

Оксана Дарморіз

Соціальний міф як засіб консолідації українців та протистояння ворожій пропаганді

Розглянуто соціальний міф як засіб впливу на маси та маніпуляції колективною свідомістю. Проаналізовано існування соціальних міфів в сучасному суспільстві та специфіку їх розповсюдження через засоби масової інформації. Мас-медіа описано як засоби, які дозволяють владі орієнтувати населення на потрібні соціально-політичні установки, контролюють протидію, дають фактам потрібну оцінку, запроваджують визначені цінності та ідеали. Досліджено пропаганду як одну з форм комунікації, що впливає на формування суспільної думки та сприяє появі певної громадянської позиції та соціальної активності. Визначено елементи формування довіри до медіа – довіра до змісту повідомлення, до джерела інформації, а також до конкретного типу засобів масової інформації. Опрацьовано способи маніпуляції масовою свідомістю, котрі застосовуються пропагандою. Виявлено значення мови як важливого аспекту подання та сприйняття інформаційних повідомлень.

Ключові слова: соціальний міф, пропаганда, медіа, маніпуляція, колективна свідомість, сучасне українське суспільство.

Oksana Darmoriz

Social myth as a Means of Consolidation of Ukrainians and Counteraction to Hostile Propaganda

The article deals with a social myth as a means of influence on masses and manipulation of collective consciousness. The existence of social myths in modern society and specificity of their dissemination through media has been analysed. Mass media is described as a means which allow the authorities to target population at the necessary socio-political directions, control resistance, give facts the necessary estimation and introduce the appointed values and ideals. The article researches propaganda as one of the forms of communication which affects the formation of public opinion and promotes the emergence of certain civil position and social activity. The study has defined the elements of formation of trust to media – trust to the content of a message, to the source of information and also to the specific type of media. It has been processed the ways of manipulating public consciousness, which are used by propaganda. We have detected the value of language as an important aspect of presentation and perception of information messages.

Key words: Social Myth, Propaganda, Media, Manipulation, Collective Consciousness, Modern Ukrainian Society.

В умовах тотального засилля російської пропаганди у сучасному українському медіа-просторі, яка формує певне викривлене розуміння реальності пересічною людиною, маніпулює її свідомістю та поведінкою, нагнітає напругу в суспільстві, сприяє поширенню хибної чи відверто неправдивої інформації, дуже важливо не лише дослідити цей феномен, зрозуміти його природу, функції, засоби поширення та вплив на людину та суспільство, але й виявити можливості протидії. Зважаючи на те, що розповсюдження пропагандистських ідей відбувається за допомогою методів соціальної міфотворчості й навіть є її частиною, усвідомлення українських реалій має відбуватися через призму дослідження соціального міфу. Саме він може бути відповіддю на багато питань та викликів, які постають перед українським суспільством в сьогодні.

Соціальна міфологія у сучасному вигляді як засіб впливу на маси та маніпуляції колективною свідомістю виникає у XIX ст., коли міф стає специфічним феноменом ідеологічної практики. Тоді ж розпочинається її філософське осмислення. Роботи А. Шопенгауера, Ф. Ніцше, Ж. Сореля, В. Парето, З. Фрейда, К.-Г. Юнга стали підґрунтям для розуміння соціального міфу, на той час виключно ідеологічного чи політичного. Серед них найґрунтовніше співпадіння міфу та ідеології розглянув Ж. Сорель, котрий одним із перших акцентував свою увагу на розробленні теорії соціальних міфів. Вчений наголошував на тому, що сучасні міфи згруповують людей, внаслідок чого вони стають легко керованими. Він розглядав суспільний устрій як результат сукупності образів (міф) та волі народу (мобілізація), причому міф і є головним духовним засобом мобілізації. Відзначав, що кожен

клас створює свої міфи відповідно до первинних уявлень та відчуттів. Серед найбільш розповсюджених він називав «міф всезагального страйку», «міф свободи», «міф рівності». Ці міфи він розглядав виключно як засіб впливу на сьогодні, умову об'єднання людей для реалізації їх активності, але вони не можуть реально застосовуватися до плину історії. При цьому міф розглядався такою реальністю, з якою немає сенсу сперечатися. Жодний аналіз, розкладання міфу на складові частини не виявляє його сутності, адже неможливо розкласти на складові почуття та інстинкти. «Міф неможливо спростувати, так як він, по-суті, тотожний з переконаннями певної групи, виявляє ці переконання на мові руху» [5, с. 51]. Через свою невизначеність, міф формує суспільну думку ефективніше, ніж ідеологія. Спонтанність задіює емоції, котрі набагато сильніші від розуму.

Згодом про маніпулятивну роль соціальних міфів говоритимуть Р. Барт, М. Еліаде, Б. Шацька, К. Армстронг та інші, а Е. Касирер, досліджуючи проблему політичного міфу, прирівняє його до складної зброї масового ураження, а технологію його створення – до однієї з найскладніших наукових технологій: «Міф завжди трактувався як результат несвідомої діяльності і як продукт свободної гри уяви. Але зараз міф створюється у відповідності до плану. Нові політичні міфи не виникають спонтанно, вони не є диким витвором бурхливої уяви. Навпаки, вони являються штучними витворами, створеними умілими та вправними «майстрами». XX століттю – великій епосі технічної цивілізації – судилося створити і нову техніку міфу, оскільки міфи можуть створюватися так само і відповідно до тих самих

правил, що й інша сучасна зброя, як кулемети чи літаки» [3, с. 61].

В сучасному суспільстві соціальні міфи пов'язані з впровадженням певних пропагандистських ідей або протистоянням пропаганді, як формі комунікації, що впливає на формування суспільної думки та сприяє появі певної громадянської позиції та соціальної активності.

«У наш час пропаганда асоціюється передусім з конфліктом між державами, але цей термін також можна застосовувати до релігії, політики, інших важливих питань, що стосуються переконань. Вона частково відрізняється від простих спроб переконування. Пропаганда здебільшого виникає у дуже спірних питаннях; вона часто примусова й агресивна; вона не об'єктивна і має мало спільного з правдою, якщо взагалі не брехлива. Її можна зобразити, використовуючи кольори, від «чорної» (оманливої, небезпечної і безпринципної) до «білої» (ніжної і з вибірковим застосуванням правди). Зрештою її проводять в інтересах пропагандистів, а не цільової аудиторії» [4, с. 440], – зазначав Д. Мак-Квейл. І справді, засобами пропагандистського впливу можна розповсюджувати політичну доктрину держави, етичні цінності, національну ідею, заохочувати до здорового способу життя чи активного громадянського життя. Проте може бути й негативний аспект використання пропаганди, коли з її допомогою відбувається маніпуляція масовою свідомістю та поведінкою з метою досягнення певних корисних цілей владною верхівкою. При цьому пропагандистський вплив може здійснюватися, як в межах своєї держави, так і на території інших держав.

Такий маніпулятивний характер переважає й в реаліях українського сьогодення. В умовах російської агресії на сході України, анексії Криму, відбувається й активне агресивне втручання у сферу формування світоглядних стереотипів українців російською пропагандою, а також побудова викривленого сприйняття українських реалій у російському середовищі, на окупованих територіях та в європейських (і навіть американських) споживачів інформації. Крім того слід звертати свою увагу і на зміщення акцентів та викривлення смислів у самих українців з боку зовнішніх агентів та недостатньої кваліфікації українських журналістів, котрі через незнання несвідомо можуть ставати засобом маніпуляції, маючи при цьому цілком «благі наміри».

Поширенням соціальних міфів та пропагандистських ідей в сучасних умовах займаються передусім засоби масової інформації, які мають чи не найбільший вплив на суспільство. Зміст повідомлень охоплює весь спектр психологічного впливу в діапазоні від інформування і навчання до переконування і навіювання, адже такими є й очікування. Ж. Бодрійяр відзначав, що маси не потребують істинної інформації, такої, що несе смисли, а лише надають значення знаковості, видовищності. «Численні моралізаторські заклики до інформування: гарантувати масам високий ступінь обізнаності, забезпечити їм повноцінну соціалізацію, підвищити їх культурний рівень і т.д. – диктуються виключно логікою здорового глузду. Ці заклики, проте, цілком не дієві – раціональна комунікація і маси несумісні. Масам надають

смисли, а вони очікують видовища. Переконати їх в необхідності серйозного підходу до змісту чи хоча б коду повідомлення не вдається жодними зусиллями» [1, с. 15].

Водночас, не усі засоби масової інформації будуть однаково ефективними у розповсюдженні навіть тієї інформації, яка на перший погляд позбавлена смислу, а насправді є важливим засобом маніпуляції масовою свідомістю. Важливе значення для сприйняття інформації реципієнтом має довіра до медіатора – посередника, через який транслюється інформація. Зокрема особливу роль відіграють довіра до змісту повідомлення (чи є воно достовірним, точним, своєчасним), до джерела (береться до уваги попередня діяльність та сформована репутація), а також до конкретного типу засобів масової інформації (скажімо, на сучасному етапі більш достовірним засобом вважаються Інтернет-ресурси, ніж їх друковані, теле- чи аудіо-версії).

Входження окремих індивідів в процес масової комунікації дозволяє їм встановити і підтримувати зв'язок з більш широким соціальним середовищем, межі якого знаходяться далеко за межами їх безпосереднього оточення, особливо в Інтернет-просторі. Мас-медіа створюють враження, що, поділяючи їх позицію, ми перебуваємо в більшості, а думка більшості завжди сприйматиметься, як істинна, бо ж не може помилятися величезна кількість людей, в той час, як окрема людина завжди має право на помилку.

Важливе значення для впровадження соціального міфу в маси має довіра до такого знання, його прихильників та розповсюджувачів. Довіра людини до яких-небудь явищ, дій, подій залежить, з одного боку, від його суб'єктивних уявлень про сумлінність, щирості і правильності, а з іншого – від сформованих у суспільстві стереотипів, структури існуючих цінностей, культурних особливостей.

Довіра як психологічний стан людини реалізується в її поведінці: будь-які людські дії, що мали позитивний результат викликають довіру, а отже при їх повторенні, людина буде конструювати свою поведінку по аналогії з попереднім досвідом. Водночас довіра є здатністю людини наділяти властивостями безпеки, надійності, значущості явища і об'єкти навколишнього світу, а також інших людей і їх можливі дії. «Це очікування у членів спільноти, що інші її представники будуть поводити себе більш чи менш передбачувано, чесно і з увагою до потреб навколишніх, згідно з певними загальними нормами», – зазначає Ф. Фукуяма [6, с. 23].

Найцікавіше, що прагнучи викликати довіру у реципієнтів, ЗМІ часто використовують маніпулятивні технології при ретрансляції інформаційних повідомлень. Особливо це стосується ідеологічних впливів, які завжди здійснюються з використанням соціального міфу через засоби масової комунікації. Інформація стає основним продуктом і однією з головних цінностей суспільства. Інформація завжди передбачає суб'єктивні елементи (оцінки, думки, сприйняття і т.д.). Іноді вона навмисно спотворена, неадекватна, її використовують певна людина чи група осіб в корисних цілях. Невідворотним наслідком неадекватності буде процес соціальної дезінформації, оскільки ціллю його є маніпуляція масовою свідомістю.

Для описання реалій українського сьогодення російські медіа найчастіше викори-

стовують для маніпуляції наступні методи, описуючи та коментуючи сучасні українські події чи українську історію.

Насамперед варто говорити про навмисне викривлення інформації (від відкритої неправди до зміщення поняття по семантичному полю), що дозволяє створити такий образ реальності, який є повністю хибним, але відповідає очікуванням споживача. Часом пересічна людина не потребує отримати істинну інформацію про подію, явище, іншу особу чи групу, а хоче підтвердження своїх (не завжди істинних) уявлень, котрі визначають спосіб її життя та світогляд. Для неї наймовірнішим стає порушення її усталеного розуміння світу, ніж сприйняття справжнього світу таким, яким він є насправді.

Дієвим засобом маніпуляції є приховування інформації через замовчування чи вибіркочну подачу матеріалу. З іншого боку, повідомлення може бути сприйняте потрібним для відправника чином і тоді, коли відбувається маніпулювання способом подачі матеріалу. Скажімо, дозвана (неповна) інформація не дає можливості ефективно нею скористатися. Цілеспрямоване компонування матеріалу теж може спонукати споживача інформації до потрібних висновків. Маніпулювання з часом подачі матеріалу, порядок його подачі під час його озвучення та обговорення безпосередньо впливають на оцінку ситуації в напрямку, необхідному для власників комунікаційних ресурсів чи їх замовників. Оскільки несвочасне інформування про подію (наприклад, запізніле, через певний час) робить подію неактуальною, тому й неважливою у низці інших подій. Подача важливих подій після менш значущих також знецінить їхнє значення для соціуму. Психологи стверджують, що в інформаційному повідомленні людина найкраще сприймає перших 3 – 7 фактів, саме тому резонансні події подаються першими в порядку денному інформаційних каналів, оскільки в іншому випадку вони можуть бути непоміченими аудиторією. Відомий мем «що там у хохлів?» пов'язаний саме із маніпулюванням порядком денним, коли усі російські канали новин розпочиналися з українських подій, які в цьому випадку сприймалися значущішими від власних.

Варто відзначити й такий метод маніпуляції, як переважання адресатів відомостями, відібраними за певним параметром, який використовується зазвичай тоді, коли необхідно змусити людей відмовитися від надаваної інформації. Реалізується через формування в адресатів переконання в тому, що інформація для них непотрібна або вкрай небезпечна. Достатньо надто детально розкрити певну проблему, щоб дрібні моменти уневажливили саму подію в цілому.

Важливим аспектом для подання та сприйняття інформаційних повідомлень від джерела інформації до споживача є мова. Сенси, які ми вкладаємо в ті чи інші слова й поняття формують нашу картину світу, визначають наше ставлення до явищ, подій, людей тощо. «Межі моєї мови означають межі мого світу» [2, с. 70], – писав Л. Вітгенштайн. Саме тому визначальне значення має той словниковий запас, яким ми користуємося

щоденно, як і те, якими словами позначаємо різні речі. ЗМІ теж у цьому плані відіграють особливу роль, оскільки оперують не тільки термінами, але й сенсилами, які транслюють в маси, і з часом, при багаторазовому повторюванні, можуть сприйматися, як аксіоми. Адже різне сприйняття ситуації буде, коли ми події на сході країни позначатимемо «АТО» чи оперуватимемо терміном «російська агресія», говоритимемо «терористи», «російські найманці» чи «ополченці», «окуповані території» чи «ЛНР/ДНР», називати українську владу «хунтою» чи «легітимними представницькими органами», ЗСУ «бандерівцями», «фашистами» чи «захисниками», події на Волині 1943 року «різнею» чи «трагедією». З іншого боку мова є консолідуючим спільноту фактором, однією з форм національного світогляду, тому в сучасному світі конфлікти з приводу мови є звичною справою. При цьому вони не просто пов'язані з боротьбою за мову, але й ведуться за допомогою мови. Ілюстрацією цьому є мовна ситуація в Україні, якою для отримання політичних дивідендів маніпулюють уже протягом багатьох років.

Цікаво, що в українському суспільстві протистояння російській пропагандистській машині, яка щоразу все більше набирає обертів ще з часу так званої Революції Гідності 2013-14 рр., практично немає. Скоріше можемо говорити про окремі спонтанні спроби творення елементів національної ідеї, розвінчання фейкових повідомлень російських інформаційних джерел, проте загальної державної політики щодо формування позитивного іміджу держави, як серед внутрішнього споживача, так і за кордоном не прослідковується. Натомість спроби дискредитації нашої країни на світовому та українському інформаційному полі ведуться постійно.

Технологія сучасного соціального міфу передбачає, що він повинен відображати не дійсність, а специфіку психологічних очікувань натовпу, оскільки останній сприйме лише ті ідеї, які визрівали в його середовищі тривалий час. Саме тому в соціальній міфотворчості найдієвішими є використання сюжетів, міфологічних типів та персонажів, характерних для первісної культури, архетипів, трансформованих у сучасні особливості соціального устрою, розвитку науки і техніки, інформаційне середовище, тобто ті елементи міфологічної свідомості, що пройшли випробування часом і яким людина довіряє. Якщо проаналізувати сучасні соціальні міфи, зауважимо, що усі їхні складові так чи інакше повторюють те, що було добре відомо ще первісній людині.

Також велике значення для консолідації членів спільноти мають національні міфи, які сягають своїм корінням етнічної міфології як важливої складової формування та існування етносу. Найчастіше такі міфи називають етногенетичними, оскільки саме вони дають змогу окремому народові зберегти власну етнічну ідентичність, незважаючи на усі внутрішні та зовнішні загрози, спрямовані на його знищення, об'єднатися та протистояти зовнішнім впливам.

Серед етногенетичних міфів можна виділити кілька головних типів, котрі найчастіше використовуються етносами в умовах серйозної етнополітичної чи соціально-економічної кризи. При

цьому кожна етнічна група інтерпретує минуле, виходячи з своїх цілком конкретних одномоментних етнополітичних цілей. Зокрема, В. Шнирельман виділяє міфи про автохтонність, про прабатьківщину, про лінгвістичну спадкоємність, про «етнічну сім'ю», про славних предків, про культуртрегерство, про етнічну однорідність, про заляганого ворога, про етнічну єдність [7]. При цьому найчастіше застосовуються механізми гіперболізації (перебільшення) або літотизації (применшення) історичних фактів, подій; впровадження нуменозності образу влади та її носіїв, ритуалізація певних історичних подій. Широке застосування героїчних міфів пов'язане з необхідним введенням образу героя, який з необхідністю діє на благо спільноти, бореться з ворогом, допомагає встановити справедливість чи легітимізує наявний суспільний лад та владу еліт.

Ці образи, уявлення та переконання, накладені на актуальні соціальні, культурні та політичні умови існування української держави, специфіку розвитку подій сучасної історичної ситуації можуть стати підґрунтям для творення національної ідеї як об'єднавчого фактору для українців, завершення процесу формування політичної нації, вирішення внутрішніх протиріч та непорозумінь, національної та культурної ідентичності. При цьому

варто пам'ятати, що соціальна міфологія може бути й достатньо небезпечним явищем, завдяки якому влада може контролювати масову свідомість, програмувати оцінки та поведінку людей, викликати при потребі народне незадоволення чи схвалення, створювати ворогів та друзів, протиставляти одну націю іншій і т.п.

1. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального. – Екатеринбург, 2000

2. Вітгенштайн Л. Tractatus logico-philosophicus; Філософські дослідження. – К., 1995.

3. Кассирер Э. Техника современных политических мифов // Вестн. МГУ. – Сер. 7. Философия. – 1990. – № 2. – С. 58–65.

4. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. – Львів, 2010.

5. Сорель Ж. Размышления о насилии. – М., 2013.

6. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. – М., 2004.

7. Шнирельман В. Национальные символы, этноисторические мифы и этнополитика // Теоретические проблемы исторических исследований. – Вып. 2. – М., 1999.

УДК 72/76.036(477)"20"

Ольга Ліщинська

Візуальне мистецтво як чинник формування креативного простору довіри в сучасній Україні

Висвітлено роль візуального мистецтва під час Революції Гідності та гібридної війни в Україні. Розглянуто, як зусиллями митців твориться креативний простір суспільної довіри. Підкреслено, що довіра в суспільстві формується через спільність, елементами якої є спів-єдність, спів-цінності, спілкування, спів-дія, співтворчість. Розглянуто, як у сучасних умовах митці стали активними агентами творення простору суспільної довіри задля підтримки військових, медиків, волонтерів і вимушених переселенців. Показано, що мистецьке опрацювання теми історичних героїв, діалог культурних епох, звернення до знакових постатей нашої культури сприяє солідаризації громади, має потужну об'єднавчу, консолідуючу, інтегративну силу в умовах війни. Порушене питання участі митців у благодійних акціях для допомоги пораненим і постраждалим у війні, що своєю чергою скріплює суспільну довіру.

Ключові слова: візуальне мистецтво, довіра, Євромайдан, гібридна війна, співтворчість, діалог.

Olga Lishchyn'ska

Visual Art as Factor of Forming of Creative Environment of Trust in Modern Ukraine

The author discovers the role of visual art during Revolution of Dignity and hybrid war in Ukraine. The author also shows how artists put effort into building creative environment of social trust. In the article it is emphasized on the point that trust in society is formed by communion, which can be divided into common unity, common values, conversations, common actions and common creativity. It is also shown how the creatives have become active agents of creating creative environment of social trust in support of the military, doctors, volunteers, and immigrants of nowadays. The author shows that artistic processing of the subject of historic heroes, dialogue of cultural ages, appealing to key personas of our culture has a good effect on community solidarity, also has powerful uniting and integrating power in time of war. Author is raising question of artists taking part in charity events for injured, which also has positive action on uniting social trust.

Keywords: Visual Art, Trust, Euromaidan, Hybrid War, Dialogue, Common Creativity.

Революція Гідності та Євромайдан послужили точкою відліку нового піднесення національного духу, дали поштовх до підйому почуття солідарності, свободи, гідності, справедливості. Виник простір суспільного єднання, що послужив джерелом нового культуротворення. Пробудилася велика кількість ідей, проектів, які втілювалися в різні дії та акції. Помітною і вагомою була участь митців, які активно підтримали всенародний порив. У цьому

креативному просторі панувало середовище взаємодопомоги і довіри. Суспільна довіра, яка панувала на Майдані, уможливила численні ініціативи, що спонтанно виникали між незнайомими людьми. Прикметно, що одна з тогочасних новоутворених інституцій мала відповідну назву: Коло народної довіри (представництво громадян, посередник між протестувальниками, опозицією і владою).