

КУЛЬТУРНО-АНТРОПОЛОГІЧНІ ДЖЕРЕЛА ПСИХОТЕХНОЛОГІЙ СУЧАСНОЇ ІНФОРМАЦІЙНО- ПСИХОЛОГІЧНОЇ ВІЙНИ

В. В. Зеленін, м. Київ

Представлено огляд культурно-антропологічних джерел як світоглядної основи психотехнологій сучасної інформаційно-психологічної війни. Одна з провідних тенденцій інформаційно-пропагандистських спрямувань (mainstreams) ХХ – початку ХХІ ст. розглядається як активізація у віртуальному та медійному просторі нової політичної реальності, коли політичні суб'єкти (народи, нації, держави чи цивілізації) намагаються експансивно підсилити свій вплив за допомогою використання ціннісних культурно-антропологічних одиниць інформації (цМемів), тобто певної сукупності ціннісних ідеологем та культурно-антропологічних брендів. Обстоюється думка про значення господарсько-культурних типів етногенезу як можливих культурно-антропологічних джерел цМемів, які використовуються в психотехнологіях сучасної інформаційно-психологічної війни. Висвітлено ключові розбіжності аксіом доктринальної легітимізації світоглядної реальності трьох основних господарсько-культурних типів етногенезу, а саме: інформаційно-пропагандистська експансія землеробів відбувається за допомогою таких цМемів, як “включення до складу” й “облаштування”, насамперед земель та укладу життя; кочівників – як “захоплення” та “поширення” впливу на простір життя людини; збирачів-мисливців – як “привласнення” території й “перетворення” (включно аж до галюцинацій) думок, ідей, загалом реальності.

Ключові слова: інформаційно-психологічна війна, психотехнології, цМем, культурно-антропологічні джерела.

Інформаційна війна є основним засобом сучасної світової політики і економіки, домінуючим способом досягнення політичної, фінансової та економічної влади.

І. М. Панарін

Проблема. Природа й сутність військово-політичної агресивності має детермінуватися не лише експліцитними етногенетичними особливостями поведінки і мислення *Homo sapiens* або соціально-економічними законами, а й імпліцитно включає в себе суспільні імперативи, що прийшли з прадавніх часів культурно-історичного минулого, формувалися нинішньою цивілізацією від самого її початку. Так, соціальна антропологія – наука про людство та його культуру, аналізуючи продукти соціальних груп, зокрема й складові системи їхнього світобачення, інтерпретації дій-

ності, віри та цінностей, виокремлює для практики інформаційно-пропагандистської війни цМемі¹ [1; 7] – реліктові антропологічні стереотипи, що задають репертуар психотехнологій конкурентної боротьби ідеологем у медійному та віртуальному просторі. Це відбувається шляхом *аксіоматичної доктринальної легітимації*, коли певна людська спільнота протягом свого етногенезу апріорно звикла вважати якийсь політичний стан речей у світі правильним, законним, моральним. Інакше кажучи, маси вважають щось істинним, моральним, реальним і легітимним, свідомо чи несвідомо висуваючи як беззаперечні аргументи і докази “правоти” свої унікальні звичаї і правила – власну неповторну традиційну й новітню культуру як сукупність матеріальних та духовних цінностей, створених протягом історії своєї нації (етносу, народу). Проте такі “докази правоти” є водночас і запорукою програшу в сучасній глобальній інформаційній війні.

У новітньому інформаційно-пропагандистському двобої стратегічно перемагає політичний суб’єкт, якому вдасться змусити супротивника перейти саме до такого ієрархічного доктринально-оціночного ставлення – визнати, що якісь культурно-цивілізаційні цінності є меншовагітніми щодо інших. І не важливо, чи буде той, хто програє, вважати більш цінною свою чи чужу культуру. Сьогодні держава, що намагається в глобальному інформаційному просторі своїм дискурсом принизити культуру інших, дуже швидко набуває статусу ізгоя. Саме це відрізняє постмодерністські психотехнологічні принципи пропаганди початку ХХІ ст. від тоталітарної радянської, геббельсівської та інших шкіл пропаганди століття ХХ-го.

У працях українських (Г. Г. Почепцов, Ю. П. Сурмін, О. В. Суший, П. Д. Фролов), російських (Л. В. Воронцова, С. Г. Кара-Мурза, А. В. Манойло, І. М. Панарін, А. І. Петренко, В. Ф. Прокоф’єв, С. В. Ткаченко, Д. Б. Фролов) і багатьох зарубіжних авторів (Г. Ласвелл, К. Стюарт, І. Пленге та ін.) знаходимо опис окремих схем, методів та психотехнологій інформаційної війни. Проте досі не було представлено системного дослідження культурно-антропологічних джерел психотехнологій сучасної

¹ Мем (англ. *memе*; в іншій транскрипції – “мім”) – одиниця культурної інформації, поширювана від однієї людини до іншої за допомогою імітації, навчання тощо. Термін “мем” запропонував учений-етнолог Річард Докінз для опису одиниці культурної інформації, зокрема політичної ідеології, тенденцій моди, музичних форм чи навіть архітектурних стилів. Відповідно, цМемі – ціннісні культурно-антропологічні одиниці; поняття, яке запропонував фундатор *теорії рівнів розвитку людських біопсихосоціальних систем* Клер Грейвс. Він дослідив, яким чином умови життя людей розвивають нові системи цінностей [1] – від напівтваринних, найбільш примітивних цМемів (виживання, безпека, заботи) до духовно-піднесених (гармонія, цілісність, системність, синергія).

інформаційно-психологічної війни. У непростих умовах інформаційної війни¹, яку Україна протягом 2014–2015 років змушена вести проти Російської Федерації, вивчення новітніх підходів і психотехнологій пропаганди стає особливо *актуальним* і своєчасним.

Мета статті: аналіз культурно-антропологічних джерел психотехнологій ведення інформаційно-психологічної війни на прикладах світового та сучасного вітчизняного досвіду.

Реалізація цієї мети передбачає вирішення низки *завдань*:

- з'ясувати теоретико-методологічні засади феномена інформаційно-психологічної війни як одного з форматів пропагандистського впливу;
- визначити основні тенденції інформаційно-пропагандистських спрямувань (mainstreams) ХХ – початку ХХІ століття;
- розглянути три основні господарсько-культурні типи етногенезу як можливі культурно-антропологічні джерела цМемів психотехнологій сучасної інформаційно-психологічної війни.

Інформаційно-пропагандистська діяльність органів державної та політичної влади, що зародилася ще на ранніх стадіях людської цивілізації як окремі розрізнені операції з релігійного місіонерства чи дезінформування супротивника під час війни, у процесі історичного розвитку зазнала істотних змін і перетворилася на постійний фактор внутрішньої і зовнішньої політики – інформаційно-психологічну війну, яка ведеться перманентно – не тільки у воєнний, а й у мирний час [5; 6; 8]. Цей новий різновид війни на межі ХХ–ХХІ століть став таким, що превалює у протисторстві політичних суб'єктів між собою.

Науково-методологічне уявлення про сутність і закони такої війни стало формуватися ще на початку ХХ ст. Останнім часом зарубіжні (М. Лібіцкі, І. Масуда, У. Найсер, Р. Солсо, Дж. Стейн, Т. Томас, Р. Шафранський, У. Швартоу), вітчизняні (О. В. Литвиненко, Г. Г. Почепцов, Ю. П. Сурмін, Н. В. Туленков) та російські (М. О. Брусніцин, М. Л. Волковський, С. М. Гриняєв, І. І. Завадський, С. А. Комов, А. В. Манойло, В. Д. Попов, В. Ф. Прокоф'єв, С. П. Расторгуєв, В. І. Сліпченко, В. Д. Соловей та ін.) спеціалісти з теорії і практики ведення інформаційних війн погоджуються з тим, що інформаційне протиборство поєднує сьогодні технологічні питання захисту інформації від кібератак і промислово-політичного шпигунства з осмисленням глобальних гуманітарно-психологічних і соціально-політичних проблем світоглядно-когнітивних

¹ Так, зокрема, посол США в Україні Джеффри Пайєтт у своєму інтерв'ю 12 травня 2015 року на “Радіо Свобода” зазначив, що Україна програє інформаційну війну РФ.

трансформацій суспільної свідомості [6; 8; 10; 12–14; 16; 18–22]. Тому високий рівень володіння методами і технологіями інформаційної війни для національної медіабезпеки держави важко переоцінити [15; 18].

Незважаючи на велику кількість праць, поняття інформаційно-психологічної війни як феномена політичної культури й поняття політичної психології досі не набуло усталеного значення. Так, деякі з дослідників (Г. Г. Почепцов, В. Ф. Прокоф'єв, С. Г. Кара-Мурза та ін.) у своїх працях зближують поняття інформаційної та психологічної війн [14; 15; 17–20], а дехто (зокрема В. Г. Крисько) навіть визнає їх тотожними: “психологічна війна – це сукупність різних форм, методів і засобів впливу на людей, аби змінити їхні психологічні характеристики (погляди, думки, ціннісні орієнтації, настрої, мотиви, настановлення, стереотипи поведінки), а також групові норми, масові настрої, суспільну свідомість у цілому в бажаному напрямку” [10, с. 8].

Ми, так само розрізняючи інформаційну й психологічну війни як два різних формати інформаційно-психологічної війни, вважаємо сутністю інформаційної війни управління інформаційними потоками, а психологічної – зміну характеристик суспільної свідомості в потрібному напрямку. Таке розуміння визначається, з одного боку, тактичними й стратегічними цілями найбільш впливових політичних суб'єктів, а з другого – культурно-антропологічними тенденціями й векторами розвитку сучасної цивілізації.

Завдяки інтенсифікації інформаційно-психологічного протистояння в умовах глобально-тектонічних зіткнень культурних пластів сьогодні формується нова інформаційно-пропагандистська антропологічна реальність. Початок її позначився в постіндустріальному суспільстві філософською парадигмою постмодернізму, що проголосила толерантність до абсолютно всіх точок зору. Цей період дійде завершення, коли людство з абстрактної науково-філософської сукупності перетвориться на реальний інтерактивний цивілізаційний суб'єкт самоусвідомлення і трансгуманістичного само-перетворення. Однак цей неоднозначний процес має певні тенденції (mainstreams) методологічної зміни психотехнологічної парадигми [3; 4].

Побіжний огляд ключових інформаційно-пропагандистських спрямувань наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. демонструє дві універсальні тенденції трансформації політичної реальності:

- ЗМІ, згодом й інтернет, перебрали на себе функцію легітимації культурно-цивілізаційної дійсності, створивши надпотужний віртуальний і медіапростір як грандіозну арену пропагандистських медіаманіпуляцій;
- інформаційна політика найбільш впливових держав стає дедалі більш глобальною та рясніє масштабними ідеологічно-пропагандистськими експериментами з тотального “створення” масової політичної

свідомості (“світова комуністична революція”, “новий світовий порядок Третього Рейху” (Neuordnung), “культурна революція” (у Китаї в 60-ті роки ХХ ст.), “загальнолюдські цінності”, “світовий (ісламський) тероризм”, “русскій мір” тощо).

Проте кожний такий експеримент насправді був (і залишається) спробою-пропозицією монополізувати якомога більшу кількість “користувачів” так само, як це роблять бренди торгових марок або вчиняли так звані світові релігії (християнство, іслам, іудаїзм, буддизм тощо) в минулому: релігійні війни, місіонерська діяльність у колоніях, свята інквізиція в Західній Європі тощо. Адже суттю і наміром будь-якого інформаційно-пропагандистського впливу є влада – її захоплення, утримання й експансія. Задля цього політичні суб’єкти, використовуючи найсучасніші для них технічні засоби інформаційного впливу, створюють та пропагують масштабні ідеологічні доктрини, системно актуалізуючи в цих доктринах групи життєвих цінностей (етичних, моральних, політичних, вітальних, соціальних, релігійних) для формування в суспільній свідомості усіх рівнів та видів цінностей [7, с. 238–259]. Ієрархія цінностей визначає для суспільної свідомості легітимність інтерпретації політики. А згодом політичними суб’єктами вибудовуються ієрархії життєвих цінностей, коли, наприклад, влада СРСР (особливо за часів сталінізму) ставила соціально-політичну мораль “будівника комунізму” (моральні цінності) вище за релігійні погляди (релігійні цінності) чи нині в більшості ісламських країн релігійні цінності визначають суспільну етику й мораль.

У контексті обговорюваної проблеми варто звернутися до класичних праць Густава Лебона, який зазначав, що основою цивілізації є так звана “душа раси”, сформована спадковими епістемологічними накопиченнями. Ця душа є міцною і фактично незмінною та базується на спільності почуттів, інтересів і вірувань [11]. Тому природною тенденцією розвитку цивілізації є їх диференціація, що провокує, з одного боку, взаємне відчуження культур, а з другого – нав’язування “вищими” культурами своїх цінностей “нижчим”. Але це й породжує конфлікти культур, адже, як зазначає Г. Лебон, невластива народу, навіть більш “висока”, культура підриває його моральність і руйнує сформовані століттями цінності, остаточно знищуючи автохтонну культуру.

На розбіжності культурних і релігійних цінностей як передумову конфронтації, агресії, а в результаті – війн і терору звертало увагу багато видатних мислителів другої половини ХХ ст. (Ш. Авіньєрі, Ж. Бодріяр, Д. Гойтинський, К. Даазе, У. Еко, Р. Жирар, Ж. Лакан, В. Лакер, Ж. Ліповецкий, П. Рікер та багато інших) [9]. З. Фройд загалом вважав військово-політичну агресивність своєрідною “хворобою культури” [23].

До кола проблем сучасної політичної психології відносять вивчення генезису цінностей політичних культур та засобів впливу на них [24]. Для цього, зокрема, можуть бути продуктивними ідеї *мемів* і *цМемів*.

Ми визначаємо *мем* як *фіксований інформаційний набір поведінкових інструкцій, соціальних артефактів, ідеологем та ціннісних символів, що передаються від попереднього покоління наступному*. Мемі являють собою елементарні частинки, які можуть поєднуватися в мета-мемі – системні патерни (кластери) мемів. Так, наприклад, психосемантичний ряд поєднання серпа, молота і червоної зірки на червоному прапорі дає символічний мета-мем, який є ціннісним мемом (цМемом) радянського менталітету.

Так само цМемі, поєднуючись між собою, створюють ціннісні орієнтації суспільства. Цінною для аналізу єдності цих психічних феноменів є теорія Клера Грейвза, згідно з положеннями якої певній соціальній системі, певному етапу культурно-історичного розвитку людства притаманний свій набір ціннісних орієнтацій і моделей поведінки, які відображають рівні розвитку глибинних психічних структур представників цих соціальних систем [1]. Кожен із системних рівнів цінностей відображає те, як люди думають (тобто структуру їхніх цінностей та переконань) на протигагу тому, що саме вони думають (тобто змісту їхніх цінностей і переконань). Такі системи цінностей відносять до *схем*, або, інакше кажучи, методів мислення, а не до *тем* — змісту цього мислення. Справді, у сучасному світі, абсолютно протилежні, на перший погляд, системи переконань, як, приміром, релігійні погляди ісламських фундаменталістів і так званий безбожний атеїстичний комунізм, структурно є тотожними схемами ціннісних орієнтацій IV рівня за теорією К. Грейвза (див. далі).

Модель К. Грейвза дає змогу не лише окреслити шлях до формування тієї чи тієї ідеологічної системи цінностей, а й через дослідження глибинних структур суспільної свідомості і несвідомого пояснити та передбачити наслідки впровадження цМемів ідеології. Ця модель може пояснити досить широке коло політико-психологічних процесів – від індивідуального вибору особистості, до яких (ідеологічних) цінностей примкнути, аж до процесів міжнародної політичної взаємодії. Різні ціннісні орієнтації визначатимуть мотивацію, розуміння власного призначення, мети і сенсу життя. Також кожна з ціннісних систем має власну технологію змін, зсувів у той чи інший бік, які визначаються впливами контекстів, специфічних для кожної із систем. Так, приміром, тоталітарна ціннісна система впроваджуватиме освіту з абсолютно іншою метою, ніж ліберально-демократична. Політична культура, наука, мистецтво та культура в цілому в тоталітарних режимах дуже відрізняться за структурою і метою (не за змістом) – за *ідеологічним сенсом* від країн із конкурентною ринковою економікою.

Схеми мислення за К. Грейвзом відображають репертуар відповідей (можливостей вибору) особистості чи групи на вплив життєвих контекстів. Утім, кожна людина має у власній свідомості свої тезауруси потенційних відповідей, які можуть бути підібрані під контекст чи окрему ситуацію. Чотири рівні з таких систем цінностей (I, III, V, VII) називаються системами *самовираження* особистості, решта (II, IV, VI, VIII) – системами *самопосягати* (самопожертви). Усі системи самовираження базуються на певній формі внутрішньої референції, сфокусованості на *Я*; системи самопосягати передбачають також певну форму зовнішньої референції, самовіддану орієнтацію на *Ми*.

Стисло охарактеризуємо кожний з рівнів систем життєвих цінностей.

1. **Просте виживання.** Цей початковий рівень системи цінностей суспільної свідомості можна визначити як *реактивно-автоматичний*. Люди з такими цінностями здебільшого розглядають своє життя як безперервну боротьбу за існування. Вони агресивно сприймають будь-які “зазіхання” з боку оточення, жорстко конкурують “за шматок хліба”, намагаючись будь-що знищити “загрозу”. Такий тип цінностей найчастіше трапляється в маргіналізованих спільнотах (у бомжів, жебраків, хронічних алкоголіків, наркоманів, людей, які остаточно духовно зубожіли).

2. **Клан: духи племені.** Тип цінностей – *інтегрально-анімістичний*. На цьому рівні люди шукають соціальної стабільності через відчуття належності до певної соціально-професійної групи. Їхні базові цінності – віддано-активна чи пасивно-приречена самопожертва заради свого “племені”, “вождя” і способу життя предків; цінності орієнтовані на групу – містичні, магічні, племінні, анімістичні. Люди силою захищають життя, якого не розуміють, у них сильна потреба в гуртовій безпеці.

3. **Право сили.** Тип цінностей – *егоцентрично-власницький*. Базові цінності орієнтовані на себе (“до біса всіх інших”). Людині притаманне імпульсивне самовираження; така людина повинна бути на вершині, навіть якщо це веде до конфронтації з оточенням. У людських спільнотах із такою системою цінностей панує брутальний самовпевнений індивідуалізм. Для розуміння суті таких ціннісних систем в інформаційно-психологічній війні можна використати термін “неприхований макіавеллізм”. Це рівень, на якому сильний завжди правий, мислення такого типу сьогодні панує в політизованому суспільстві Російської Федерації, КНДР. У суспільствах і спільнотах з такими системами цінностей домінує агресивне вираження людського прагнення відкрито та безсоромно, за будь-яку ціну, “мати” те, що забажається; жодні правові, моральні чи етичні норми не вважаються адекватними. Тут царює груба влада авторитетно-кримінальних “понять”. Класичними прикладами пропаганди такої системи мислення є відомі російські фільми “Бумер”, “Брат-1”, “Брат-2”, серіал “Бригада” (більш цивілізований варіант таких ціннісних систем показаний

у відзначеній Оскарами культовій трилогії “Хрещений батько”, гангстерській сазі “Одного разу в Америці” та ін.). Люди в таких суспільствах вірять лише собі, відкидають будь-яку свою провину, реагують лише на позитивні моментальні нагороди (наприклад, захоплення Криму), не відчувають сорому. У них сильне самоствердження за рахунок приниження інших.

4. **Правила: сила догми.** Тип цінностей – *абсолютистсько-праведний*. Ключові цінності – самопожертва за диктатом ідеології вищої влади і відкладання досягнень на потім (“світле майбутнє”), морально-етичний (релігійний) абсолютизм, святість, конформізм, “правильна” доктрина як єдино правильний шлях. Абсолютний контроль зовнішньої “вищої” сили (“На все воля Божа”, “Партія – наш керманіч”). На цьому рівні люди розуміють, що життя в цьому світі не дає їм насолоди, і бачать, що правила прописані для кожного класу людей. Покірність цим правилам – ціна, яку людина платить за більш тривале життя. У спільнотах із такими цінностями переважають кастові способи осмислення реальності (“кожному своє”). Усе своє життя вони інтерпретують крізь призму тієї ідеології, якій дали право повністю визначати їхнє життя.

5. **Досягнення та змагання.** Тип цінностей – *множинно-матеріалістичний*. Головні цінності – самовираження для досягнення амбітних цілей і матеріального добробуту, але обачливо, щоб не викликати гніву інших. Такі люди намагаються досягти успіху шляхом прихованого (від оточення) стратегічного маніпулювання професійними та соціальними контекстами. Вони, прагматично та розважливо прагнучи матеріальних цінностей і заможності, вважають, що успіх є справедливим виявом зусиль тих, хто його досягнув. Якщо такі люди на шляху до власної мети стикаються з перешкодами у вигляді власних переконань, то досить легко змінюють їх. Люди цього рівня орієнтовані на успіх, чутливі до поняття соціального статусу, сфокусовані на меті, прагнуть досягти кращого в житті для себе та суспільства. Вони часто залежні від технічних пристроїв, найвищою мірою схильні до змагань, дотримуються постійно завантаженого справами стилю життя; спонукають себе до наукового мислення і пошуку, надто орієнтовані на результат. До такого типу цінностей можна віднести суспільства більшості розвинутих країн ЄС, а також США, Канади, Австралії, Японії. В умовах інформаційно-пропагандистської війни України та Російської Федерації, до якої наразі долучилося багато країн з V рівнем цінностей, цікаво спостерігати, як у відповідь на економічні санкції (найстрашніша зброя для прагматично орієнтованого Заходу) Росія реагує цінностями III рівня – нехтує будь-якими нормами міжнародного права та “брязкає зброєю”.

6. **Гармонія відносин.** Тип цінностей – *персонально-релятивістський*. Ключові цінності – гуманізм і людяність, самопожертва заради

щастя близьких, єдність та рівність тощо. У таких спільнотах людина відчуває міцний зв'язок із тими, хто її оточує. На відміну від людей, які орієнтовані на досягнення та змагання, людина з цим рівнем цінностей менше піклується про матеріальні доходи та досягнення нею влади. Вона переймається тим, щоб подобатися іншим людям. Ставлення людей до неї вважає більш значущим, ніж будь-які кар'єрні досягнення, матеріальні статки чи владу. Показовим прикладом реалізації таких цінностей в інформаційно-пропагандистській війні був пацифістський рух хіпі, що відіграв важливу роль у закінченні війни у В'єтнамі.

7. **Вільний потік.** Тип цінностей – *системно-екзистенційний*, для них характерне самовираження для досягнення особистої свободи (але не за рахунок інших і навколишнього середовища), творчість, інтегративність, системність, функціональність, холістичність, природність, системна екологія. Суспільство, що живе за такими цінностями, вирішує проблему, як відновити життєздатність роз'єданого світу, доведеного до безладу. У практиці світової політики приклад таких цінностей дають нам філософія і діяльність Greenpeace та Римського клубу.

8. **Глобальна гра.** Тип цінностей – *трансперсонально-глобальний*. Ключові цінності – *всесвітоцентрованість, перетворення себе на внесок заради глобального розвитку та еволюції людства*. Спільнот, які належать до цього типу, дуже мало. Практично всі суб'єкти, які досягають такого рівня, мають парадоксально-дослідницьке сприйняття зв'язків свого внутрішнього психічного світу та глобальних вселенських подій. Одним з прикладів спроби творити пропагандистську роботу за такими ціннісними орієнтирами та ідеологічними принципами, за К. Грейвзом, був життєвий шлях Папи Римського Іоанна Павла II.

Практика так званої холодної інформаційно-психологічної війни у другій половині ХХ ст. довела, що суспільство з більш високим рівнем цінностей має переваги перед суспільством з більш низьким. Так, приміром, Радянський Союз програв ту війну, адже міг оперувати цінностями переважно першого (“пролетарям нема чого втрачати”), другого (“колективізм”), третього (“диктатура пролетаріату”, “культ особистості Й. Сталіна”) та четвертого (“світле комуністичне майбутнє”) рівнів, тоді як НАТО, Євросоюзом та США використовувалися потужні культурно-антропологічні цінності п'ятого, шостого і навіть сьомого рівнів [7, с. 238–259]: “вільний ринок”, “свобода слова”, “колективна безпека”, “толерантність” і “мультикультуралізм”, “спільний європейський дім” (спільність історичної долі та спадщини народів Європи), “європейські цінності” – повага до людської гідності, свободи, демократії, рівності, верховенство закону і повага до прав людини тощо.

Однак легітимність реакцій представника кожної зі сторін інформаційно-психологічної війни буде аксіоматично визначатися не тільки

усталеними доктринами їхньої культури (цінностями, віруваннями, смислами, традиціями), а й господарсько-культурним типом етногенезу та природними умовами, з яких він походить і на базі яких будуються його вірування, традиції, цінності.

Загалом, згідно з ідеями географічного детермінізму, природні умови і тип господарювання мають визначальне значення в історико-культурному генезисі етносу. Одним з перших це теоретично обґрунтував ще Ш. Монтеск'є, який пов'язував культурно-антропологічний розвиток і форми державного управління з природними особливостями середовища: кліматом, родючістю ґрунту, іншими природними факторами. Наприкінці XIX – на початку XX ст. ідеї географічного детермінізму плідно розробляли Р. Бокль, Ф. Ратцель, М. О. Бердяєв, Л. М. Гумільов, В. О. Ключевський, К. І. Мечников, Р. В. Плеханов та ін.

Гіпотези про специфічну роль природного оточення і культурогенезу у формуванні психологічних рис особистості та особливостей сприймання, пізнання, мислення набули великої популярності в середині та другій половині XX ст., діставши наукове обґрунтування в працях американських антропологів Р. Баррі, М. Бейтса, М. Бекона, Д. Беннета, Р. Болтона, Х. Віткіна, Р. Едгертона, Дж. Стьюарда, М. Салінса, Р. Неттінга, Р. Раппопорта, В. Чайлда, Дж. і Б. Уайтінгів та ін. Також на особливу увагу заслуговує розроблена в 70–80-ті роки XX ст. концепція територіального функціонування Р. Б. Тейлора [25]. Згідно з цією концепцією територіальне функціонування розглядається як детермінована взаємозалежність місця проживання (екології, ландшафту, соціокультурного середовища) та системи поведінки, відчуження, пізнання світу індивідами, групами людей та етносами.

Зважаючи на вищеозначене, проте не абсолютизуючи значення культурно-антропологічних цінностей, слід, утім, визнати, що вони мають неабияке значення для формування аксіом політичного світогляду – доктринальної легітимізації світоглядної реальності. Це – архаїчні (від латинізованого давньогрецького *ἀρχαῖος* – “прадавній”, “споконвічний”) джерела неусвідомлених правил життя. Розгляньмо розбіжності цих джерел більш детально.

Землероби. Природні умови етногенезу – родючі землі. Цим, власне, і визначався осілий спосіб життя: кам'яна чи глиняна хатина-мазанка, сад, город, плетена огорожа, приміщення для тварин, зорані плугом поля, комори для зберігання зерна, їжа із злаків, кераміка, гончарний круг, колесо, можливість вживати сире молоко, м'яса їжа зі злаками, тканий конопляний одяг, воли й коні як робоча худоба, корови, свині, птиця.

У народів, що архаїчно вели землеробський спосіб життя, формувалися цінності толерантно-дбайливого ставлення до оточення. Адже після сварок із сусідами все одно треба було якось з ними співіснувати, отже

мириться. Ще однією їхньою особливістю було інтенсивне сільське господарство й чітке розуміння власності. Так, наприклад, “Пісня про Віщого Олега” О. С. Пушкіна в поетичній формі відображає український стародавній епос та один з основних принципів цМемів цивілізації землеробів: війна як превентивний захід з метою унеможливлення приходу ворога на рідну землю. Щит, прибитий Олегом на ворота Цар-граду, – це насамперед інформаційно-пропагандистська піар-акція – психотехнологія позначення власної сили й могутності задля побудови рівноправних відносин з державами-сусідами, адже в тому поході русичі не підкорювали Візантію.

Традиційна інформаційно-пропагандистська стратегія землеробів полягає також в *освоєнні* територій, придатних для сільського господарства. Землероби звичайно намагалися уподібнити місцеве населення до себе шляхом пропаганди своєї культури й цивілізації. Навіть якщо вони й підкоряли народи з неземлеробською культурою (як, приміром, Стародавній Єгипет, що так само був суто землеробською державою, з Лівією), то просто обкладали їх даниною, не намагаючись заселяти-освоювати їхні землі. А інформаційно-пропагандистська політика таких держав полягала в тому, щоб нав’язати тим народам уявлення про *належність*, а не про *входження до складу*. На нашу думку, саме так треба розглядати етнонім “руські” – означення належності (відповідь на запитання *чії?*), а не самоідентифікація “русичі”, або “русини” (відповідь на запитання *хто?*). Так Київська Русь часто позначала народності, які не були землеробами, але платили данину Русі.

Кочівники. Природні умови етногенезу кочівників – це степ і лісостеп. Континентальний клімат з холодною зимою та жарким літом визначив уразливість кочівників до природних умов і, як наслідок, бойовничість зі схильністю до масштабних переселень. Кочовий спосіб життя позначився на традиціях: будівлі – юрта (мобільна); м’ясна та кисломолочна їжа; худоба – коні, вівці; взуття і одяг тваринного походження.

Відсутність чіткої прив’язки до певної місцевості, циклічна (за порами року) надмобільність породжували й певні різновиди інформаційно-пропагандистських психотехнологій. Так, апіорна доктринальна легітимність власності визначалася в них правом сили – *захопленням*. Отже, практично будь-яка місцина могла розглядатися як своя, а народи, що там автохтонно мешкали, – як улуси. Цим, зокрема, можна пояснити й величезні простори завоювань монгольських Чингізидів, і глобальні інформаційно-пропагандистські зазіхання Сполучених Штатів Америки – держави, національний менталітет якої архаїчно спирається на типові образи ковбоїв (скотарів-кочівників) і першопрохідців, мігрантів – шукачів долі.

Водночас кочівники, *поширюючи* свої культурно-антропологічні цМеми (релігію, традиції тощо), здебільшого не намагаються асимілювати підкорені народи, залишаючи їм етнічну ідентичність. США, наприклад,

називають власних громадян афроамериканцями, латиноамериканцями, італоамериканцями тощо. Головне – внести у їхню політичну свідомість, а згодом і поширити на увесь світ “американську ідею-мрію”.

Збирачі-мисливці. Загальновідомо, що збирачі мали так званий привласнювальний тип виробництва, який базувався на ідеї про “нічийність” ресурсів, адже в лісі чи морі їжа чи інші ресурси (деревина, мед) належать тому, хто їх *уполовав-привласнив*. Наприклад, економіку мисливства-збирання так званих “руських” більшою мірою формували природні умови – холодний клімат, ліси, річки і болота, довга зима, неродючі землі, ресурси лісу. Це чітко відображається в традиціях їхнього напівосілого способу життя: будівлі – хати з деревини, комори, личаки; їжа – дичина, риба, гриби, мед, дикі плоди (коріння, фрукти, овочі та ягоди), зрідка м’ясо трав’яної худоби (корови, кози); одяг і взуття зі шкіри, льону та берести (лапті); промисел – риба, лісний чи морський звір, хутро, віск, мед, льон, береста, ягоди.

Ще одним неоднозначним аспектом для розуміння природи інформаційно-пропагандистських психотехнологій збирачів-мисливців є їхня схильність формувати своє світобачення за допомогою *перетворення* (наркотизації) свідомості. “... найімовірніше, саме мисливці і збирачі, а не хлібороби першими дізналися більше про галюциногенні рослини. Ці люди могли експериментувати з потенційною їжею і наркотичними рослинами, які були для них джерелом свідомості. Їхні побратими часів неоліту, які переважно були пов’язані із сільськогосподарськими культурами і домашніми тваринами (в основному в суспільствах Старого Світу), могли мати меншу схильність до експерименту” [21, с. 13]. Не дивно, що героїчний епос і міфологія етносів збирачів-мисливців рясніє перемогами, які були здобуті завдяки силі “чудодійних” напоїв, “чарівної” їжі тощо. Показово, що головною метою вживання цих “харчів” було набуття надприродних властивостей, без яких перемога над ворогом була неможливою чи малоімовірною.

Також варто зазначити, що фактично всі так звані “збирачі земель руських” – від князя московського улусу Золотої Орди Івана Калити (Кулхана) у XIV ст. до Президента Російської Федерації Володимира Путіна на початку століття XXI-го – експлуатують культурно-антропологічні цМеми *привласнювання*: державний герб – двоголовий орел, запозичений у Візантії; самоназва “русские” і “Третій Рим”, православна релігія, слов’янська мова й культура взяті в більш (на той час) цивілізованих русичів-українців¹; наукові напрацювання (особливо за часів Петра Першо-

¹ Так само Російська імперія за часів Єлизавети Петрівни (Єлизавети Першої) намагалася “цивілізувати” себе шляхом галоманії, запозичуючи французьку мову й культуру для ужитку придворною елітою.

го) – у Західній Європі (передусім Німеччини); ідеї соціалістичного державотворення – у європейських політекономів XIX ст. і т. ін. Так само сучасна імперська іміджева політика Російської Федерації активно просуває значущість і позитивність поняття “збирання”. Недарма ж таким величезним розмахом саме влітку 2014 року (у розпал “гібридної” війни з Україною) в Російській Федерації святкувалося 700-річчя з дня народження Ігумена Сергія Радонезького – “духовного збирача землі руської”.

Отже, сутність і спрямованість психотехнологій нескінченної інформаційно-пропагандистської війни Московії, Російської імперії, Радянського Союзу чи Російської Федерації можна визначити, зокрема, як поєднання *перетворень* “галюциногенної реальності” (“Третій Рим”, “Святая Русь”, “світова пролетарська революція”, “світле комуністичне майбутнє”, “руській мір” і т. ін.) з активним плагіаторським *привласненням* ідей, цінностей, територій, наукових концепцій, культурних надбань з подальшим переконанням (передусім свого населення), що все це є “іс-конно русским”. Так, приміром, територію Східної Пруссії, анексовану СРСР у результаті перерозподілу Європи після Другої світової війни, росіяни вже аксіоматично вважають “законно своєю”, адже вона “полита кров’ю російських солдатів”, і називають її “Янтарним Краєм”.

Для порівняння зазначимо, що США, так само запозичивши багато іміджевих ідей Римської імперії (Капітолій, сенат, римський орел тощо), цМемів Старого Світу (зокрема ідеї Французької революції) та захопивши (в різний спосіб) великі території, ніколи не намагалися створити для всього того імідж “споконвічно американського”, скоріше їх цікавить панування “американського способу життя” як системи ідеологем і цінностей (цМемів).

Підсумовуючи дослідження культурно-антропологічних джерел психотехнологій сучасної інформаційно-психологічної війни, можемо зробити такі *висновки*.

Визначення основних тенденцій інформаційно-пропагандистських спрямувань (mainstreams) XX – початку XXI ст. свідчить про активність формування у віртуальному та медійному просторі нової політичної реальності, де цМеми ідеологем культурно-антропологічних брендів політичних суб’єктів (народів, націй, держав чи цивілізацій) намагаються експансивно підсилити вплив цих суб’єктів або загалом зробити його тотальним завдяки перманентній інформаційно-психологічній війні.

Огляд трьох основних господарсько-культурних типів етногенезу як можливих культурно-антропологічних джерел цМемів психотехнологій сучасної інформаційно-психологічної війни висвітлює ключові розбіжності аксіом доктринальної легітимізації світоглядної реальності землеробів, кочівників та збирачів-мисливців. Можна констатувати, що інформаційно-пропагандистська експансія землеробів відбувається як “включення до

складу” й “облаштування”; у кочівників – як “захоплення” й “поширення”; а в збирачів-мисливців – як “привласнення” і “перетворення” (галюцинація) реальності. У цьому контексті поняття облаштування, захоплення, привласнення, перетворення тощо використовуються у їхньому широкому розумінні як ціннісна культурно-антропологічна одиниця інформації, тобто одиниця розуміння реальності, яка стосується не лише територій, земель, а й думок, способу життя, ідей.

А проте, зауважимо, значення цих архаїчних культурно-антропологічних джерел не варто абсолютизувати, адже реальність життя сучасної людини може радикально відрізнятись від побуту її далеких пращурів, а політичні суб’єкти використовують прадавні ціМеми лише як ресурс для підсилення психотехнологій сучасної інформаційно-психологічної війни.

Окреслюючи подальші *перспективи дослідження* інформаційно-пропагандистських психотехнологій у медійному та віртуальному просторі як один з цікавих напрямів сучасної політичної психології, можна обґрунтувати відтак вивчення за допомогою психолінгвістичних та психосемантичних методів аналізу особливостей морфогенезу й динаміки трансформації політичної культури та формування національно-патріотичного менталітету в країнах пострадянського простору.

Саме на прикладі країн пострадянського простору можна спостерігати, як боротьба культурно-антропологічних ціМемів радикально змінює не тільки ієрархію цінностей народів та країн, а й призводить до перетворення політичної мапи світу за зразками того, чого *ще* чи *вже* не існує. Таким чином абстрактні симулякри пропагандистської гіперреальності через медіа-простір породжують трансформації об’єктивної політичної реальності, адже “абстракція сьогодні – це не абстракція мапи, копії, дзеркала або концепту. Симуляція – це вже не симуляція території, референтного суцього, субстанції. Вона – породження моделей реального без оригіналу і реальності: гіперреального. Територія більше не передує карті й не переживає її. Відтепер території передує карта – прецесія симулякрів, – саме вона породжує територію ...” [2, с. 16].

Л і т е р а т у р а

1. Бек Д. Спиральная динамика. Управляя ценностями, лидерством и изменениями в XXI веке / Дон Бек, Крис Кован; пер. с англ. И. Фрейман, П. Миронов; под общ. ред. А. Беляева. – М.: Открытый Мир, BestBusinessBooks, 2010. – 424 с.
2. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция / Жан Бодрийяр; пер. О. А. Печенкина. – Тула: Тульский полиграфист, 2013. – 204 с.
3. Василюк Ф. Е. Методологический анализ в психологии / Ф. Е. Василюк. – М.: Смысл, 2003. – 240 с.

4. *Василюк Ф. Е.* К психотехнической теории / Ф. Е. Василюк // Московский психотерапевтический журнал. – 1992. – № 1. – С. 15–32.
5. *Войтасик Л.* Психология политической пропаганды / Леслав Войтасик ; пер. с пол. В. Н. Порус. – М. : Прогресс, 1981. – 277 с.
6. *Воронцова Л. В.* История и современность информационного противоборства / Л. В. Воронцова, Д. Б. Фролов. – М. : Горячая линия – Телеком, 2006. – 192 с.
7. *Зеленін В. В.* По той бік правди: нейролінгвістичне програмування як зброя інформаційно-пропагандистської війни. Т. 1 / В. В. Зеленін. – Вінниця : ВІНДРУК, 2014. – 384 с.
8. *Зеленін В. В.* Психотехнології нейролінгвістичного програмування в інформаційно-пропагандистській війні: сучасний вітчизняний досвід / В. В. Зеленін // Проблеми політичної психології : зб. наук. праць / Асоц. політ. психологів України, Ін-т соц. та політ. психології НАПН України. – К. : Міленіум, 2014. – Вип. 1 (15). – С. 295–313.
9. *Ї: Незалежний культурологічний часопис.* – Львів : Ю.М.І., 2002. – № 25 (“Насильство. Влада. Терор”). – 320 с.
10. *Крысько В. Г.* Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт) / В. Г. Крысько ; под общ. ред. А. Е. Тараса. – Минск : Харвест, 1999. – 448 с.
11. *Лебон Г.* Психология народов и масс / Густав Лебон. – СПб. : Макет, 1995. – 311 с.
12. *Панарин И. Н.* СМИ, пропаганда и информационные войны / И. Н. Панарин. – М. : Поколение, 2012. – 411 с.
13. Політична пропаганда як засіб партійного будівництва / В. В. Зеленін, П. І. Бублик, Б. І. Мотузенко, Д. В. Рождественська. – Донецьк : Інновац. центр соц.-політ. і гуманіт. наук ДонНТУ, 2003. – 181 с.
14. *Почепцов Г. Г.* Информационно-политические технологии / Г. Г. Почепцов. – М. : Центр, 2003. – 384 с.
15. *Почепцов Г. Г.* Информационные войны / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук; К. : Ваклер, 2000. – 576 с.
16. *Почепцов Г. Г.* Пропаганда и контрпропаганда / Г. Г. Почепцов. – М. : Центр, 2004. – 256 с.
17. *Почепцов Г. Г.* Психологические войны / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук; К. : Ваклер, 2000. – 576 с.
18. *Прокофьев В. Ф.* Тайное оружие информационной войны: атака на подсознание / В. Ф. Прокофьев. – Изд. второе, расшир. и доработ. – М. : Синтег, 2003. – 408 с. – (Серия “Информационные войны”).
19. *Расторгуев С. П.* Информационная война / С. П. Расторгуев. – М. : Радио и связь, 1999. – 416 с.
20. Революції на експорт / Кара-Мурза С. Г., Александров О. О., Мурашкін М. О., Телегін С. А. – К. : Оріяни, 2007. – 538 с.
21. *Риос М. Д. де.* Растительные галлюциногены / Марлин Добкин де Риос. – М. : КСП, 1997. – 272 с.
22. *Уилбер К.* Краткая история всего / Кен Уилбер ; пер. с англ. С. В. Зубкова. – М. : АСТ: Астрель, 2006. – 476 с.

23. Фрейд З. Болезнь культуры / Зигмунд Фрейд ; пер. с англ. А. Н. Анваера. – М. : АСТ, 2014. – 447 с.
24. Шестопал Е. Б. Политическая психология : учеб. для вузов / Е. Б. Шестопал. – М. : Инфра-М, 2002. – 446 с.
25. Taylor B. Human Territorial Functioning: An Empirical, Evolutionary Perspective on Individual and Small Group Territorial Cognitions, Behaviors, and Consequences (Environment and Behavior) / B. Taylor. – Cambridge University Press, 1988. – 380 p.

Reference

1. Bek, D. and Kovan, K. (2010). *Spiralnaya dinamika. Upravlyaya tsennostyami, liderstvom i izmeneniyami v XXI veke* [Spiral Dynamics. Mastering values, leadership and changes in the XXI century]. Moscow: Otkrytyy Mir, BestBusinessBooks (rus).
2. Bodrijjar, Zh. (2013). Simulyakry i simulyatciya [Simulacra and Simulation]. Tula: Tulskiy poligrafist (rus).
3. Vasilyuk, F. E. (2003). *Metodologicheskyy analiz v psikhologii* [Methodological analysis in psychology]. Moscow: Smysl Publ. (rus).
4. Vasilyuk, F. E. (1992). *K psikhotehnicheskoy teorii* [About the theory of psycho-technology]. *Moskovskiy psikhoterapevticheskyy zhurnal* [Moscow Psychotherapeutic Journal], 1, 15–32 (rus).
5. Vojtasik, L. (1981). *Psikhologiya politicheskoy propagandy* [The psychology of political propaganda]. Moscow: Progress Publ. (rus).
6. Vorontsova, L. V. and Frolov, D. B. (2006). *Istoriya i sovremennost informatsionogo protivoborstva* [The history and the present of information warfare]. Moscow: Goryachaya liniya – Telekom Publ. (rus).
7. Zelenin, V. V. (2014). Po toi bik pravdy: neirolingvistychno programuvannia yak zbroia informatsiino-propahandystskoi viyny. Tom I / [On the other side of the truth: neurolinguistic programming as a weapon of information and propaganda warfare]. Kyiv: Vindruk (ukr).
8. Zelenin, V. V. (2014). Psykhotehnolohii neirolinhvistychnoho prohrumuvannia v informatsiino-propahandystskii viyni: suchasnyi vitchyzniani dosvid [Psychotechnologies of the neurolinguistic programming in the information and propaganda warfare: current domestic experience]. *Problemy politychnoi psikhologii* [The Issues of Political Psychology]. Kyiv: 1 (15), 295–313 (ukr).
9. *I: Nezalezhyi ku'turolohichnyi chasopys* [J: Independent Cultural Journal]. (2002). Nasystvo. Vlada. Teror [Violence. Power. Terror]. Lviv: Ju.M.I. no. 25 (ukr).
10. Krys'ko, V. G. (1999). *Sekrety psikhologicheskoy voyny* (tseli, zadachi, metody, formy, opyt) [Secrets of psychological warfare (goals, objectives, methods, forms, experience)]. Minsk: Harvest Publ. (rus).
11. Lebon, G. (1995). *Psikhologiya narodov i mass* [The Crowd: A Study of the Popular Mind]. St. Petersburg: Maket (rus).
12. Panarin, I. N. (2012). SMI, propaganda i informatsionnye voyny [Media, propaganda and information wars]. Moscow: Pokolenie Publ. (rus).
13. Zelenin, V. V., Bublyk, P. I., Motuzenko, B. I., Rozhdestvenska, D. V. (2003). *Politychna propahanda yak zasib partiinoho budivnytstva* [Political propaganda as a means of party building]. Donetsk: (rus).

14. Pocheptsov, G. G. (2003). *Informatsionno-politicheskie tekhnologii* [The information and political technologies]. Moscow: Centr Publ. (rus).
15. Pocheptsov, G. G. (2000). *Informatsionnye voyny* [The information warfare]. Moscow: Refl-buk, Kyiv: Vakler Publ. (rus).
16. Pocheptsov, G. G. (2004). *Propaganda i kontrpropaganda* [The propaganda and counterpropaganda]. Moscow: Centr Publ. (rus).
17. Pocheptsov, G. G. (2000). *Psikhologicheskoe voyny* [The psychological wars]. Moscow: Refl-buk, Kyiv: Vakler Publ. (rus).
18. Prokofev, V. F. (2003). *Taynoe oruzhie informatsionnoy voyny: ataka na podsoznanie*. [The secret weapon of information warfare: attack at the subconscious]. Moscow: Sinteg Publ. (rus).
19. Rastorguev, S. P. (1999). *Informatsionnaya voyna* [The psychological war]. Moscow: Radio i svyaz Publ. (rus).
20. Kara-Murza, S. G., Aleksandrov, O. O., Murashkin, M. O., Telegin, S. A. (2007). *Revoliutsii na eksport* [Revolutions for export]. Kyiv: Oriiany Publ. (ukr).
21. Rios, M. D. de. (1997). *Rastitelnye gallyutsinogeny* [Hallucinogens: Cross-Cultural Perspectives]. Moscow: KSP (rus).
22. Uilber, K. (2006). *Kratkaya istoriya vsego* [A Brief History of Everything]. Moscow: AST: Astrel (rus).
23. Freyd, Z. (2014). *Bolezn kultury* [Inconvenience of culture]. Moscow: AST Publ. (rus).
24. Shestopal, E. B. (2002). *Politicheskaya psikhologiya: Uchebnik dlya vuzov* [Political Psychology: a textbook for universities]. Moscow: Infra-M Publ. (rus).
25. Taylor, B. (1988). *Human Territorial Functioning: An Empirical, Evolutionary Perspective on Individual and Small Group Territorial Cognitions, Behaviors, and Consequences (Environment and Behavior)*. Cambridge University Press.

Зеленин В. В. Культурно-антропологические источники психотехнологий современной информационно-психологической войны

Представлен обзор культурно-антропологических источников как мировоззренческой основы психотехнологий современной информационно-психологической войны. Одна из ведущих тенденций информационно-пропагандистских направлений (mainstreams) XX – начала XXI в. рассматривается как активация в виртуальном и медийном пространстве новой политической реальности, когда политические субъекты (народы, нации, государства или цивилизации) пытаются экспансивно усилить свое влияние с помощью использования ценностных культурно-антропологических единиц информации (цМемов) – определенной совокупности ценностных идеологем и культурно-антропологических брендов. Обосновывается идея о значении хозяйственно-культурных типов этногенеза как возможных культурно-антропологических источников цМемов, используемых в психотехнологиях современной информационно-психологической войны. Освещены ключевые различия аксиом доктринальной легитимации мировоззренческой реальности трех основных хозяйственно-культурных типов этногенеза, а именно: информационно-пропагандистская экспансия земледельцев происходит посредством таких цМемов, как “включение в состав” и “обустройство”, прежде всего земля и уклада жизни; кочевников – как “захват” и “расширение” пространства

влияния; собирателей-охотников – как “присвоение” территорий и “превращение” (вплоть до галлюцинаций) мыслей, идей, реальности в целом.

Ключевые слова: информационно-психологическая война, психотехнологии, vMeme, культурно-антропологические источники.

V.V. Zelenin. Cultural-anthropological sources of psychotechnology of modern information-psychological warfare

The article presents a review of cultural and anthropological sources as the psycho-technological basis of the modern informational-psychological warfare. One of the mainstream propagandistic trends of the XXth and the beginning of the XXIst centuries is explored as a new political reality activated in the virtual and media space. Under this new reality, political subjects (peoples, nations, states and civilizations) try to expand their influence by using value cultural anthropological informational units (vMemes), which comprise cultural and anthropological values and brands. We advocate the idea of the importance of economic and cultural types of ethnogenesis as possible sources of psychotechnology in the modern informational-psychological warfare. We expose key differences between axioms of legitimization of ideology for three main types of economic and cultural ethnogenesis. Informational expansion of farmers uses such vMemes as «incorporation» and «provision» mainly with regards to lands and life styles. Nomads use «taking over» (capturing) and «expansion» regarding influence space. And, finally, vMemes, special for hunters-gatherers, are «appropriation» of territories and «transformation» (all the way up to hallucinations) of thoughts, ideas and reality in general.

Keywords: information-psychological warfare, psychotechnology, vMeme, cultural-anthropological sources.