

КОГНІТИВНЕ МОДЕЛЮВАННЯ СМИСЛОФОРМУВАННЯ ІДЕЇ НАЦІЇ ПІСЛЯВОЄННОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ЕМІГРАЦІЇ В ЗАГАЛЬНІЙ СИСТЕМІ МЕДІА-СФЕРИ: АНАЛІЗ СЦЕНАРІЇВ ЯК НАЦІОІДЕНТИФІКАЦІЙНА ПРАКТИКА

У статті розглянуто поняття «матриця ідеї нації», що запропоновано визначати як двовірну систему (0; (+/-) 1) взаємодії елементів (орграфів) смислоформування концепту «ідея нації», репрезентованих у когнітивній моделі. Структурними елементами когнітивної моделі (домінантними вершинами або орграфами) формування смислового змісту ідеї нації визначено 6 чинників: 1) ключовий – смисли; 2) засоби масової комунікації, що є і каналом трансляції, й інструментом формування (генерування) соціальних смислів; 3) ідеологія + аксіологічна система; практичні вказівки (методологія діяльності для зміни або збереження чинного стану справ) = сукупність орієнтирів, які визначають ціннісний вибір суспільства в конкретній історичній ситуації (політичний курс, стратегія, тактика адміністративних структур); 4) самоорганізація; 5) картина світу нації, соціальна міфологія (медіатизація смислів → медіакартина світу); 6) державне управління. Матриця ідеї нації, побудована у двовірному вимірі (0; (+/-) 1), має такий графічний вигляд, що демонструє характер взаємозв'язків між зазначеними елементами: «0» – відсутність зв'язку; «(+/-)1» – відповідно конструктивний/деструктивний зв'язок.

Ключові слова: післявоєнна українська еміграція, інформаційно-комунікаційна діяльність, еміграційний наратив, смисловий простір концепту ідеї нації, когнітивне моделювання.

I. Вступ

Причина кризи сьогодні і незахищеності наших інформаційних кордонів полягає в тому, що сформувалося суспільство тотально викривлених смислів або загалом їх вичерпаність. За роки незалежності інформаційно-комунікаційний простір не напрацював кодів, що виробляються словесними матрицями народу, який пережив постколоніальний синдром і потрапив у матрицю чужорідну.

«Дев'ять років (З Майдану 2004. – В. К.) тривав процес системного розтління Матрицею, що складалася століттями, всіх “чотирьох гілок” української влади й послідовного перетворення їх на симулякри – прогнилі фейки з вижертим смислом» [4, с. 126], – такими словами підсумувала український публіцист, філософ О. Забужко враження від статті британського журналіста Пітера Померанцева «Тріщини в кремлівській матриці», де репрезентовано, як навальне множення підробок-симулякрів і розмивання смислів до повної «абсурдизації дійсності» розгорталося в самій Росії, реалізуючи промислове виробництво системного марення. Водночас тяглість державотворчого процесу України демонструє нам позитивний досвід української післявоєнної політичної еміграції у конструюванні українського національного наративу, ретрансляції націєтворчого дискурсу і, зрештою, вироблення смислової матриці ідеї нації в умовах бездержавності, абсолютної самоорганізації, що, врешті-решт, призвело до незалежності держави.

Наратив післявоєнного еміграційного дискурсу українців є своєрідним метатекстом, що акумулює і водночас інтерпретує націєтворчі дискусії української діаспори, які в контексті сучасних суспільних трансформацій, національного відродження на тлі політичної кризи постають важливим чинником консолідації українського суспільства. І такий метатекст виступає інститутом національної пам'яті, джерелом соціетального капіталу нації і націлений на побудову ефективної соціокомунікаційної системи, яка б об'єднувала все суспільство й мотивувала його до творчої громадянської активності. Це «багатовимірний феномен, який можна представити як культурну технологію виробництва сенсу, спосіб переживання часу, як спосіб трансляції соціального знання та конструювання ідентичності, що дає змогу тлумачити, інтерпретувати історичне минуле, а не творити його» (за Г. Дьяковською) [3, с. 107].

Системний підхід до розгляду післявоєнної української еміграційної інформаційно-комунікаційної діяльності як простору комунікаційної консолідації української нації в діахронічному і синхронічному аспектах є дієвим механізмом (від)творення смислового простору, аксіогенези світового українства й материкової України. Це постає актуальним для корекції інформаційної політики сучасної України в контексті формування інформаційної безпеки. Повернення соціетального капіталу прецедентних феноменів післявоєнного національно-патріотичного руху, що продемон-

стрував результативність еміграційної самоорганізації, є значущим для відродження феномену громадянського суспільства в сучасній Україні.

Феномени цілісного політичного, економічного, соціального, культурного і, врешті, інформаційно-комунікаційного життя соціуму, зокрема української еміграції в умовах самоорганізації, важливо вивчати трансдисциплінарним переносом понять, застосуванням когнітивних схем і загальної системи тощо.

Розбудова інтеграційного, спільного інформаційно-комунікаційного простору є в сучасному світі потужним чинником формування національного самоусвідомлення, яка передбачає системні інтегративні медійні стратегії щодо розвитку українського еміграційного сектору в національному медіа-просторі

II. Постановка завдання

Мета статті – проаналізувати сценарії смислоформування ідеї нації як націоідентифікаційну практику шляхом використання когнітивного моделювання смислоформування ідеї нації післявоєнної української еміграції в загальній системі медіа-сфери. Для реалізації окресленої мети необхідно виконати такі завдання: 1) визначити складники матриці ідеї нації в соціокомунікаційному контексті як домінуючі вершини когнітивної моделі смислового змісту мегаконцепту, висвітлюючи взаємозв'язки між ними в загальній системі медіа-сфери; 2) використовуючи методику нечіткого когнітивного моделювання, окреслити сценарії генерування в медіа-сфері соціокультурних смислів ідеї нації, що спрямовані на досягнення стратегічної мети – державотворення.

III. Результати

Генезу національної ідеї в історичному, філософському, ідеологічному, соціальному, міфологічному контекстах у різних інтерпретаційних форматах розглядали вчені різних наукових царин: як світоглядної системи, яка складається із візії – загальної картини її бачення, теоретико-методологічних підходів та практики втілення в реальне життя, що має типову особливість – функціонування в інтересах конкретної нації; з урахуванням інформаційної мобільності як основного змісту української ідеї; в основі із цивілізаційною матрицею України, що складається з уявлень про сильну державну владу, реформістських механізмів мобілізаційного типу, православного архетипу; розгляд національної ідеї з позиції політичної суб'єктності української нації; як інструменту відтворення ціннісних орієнтацій, вироблених українським народом протягом століть, його історичної сутності, історичного ядра, традицій, але не ідеалізації минулого, з рисами утопії, анархізму тощо. Проте робочою теорією було обрано трактування В. Лісового поняття «ідея нації» (саме в такій текстологічній стилістиці) як концепції, а не сукупності ідей, що узагальнюються в синтетичну національну ідею вільної інтерпретації. За категоріальною традицією в науковій парадигмі, як-от: «цивілізаційна матриця України» (А. Павко), «матриця національної ідентичності» (Т. Дзюба) та ін., пропонуємо поняття «матриця ідеї нації», що варто розглядати як двомірну систему $(0; (+/-)1)$ взаємодії елементів (орграфів) смислоформування концепту «ідея нації», що репрезентована в когнітивній моделі. При визначенні механізмів конструювання ідеї нації варто враховувати неформальні складники цього процесу, які, на жаль, часто не враховують: українська ментальність, політичний вибір, картина світу нації, політична свідомість, соціальна міфологія суспільства тощо. Дійсно, з урахуванням таких неформальних показників формування смислового змісту ідеї нації в державі стає слабко структурованою, тому для її дослідження пропонуємо використовувати когнітивне моделювання, методологічні засади якого вперше запропонував Р. Аксельрод [9]. Як зазначає З. Авдєєва, когнітивний підхід до моделювання та управління складними системами спрямований на розробку формальних моделей і методів, які підтримують інтелектуальний процес вирішення проблем завдяки врахуванню в цих моделях і методах когнітивних можливостей (сприйняття, уявлення, пізнання, розуміння, пояснення) при вирішенні управлінських завдань [1]. При цьому варто враховувати той факт, що найважливіше віднайти в процесі спілкування спільні коди, щоб діяти порозуміння, а отже, організувати таку інформаційно-комунікаційну діяльність, що мала б високий рівень комунікаційної ефективності. «Комунікативні процеси здійснюються й набувають для нас того або іншого смислу лише в певному контексті. А культура є найзагальнішим контекстом. Сприймання свого «я» як соціально-культурного конструкту відбувається завдяки комунікації, в якій ми конструємо також свою соціальну реальність. Комунікація – процес створення спільних смислів завдяки використанню символів, серед яких першість належить мові» [8, с. 29].

Структурними елементами когнітивної моделі (домінуючими вершинами або орграфами) формування смислового змісту ідеї нації є, на нашу думку, 6 чинників: 1) ключовий – смисли (на рівні тексту: різномірнева репрезентація – символічна, архетипна, аксіологічна тощо); 2) засоби масової комунікації (на рівні тексту: медіа-тексти ЗМК; складники: преса, телебачення, радіо, художнє та документальне кіно, інституції комунікації: бібліотеки, конференції, архіви, освітньо-наукові заходи тощо), що є і каналом трансляції, й інструментом формування (генерування) соціальних смислів; 3) ідеологія (на рівні тексту: ідеологеми; складники: образ дійсності (того, що відбувається в конкретному суспільстві та поза ним) + аксіологічна система (ієрархія цінностей); практичні вказівки (методологія діяльності для зміни або збереження чинного стану справ) = сукупність орієнтирів, які визначають ціннісний вибір суспільства в конкретній історичній ситуації; політичний курс, стратегія, тактика адміністративних структур); 4) самоорганізація (на рівні текс-

ту: звіти, промови, програмні статuti, маніфестації та ін.; складники: інститути самоорганізації: громадські об'єднання, партійні організації, народні доми тощо); 5) картина світу нації, соціальна міфологія (медіатизація смислів → медіа-картина світу) (на рівні тексту: метафоричні моделі, часто із залученням стереотипів, символів, міфологем, архетипів тощо; складники: стереотипи, символи, міфи, архетипи та ін.); 6) державне управління (на рівні тексту: закони, постанови, законопроекти, директиви; складники: політична воля, політична свідомість, політична досвід, можливість політичного вибору, доступ до прийняття управлінських рішень). Взаємодія цих складників у медіа-сфері не має ієрархічної природи, що засвідчено у характері впливу – обопільний, тож запропонована когнітивна модель із зазначеними складниками має горизонтальний характер, де всі елементи не просто взаємодіють, а обопільно впливають один на одного.

Так, канали медійної взаємодії функціонують у певній соціально-політичній системі певного історико-політичного періоду, соціальні групи якої на означеному етапі є домінуючими і визначальними учасниками публічного дискурсу, зокрема медіа-дискурсу, що й репрезентує реальність інституційної взаємодії в медіа-сфері [7, с. 17]. Вибір каналів комунікації, методів, форм інформаційно-комунікаційної діяльності таких соціальних інститутів (навчальних закладів, бібліотек, політичних партій, архівів, культурно-мистецьких закладів та інших складників інформаційної інфраструктури) як суб'єктів медіа-сфери детермінований певними культурними кодами трансляції соціальних смислів комунікації, що, у свою чергу, визначає стійкий алгоритм загального історико-політичного дискурсу.

Отже, останній елемент запропонованої когнітивної моделі – медіа-сфера як простір соціальних інститутів та соціальних смислів української еміграції в контексті інформаційно-комунікаційної діяльності еміграційної громади, створення нею спільного комунікаційного простору.

Так, В. Сидоров підкреслює дискурсивне начало медіа-сфери, що реалізовується у впорядкованій участі в медіа-дискурсі інститутів соціуму і закономірності перманентної активізації підтримуваних дискурсом соціальних смислів. Тож, за його словами, медіа-сферу можна розглядати як сукупність змісту соціально значущих дискурсів та форму їх організації, коли зміст виступає у двох своїх значеннях – як інтегральна сума смислів, складників медіа-сфери, і як система взаємопов'язаних смислів, що розуміються як структурні елементи. А це дає можливість трактувати медіа-сферу як результат комунікації між інститутами суспільства. «Результат означає тут інформацію, яка містить в собі розуміння соціально значущих фактів, подій, явищ, відносин між людьми. Інформаційний результат освоєння дійсності, несучи в собі певну новизну, тим не менше повторює – буквально або модифікуючи – вперше досягнуті результати і, у свою чергу, утворює ще один стандарт, ще один алгоритм освоєння духовного світу людиною» [7, с. 17].

Учений наголошує на інтерпретації медіа-сфери як ідеального простору, в якому взаємодіють соціально значущі смисли (установки, міфи, ідеї), які виникають і «вливаються» у вже функціонуючі дискурси, що є результатом взаємодії інститутів суспільства: «там, де закінчується публічність, де немає дискурсу, вже немає медіа-сфери, тому що тільки медіа-сфера утворює поле інформаційної взаємодії соціальних систем, їх інститутів та індивідів і тим самим забезпечує публічність такої взаємодії» [7, с. 17–18].

Тож для аналізу інформаційної взаємодії еміграційної громади важливим є чинник спільного культурного, соціального досвіду, а незмінний тип культури, за словами В. Сидорова, визначає зміст певної медіа-сфери: «при зміні суспільно-економічних формацій, при радикальній зміні соціальної структури, різкою перебудові політичної влади, зміні ідеології тип культури зберігається, якщо зберігається його ядро. На всіх суспільних змінах можна знайти відбиток впливу цього стійкого ядра культури» [цит. за 7, с. 17].

Отже, за наявності спільного ментально-культурного «ядра» функціонування спільного комунікаційного простору призводить до єднання спільнот (народу, нації, національності), зокрема нації з її світовою діаспорною громадою, у рамках якого діє відповідний тип комплементарності (комунікаційної ефективності), що включає соціально стандартизовану систему символів, кодів, асоціацій, матеріальних засобів збереження інформації тощо. А це означає, що аналіз інформаційно-комунікаційної діяльності діаспори потребує вивчення її медіа-сфери, теорія якої і в соціально-філософському розумінні є синтезом теорій культури, політики, журналістики і масових комунікацій [6]. Безумовно, журналістика є вагомим складником такої медіа-реальності, що «вбирає в себе взаємопов'язані шари загальної рефлексії громадської свідомості з приводу суспільного буття», зокрема обговорення поточних соціальних проблем, історико-культурний рівень та рівень гносеологічний – про пізнання особистості, суспільства, держави, сенсів життя, добра, краси тощо [7, с. 17]. Приклад журналістики української діаспори, особливо післявоєнного періоду, яскраво засвідчує факт зіткнення в матеріалах окреслених трьох шарів медіа-дискурсу: аналіз соціальних питань, державотворчі дискусії були завжди обумовлені історико-політичними чинниками, політичною орієнтацією авторів.

Тож вчений В. Сидоров зауважує, що кроки в напрямі інтерпретації медіа-сфери повинні бути обережними, оскільки «епістемологічно ми потрапляємо в ситуацію постійного обізнання: намагаємося говорити про комунікації, але постійно говоримо про щось інше – про політику, культуру тощо, тобто аналітично ми замінюємо власне логіку комунікації логікою політики, культури. Уникнути «обізнання» можна, якщо сприймати комунікації в логіці взаємодії з різним ідейним потен-

ціалом. Мінімум суперечностей потенціалів передбачає дискусію, опонування; максимум – відкрите протиборство, коли сторони вже не сприймають звернені до них смисли» [цит. за 7, с. 18].

Феномен інформаційної взаємодії в межах медіа-сфери певного історико-політичного періоду важливо враховувати і під час аналізу пресових дискусій української еміграції повоєнного періоду.

На підтвердження такої тези свідчать приклади ідеологічного конфлікту на сторінках преси еміграційної громади українців післявоєнного періоду. Так, наприклад, у статті І. Багряного ««Більшовизм», «російський імперіалізм», «російський народ»» («Українські вісті», ч. 55–56, 4 серпня 1957 р.) піддається глибокому аналізу та розвінчанню головних тез, порушених у статті п. Білинського «Чи потрібний українській політиці ревізіонізм?» («Українські вісті», ч. 54–55), які полягають у звинуваченні еміграційних політиків у політичному примітивізмі ототожнення понять «більшовизм» і «старий російський імперіалізм». «Перший треба поборювати, другий – не чіпати в цих умовах світової розгри... тактично згубно вести таку політичну лінію. Як на доказ, автор посилається на тактику Америки й інших «світових політиків» в російському питанні, які мовляв, поборюють більшовизм, але зовсім не поборюють російський імперіалізм. Те саме автор радить робити й українській визвольній політиці, інакше, мовляв, наші політики осмішують себе перед світом як люди примітивного мислення. Це одна частина його тверджень щодо тактики в боротьбі за нашу незалежність у мовах по відношенню до Росії. І друга частина – це твердження про потребу еластичної тактики по відношенню до теперішніх подій і процесів в СРСР, з вимогою (чи порадого) в даній боротьбі серед провідних шарів КПРС і радянської імперії підтримувати... Хрущова» [2, с. 553]. Глибока аналітика статті демонструє наведену вище шаровість медіа-дискурсу, коли ідеологічна проблематика переходить в історико-культурну площину із підкресленням гносеологічних аспектів суперечностей. Зокрема, І. Багрянний, «розплутуючи» хибність ототожнень між поняттями «російський імперіалізм» і «російський народ», наголошував на тому, що «якраз найзавзятішими носіями російського імперіалізму протягом усієї історії були не маси російського народу, а провідні прошарки російської імперії, які склалися великою мірою не з росіян... хіба не російськими імперіалістами були різні «малороси» різних національностей, отакі потьомкіни, безбородьки, кочубеї і т. п. Маси ж російські були завжди гарматним м'ясом, солдатами, погноєм; і вони ж у минулій революції імперію якнайрадикальніше руйнували, хай і в сліпому екстазі революційного нігілізму, але руйнували, як власне нещастя...» [8, с. 554]. Така теза викриває ще одну проблему – «малоросію» як ментальну характеристику відсутності категорії національної ідентифікації. Такі риторичні фігури в статті, як: «Чи може повстання в Угорщині душили якісь абстрактні «більшовики» й абстрактні танкові дивізії якогось абстрактного «більшовизму», а не конкретного російського імперіалізму?» [2, с. 555], «Отже, політик Америки дбає про убезпечення Америки від ідейно-політичної, а потім і мілітаристської навали більшовизму, проти завоювання й поневолення Америки, і для цього йому потрібний, насамперед, білий російський імперіалізм. Ну а ми що хотіли досягти такою самою тактикою? Переміни вивіски на нашій в'язниці?» [2, с. 555], орієнтували дискусію «з нашого штадтпункту, з позиції наших національних інтересів» [2, с. 556]. Цікаво, що І. Багрянний перш ніж перейти до спростування тез «опонента» намагається зробити його «портретний» аналіз, і виявляється, що такі «маркери», як «недавній в'язень радянських концентраційних таборів», «походить з Галичини, а значить виріс в духовному кліматі, де якраз виплекався отой ґатунок скрайньої й безоглядної ксенофобії, яка й на його думку відіграє роль гальма в нашій політиці» тощо виправдовують «смівливість ставлення проблеми та певну рацію в критиці нашої еміграційної політики...» [2, с. 553].

Тож цей приклад тільки підкреслює необхідність аналізу певного поля інформаційної взаємодії із соціальними системами, їх інститутами та індивідами, що і є змістом медіа-сфери. «Щоб побудова не виявилася громіздкою, приберемо питання міжсистемної взаємодії (скажімо, між державами), а також приватні інформаційні взаємозв'язки індивідуумів. Умовою результативності аналізу взаємодії в медіа-сфері повинен стати облік намірів, об'єктивно властивих сторонам, які вступають в дискурс: 1) обмінятися інформацією (ідейними установками, ціннісними судженнями, уявленнями про напрями суспільного розвитку та ін.); 2) взяти верх в інформаційному протистоянні (ідеологічно «роззброїти» опонента); 3) знайти компроміс; 4) за допомогою ідейної полеміки домогтися переваги в інформаційному полі» [6, с. 18].

Інформаційна взаємодія тих чи інших інститутів суспільства зазвичай відбувається не з метою вплинути на ідейно-політичні та моральні позиції один одного (хоча, є й таке), а з метою ідейно вплинути на інші соціальні інститути, аби вплинути на суспільство в цілому. В умовах еміграції вибір каналів комунікації, методів і форм внесення в медіа-сферу ідейно-політичних, моральних цінностей визначається установками комунікатора, які, у свою чергу, детерміновані культурними кодами трансляції соціальних смислів комунікації і утриманням їх результатів у медійній сфері як стійкого алгоритму історично триваючого дискурсу, що уможливорює перевірку їх результативності на сучасному етапі.

Для аналізу сценаріїв генерування соціокультурних смислів, зокрема смислів концепту «ідея нації», як націоідентифікаційної практики в умовах інформаційно-комунікаційної діяльності повоєнної української еміграції варто проаналізувати інформаційні та концептуальні взаємодії домінантних вершин представленої когнітивної моделі (рис. 1).

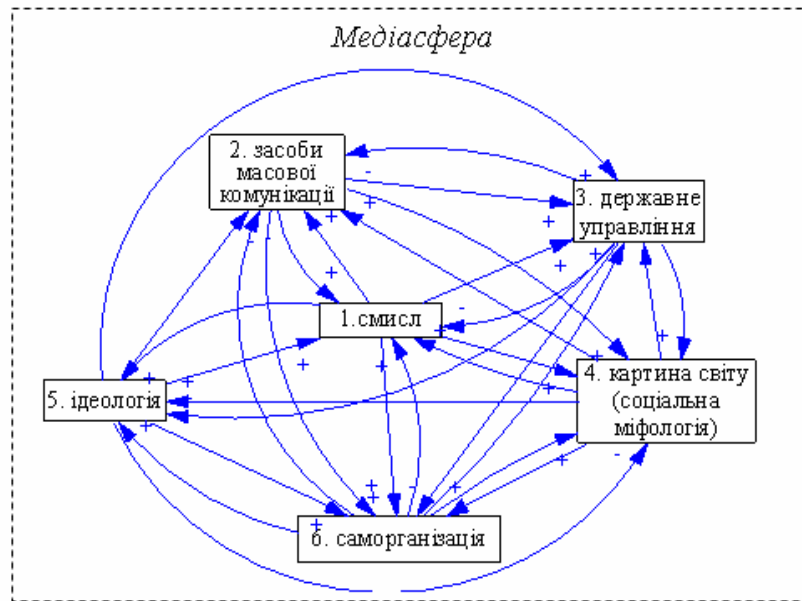


Рис. 1. Когнітивна модель смислоформування ідеї нації післявоєнної української еміграції в загальній системі медіа-сфери (авторська інтепретація)

Для прикладу проаналізуємо детально взаємодію оргграфу «ЗМК» з іншими домінантами:

«2–1» – ЗМК виступали трибуною політичних ідеологів діаспори, тим самим транслиували смисли як основу національної свідомості, соціальної міфології

«2–2» – засоби масової комунікації впливали один на одного, що засвідчується частими перекombінаціями членства політичних партій у зв'язку зі зміною програмних орієнтирів, напр. В. Гришко як член ОУН (б) змінив членство в УРДП та ін.; обмін виданнями в бібліотеках, архівах; звучання друкованих художніх та публіцистичних видань у радіоефірах тощо.

«2–3» – позитивний вплив прослідковується з 80-х рр., коли підтримана ЗМК творчість шістдесятників була продовжена журналістикою «перебудовного» періоду, що сприяла руйнації старого механізму державного правління, утверджувала нові підходи до розв'язання політичних, економічних, культурологічних завдань. Відхід журнальних видань від компартійних шаблонів був болісним, суперечливим. Із 1987 р. преса зважується на відкрите обговорення причин і наслідків тоталітаризму, заручниками якого стали кілька поколінь громадян [5].

«2–4» – ЗМК формулювали картину світу нації.

«2–5» – ЗМК були лише каналом трансливання ідеологічних програм.

«2–6» – ЗМК виступали об'єднуючим чинником у процесі самоорганізації.

Таким чином, проаналізувавши всі взаємодії домінантних вершин, ми отримали матрицю ідеї нації, побудовану у двомірному вимірі (0; (+/-) 1), що має такий графічний вигляд, який демонструє характер взаємозв'язків між елементами: «0» – відсутність зв'язку; «(+/-)1» – відповідно конструктивний/деструктивний зв'язок.

	1	2	3	4	5	6
1	+1	+1	+1	+1	+1	+1
2	+1	+1	+1	+1	0	+1
3	-1	-1	-1	-1	-1	-1
4	+1	+1	+1	+1	+1	+1
5	+1	-1	+1	-1	-1	+1
6	+1	-1	+1	+1	+1	-1

Досліджується автономний імпульсний процес за правилом:

$$v_i(t+1) = v_i(t) + \sum_{j=1}^n \text{sgn}(u_j, u_i) p_j(t),$$

тобто початковий одиничний імпульс подається до певної керуючої вершини, яка має свій номер в оргграфі, тому в матриці суміжності його буде позначено одиницею. Вирішення (1) та (2) дають змогу отримати гіпотетичні сценарні результати дослідження.

У результаті здійсненого когнітивного моделювання отримано такі результати (на прикладі динаміки розвитку вершини «смысл» під дією впливу через засоби масової комунікації) (рис. 2).

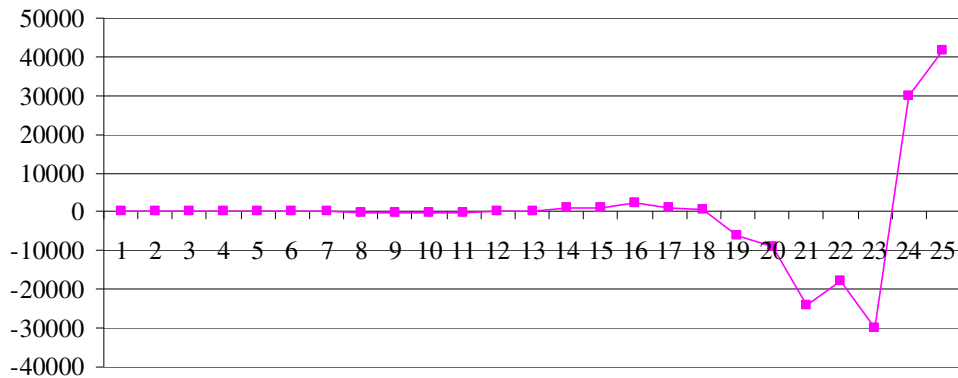


Рис. 2. Динаміка розвитку вершини «смысл» під дією впливу через засоби масової комунікації

Смысл несуттєво розвивається до 16 періоду, після чого його роль знижується до 23 періоду, оскільки із часом актуальність смислів змінюється, тому використовувані технології засобів масової комунікації потребують перегляду у бік встановлення їх відповідності до вимог сучасності. Оскільки переорієнтація засобів з урахуванням нових факторів розвитку вимагає часу, з 18 по 23 період актуальність смислу втрачається, проте, після здійснених перетворень, комунікаційні канали як транслятори і генератори смислів знову працюють, що обумовлює суттєве зростання його ролі. Зазначене підтверджується зростанням динаміки досліджуваної вершини після 23 періоду (рис. 2).

У цілому, у результаті здійсненого когнітивного моделювання отримано результати у вигляді п'яти рисунків динаміки розвитку вершини «смысл» під дією впливу через ідеологію, державне управління, самоорганізацію, картину світу нації (соціальну міфологію), засоби масової комунікації.

Проаналізувавши відповідно до рисунків 5 сценаріїв смислоформування ідеї нації в медіа-сфері окресленого періоду, визначили, які чинники з п'яти під час інтенсифікації мали вплив на смислоформування ідеї нації, зокрема щодо взаємодії у медіа-сфері ЗМК і смислового наповнення ідеї нації: оскільки із часом така динамічна категорія, як актуальність смислів, змінюється, тому використовувані технології засобів масової комунікації потребують перегляду у бік встановлення їх відповідності до вимог сучасності та історико-політичних обставин.

IV. Висновки

Отже, засоби масової комунікації як чинник смислоформування у період t (1945–1991 рр.) в умовах еміграції відповідно до графіків характеризується потужним змістовим компонентом, проте послабленням інтенсифікації впливу через технічні складнощі забезпечення комунікації (географічна віддаленість материкової України, заборона функціонування «буржуазно націоналістичних» еміграційних ЗМК на материковій Україні, технічне забезпечення ЗМК не задовольняло в повному обсязі цільову аудиторію діаспори і материкової України). Картина світу нації (соціальна міфологія) як статичний чинник виступає радше змістовим наповненням факторів, що характеризуються більшою динамічністю. Таким чином, високою інтенсифікацією впливу на смисли характеризуються чинники самоорганізації, державного управління (деструктивного в межах аналізованого періоду) та ідеології.

Смислоформувальна інформаційна платформа в переважній більшості конструюється з об'єктивного контексту, ефективність якого проявляється в інтелектуальному кодуванні змісту та його декодуванні, інформаційній культурі автора та реципієнта, тож когнітивне моделювання, когнітивна семантика, що вимагають врахування комунікативного, соціального, історичного, нарративного, лінгвістичного, синергетичного аспектів, спроєктовані на історичний нарратив, є перспективним методом дослідження сучасного соціокомунікативного простору.

Список використаних літератури

1. Авдеева З., Коврига С., Макаренко Д. Когнитивное моделирование для решения задач управления слабоструктурированными системами (ситуациями). *Управление большими системами*. 2007. № 16. С. 26–39.
2. Багрянний І. «Більшовизм», «російський імперіалізм», «російський народ». *Публіцистика: Доп., ст., памфлети, рефлексії, есе / упоряд. О. Коновал*. 2-ге вид. Київ, 2006. С. 553–557.
3. Дьяковська Г. Наратив: реальність або конструювання реальності. *Схід*. 2015. № 1. С. 107–110.
4. Забужко О. «І знов я влізаю в танк...». *Вибрані тексти 2012–2016: статті, есе, інтерв'ю, спогоди*. Київ, 2016. 416 с.
5. Колісник Ю. Журнальна періодика УРСР (1950–1980) у формуванні суспільної свідомості: автореф. дис. д-ра соц. ком. : 27.00.04. Київ, 2013. 36 с.
6. Назарчук А. Осмысление коммуникации в современной французской философии. *Вопросы философии*. 2009. № 8. С. 147–162.
7. Сидоров В. Публичный дискурс и медиасфера: условия и субъекты функционирования. *Журналистский ежегодник*. 2013. № 2. Ч. I. С. 15–19.

8. Супруненко О. Спільні соціальні смисли як основа ефективної комунікації української нації. *Віче*. 2008. № 20. С. 29–31.
9. Axelrod R. *The Structure of Decision: Cognitive Maps of Political Elites*. Princeton, 1976. 395 p.

Стаття надійшла до редакції 16.08.2017.

Ковпак В. А. Когнитивное моделирование смыслоформирования идеи нации послевоенной украинской эмиграции в общей системе медиа-сферы: анализ сценариев как национально-идентификационная практика

В статье рассматривается понятие «матрица идеи нации», которое предлагается определять как двухмерную систему (0; (+/-) 1) взаимодействия элементов (орграфов) смыслоформирования концепта «идея нации», представленных в когнитивной модели. Структурными элементами когнитивной модели (доминантными вершинами или орграф) формирования смыслового содержания идеи нации определены 6 факторов: 1) ключевой – смыслы; 2) средства массовой коммуникации, являющиеся и каналом трансляции, и инструментом формирования (генерирования) социальных смыслов; 3) идеология + аксиологическая система; практические указания (методология деятельности для изменения или сохранения существующего положения дел) = совокупность ориентиров, которые определяют ценностный выбор общества в конкретной исторической ситуации (политический курс, стратегия, тактика административных структур); 4) самоорганизация; 5) картина мира нации, социальная мифология (медиазация смыслов → медиакартина мира); 6) государственное управление. Матрица идеи нации, построенная в двухмерном измерении (0; (+/-) 1), имеет графический вид, демонстрирующий характер взаимосвязей между указанными элементами: «0» – отсутствие связи; «(+/-) 1» – соответственно конструктивная/деструктивная связь.

Ключевые слова: послевоенная украинская эмиграция, информационно-коммуникационная деятельность, эмиграционный нарратив, смысловое пространство концепта идеи нации, когнитивное моделирование.

Kovpak V. Cognitive Modeling of the Significance of the Nation Idea of Post-War Ukrainian Emigration in the General Medias-System: Analysis of Scenarios as National Identification Practice

The article deals with the concept of «the matrix of the idea of a nation», which we propose to consider as a two-dimensional system (0; (+/-) 1) the interaction of elements (digraphs) of the concept of «idea of the nation» conceptualized in the cognitive model. Structural elements of the cognitive model (dominant vertices or digraphs) of the semantic content of the idea of a nation are, in our opinion, 6 factors: 1) key – meanings; 2) means of mass communication, which is a channel of broadcasting, and an instrument for the formation (generation) of social meanings; 3) ideology + axiological system; practical instructions (methodology of activity for changing or maintaining the current state of affairs) = a set of guidelines that determine the value choice of a society in a particular historical situation; political course, strategy, tactics of administrative structures); 4) self-organization; 5) a picture of the world of the nation, social mythology (mediation of meanings → media picture of the world); 6) public administration. The interaction of these components in the media space is not hierarchical in nature, as evidenced in the nature of the influence – is mutual, therefore the proposed cognitive model with the indicated components has a horizontal character, where all the elements not only interact, but mutually influence each other. Consequently, the matrix of the idea of a nation, constructed in a two-dimensional dimension (0; (+/-) 1), has a graphical representation that shows the nature of the relationship between the indicated elements: «0» – lack of communication; «(+/-) 1» is a constructive / destructive link, respectively.

The illustrated informational and conceptual interactions of the above-mentioned dominant vertices of the presented cognitive model enable us to construct scenarios for the generation of socio-cultural meanings, in particular the meanings of the concept of the «idea of a nation» as a national identification practice in the conditions of the information and communication activity of the post-war Ukrainian emigration, as a result of which results in the form of five Figures of the dynamics of the development of the peak of «meaning» under the influence of influence through ideology, state governance, self-organization, the picture of the world of a nation (social mythology), the media.

After analyzing the five scenarios of the conceptualization of the ideas of the nation in the media sphere of the period, they determined what factors from the five during the intensification had an effect on the conception of the idea of the nation, in particular, on the interaction in the media sphere of the mass media and the semantic filling of the nation's idea: since this dynamic category, as the relevance of meanings, is changing, therefore, the technologies used in mass media need to be revised in order to establish their conformity with the requirements of modernity and historical and political circumstances. The features of the concept of nationhood and nation in immigration narrative of various organizational and structural, ideological and methodological community to shape the future of the state, domestic and foreign policy, national issues, etc was clarified.

Key words: post-war Ukrainian emigration, information and communication activities, emigration narrative, meaning space concept idea of the nation, cognitive modeling.