серед них дві третини (66,3%) мають внутрішню форму, яка містить інформацію про ознаку зі сфери реального» [19, 21].

За результатами дослідження С.А. Жаботинської внутрішню форму неологізмів Майдану схематично можна представити таким чином:

Схема 2. Внутрішня форма неологізмів Майдану.



І навпаки, оціночна матриця Антимайдану за результатами дослідження С.А. Жаботинської формується переважно віртуальними фактами, відсоток яких в різних доменах матриці коливається в діапазоні 78,1% – 100%. Сукупний аналіз даних демонструє переважання неологізмів, у внутрішній формі яких фігурує приватна оцінка, дається окремими ознаками іменованого референта (83,2%). Ці ознаки відносяться в основному до сфери віртуального (72,3%), як викривлені (16,3%), неправдиві (15,2%), які неможливо перевірити (10,9%), гіпертрофовані (10,9%), переорієнтовані (10,3%) і недоведені (8,7%) [19, 25].

За результатами дослідження С.А. Жаботинської внутрішню форму неологізмів Антимайдану схематично можна представити наступним чином:

Схема 3. Внутрішня форма неологізмів Антимайдану.



У результаті, С.А.Жаботинська доводить, що «Майдан бореться з реальним світом (122 неологізми vs. 29), в якому існує влада Януковича, що себе дискредитувала, і її прихильники. Натомість Антимайдан воює з віртуальним світом «фашистів» і «Бендерівців», які продалися «Гейропі» і «Фашингтону». Цей віртуальний світ (133 неологізму vs. 20 неологізмів з реальною ознакою референта) підкріплюється фактами, які є викривленими

(те, що є, заперечується або висміюється), помилковими (те, чого немає, створюється), гіпертрофованими (те, що є, перекручується до гротеску), переорієнтованими (в тому, що є, змінюються причинно-наслідкові зв'язки), недоведеними (передбачуване видається за дійсне). Крім того, дослідниця доводить, що саме Антимайдан має більше неологізмів з конверсивною (-2), агресивною (-4) та архетипною (-5) негативною ознакою (пейоративністю), що перевищує аналогічні інновації Майдану майже в чотири рази. Отже через неологізми Антимайдану «антиукраїнські сили називають ім'я ворога і демонізують його». Ці данні відображають «намір Антимайдану нівелювати, осміяти дії та цінності Майдану, віднести їх до сфери «низького» та небезпечного» [19, 26-34].

Відтак, спираючись на результати дослідження С.А. Жаботинської, ми можемо стверджувати, по-перше, що ключові неологізми Антимайдану як архетипи виконують безпосередньо завдання консцієнтальної війни Росії проти України, а саме, спрямовані на зруйнування в Україні національної української ідентичності та відродження ідентичності радянської. По-друге, ключові неологізми Антимайдану по своїй природі є віртуальними, тобто міфічними, а тому, як носії радянської ідентичності, відповідають міфам, створеним ще за часів Радянського Союзу. У контексті консцієнтальної війни цей факт відіграє вирішальну роль, адже саме ці міфи і неологізми як архетипи радянської ідентичності є найпотужнішими, адже знаходяться в колективному несвідомому кількох поколінь не тільки росіян, але й частини українського суспільства. Такими ключовими міфами радянської ідентичності є міф про «Велику Перемогу» та міф про те, що «Росії протистоять США, НАТО, ЄС та весь інший світ».

Адже, на думку Л.Д. Гудкова, міф про «Велику Перемогу» є «одним з опорних символів всієї російської національної свідомості, адже такі символи імперії, символи воєн, риторика військової держави, діють дуже сильно» [20]. Цю тезу також підтримує Р. Шутов, вважаючи міф про «Велику Перемогу» одним з ключових в російській пропаганді. У своєму дослідженні він наголошує, що цей міф «активізує архетипи святості жертв та помсти, а отже лежить не в раціональній, а в емоційній площині (апріорне «дедывоевали»)). Образ фашиста як Ворога і символа зла, і образ радянського солдата як Героя і символа Перемоги формували радянську ідентичність протягом 70 років. Маніпулюючи цими міфами, пропаганда викликає емоційні реакції, які часто є сильнішими за раціональні аргументи. На думку експерта, «ситуацію в Україні було навмисно переведено в площину цього міфу (ярлик «фашистів» на українцях; георгіївська стрічка як символ тощо), оскільки саме він дає всій системі імунітет проти раціонального спростування, переводячи конфлікт із раціонального (інтереси) на емоційний ґрунт» [21].

Представлену тезу також підтверджує Г. Перепелиця. На його думку, країна-агресор мала всі технічні, мовні й ментальні можливості для інформаційного впливу на населення України. При цьому особливий акцент науковець робить на східних регіонах як «спільноті тоталітарної свідомості, яка мислить ірраціонально». На його переконання, на Сході та Півдні України процвітають міфи, кліше та емоції [22].

Тому, щоб зрозуміти механізм маніпулювання свідомістю через архетипи, потрібно зрозуміти, як це працює на практиці. Як формуючі елементи колективного несвідомого, архетипи є свого роду його «універсальною матрицею». З цих елементів виростають архетипні образи, а образи – в міфи, які домінують у мисленні людей та в їхній культурі. Маніпуляція архетипами відбувається через механізми резонансу – коли із загальної маси різноманітної інформації людина виділяє саме ту, на яку вона налаштована, яка нею затребувана у конкретних життєвих обставинах. Відображена у свідомості реальна ситуація безпосередньо звертається до того архетипного образу, що вбудований у глибинах психіки саме цієї людини, пробуджуючи усвідомлення та осмислення чогось знайомого та значимого і запускаючи свого роду відповідне «програмне забезпечення», що безпосередньо впливає на її поведінкові схеми та цінності [23].

Механізм маніпулювання свідомістю комплексно описує російський дослідник І.М. Дзялошинський. Зокрема, вчений представляє класифікацію маніпуляцій відповідно до свідомості людини як об'єкту маніпулятивного впливу. Він розглядає свідомість людини як структуру, яка складається з трьох рівнів. На думку автора, в її основі знаходяться архетипи та метапрограми як глибинні ментальні утворення, що утворюють ментально-світоглядний рівень особистості. Над ними, тобто на другому рівні, знаходяться засвоєні людиною знання, цінності та норми. На третьому рівні, на поверхні свідомості людини знаходяться ідеологічні та соціальні стереотипи. Вчений вважає, що каналами маніпуляції можуть стати як канали раціонально-інтелектуальної взаємодії зі світом, так і канали емоційного сприйняття світу. При цьому вербальна та невербальна мова використовуються як засоби комунікації. На думку І.М. Дзялошинського, маніпулятор може дістатися до будь-якого рівня свідомості. При чому, чим глибше рівень свідомості людини, тим більше його вплив на модель світу та поведінку людини. Зміна першого, глибинного рівня, призводить до перебудови усіх вищезазначених двох рівнів – засвоєних знань, цінностей та норм як смислових комплексів та ідеологічних і соціальних стереотипів. Однак зміна верхніх рівнів людської свідомості може тільки скорегувати її глибинні рівні в тій частині, яка не суперечить їхньому поточному стану, тобто зміна верхніх рівнів не може змінити глибинний рівень. Автор наголошує, що процес маніпуляції як вплив на модель світу окремої людини або масу людей, є тим більш ефективним, чим глибший рівень свідомості задіює маніпулятор. Чим глибший рівень маніпуляції, тим повільніше відбувається «опрацювання» свідомістю людини інформації, і тим сильніші трансформації відбуваються по усім іншим рівням та довготриваліші результати цього впливу. При цьому використання міфів посилює їхній вплив на масове безсвідоме, а відповідно – і на масову свідомість. [24, 5-6].

За К.Г. Юнгом головними архетипами є Самість, Тінь, Аніма, Анімус та Персона [25, 123-126]. Для нашої розвідки доцільними є саме Тінь та Самість як два протилежні за своїм значенням архетипи, що відіграють ключову роль в усіх політичних конфліктах. Адже саме з архетипу Тіні виростає Образ Ворога, а з архетипу Самості – Образ Героя. На думку вченого, прояви наших підсвідомих прагнень в інших людей є «проекцією» чи «впливом» і такий вплив можна знайти у великій кількості в ідеології чи пропаганді будь-якої країни. На думку К.Г. Юнга, ми проектуємо наші недоліки, з якими ми не бажаємо зустрітися і які проявляються в Тіні, на інших політичних ворогів [26, 169-170].

Так, наприклад, архетипний Образ Героя – це завжди рятівник, визволитель. Для радянської ідентичності «Герой» – це червоноармієць, радянський солдат, ополченець, а Образ Ворога представлений фашистом, бандерівцем, американцем. Однак для фінів через радянсько-фінську війну «Ворогом» є червоноармієць [27]. Так само як і для українців Західної України, яка після 1939 року також опинилася під радянською окупацією і на території якої проходив потужний збройний опір радянській владі, «Ворогом» є радянський солдат. Тобто одні й ті самі образи можуть бути представлені не просто різними, а протилежними архетипами.

Тому, у нашому дослідженні ми опираємося, по-перше, на систему міфів російської пропаганди, що поширюються через місцеві ЗМІ, соцмережі та інші джерела комунікації на сході України, представлену Р. Шutowим. Зокрема, для нашого аналізу ми обираємо ключовий міф російської пропаганди – міф про «Велику перемогу» та «Росія перемогла фашизм», який культивує образ України як країни фашизму та образ США, НАТО, ЄС, які намагаються знищити Росію. Створена на базі цього ключового міфу система підміфів спрямована на руйнування національної української ідентичності та відродження відповідно ідентичності радянської. Маніпуляція архетипами відбувається через механізм резонансу з цим ключовим міфом, коли через неологізми Антимайдану, як архетипи радянської ідентичності, запускається архетипний Образ Ворога у свідомості українського суспільства і відповідно – механізм відродження радянської ідентичності.

По-друге, вибірку концептів впливогенної проблематики в умовах сучасної консцієнтальної війни Росії проти України ми формуємо на основі неологізмів Антимайдану, яку розробила С. А. Жаботинська. Для нашого дослідження ми обираємо ті неологізми, які відносяться до сфери нереального (міфічного) і відповідають вищезазначеним міфам російської пропаганди. Для цього ми обираємо неологізми з архетипною пейоративністю (негативною оцінкою), яка вкладена у їхнє значення і виводиться в їхню внутрішню форму поняттям, пов'язаним з Великою Вітчизняною війною. Обрані неологізми мають найбільшу ступінь пейоративності – (-5), а тому мають найбільшу глибину впливу на свідомість, яку по силі удару засобами війни можна порівняти з бомбою [28, 32].

У результаті вибірка концептів впливогенної проблематики в умовах консцієнтальної війни Росії проти України складається з чотирьох ключових концептів – БАНДЕРІВЦІ – ФАШИСТИ – КАРАТЕЛІ – ХУНТА.

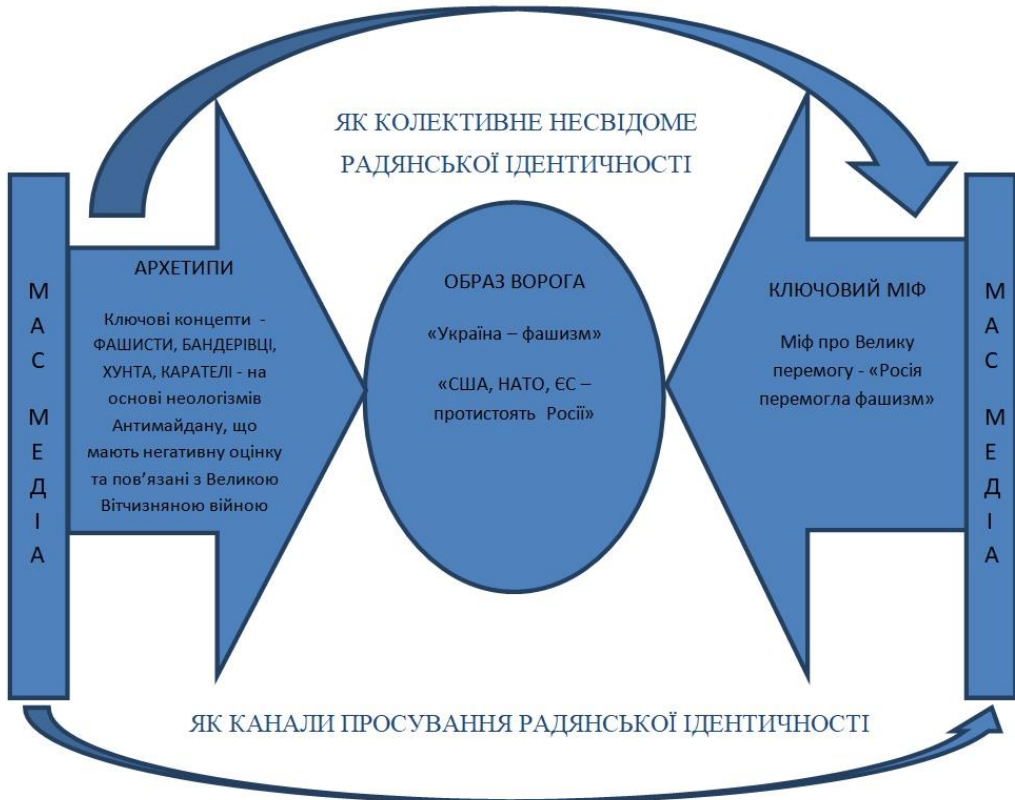
Схема 4. Вибірка ключових концептів впливогенної проблематики в умовах сучасної консцієнтальної війни Росії проти України.



Як стверджує С.А. Жаботинська, у цьому випадку «поняття «фашисти» стає квінтесенцією негативної оцінки, найбільш повним втіленням «плохости», «шкодочинності» ворога. А якщо так, то до нього не може бути ніякої жалості, він заслуговує тільки смерті». На думку дослідниці, «інформація про те, що батьки і діди нинішніх українців були однією з основних рушійних сил у боротьбі з фашистською Німеччиною, вилучено зі свідомості сучасного росіянина...». Тому «...саме негативна оцінка, яку породжує неологізм, перетворює його на небезпечну зброю консцієнтальної війни» [28, 27]. У такій ситуації об'єктивно подана інформація, що відображає реальну картину світу, просто не діє на свідомість людини. Адже особливість колективної психіки полягає в тому, що людина не розрізняє реальність і образи колективного несвідомого. Коли людина знаходиться під впливом колективного несвідомого, вона не тільки бачить картинку-образ всередині себе, вона відчуває цей образ, і тоді запускається емоція. А там, де включилася емоція, раціональне спростування просто не працює [29, 26].

У результаті концептосфера впливогенної проблематики в контексті консцієнтальної війни, яку веде проти України Росія, виглядає наступним чином:

Схема 5. Концептосфера впливогенної проблематики в умовах консцієнтальної війни Росії проти України.



На сьогоднішній день представлена концептосфера впливогенної проблематики як *результат* даного дослідження заслуговує на особливу увагу, оскільки дає можливість наочно побачити та зрозуміти механізм маніпулювання свідомістю через архетипи в умовах сучасної консцієнтальної війни Росії проти України, а також допомагає зрозуміти природу викликів, з якими зіткнулася Україна, і як результат – можливість відповісти на ці виклики та шанс перемогти у цій гібридній війні. Адже проблема все ще залишається невирішеною. Так, на сьогоднішній день все ще спостерігається відсутність будь-якої динаміки змін у суспільній свідомості українського суспільства – воно як було розділене майже навпіл щодо базових політичних питань, так і залишається таким. Такі висновки підтверджуються результатами соціологічного дослідження «Вплив російської пропаганди на суспільну думку в Україні», яке було проведено КМІС на замовлення ГО «Детектор медіа». Його результати показали, що на кінець 2016 року вплив російської пропаганди зберігається, адже громадяни України мають дуже суперечливі уявлення щодо подій в країні, незважаючи на те, що російська військова агресія на той момент тривала майже три роки. Дослідження мало за мету представити кореляцію між поведінкою людей та нав'язаним російськими ЗМІ агресивним дискурсом з його маніпулятивними меседжами, зокрема, сприй-

няття громадянами України цих меседжів. Так, з тезою про те, що «Події, що відбулися взимку 2014 року в Києві – це незаконний збройний переворот» – за результатами опитування погоджуються 34,3% респондентів по всій Україні. Зокрема, найбільше погодилися з такою тезою на Півдні (51,1%) та Сході (57,3%) країни [30].

Така ситуація, викликана, перш за все, дисонансом в українському медіапросторі, «коли різні медіа подають різну картину світу і відсутній єдиний порядок денний, що, звичайно, характерно для демократій». Однак, як вважає Д. Дуцик, така ситуація обумовлена ще й тим, що «влада, медіа та частина громадського сектору, яка працює з такими темами, не допрацьовують». Крім того, зафіксовано зростання кількості тих, хто приймає російські канали через супутник (2015 – 42%, 2016 – 78,7%), незважаючи на те, що доступ до російських телеканалів в Україні сьогодні є обмеженим (у 2015 році, коли проводилося перше опитування, такий доступ був необмежений) [31].

5. Висновки

1. Населення Криму та Донбасу, яке було найбільш лояльне до СРСР за часи його існування, після отримання Україною незалежності у 1991 р. переважно не набуло української ідентичності. Більше того, протягом усього періоду незалежності України дані регіони перебували в російському інформаційному просторі, який сформував спільноту тоталітарної свідомості з ірраціональним мисленням, в якій процвітають міфи, кліше та емоції. У результаті на території таких регіонів України як Донбас і Крим, збереглася радянська ідентичність з усіма її складниками: російською мовою та культурою, символікою, героями та антигероями, ціннісними орієнтаціями, звичаями, традиціями, міфами тощо.

2. Відтак, на початок 2013-14 років суспільство в Україні було розділеним (divided society), в якому співіснувало дві антагоністичні ідентичності – українська та радянська. Відмова від євроінтеграції у 2013 році стало загрозою існуванню української ідентичності та каталізатором і однією з головних причин початку Революції Гідності (Майдану), якій протистояла ідентичність радянська (Антимайдан).

3. У конфлікті на сході України одну з ключових ролей відіграє консцієнтальна війна як складова гібридної агресії Росії проти України. Саме консцієнтальна війна спрямована на зміну свідомості громадян України. Завданням консцієнтальної війни є знищення ментальних структур особистості, її моральних установок, системи цінностей і як результат – національної ідентичності. Така війна працює у віртуальному просторі і має довготривалий та стратегічний характер, залишаючи жертву живою, але зі зміненою системою цінностей.

4. Концептосфера впливогенної проблематики в умовах сучасної консцієнтальної війни Росії проти України знаходиться в площині колективного несвідомого, де концепти дослідження відображають світоглядно-ціннісні архетипи частини українського суспільства з радянською ідентичністю і є одним з ключових інструментів впливу в цій війні. Через роботу з цими архетипами відбувається підміна понять та поступова зміна культурного коду української нації та її майбутньої життєвої стратегії. Росія як супротивник України не тільки розуміє архетипи як фундаментальні цінності цієї частини українського суспільства, але і правильно на них впливає.

5. Неологізми Антимайдану як архетипи та носії радянської ідентичності, що виникли в результаті консцієнтальної війни, мають особливий вплив, оскільки формуються переважно віртуальними фактами (відсоток яких коливається в діапазоні 78,1% – 100%), і по своїй природі є міфічними. Саме Антимайдан воює з віртуальним світом «фашистів» і «Бендерівців», які продалися «Гейропі» і «Фашингтону». Представлені нами ключові концепти БАНДЕРІВЦІ – ФАШИСТИ – КАРАТЕЛІ – ХУНТА на основі неологізмів Антимайдану, чітко виконують визначену їм ідеологічну функцію, забезпечують підтримку

агресивної політики антиукраїнських сил та є небезпечною зброєю консцієнтальної війни. Нівелюючи, осміюючи дії та цінності Майдану, відносячи їх до сфери «низького» та небезпечного, вони, тим самим, направлені на зруйнування в Україні української ідентичності та відродження відповідно ідентичності радянської.

6. З іншого боку, як складові радянської ідентичності, ці ключові концепти відповідають міфам, створеним ще за часів Радянського Союзу, і відродженим в контексті сучасної консцієнтальної війни Росії проти України. Цей фактор відіграє вирішальну роль, адже саме ці міфи та концепти як архетипи є найпотужнішими, оскільки знаходяться в колективному несвідомому кількох поколінь не тільки росіян, але й частини громадян України. Таким ключовим міфом радянської ідентичності в контексті сучасної інформаційної війни Росії проти України є міф про Велику Перемогу, адже саме він дає всій системі імунітет проти раціонального спростування, переводячи конфлікт із раціонального (інтереси) на емоційний ґрунт. Саме завдяки цьому міфіві культивується Образ Ворога, а саме образ України як нібито країни фашизму та образ «ворогів» з США, НАТО, ЄС, які нібито намагаються знищити Росію. У результаті, населенню України, в першу чергу у східних та південних областях, нав'язується специфічний світогляд, який спонукає підтримувати дії Москви. Провідниками цієї міфології є, в першу чергу, місцеві засоби масової інформації.

7. Станом на 2017 рік вплив російської пропаганди в Україні зберігалися. Через суттєвий дисонанс в українському медіапросторі, коли відсутній єдиний порядок денний і різні медіа подають різну картину світу, її громадяни мають доволі суперечливі уявлення щодо подій в країні, у суспільній свідомості зберігається розділеність щодо базових політичних питань.

References

1. Hromadske Radio (2017), “Whose fault is the war in Donbas: the results of survey”, available at: <https://hromadskeradio.org/news/2017/07/09/hto-vynen-u-viy-na-na-donbasi-rezultaty-socopytuvannya> (accessed 19 January 2018).
2. Protnikov, V. (2017), “No more monuments to Putin in Ukraine”, *Obozrevatel*, available at: <https://www.obozrevatel.com/politics/pamyatnikov-putinu-v-ukraine-bolshe-net.htm> (accessed 19 January 2018).
3. Dickinson, P. (2017), “Kremlin is preparing to a new hybrid war”, *Novoe Vremja*, available at: <http://nv.ua/opinion/dickinson/kreml-gotovitsja-k-novoj-gibridnoj-vojne-502952.html> (accessed 19 January 2018).
4. Gromyko, Ju. (1997), “The weapons that strike consciousness - what is it?”, *Who Will Own Consciental Weapon in the XXI Century?*, in Krupnov, Ju.V. (Ed.), Russia 2010, 307 p.
5. Creative Group “From A to Z” (2017), “Consciental wars: reality and fantasy”, available at: http://ot-a-do-ya.org/Articles/Global/Cons_war.aspx#.WhKvoZTEfIU (accessed 19 January 2018).
6. Kolodiy, A. (2015), “Antonina Kolodiy: The war aimed at striking consciousness is going on. Hence the tricks of “Inter””, *ZIK: Informational Portal*, available at: http://zik.ua/news/2015/01/02/antonina_kolodiy_viy_na_urazhennya_svidomosti_prodovzhuie_tsy_a_zvidsy_vytivky_intera_553739 (accessed 19 January 2018).
7. Butyrina, M.V. (2009), *Mass-Media as Environment for Creation and Functioning of Mass Consciental Stereotypes*, Abstract of the Dr. diss. (soc.com.), Institute of Journalism, National Taras Shevchenko University of Kyiv, 32 p.
8. Kozyriatska, S.A. (2016), “Discursive practices in Russia’s media sphere: synthesis of two ideologies or dilution of landmarks”, *Naukovi Pratsi : Filolohischni Nauky [Scientific Pa-*

pers : Philological Sciences], vol. 42, Kamianets-Podilskyi “Aksioma”, pp. 239-244, available at: http://dspace.zsmu.edu.ua/bitstream/123456789/5121/1/16КозиряцькаСА_239-244.pdf (accessed 19 January 2018).

9. Rosinka O.A. (2016), “Archetype in media text: space image”, *Intehrovani Komunikatsii [Integrated Communications]*, vol. 2, Borys Grinchenko Kyiv University, Institute of Journalism, Kyiv, pp. 86-89.

10. Jung, C. (1993), *Archetypes and the Collective Unconscious*, Logos, Moscow, 364 p.

11. Jung, C. (1997), *Man and His Symbols*, Serebrjanye niti, Moscow, 368 p.

12. Vovchenko, O.A. (2016), *The Archetypic Nature of Ukrainian Society As a Criterion of Self-Identification of the Nation (Security Dimension)*, PhD diss. (polit. sci.), National Institute of Strategic Research, Kyiv, 213 p.

13. Chervonenko, V. (2017), “The CIA archives: how the US prepared the anti-Soviet operations in Ukraine”, *BBC Ukraine*, available at: <http://www.bbc.com/ukrainian/features-38809517> (accessed 19 January 2018).

14. Kolodii, A. (2015), “Interregional divisions in Ukraine and some principles of public governance”, in Yaroshenko, T.O. (Ed.), *Proceedings of the Conference “Building the New Ukraine”, 26-27 November 2014*, Vydavnychy Dim “Kyievo-Mohylianska Akademiia”, Kyiv, pp. 309-327, available at: <http://www.ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/4618> (accessed 19 January 2018).

15. Shutov, R. (2014), “Morphology of the Russian myth”, *Media Sapiens*, available at: http://osvita.mediasapiens.ua/monitoring/advocacy_and_influence/morfologiya_rosiyskogo_mifu (accessed 19 January 2018).

16. Semyvolos, I. (2017), “Civil conflict or war with Russia?”, *Novoe Vremja*, available at: <http://nv.ua/opinion/semivolos/grazhdanskij-konflikt-ili-vojna-s-rossiej-725037.html> (accessed 19 January 2018).

17. Nesterova, M. (2016), “Information wars: how they manipulate our consciousness”, *LIGA.net*, available at: <http://biz.liga.net/upskill/all/stati/3526624-informatsionnye-voyny-kak-manipuliruyut-nashim-soznaniem.htm> (accessed 19 January 2018).

18. Dolyna, N. (2015), “Lies as a viral disease”, *Uriadovyi Kurier [Government Courier]*, available at: <http://ukurier.gov.ua/uk/articles/brehnya-yak-virusne-zahvoryuvannya> (accessed 19 January 2018).

19. Zhabotynska, S.A. (2014), *Language as a Weapon in the War of World Outlook (Maidan - AntiMaidan: Dictionary-Thesaurus of Lexical Innovations)*, UAkLiP, Kyiv, 90 p., available at: http://uaclip.at.ua/zhabotinskaja-jazyk_kak_oruzhie.pdf (accessed 19 January 2018).

20. Hostiev, O. (2017), “Russia is a country with absolutely Soviet mentality – Babchenko”, *Radio Svoboda [Radio Liberty]*, available at: <http://www.radiosvoboda.org/a/28389109.html> (accessed 19 January 2018).

21. Shutov, R. (2014), “Morphology of the Russian Myth”, *Media Sapiens*, available at: http://osvita.mediasapiens.ua/monitoring/advocacy_and_influence/morfologiya_rosiyskogo_mifu (accessed 19 January 2018).

22. Korrespondent.net (2006), “Expert: Russia has launched an ideological war against Ukraine in order to prevent its membership in NATO”, available at: <http://ua.korrespondent.net/ukraine/270344-ekspert-rosiya-rozpochala-ideologichnu-vijnu-proti-ukrayini-z-metoyu-ne-dopustiti-yiyi-chlenstva-v-nato> (accessed 19 January 2018).

23. Plakhtii, T. (2014), “Archetypical governance of the Ukrainian society”, *Zbruc*, available at: <http://zbruc.eu/node/22602> (accessed 19 January 2018).

24. Dzialoshinskij, I.M. (2006), *Manipulative Technologies in Mass Media: a Textbook*, Humanitarian Institute, Moscow, 48 p.

25. Jung, C. (1993), *Archetypes and the Collective Unconscious*, Logos, Moscow, 364 p.

26. Jung, C. (1997), *Man and His Symbols*, Serebrjanye niti, Moscow, 368 p.

27. Lavrynenko, I. (2015), "Mass psychosis: how mass-consciousness is manipulated?", *Racurs.ua*, available at: <http://ua.racurs.ua/820-masovyy-psyhoz-yak-vidbuvaietsya-manipuluvannya-masovou-svidomistu> (accessed 19 January 2018).
28. Zhabotynska, S.A. (2014), *Language as a Weapon in the War of World Outlook (Maidan – AntiMaidan : Dictionary-Thesaurus of Lexical Innovations)*, UAKLiP, Kyiv, 90 p., available at: http://uaclip.at.ua/zhabotynskaja-jazyk_kak_oruzhie.pdf (accessed 19 January 2018).
29. Lavrynenko, I. (2015), "Mass psychosis: how mass-consciousness is manipulated?", *Racurs.ua*, available at: <http://ua.racurs.ua/820-masovyy-psyhoz-yak-vidbuvaietsya-manipuluvannya-masovou-svidomistu> (accessed 19 January 2018).
30. Media Sapiens (2017), "Survey of Russian propaganda influence on public opinion in Ukraine findings", available at: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprovita/research/yak_rosijska_propaganda_vplivaє_na_suspilnu_dumku_v_ukraini_doslidzhennya (accessed 19 January 2018).
31. Dutsyk, D. (2017), "Once more about the study of influence of Russian propaganda. The answer to criticism", *Detector Media*, <http://detector.media/infospace/article/123214/2017-02-16-shche-raz-pro-doslidzhennya-pro-vpliv-rosiiskoi-propagandi-vidpovid-na-kritiku> (accessed 19 January 2018).

Список джерел

1. Хто винен у війні на Донбасі: результати соціопитування. [Електронний ресурс] // Громадське радіо. – Режим доступу: <https://hromadskeradio.org/news/2017/07/09/hto-vynen-u-viyna-na-donbasi-rezultaty-socorutuvannya>. – Дата доступу: 19.01.2018.
2. Портников В. Памятников Путина в Украине больше нет. [Электронный ресурс] // Обозреватель. – Режим доступа: <https://www.obozrevatel.com/politics/pamyatnikov-putinu-v-ukraine-bolshe-net.html>. – Дата доступу: 19.01.2018.
3. Дикинсон П. Кремль готовится к новой гибридной войне. [Электронный ресурс] // Новое время. – Режим доступа: <http://nv.ua/opinion/dikinson/kreml-gotovitsja-k-novoj-gibridnoj-vojne-502952.html>.
4. Громыко Ю.В. Оружие, поражающее сознание, – что это такое? // Кому будет принадлежать консциентальное оружие в XXI веке?. – под ред. Крупнова Ю.В. – М: Россия 2010, 1997. – 307 с.
5. Консциентальные войны: реальность и фантастика [Электронный ресурс] // Творческая группа «От А до Я» : [сайт]. – Режим доступа: http://ot-a-doya.org/Articles/Global/Cons_war.aspx#.WhKvoZTEfU. – Дата доступу: 19.01.2018.
6. Антоніна Колодій: Війна на ураження свідомості продовжується. Звідси витівки «Інтера» // ZIK : Інформаційний портал. – Режим доступу: http://zik.ua/news/2015/01/02/antonina_kolodiy_viyna_na_urazhennya_svidomosti_prodozhuietsya_zvidsy_vytivky_intera_553739. – Дата доступу: 19.01.2018.
7. Бутиріна М.В. Мас-медіа як середовище створення та функціонування стереотипів масової свідомості : автореф. д.н.соц.ком.: 27.00.01 / Бутиріна Марія Валеріївна; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут журналістики. – К., 2009, – 32 с.
8. Козиряцька С.А. Дискурсні практики медіа-сфери Росії: синтез двох ідеоологій чи розмивання орієнтирів / Козиряцька С.А. // Наукові Праці : Філологічні науки. – Вип. 42. – 2016. – С. 239 – 244.
9. Росінська О.А. Архетип у медіа тексті: просторові образи / Росінська Олена // Інтегровані комунікації. – Вип. 2 – 2016. – С. 86 – 89.
10. Юнг К.Г. Об архетипах коллективного бессознательного / Карл Густав Юнг. – М.: Логос, 1993. – 364 с.

11. Юнг К. Человек и его символы / Карл Густав Юнг. – М.: Серебряные нити, 1997. – 368 с.
12. Вовченко О.А. Архетиповість українського суспільства як визначальний чинник самоідентифікації нації (безпековий вимір) : дис. ... канд. політ. наук: 21.01.01 / Вовченко Ольга Анатоліївна ; Національний Інститут Стратегічних Досліджень. – К., 2016. – 213 с.
13. Червоненко В. Архів ЦРУ: як у США готували антирадянські операції в Україні. [Електронний ресурс] // BBC Україна. – Режим доступу: <http://www.bbc.com/ukrainian/features-38809517>.
14. Колодій А. Міжрегіональні поділи в Україні та деякі принципи публічного врядування / Антоніна Колодій // Будуємо нову Україну: Збірник конференції. 26–27 листопада 2014 р. – К.: видавничий дім «Києво-Могилянська Академія», 2014. – С. 309-327.
15. Шутов Р. Морфологія російського міфу. [Електронний ресурс] // Media Sapiens. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/monitoring/advocacy_and_influence/morfologiya_rossijskogo_mifu/. – Дата доступу: 19.01.2018.
16. Семиволос І. Гражданский конфликт или война с Россией? [Электронный ресурс] // Новое время. – Режим доступа: <http://nv.ua/opinion/semivolos/grazhdanskij-konflikt-ili-vojna-s-rossiej-725037.html>. – Дата доступу: 19.01.2018.
17. Нестерова М. Информационные войны: как манипулируют нашим сознанием. [Электронный ресурс] // ЛІГА.net. – Режим доступа: <http://biz.liga.net/upskill/all/stati/3526624-informatsionnye-voyny-kak-manipuliruyut-nashim-soznaniem.htm>. – Дата доступу: 19.01.2018.
18. Долина Н. Брехня як вірусне захворювання. [Електронний ресурс] // Урядовий кур'єр. – Режим доступу: <http://ukurier.gov.ua/uk/articles/brehnya-yak-virusne-zahvoryuvannya/>. – Дата доступу: 19.01.2018.
19. Жаботинская С.А. Язык как оружие в войне мировоззрений / Майдан Антимайдан словарь тезаурус лексических инноваций. – Київ, УАКЛіП. – 90 с. – Режим доступу: http://uaclip.at.ua/zhabotinskaja-jazyk_kak_oruzhie.pdf. – Дата доступу: 19.01.2018.
20. Гостев О. «Росія – країна-носіє абсолютного радянського менталітету» – Бабченко. [Електронний ресурс] // Радіо свобода. – Режим доступу: <http://www.radiosvoboda.org/a/28389109.html>. – Дата доступу: 19.01.2018.
21. Шутов Р. Морфологія російського міфу. [Електронний ресурс] // Media Sapiens. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/monitoring/advocacy_and_influence/morfologiya_rossijskogo_mifu/. – Дата доступу: 19.01.2018.
22. Експерт: Росія розпочала ідеологічну війну проти України з метою не допустити її членства в НАТО. [Електронний ресурс] // Корреспондент.net. – Режим доступу: <http://ua.korrespondent.net/ukraine/270344-ekspert-rosiya-rozpochala-ideologichnu-vijnu-proti-ukrayini-z-metoyu-ne-dopustiti-yiyi-chlenstva-v-nato>. – Дата доступу: 19.01.2018.
23. Плахтій Т. Архетипне управління українським суспільством. [Електронний ресурс] // Media Sapiens. – Режим доступу: <http://zbruc.eu/node/22602>. – Дата доступу: 19.01.2018.
24. Дзялошинский И.М. Манипулятивные технологии в СМИ : Учебно-методическое пособие для студентов факультета журналистики. / Иосиф Михайлович Дзялошинский. – М.: Гуманитарный институт, 2006. – 48 с.
25. Юнг К. Г. Об архетипах коллективного бессознательного / Карл Густав Юнг. – М.: Логос, 1993. – 364 с.
26. Юнг К. Человек и его символы / Карл Густав Юнг. – М.: Серебряные нити, 1997. – 368 с.
27. Лавриненко І. Масовий психоз: як відбувається маніпулювання масовою свідомістю. [Електронний ресурс] // Ракурс. – Режим доступу: <http://ua.gacurs.ua/820>

masovyy-psyhoz-yak-vidbuvaietsya-manipuluvannya-masovou-svidomistu. – Дата доступу: 19.01.2018.

28. Жаботинская С.А. Язык как оружие в войне мировоззрений / Майдан Антимайдан: словарь тезаурус лексических инноваций. – Київ, УАКЛіП. – 90 с. – Режим доступу: http://uaclip.at.ua/zhabotinskaja-jazyk_kak_oruzhie.pdf. – Дата доступу: 19.01.2018.

29. Лавриненко І. Масовий психоз: як відбувається маніпулювання масовою свідомістю. [Електронний ресурс] // Ракурс. – Режим доступу: <http://ua.racurs.ua/820-masovyy-psyhoz-yak-vidbuvaietsya-manipuluvannya-masovou-svidomistu>. – Дата доступу: 19.01.2018.

30. Як російська пропаганда впливає на суспільну думку в Україні (дослідження). [Електронний ресурс] // Media Sapiens. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/yak_rosiyska_propaganda_vplivae_na_suspilnu_dumku_v_ukraini_doslidzhennya/. – Дата доступу: 19.01.2018.

31. Дуцик Д. Ще раз про дослідження про вплив російської пропаганди. Відповідь на критику. [Електронний ресурс] // Detector Media. – Режим доступу: <http://detector.media/infospace/article/123214/2017-02-16-shche-raz-pro-doslidzhennya-pro-vpliv-rosiiskoi-propagandi-vidpovid-na-kritiku/>. – Дата доступу: 19.01.2018.