

Олександр ХОЛОД

**ТЕОРІЯ ІНМУТАЦІЇ
СУСПІЛЬСТВА**

КИЇВСЬКИЙ МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ

Олександр ХОЛОД

ЗІБРАННЯ НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Київ

2011

КИЇВСЬКИЙ МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ

Олександр ХОЛОД

ЗІБРАННЯ НАУКОВИХ ПРАЦЬ

ТОМ ДЕСЯТИЙ

Теорія інмутації

суспільства

Київ

2011

ББК 659.4
Х 73
УДК 007 : 304 : 001 + 004.9

Рецензенти:

Артамонова І. М. – доктор наук із соціальних комунікацій, професор
Богуславський О.В. – доктор наук із соціальних комунікацій, професор

Х 71 Холод О.М.

Зібрання наукових праць: У 10-ти т. – Т. 10: Теорія інмутації
суспільства. – К. : КиМУ, 2011. – 352 с.

ISBN 978-966-8299-59-1

Монографія присвячена оригінальній теорії інмутації, яка вперше описана детально, хоча термін «інмутація» автор запропонував ще 2007 року в монографії «Інмутація у мас-медіа».

У праці приділяється увага тлумаченню соціально-комунікаційних технологій. Визначається опис діапазону поняття «соціально-комунікаційні технології». Розглядаються процеси маніпуляції суспільства: мутація й інмутація як концепції соціально-комунікаційних технологій, критерії розгалуження соціально-комунікаційних технологій. Пропонується опис структури соціально-комунікаційних технологій та їхніх видів і функцій. Інмутація тлумачиться як система артефактів сучасного суспільства. Визначаються місце інмутації в класифікації систем, структура й види інмутаційних процесів. Приділяється увага інмутації свідомості особистості в життєвому просторі у межах професійної та непрофесійної інмутації, або інмутації дозвілля. Аналізу піддаються й дифузні зони інмутації (синергетика професійного та непрофесійного видів інмутації як інмутація інмутації).

Книга буде цікавою студентам, аспірантам і докторантам, які досліджують проблеми соціальних комунікацій.

ISBN 978-966-8299-59-4

ББК 659.4

Х 73

УДК 007 : 304 : 001 + 004.9

© Холод Олександр, 2011

© Київський міжнародний університет, 2011

ЗМІСТ

Стор.

Від автора

1. Соціально-комунікаційні технології
 - 1.1. Діапазон поняття «соціально-комунікаційні технології»
 - 1.2. Маніпуляція суспільства: мутація й інмутація як концепції соціально-комунікаційних технологій
 - 1.3. Критерії розгалуження соціально-комунікаційних технологій
 - 1.4. Структура соціально-комунікаційних технологій
 - 1.5. Види соціально-комунікаційних технологій
 - 1.6. Функції соціально-комунікаційних технологій
 - 1.7. Зв'язок соціально-комунікаційних технологій з іншими галузями діяльності соціального актора
2. Інмутація як система артефактів сучасного суспільства
3. Місце інмутації в класифікації систем.
4. Структура й види інмутаційних процесів
5. Функції інмутації суспільства
6. Інмутація свідомості особистості в життєвому просторі
 - 6.1. Професійна інмутація та її ознаки
 - 6.2. Непрофесійна інмутація, або інмутація дозвілля
 - 6.3. Дифузні зони інмутації (синергетика професійного та непрофесійного видів інмутації як інмутація інмутації)
7. Мас-медіа: психолінгвістичні інструменти інмутації ззовні через «фахові оцінки»

8. Психолінгвістичні особливості інмутації у процесі експлікації ефекту семантичних “ножиць” у ЗМІ
9. Специфіка використання інструментів риторичної маніпуляції ЗМІ
10. Масовий характер інмутації суспільства
 - 10.1. Уточнення значення терміна «масовий характер інмутації суспільства»
 - 10.2.1. Розрізнення понять «масова комунікація» і «психологічний вплив»
 - 10.2.2. Види інмутації масової комунікації
 - 10.2.3. Інмутація масової комунікації, або власне інмутація
 - 10.2.4. Інмутація суспільства під впливом масової комунікації
 - 10.2.5. Інмутовані інмутанти як результат інмутації масової комунікації

Від автора

У монографії пропоную оригінальну теорію інмутації суспільства, думки про яку виношую вже п'ять років. Наважився нарешті виписати основні положення та позиції, від яких відштовхуюся.

Розумію, що ризикую своєю пропозицією накликати досить негативні відгуки колег, друзів, недругів. Вважаю їхні майбутні зауваження такими, без яких у науці неможливо запропонувати нову теорію. Готовий до захисту своїх ідей і до того, щоб логічно викладені зауваження критиків дали підґрунтя для покращення теорії інмутації суспільства.

Деякі положення теорії інмутації суспільства опубліковані раніше у матеріалах симпозіумів, конференцій та круглих столів. Іншими словами, колеги знайомі з окремими ідеями, що лягли в основу теорії інмутації суспільства.

Прошу телефонувати, писати, звертатися за:

- ⇒ тел.: 050-957-24-40 (моб.),
- ⇒ ел. адреса: akholod@ukr.net,
- ⇒ 03179, Україна, м. Київ-179, вул. Львівська, 49, Київський міжнародний університет, Інститут журналістики, кафедра масової комунікації, кімн. 1102.

ТЕОРІЯ ІНМУТАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

1. Соціально-комунікаційні технології

1.1. Діапазон поняття «соціально-комунікаційні технології»

Соціально-комунікаційні технології – це система маніпулятивних дій-комплексів, спрямованих на змінення поведінки соціуму.

Нині до кола соціально-комунікаційних технологій різні дослідники [1; 3; 5–8] зараховують різну кількість маніпулятивних дій-комплексів:

- 1) технологія інформаційного охоплення (пропаганда);
- 2) технологія формування іміджу (іміджбілдинг і трешімідж);
- 3) технологія виправлення інформації (спіндоктор);
- 4) технологія інформаційного протистояння-боротьби (інформаційних війн);
- 5) технологія соціальних зв'язків (паблік рилейшнз);
- 6) технології просування (маркетингові комунікаційні технології);
- 7) технології перемовин;
- 8) рекламні технології;
- 9) виборні технології;
- 10) кризові технології;
- 11) технології формування промов (спічрайтинг, спічмейкінг);
- 12) технології електронних мереж;
- 13) технології мобільного зв'язку;
- 14) технології чуток;
- 15) технології організації дозвілля;

- 16) психотерапевтичні технології;
- 17) технології громадянського суспільства;
- 18) технологія перепису населення;
- 19) технологія реєстрації населення;
- 20) технологія реєстрації хворих у лікарнях;
- 21) технологія реєстрацій у РАГС (шлюб, розлучення, народження, смерть);
- 22) технологія пільгування;
- 23) релігійні технології (хресний хід, освячення води, хрещення дитини, постриг у ченці тощо);
- 24) технології сакральних дій (шаманство, чаклунство, ведунство).

Кожна з перелічених соціально-комунікаційних технологій має характеристики, структуру, семантичне й семіотичне наповнення. Далі пропонуємо стисле визначення кожної з технологій.

Технологія інформаційного охоплення (пропаганда) – це «неоплачувана, абсолютно добровільна форма особистого інформативного впливу на індивідів із метою донесення до них інформації про фірму, її діяльність і товари, які вона випускає» [2].

Технологією інформаційного охоплення як видом соціально-комунікаційних технологій пропонується називати систему маніпулятивних дій-комплексів, спрямованих на особистісний емоційно-експресивний вплив на свідомість споживачів інформації (реципієнтів) для зміни сценаріїв, моделей їхньої поведінки, переконання людей, поширення інформації про певного фігуранта, його діяльність на підставі власних переконань пропагандиста.

Приклад 1. Передавання інформації про симпатизування ідеям нинішнього президента можна здійснювати віч-на-віч. Будучи впевненим у тому, що власні переконання непохитні, емоційно підкріплювати їх, «здобрюючи» міцним словечком. При цьому знати, що оплати за таке передавання інформації не

отримаєш, слави не заживеш, не бути впевненим у тому, що будеш адекватно сприйнятий.

Приклад 2. Інформацію про кафе «Струмок», який відкрився на Хрещатику, вчора можна поширювати через технологію інформаційного охоплення в маршрутному таксі. Слід досить голосно й упевнено, із захопленням розповідати своєму товаришу про те, як провів там час, скільки це коштувало, с якою красунею чи красенем відвідав заклад. Найголовніше в такій розповіді – це віра в те, про що розповідаєш. Варто деталі описувати яскравими метафорами й епітетами і майже після кожного речення примовляти: «Сходи, побачиш сам».

Наступним видом соціально-комунікаційних технологій вважається *технологія формування іміджу* (іміджбілдинг і трешімідж), сутність якої полягає в тому, щоб утворити замітники (символи) реального образу фігуранта (людини, організації, колективу, міста, країни, союзу країн тощо) за допомогою специфічних дій-комплексів, які систематично нав'язують інформацію.

Слід розрізняти процеси іміджбілдингу (їх ще називають «іміджмейкінг») і процеси трешіміджу.

Іміджбілдинг (від англ. *image* – образ й англ. *building* – будівля), або іміджмейкінг (від англ. *image* – образ й англ. *making* – створення) – це соціально-комунікаційна технологія утворення позитивного чи нейтрального образу фігуранта, трешімідж (від англ. *trash* – мотлох і англ. *image* – образ) – це соціально-комунікаційна технологія формування негативного нецікавого образу фігуранта.

Приклад 1 (ілюстрація іміджбілдингу). Утворення позитивного образу прем'єр-міністра через щоденні розповіді в ЗМІ про нього як про людину, що має дружну й інтелігентну родину, є уважним батьком і хорошим товаришем, фаховим колегою. Такий імідж «малює» в уяві електорату позитивну постать. При цьому позитивні риси вданого віртуального фігуранта можуть не співпадати зі справжніми рисами політика.

Приклад 2 (ілюстрація трешіміджу). Розповіді в ЗМІ про те, що молодими роками політик скоїв два карні злочини і був покараний за них, відбував строк покарання в колонії для неповнолітніх, де й опанував нехитру життєву науку злочинного світу. Такий імідж може бути віртуальним, створеним спеціально аби принизити фігуранта, не дати йому можливості мати підтримку з боку електорату.

Цікавою соціально-комунікаційною технологією слід вважати *технологію виправлення інформації*, або спіндоктор (від англ. *spin* – кружляння й англ. *doctor* – доктор). Сутність згаданої технології полягає в тому, щоб завдяки нехитрим корекціям інформації про певного фігуранта, події або процеси «лікувати» початок їхньої негативізації: з негативних відомостей робити позитивні, такі, які б формували імідж фігуранта на краще.

Прикладом технології виправлення інформації може слугувати такий: через ЗМІ суспільство дізналося про те, що син президента країни у свої дев'ятнадцять років має дорогий автомобіль і дозволяє собі користуватися мобільним телефоном надвисокої ціни. Преса повідомила й про те, що відомий синок відомого політика дозволив собі дорогу вечерю в шикарному ресторані столиці тоді, коли народ бідує, у країні лютує криза. При цьому синок президента ще й образив одного з працівників ресторану.

Заради зменшення негативних наслідків для президента від такої негативної інформації про сина прибічниками президента «виштовхується» в інформаційний простір інший варіант інформації про описану раніше негативну дію сина політика. За розрахунком команди президента новий варіант негативної інформації про його сина «пом'якшить» наслідки і зробить можливий скандал у пресі не настільки руйнівним для фігуранта-сина (тим самим і для фігуранта-батька). У наявності технологія виправлення інформації.

У теорії масової комунікації є відомою *технологія інформаційного протистояння-боротьби* (інформаційних війн). Сутність згаданої технології

полягає в системному цілеспрямованому негативному впливі на об'єкт протистояння.

Технологію інформаційного протистояння-боротьби активно використовують і нині ідеологічні суб'єкти на політичній арені. Прикладом такого протистояння-боротьби вважається загострена протидія партій – претендентів на роль лідера в політичному процесі напередодні виборів або президента країни, або парламенту. Наприклад, партія Ю хоче вплинути на результати передвиборних перегонів до самих виборів. Із цією метою згадана партія пропонує фрагменти негативної інформації проти партії Я. Партія Ю «виливає» систематично в інформаційний простір дозу поганих новин про партію Я. Після щоденного тривалого в часі впливу через ЗМІ електорат починає вірити в негативізм партії Я.

Аби уникнути формування власного негативного образу партія Я, зі свого боку, протиставляє такій поганій інформації свою власну інформацію, але не про себе, а навики, про партію Ю. Так само, як і партія Ю, партія Я систематично «обливає брудом» партію Ю. Такий двобій брудних виливів здійснюється впродовж тривалого часу, що й породжує в електораті враження про «війну» інформації, або про інформаційне протистояння. У період від 2005 до 2010 року класичними прикладами активного використання технології інформаційного протистояння-боротьби є інформаційний двобій між Україною і Росією, владні структури яких кожного року вказаного періоду прагнули довести власну правоту з приводу чи то питань з транзитом газу територією України, чи то ввезенням на територію Росії українських неякісних молочних продуктів, чи то...

Досить впливовою і дієвою слід вважати *технологію соціальних зв'язків* (паблік рилейшнз), про яку вже написано багато праць і здійснено безліч досліджень. Згадана технологія соціальних зв'язків здійснюється завдяки цілеспрямованому систематичному налагоджуванню зв'язків із громадськістю

при використанні правдивої інформації, яку керівництво організації постійно пропонує народу, споживачам чи то власної продукції, чи то послуг.

Прикладом нормативного використання технології соціальних зв'язків слід вважати інформування клієнтів банку про активи і пасиви установи, які постійно здійснюються керівництвом заради збільшення не тільки власних коштів і прибутків, але й коштів клієнтів.

Коли в країні визрівають революційні події, адміністрація президента, парламент і чинний уряд зобов'язані повідомляти народ про початок політичної або економічної кризи. Чесне й довірливе ставлення до народу, керування країною через донесення навіть негативної інформації робить честь основним інститутам влади. Саме в цьому й полягає сутність технології соціальних зв'язків.

Слід звернути увагу й на *технології просування* (маркетингові комунікаційні технології). Їхня сутність полягає в системі дій, спрямованих на розміщення товарів (послуг) на ринку попиту так, щоб здійснити якнайшвидший їхній продаж із максимальним прибутком.

Прикладом технології просування є кампанія рекламування чи то оператора МТС, чи то Білайн, чи то Київстар, чи то Джинс або акційна кампанія щодо стартових пакетів під час упровадження нових послуг мобільного зв'язку (пакети: «Новорічний», «Все по нуль», «Сімейний», «Студентський», «Сім-сім сім'я» тощо).

Відомою соціально-комунікаційною технологією нині є *технологія перемовин*, метою якої є здійснення переважно вербальних дій, спрямованих на структурування, упровадження, навіювання, поступки, порозуміння між сторонами, які прагнуть рівних вигідних умов існування на основі вибору оптимального варіанта подальших відносин. Ілюстрацією технології перемовин є майже щорічні зустрічі між урядами і комісіями України та Росії щодо встановлення тарифів на оплату за споживання Україною і транзит нею до Європи природного газу, який надає Росія. Гарантія успіху перемовин не є

їхньою технологією. Але організація, проведення перемовин вважається нині специфічним видом цілеспрямованої типової ділової комунікативної діяльності.

Як вид соціально-комунікаційних технологій нині розглядаються *рекламні технології*. Їхня сутність полягає в інформуванні споживачів щодо появи нових організацій і видів товарів (послуг), формуванні та підтримці іміджу організацій, товарів (послуг).

Як приклад рекламних технологій наведемо декілька таких:

- 1) формування позитивного враження про «НадраБанк» через телевізійний ролик, який пропонує завдяки мультиплікації червоного кольору пелюстки квітки, що розташовується на зеленому фоні;
- 2) купівельна пропозиція нового виду цукерок завдяки показу у відеоролику сюжету про те, що сам Зевс благословив вироблення шоколаду з горіховою присипкою і назвав цукерки, які оформлені в коробці чорного кольору з бузковою серветкою, «Esfero».

Від рекламних технологій недалеко відійшли нині досить поширені *виборні технології*, сутність яких полягає в системі дій, спрямованих на пропозицію електорату майбутніх політичних послуг із боку відомого в країні політичного суб'єкта; нав'язуванні його програмних положень, обіцянок і рекламних роликів, друкованої продукції і мітингових зустрічей на виробництві; планування й організація виборної кампанії; постійне інформування громадськості про наміри, плани і дії політичного суб'єкта; контроль за діями Центральної виборчої комісії (ЦВК); організація екзит-пулів (власного підрахунку голосів електорату); подання судових позовів щодо оскарження попередніх результатів голосування тощо.

Прикладів виборних технологій в Україні і Росії достатньо, шукати їх у пам'яті не слід: кожний українець протягом періоду від 2004 до 2010 року змушений був зіштовхуватися з майже постійними виборними технологіями. Але одну з найяскравіших виборних технологій варто навести як приклад. Ідеться про виборну кампанію 2004 року в Україні, коли результатом активного

використання виборних технологій стало народне невдоволення українців, на жаль, яке також було чітко сплановано й зрежисовано фахівцями із соціальних технологій.

Події на Чорнобильській АЕС 1986 року стали видатним уроком для фахівців соціальних комунікацій і технологій. Саме після аварії ядерного реактора фахівці почали відкрито говорити про необхідність спеціальних команд, міністерств, комітетів, діяльність яких повинна плануватися як система дій, спрямованих на вихід із кризи, на подолання наслідків катастроф. В Україні навіть з'явилося Міністерство з надзвичайних ситуацій (далі – МНС). Фахівці МНС відверто декларують спрямованість власної діяльності: використання *кризових технологій*, результатом яких є стабілізація ситуації внаслідок соціальних і природних катаклізмів.

Що в економічній галузі, що в політичній або мистецькій галузях необхідними є *технології формування промов*, які в закордонній науковій та періодичній літературі називають «спічрайтингом», а іноді – «спічмейкінгою». Термін «спічрайтинг» пішов від поєднання двох англійських слів, а саме: «speech» – мовлення, промова та «writhe», «writhing» – писати; той, хто пише. Отже, спічрайтинг означає вміння писати публічні промови, а людина, яка пише промови, називається «спічрайтером». Термін «спічмейкінг» також утворений поєднанням двох слів англо-американського походження: «speech» – мовлення, промова та «making» – створення. Як перший термін («спічрайтинг»), так і другий («спічмейкінг») перекладаються зі змістом досить близьким, що й дає підґрунтя для того, щоб вважати їх синонімами.

Спічрайтинг (спічмейкінг) в Україні ще називають технологією формування промов, або системою дій, спрямованих на формування (утворення, написання) промов, із якими особи, для яких промови писалися, виступатимуть перед аудиторією.

Досить цікавими й новими для світу (зокрема, для України) слід вважати *технології електронних мереж*. Згадані технології є системою дій, спрямованих

на захоплення і привернення уваги користувачів електронних мереж. Серед засобів реалізації технологій електронних мереж варто назвати такі:

- соціальні мережі (наприклад, «Однокласники», «Вконтакті», «Планета кохання» тощо);
- підбір і розміщення новин;
- інформування через підписку на розсилання інформації за темами;
- аналіз тематичних подій або тематичної інформації;
- електронний маркетинг (система дій, спрямованих на пропозицію та продаж товарів через електронні магазини завдяки електронній пошті);
- технології блогування (система дій, спрямованих на залучення користувачів електронних мереж до утворення електронних щоденників);
- словникові технології та технології електронних рефератів;
- технології пропозиції про прийняття значної суми коштів із країни третього світу з метою врятувати економічний стан збіднілої країни;
- технології свахи (організація електронного простору з метою залучення молодих осіб до безконтактного заочного знайомства з метою налагодження дружніх стосунків та стосунків, пов'язаних з коханням, аж до знайомств з метою разових сексуальних стосунків);
- технології порно-сайтів та еротичних сайтів;
- інші електронні технології.

Такими ж новими як і електронні, вважаються нині найпоширеніші *технології мобільного зв'язку*. Суть останніх полягає в тому, що абонента, або користувача послугами мобільних операторів, останні інформують про прогноз погоди, стан банківського рахунку, новини, розсилання на адресу абонента книжкових посилки. Також мобільні оператори використовують зв'язок для зтягування абонентів-підлітків до різних ігор-вікторин, еротичних і

сексуальних забавок тощо. Особливою ознакою технологій мобільного зв'язку є повідомлення про нові акції, що обіцяють безкоштовні телефонні розмови на будь-який термін і час. Іншими словами, технології мобільного зв'язку тільки но починають розвиватися, але експансивно й ефективно.

На відміну від попередньо описаної технології мобільного зв'язку, яка є легітимною, з найбільшою ефективністю в комунікаційному просторі функціонує *технологія чуток*. Основною ознакою згаданої системи дій слід вважати передавання інформації майже пошепки, «від вуха до вуха» через брак достатнього її обсягу.

Найяскравішим прикладом технології чуток є поширення інформації про те, що всім відома в колективі працівниці Х таємно зустрічається після роботи з маловідомим молодим фахівцем, вчорашнім випускником вишу Н, який працює на підприємстві зовсім недавно. Не важливо, що одного вечора молодий фахівець Н допоміг працівниці Х нести з магазину повні пакети з покупками. Після чого співробітники розійшлися в різні сторони. Важливим є тут інше: їх бачили разом і йшли вони в напрямку до її будинку. Усе інше було додумане, придумане, домальоване, удаване, сфантазоване. Той, хто побачив (1), переказав тому, хто не бачив (2), але при цьому «домалював» те, що хотів бачити. Той, хто не бачив (2), але чув, передав тому, хто сприйняв так, як домислив (3). Той, хто сприйняв так, як домислив (3) передав двом (4 і 5), яких зустрів наступного дня на роботі і які дуже хотіли почути те, що робить інформацію «гарячою», «смаженою». Ті, хто ... Кінця такому ланцюгу може й не бути. Насамкінець, первинна інформацію, яку сприйняв той, хто бачив (1), може бути викривленою до такої міри, що останній її просто не впізнає і вислухає як зовсім нову інформацію. Механізм чуток унікальний і, на жаль, досить дієвий. Тому технологію чуток використовували завжди для неблагочестивих намірів (помсти, покарання, задоволення хтивості, підступності і зради тощо).

Досить поширеною, але непомітною нині є *технологія організації дозвілля*, сутність якої ми вбачаємо в системі дій, спрямованих на організацію відпочинку та вільного часу індивідів. До технологій організації дозвілля слід зарахувати, наприклад, сітку телевізійних передач, яка спланована так, щоб глядачі будь-якого віку могли знайти для себе в певний час доби цікаві передачі, художні фільми, репортажі, концерти, ток-шоу тощо. Діти чи люди похилого віку можуть увімкнути телевізор саме в той час, коли буде демонструватися улюблений мультфільм або серіал, цікаві теледебати під час політичного ток-шоу. Ми знаємо напевно, що, збираючи дітей до дитсадку або школи, можемо відволікти їхню увагу від набридливої процедури одягання взимку. Ми впевнені в тому, що виїжджаючи у відпустку, на курорті ми знайдемо мережу закладів, діяльність яких спрямована на задоволення нашого запиту на якісний відпочинок. Нарешті, коли ми читаємо в транспорті розклеєні по всьому салону оголошення, ми дізнаємося, що до наших послуг не тільки курорти Туреччини чи Іспанії, Єгипту чи Криму, але дізнаємося про гастролі улюблених співаків чи модних музичних гуртів. Дозвілля нині – це розгалужена мережа продуманих і спланованих заходів, закладів і система дій фахівців з організації вільного часу суспільства.

Певна частина дослідників не погоджуються з думкою про те, що *психотерапевтичні технології* є такими, які слід називати технологіями взагалі. Дослідник Г. Г. Почепцов включає психотерапевтичні технології до переліку видів комунікативних технологій [Почепцов, 2001]. Навпаки, дослідник О. Ф. Коновець не включає психотерапевтичні технології до переліку комунікативних технологій [Коновець, 2009]. Як вважає Г. Г. Почепцов, психотерапевтичні технології як вид комунікації «корегують когнітивні механізми, які керують поведінкою» і «навчають людину новим моделям поведінки практично, здійснюючи навчання на умовних прикладах» [Почепцов, 2001, с. 307]. На нашу думку, достатньо першої частини визначення, щоб

вважати психотерапевтичні технології такими, які можна вважати соціально-комунікативними.

Прикладом соціально-комунікаційних технологій, за пропозицією Г. Г. Почепцова, можна вважати нейролінгвістичне програмування, психоаналіз, групову психотерапію тощо. Ми пропонуємо додати ще й психодраму К. Морено, яка спрямована на корекцію моделей комунікації в сім'ї.

Визначимо психотерапевтичні технології як систему комунікаційних дій, спрямованих на фахову психотерапевтичну організацію і корекцію нормативно-шаблонних моделей поведінки індивіда в суспільстві.

Досить цікавими вважаємо *технології громадянського суспільства*, які тлумачимо як систему соціально-комунікаційних дій, спрямованих на планування й організацію заходів для формування сильного суспільства, що базується на неурядових організаціях і спілках, товариствах і союзах громадян у демократичній державі.

Прикладом технології громадянського суспільства вважаємо організацію і проведення мітингів на підтримку вільного формування, наприклад, спілки громадян м. Києва (Громадянський союз). Іншим прикладом слід вважати дії Маршу незгодних Росії 2006–2009 роками.

Слід відрізнити від попередніх технологій інші, а саме – *технології перепису населення*. Сутність таких полягає в організації системи соціально-комунікаційних дій, спрямованих на реєстрацію і суцільну фіксацію (записування) соціально-метричних даних.

Яскравим прикладом технології перепису населення є остання фіксація 2001 року. Така фіксація соціально-метричних характеристик населення України дає змогу не тільки спланувати розвиток суспільства, але й офіційно зафіксувати його нагальні проблеми.

Досить близькою до технології перепису населення слід вважати *технологію реєстрації населення*. Останньою називаємо таку систему

соціально-комунікаційних дій, які спрямовано на впорядкування та фіксацію місця комунікативного простору, місця проживання та пересування індивіда. Найяскравішим прикладом технології реєстрації населення в СРСР була так звана прописка – внесення до паспорта кожного громадянина країни штампа, у якому зазначалися дані про адресу і дату реєстрації. Таким чином кожний індивід у суспільстві був закріплений за певним місцем проживання і власним комунікативним простором. Контролю піддавались і всі можливі пересування індивіда.

Недалеко від зазначеної технології відійшла й *технологія реєстрації хворих у лікарнях*. Принцип, на якому базується така технологія, той самий, що й у попередній технології, а саме – фіксація можливих змін у комунікаційному просторі кожного індивіда. Дотепер у кожній лікарні міста зберігаються майже на кожну людину, що офіційно зареєстрована в районних паспортних столах, медичні картки, до яких вписані всі дані про здоров'я людей.

Технологію реєстрації хворих у лікарнях пропонуємо називати соціально-комунікаційною технологією, тому що основою діяльності медичних закладів під час процесу лікування є комунікація, спілкування за певною стандартизованою схемою, яка є схожою з процедурою соціологічного опитування. Останнє неможливе без чіткої організації процедури і забезпечення її належними документами-бланками.

Ще одним видом соціально-комунікаційної технології слід вважати *технологію реєстрацій у РАГС*. Мова ідеться про специфічну процедуру реєстрації шлюбів, розлучень, народження дитини, реєстрації факту смерті. Саме така реєстрація дозволяє досить серйозно контролювати показники розвитку чи занепаду суспільства, його комунікаційних інструментів і системи дій.

Винятковою у списку соціально-комунікаційних технологій є *технологія пільгування*. Сутність останньої полягає в системі дій, спрямованих на стимулювання обмежених категорій населення як з боку економічного, так і з

боку забезпечення реалізації нормальних комунікаційних намірів, прагнень, бажань.

Прикладом слід вважати пільгування працівників парламенту, шахтарів, держслужбовців, постраждалих від Чорнобильської аварії, учасників бойових дій, ветеранів Великої Вітчизняної війни та інших. Надаючи пільги в підвищеній пенсії, зарплаті чи адресних виплатах, держава створює розгалужену систему комунікацій і комунікаційних прийомів і форм роботи зі згаданими категоріями громадян.

Специфічними вважаються *релігійні технології*, про які слід говорити як про систему дій, спрямованих на залучення (навернення) нових прихильників віри, популяризацію ідей певної конфесії та її релігійних догм, поширення інформації про діяльність конкретних осередків та їхні традиції, обряди, іміджеві моделі та моделі поведінки, соціально-релігійні норми та санкції.

Яскравими прикладами релігійних технологій слід вважати хресний хід, освячення води, хрещення дитини, постриг у ченці тощо.

Отже, ми перелічили тільки невелику кількість соціально-комунікаційних технологій, які за своєю сутністю мають стрижневі однакові структури, наповнення та функції.

Список використаних джерел

1. Коновець О. Ф. Масова комунікація : теорії, моделі, технології : навч. посіб. / О. Ф. Коновець. – К. : ЛГУ, 2009. – 266 с.
2. Політична пропаганда [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrref.com.ua/index.php?id=MTAzMTM=&g=2>
3. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого век / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук; К. : Ваклер, 2001. – 352 с.
4. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації / Г. Г. Почепцов. – К.: Видавничий центр "Київський університет", 1999. – 308 с.

5. Проблеми захисту від масованих інформаційно-пропагандистських операцій [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.niss.gov.ua/book/Litv/009_1.htm
6. Холод О. М. Соціальні комунікації : психо- та соціолінгвістичний аналіз : навч. посіб. / О. М. Холод. – Переяслав-Хмельницький, 2008. – 246 с.
7. Холод О. М. Соціальні комунікації : соціо- і психолінгвістичний аналіз : навч. посіб. / О. М. Холод. [2-е вид., доп. і випр.]. – К. : Київський міжнародний університет; Українська асоціація психолінгвістів, 2010. – 304 с.
8. Холод О. М. Інмутація суспільства в гіпермаркеті свідомості : монографія. – У 3-х томах. – Том 1 : Теорія інмутації суспільства / О. М. Холод. – К. : КиМУ, 2010. – 178 с.
9. Goban-Klas T. Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu. – Warszawa-Krakow: Wydawnictwo naukowe PWN, 1999. – 336 s.

1.2. Маніпуляція суспільства: мутація й інмутація як концепції соціально-комунікаційних технологій

Нині є аксіомою твердження про те, що інструментарій маніпуляції впливає на споживачів інформації. Значення терміна “інструменти маніпуляції” ми розглядаємо в такому тлумаченні: система психолінгвістичних одиниць, яка спрямована на корекцію, управління, переорієнтацію споживачів масової інформації в напрямку, потрібному її замовнику або комунікатору, який транслює інформацію.

Ми вважаємо, що журналісти використовують набір інструментів маніпуляції та при цьому не здогадуються про повний діапазон прагматичних можливостей такого інструментарію.

Дослідження проблеми здійснюється давно, про що свідчить низка таких праць [2–5 ; 9–10; 13].

Без уваги залишаються класичні праці науковців античності. Наприклад, у творах Аристотеля «Перша аналітика», «Друга аналітика» та «Топіка» [2] ми зустрічаємо досить детальний опис того, яким повинен бути текст для ефективнішого сприйняття і розуміння. Серед засобів, які гарантують адекватність сприйняття, Аристотель називає і вміння правильно побудувати доведення, і використання точних доказів, аксіом. Професійне використання, із завданням цілеспрямованої маніпуляції, ще згаданих Аристотелем риторичних (серед них і логічних) засобів побудови тексту надає можливість сучасним ЗМІ (зокрема, журналістам) ефективно *маніпулювати*, як свідчить певна кількість досліджень [3; 4; 6; 14], масовою свідомістю споживачів інформації. Інша група досліджень [5; 11] присвячена аналізу процесів *впливу* ЗМІ на свідомість масових споживачів. Існує думка й про те, що ЗМІ *керують* свідомістю реципієнтів [11]. Слід згадати й про термін «пропаганда», який також функціонує в науковому обігові [13]. Отже, виявляється, що майже схожі, на перший погляд, процеси масової комунікації називаються не тільки різними, але навіть досить несхожими омофонічними термінами. Подібна ситуація породжує, у свою чергу, «бродіння» смислів та ускладнює розуміння не тільки процесів комунікації, але й веде до поглиблення розбіжностей між концепціями, які за своєю суттю є досить близькими.

Термін «маніпуляція» вживається у значенні негативного впливу на свідомість об'єкта для змінення поведінки на користь суб'єкта впливу. Нині пропонуються різні тлумачення згаданого терміна: традиційні [4; 6; 7] і нетрадиційні тлумачення [5; 6; 12].

Враховуючи різне пояснення значення терміна «маніпуляція», ми при формулюванні суб'єктивного бачення змісту цього терміна, посилаємося, насамперед, на свою оригінальну концепцію інструментарію ЗМІ в умовах формування іміджу політиків [14].

Термін «маніпуляція» має декілька значень. Словникові визначення мають такі трактування: «1) рух рук, пов'язаний з виконанням певного завдання...; 2) демонстрування фокусів, яке забезпечується спритністю рук, умінням відволікти увагу глядачів від того, що повинно бути прихованим від них; 3) махінація, шахрайська витівка» [9, с. 300]. У психології маніпулюванням називають «прояв рухової активності, що охоплює всі форми активного пересування тваринами компонентів середовища у просторі» [7, с. 200].

Доречно навести думку дослідника В. Лисенка, який повідомляє, що кожний дослідник по-своєму тлумачить термін – «від «прибрати до рук» до вільних інтерпретацій за відчуттями автора» [6, с. 15]. Вважаючи використання терміна «маніпуляція» частіше в негативному сенсі не зовсім коректним, В. Лисенко запропонував вживати термін «модифікація» (від лат. *modifications* – змінення) як рівний за значенням щодо терміна «маніпуляція». На жаль, якщо ми запропонуємо терміни, наприклад, «трансформація» (перетворення), чи геологічний термін «формація» («комплекс сумісно утворених гірських порід, поява яких зумовлена спільністю умов; виникають такі породи на певних етапах розвитку основних структурних зон земної кори» [9, с. 549]), чи будь-який ще термін, ми не уникнемо його дво-, а то й багатозначності. Нам же потрібний термін, який би повністю відповідав завданню дослідження в межах психолінгвістики й теорії масової комунікації. У випадку, коли такого терміна не існує, ми маємо повне право запропонувати свій термін у межах згаданих сфер знань.

Мова терміна повинна бути, на наш погляд, латинською, тому що саме ця мова сьогодні вважається не тільки міжнародною, але й має статус наукової мови, мови науки. Термін повинен мати смисл «вплив засобів масової інформації (ЗМІ) з метою змінення моделей, сценаріїв поведінки реципієнтів». Таким терміном, на наш погляд, можна вважати латинське словосполучення, що має одне значення і складається зі слів «*inductum*», яке перекладається як «внесення, уведення», і «*mutatio*», у перекладі – «зміна, змінення». З поданих

латинських однозначних (що й потребує термін) слів ми утворили словосполучення «*inductum mutōnis*», що означає «внесення зміни».

Для зручності вживання смислу утворене словосполучення ми скоротили через процес усічення фінальних морфем у кожному слові. Так, у латинському слові «*inductum*» ми усікли фіналію «-tum», у слові «*mutōnis*» – фіналію «-ōnis». Для об'єднання корневих морфем «*induc-*» і «*muta-*» ми звернулися до інфіксу -і- та створили складне слово «*inducimuta*» з наголосом на передостанньому складі за правилами наголосу латинської мови. Отже, тепер у робочому порядку в розділі можна було б використовувати термін «*inducimuta*» через калькований запис українською мовою «індуцімута» без пунктуаційних знаків «лапки». Але п'ятискладове слово є важким для вимови. Для стилізування п'ятискладового слова «індуцімута» ми звернулися до процесу словотворення, який називається «спрощення», й утворили трискладове штучне слово «інмута». У подальшому спираємося на його штучну основу інмут-.

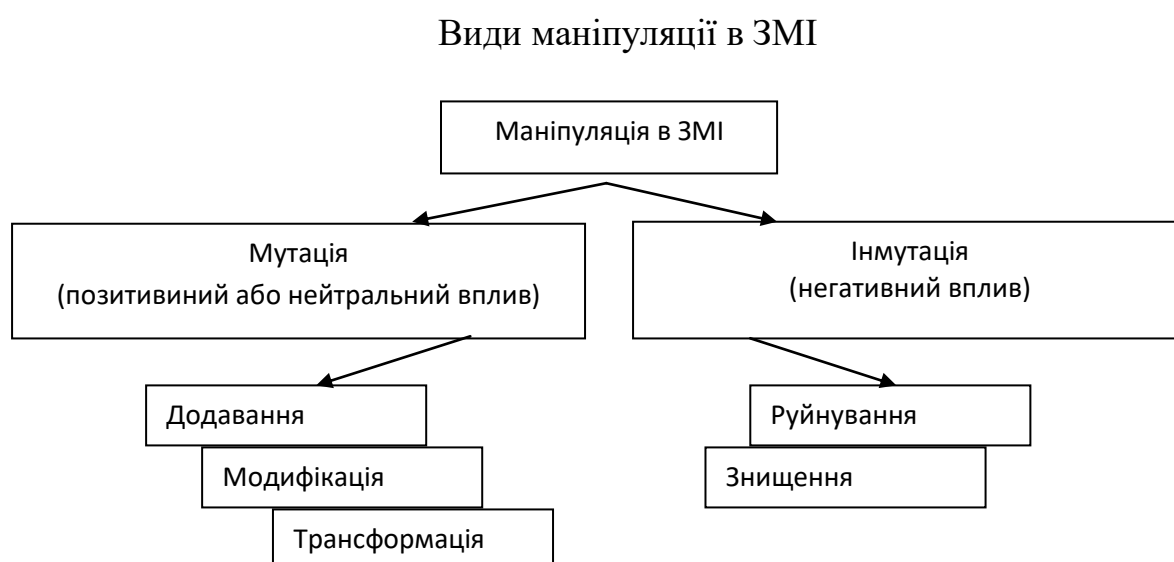
Отже, ми пропонуємо робочий термін «інмута» в такому значенні: «процес впливу на свідомість споживачів інформації (реципієнтів) для змінення сценаріїв, моделей їхньої поведінки». Для уподібнення українській мові штучного слова «інмута» ми створили декілька форм за традиційними словотвірними моделями іменника й дієслова. Тепер замість широкого полісемантичного терміна-іменника «маніпулювання в ЗМІ» ми надалі вживаємо термін-іменник «інмутація в ЗМІ». Для означення дії утворюємо похідне дієслово «інмутаціювати» чи «інмутувати».

Проблему маніпулювання (тепер, вужче, – інмутації) масовою свідомістю через ЗМІ обговорюють останніми роками досить жваво [1–15]. Сутність проблеми полягає в такому. ЗМІ, використовуючи певну парадигму спеціальних засобів і прийомів риторики (наприклад, еліпсис, літоту, синонімію без загальної морфологічної основи, інверсію, хіазм, метонімію, притчу, гіперболу тощо), здійснюють цілеспрямований і корисливий вплив (детальніше – інмутацію) на масового споживача інформації. Подібне

негативне використання (як вид інмутації) риторичних (-ми) засобів (-ами) ЗМІ не може бути розкодованим пересічним реципієнтом. Поступово маніпулювання (детальніше – інмутація) в ЗМІ утворює у свідомості реципієнта негативний фрагмент картини світу, який змінює акценти як у сприйнятті реальних подій, так і прийнятті рішень щодо реагування на них. Таким чином, утворюється хибний щодо об'єктивної істини стан речей. Як вважає автор [14], розв'язання існуючої проблеми може бути знайдене: по-перше, через пошук і точну ідентифікацію інструментів риторичної інмутації в ЗМІ; по-друге, через адекватний дійсності опис параметрів згаданого інструментарію; по-третє, через виявлення тих закономірностей функцій інструментарію, які можуть створити уявлення про повний масштаб системи інструментів риторичної інмутації в ЗМІ.

Оскільки аналіз думки автора [14] породжує неточні смисли, остільки нам слід ще детальніше розібратись із семантикою термінів «маніпуляція в ЗМІ» та «інмутація в ЗМІ». Для цього ми пропонуємо розшарування семантики терміна «маніпуляція в ЗМІ» (див.: схема 1).

Схема 1.



Пропонуємо визначити семантику кожного з наведених термінів.

Маніпуляція в ЗМІ – це вплив на поведінку реципієнта; може бути двох видів: мутація й інмутація.

Мутація в ЗМІ – це позитивний чи нейтральний вплив на поведінку реципієнта. Позитивним впливом можна вважати той, який не змінює моделі поведінки реципієнтів на гірше, ніж було до впливу. Нейтральний вплив слід розуміти як вплив, що потягнув за собою тимчасові зміни моделей поведінки реципієнтів. До мутації слід зарахувати такі три види: додавання, модифікація і трансформація. Дослідник Т.О. Клінкова запропонувала таке пояснення значення термінів: «Додавання – початкова стадія мутації, коли до сформованого іміджу політика через часткове змінення моделей поведінки та світогляду реципієнтів додається невелика частка інформації, що накладає тимчасовий відтінок на образ політика». «Модифікація – проміжна стадія мутації, яка завдає вагомих змін політичному образу», а «трансформація – кінцева стадія, коли через вплив на споживачів інформації відбувається формування нового або зміненого іміджу політика» [4а].

Інмутація – це процес впливу на свідомість споживачів інформації (реципієнтів) з метою негативного змінення сценаріїв, моделей їхньої поведінки. Ми визнаємо два такі види інмутації: знищення та руйнування. Як зазначила Клінкова Т.О., у словнику слово «нищити» трактується як «...припиняти існування кого-небудь або чого-небудь» [13а], а руйнувати – «ламати або псувати що-небудь, перетворюючи в руїни або розкладаючи на частини» [11а]. Після порівняння тлумачення слів, маємо необхідні нам визначення: знищення в ЗМІ – інмутація, що передбачає остаточне знищення конкретного образу політика; руйнування в ЗМІ – знищення окремих фрагментів політичного образу.

Отже, було висунуто гіпотезу про те, що терміни «маніпуляція в ЗМІ» та «інмутація в ЗМІ» мають не тільки різну семантику, але ще й можуть повноправно вживатись у науковому обігу психолінгвістики і теорії масової комунікації. Гіпотеза повністю підтвердилася.

Окрім зазначеного, нині в літературі, що стосується аналізу проблем психолінгвістики й теорії масової комунікації, активно вживаються майже з однаковою семантикою терміни «маніпуляція в ЗМІ», «керування з боку ЗМІ», «вплив ЗМІ», «пропаганда ЗМІ».

Подібна ситуація веде до різного тлумачення одних і тих же процесів у ЗМІ, що вивчає психолінгвістика й теорія масової комунікації.

Необхідно ввести в науковий обіг детальніші за семантикою терміни, які б могли чітко розшарувати тонкощі та смисли реалій процесів впливу ЗМІ на масову свідомість реципієнтів. Запропоновано розгалужувати семантику термінів «маніпуляція в ЗМІ» та «інмутація в ЗМІ». Семантика першого терміна є ширшою і підкоряє семантику другого терміна. Термін «інмутація в ЗМІ» має таку семантику: «процес впливу на свідомість споживачів інформації (реципієнтів) з метою негативного змінення сценаріїв, моделей їх поведінки».

Список використаних джерел

1. Аристотель. Риторика / Аристотель // Античные риторики. – М. : МГУ, 1978. – С. 34.
2. Аристотель. Первая аналитика. Вторая аналитика / Аристотель // Собр. соч. в четырёх т. – Т. 2 / Ред. З. Н. Микеладзе. – М.: Мысль, 1978. – С. 185–186, 259, 302.
3. Доценко Е.Л. Психология манипуляций: феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. – М.: ЧеРо, МГУ, 2000.
4. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – К.: Оріяни, 2000.
- 4а. Клінкова Т. О. «Розповідь про потворного карлика» як засіб негативізації українських політиків у ЗМІ / Т. О. Клінкова // Масмедійна інмутація суспільства: монографія / Клінкова Т. О., Козаченко В. В., Кравченко Н. О. та ін. [за ред. О. М. Холода]. – Кривий Ріг–Запоріжжя, 2009. – С. 7–68.

5. Королько В.Г. Влияние на общественное мнение // Королько В.Г. Основы публичных релейшнз. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2003. – С. 199–208.
6. Лысенко В. СМИ и общественное мнение: технологии манипулирования / В. Лысенко // Персонал. – 2004. – № 9. – С. 14–21.
7. Манипулирование // Психология. Словарь / Под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. – М. : Политиздат, 1990. – С. 200–201.
8. Манипуляндум. Манипулятивное влечение // Большой толковый психологический словарь. – В 2-х т. – Т.1 (А–О); Пер. с англ. / Ребер А. – М.: Вече, АСТ, 2003. – С. 426.
9. Манипуляция // Словарь иностранных слов. – М.: Рус. яз., 1990. – С. 300.
10. Почепцов Г. Г. Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций // Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2001. – С. 512–523.
11. Пугачёв В. П. Технологии скрытого управления в современной российской политике / В. П. Пугачёв // Вестник Московского университета. Серия 12 «Политические науки». – 2003. – № 3. – С. 66–102.
- 11а. Разрушать [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wiktionary.org/wiki/разрушать>
12. Романов А. А., Романова Е. Г., Воеводкин Н. Ю. Язык, власть и имя собственное в ритуальной политической коммуникации / А. А. Романов и др. // Проблемы имиджологии: материалы I Межд. конференции. – К.: ЕУФИМБ, 2000. – С. 193–206.
13. Рубакин Н. А. Тайна успешной пропаганды / Н. А. Рубакин // Рассвет. – 16.02.1931. – ГБЛ. – ф.358.87,3.
- 13а. Уничтожать [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wiktionary.org/wiki/>
14. Холод О. М. ЗМІ та імідж політиків: Монографія / За ред. проф. В. В. Різуна / Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – К., 2004. – 342 с.

15. Холод О. М. Зібрання наукових праць : У 10 т. / О. М. Холод. – Кривий Ріг, 2009 – . –
– Т. 4: Психолінгвістика інмутацій : монографія. – 2009. – 246 с.
16. Шкляр В. Мас-медіа як інструмент політичного бізнесу / В. Шкляр // Публіцистика: тенденції розвитку світу: Зб. наук. статей. – Львів, 1998. – С. 133–142.

1.3. Критерії розгалуження соціально-комунікаційних технологій

Нині жодний з дослідників соціально-комунікаційних технологій не запропонував чітких критеріїв для їхнього систематизування та класифікації. Користуючись науковою лакуною, ми пропонуємо розгалужувати всі соціально-комунікаційні технології за концепцією інмутації суспільства, яка всі технології називає маніпулятивними. Оскільки до маніпуляції, згідно з названою концепцією, слід зарахувати мутацію й інмутацію, ми всі технології пропонуємо поділити на два типи, а саме:

- 1) соціально-комунікаційні технології мутації;
- 2) соціально-комунікаційні технології інмутації.

До соціально-комунікаційних технологій мутації пропонуємо зарахувати таку систему маніпулятивних дій-комплексів, яка спрямована на позитивне або нейтральне змінення поведінки соціуму. Серед технологій мутації ми називаємо такі:

- 1) технологія формування іміджу (іміджбілдінг);
- 2) технологія виправлення інформації (спіндоктор);
- 3) технологія соціальних зв'язків (паблік рилейшнз);
- 4) технології просування (маркетингові комунікаційні технології);
- 5) технології перемовин;
- 6) рекламні технології;

- 7) виборні технології;
- 8) кризові технології;
- 9) технології формування промов (спічрайтинг, спічмейкінг);
- 10) технології електронних мереж:
 - 10.1) соціальні мережі;
 - 10.2) підбір і розміщення новин;
 - 10.3) інформування через підписку про розсилання інформації;
 - 10.4) аналіз тематичних подій;
 - 10.5) підбір тематичної інформації;
 - 10.6) електронний маркетинг;
 - 10.7) словникові технології;
 - 10.8) блогосфера,
- 11) технології мобільного зв'язку;
- 12) технології організації дозвілля;
- 13) психотерапевтичні технології;
- 14) технології громадянського суспільства;
- 15) технологія перепису населення.

До кола соціально-комунікаційних технологій інмутації ми пропонуємо зарахувати таку систему маніпулятивних дій-комплексів, яка спрямована на негативне змінення поведінки соціуму. Серед технологій інмутації ми називаємо такі:

- 1) технологія формування негативного іміджу (трешімідж);
- 2) технологія інформаційного охоплення (пропаганда);
- 3) технологія інформаційного протистояння-боротьби (інформаційних війн);
- 4) технології електронних мереж:
 - 4.1) технології блогування;
 - 4.2) технології еротичних і порно-сайтів;
 - 4.3) технології розповсюдження рефератів і дипломних робіт;

5) технології чуток.

Згідно з концепцією інмутації суспільства, соціально-комунікаційні технології мутації як системи дій-комплексів розгалужуємо на технології:

- 1) додавання;
- 2) модифікації;
- 3) трансформації.

Соціально-комунікаційні технології додавання є початковою стадією мутації, під час дії якої до сформованого іміджу через часткове змінення моделей поведінки та світогляду реципієнтів додається невелика частина інформації, що накладає тимчасовий відтінок на утворений образ.

До соціально-комунікаційних технологій додавання пропонуємо зарахувати такі:

- 1) технологія виправлення інформації (спіндоктор);
- 2) технологія соціальних зв'язків (паблік рилейшнз);
- 3) технології просування (маркетингові комунікаційні технології);
- 4) рекламні технології;
- 5) технології формування промов (спічрайтинг, спічмейкінг);
- 6) технології електронних мереж:
 - 1.1) підбір і розміщення новин;
 - 1.2) інформування через підписку про розсилання інформації;
 - 1.3) аналіз тематичних подій;
 - 1.4) підбір тематичної інформації;
 - 1.5) електронний маркетинг;
- 7) технології мобільного зв'язку;
- 8) технології організації дозвілля.

Концепція інмутації суспільства передбачає виокремлення соціально-комунікаційних технологій мутації, які реалізуються в модифікації як проміжній стадії мутації, яка завдає вагомих змін образу. До модифікаційних соціально-комунікаційних технологій пропонуємо зарахувати такі:

- 1) технології перемовин;
- 2) виборні технології;
- 3) технології електронних мереж:
 - 3.1) соціальні мережі;
 - 3.2) словникові технології.
- 4) технологія перепису населення.

До соціально-комунікаційних технологій мутації, згідно з концепцією інмутації суспільства, слід зарахувати кінцеву стадію процесу – трансформацію, завдяки якій вплив на споживачів інформації відбувається завдяки формуванню нового або зміненого іміджу. До трансформаційних технологій ми зарахувати такі:

- 1) технологія формування іміджу (іміджбілдінг);
- 2) кризові технології;
- 3) психотерапевтичні технології;
- 4) технології громадянського суспільства.

До соціально-комунікаційні технологій інмутації слід зарахувати таку систему маніпулятивних дій-комплексів, яка спрямована на негативне змінення поведінки соціуму. Технологіями інмутації може стати будь-яка технологія мутації, якщо її дію-комплекс спрямувати на негативний результат. Отже, перелічені соціально-комунікаційні технології набувають певного спрямування (нейтрального, позитивного або негативного) згідно з тими намірами, які мають їхні автори й реалізатори.

Список використаних джерел

- 1) Холод О.М. Зібрання наукових праць : У 10 т. / О.М. Холод. – Кривий Ріг, 2009 – . –
– Т. 4: Психолінгвістика інмутацій : монографія. – 2009. – 246 с.

1.4. Структура соціально-комунікаційних технологій

Соціально-комунікаційні технології мають власну структуру, до якої слід віднести такі складники:

- 1) запит суспільства;
- 2) «вакуум» виконавця;
- 3) суб'єкти майбутніх соціально-комунікаційних технологій (СКТ);
- 4) ринок ідей;
- 5) конкретні ідеї;
- 6) задум;
- 7) команда фахівців, зданих реалізувати задум;
- 8) волонтери для виконання другорядних функцій;
- 9) дослідження ринку запиту;
- 10) планування СКТ;
- 11) пошук фінансування СКТ;
- 12) тактичний і стратегічний розподіл ролей і фінансів;
- 13) реалізація плану СКТ;
- 14) корекція (узгодження змін, які спостерігаються в соціумі з подальшими планами реалізації СКТ);
- 15) подальша реалізація плану СКТ;
- 16) фінальне вимірювання (сканування) досягнень (прорахунків) СКТ;
- 17) фінал (завершення) СКТ;
- 18) аналіз ефективності впливу СКТ; оплата роботи виконавців.
- 19)

Кожний складник структури СКТ має власні особливості й характерні риси, специфіку та потребує подальшого тлумачення і роз'яснення.

Перший структурний елемент СКТ називається «запит суспільства» і передбачає появу в суспільстві потреби на певні активні дії щодо удосконалення або трансформування того явища, процесу, стану, який на даний історичний момент не задовольняє суспільство. Питання про те, хто може здійснити затребувані активні дії не постає. Актуальною є відповідь на питання про те, чи фіксується криза і потреба в змінах.

Досить часто відбувається так, що задовольнити запит суспільства довго не в змозі ніхто й ніщо. Суспільство у такому випадку перебуває в стані очікування. Чим довшим є очікування, тим більшим є бажання змінити ситуацію або стан. Подібний стан ми називаємо «вакуумом» виконавця.

Останній обов'язково веде суспільство до «штучного» висування лідера або до природного його відбору через проби й помилки з боку суспільства. Коли суспільство (окремі його лідери думок та настроїв) починає усвідомлювати, що час висування затягується, з'являється низка умов, які підштовхують купку ситуативних лідерів до рішучих дій. Результатом таких дій є поява відомих (а частіше навпаки – невідомих) суб'єктів (лідерів) майбутніх соціально-комунікаційних технологій. Такі невідомі суб'єкти-лідери прилаштовуються до потреб суспільства інтуїтивно. Якщо висування суб'єктів-лідерів було здійснено штучним шляхом, інтуїція замінюється соціальним вимірюванням. Сутність такого соціального вимірювання полягає в цілеспрямованому дослідженні настроїв та очікувань суспільства.

За результатами соціального вимірювання з'являється ринок ідей, які пропонуються найактивнішими суб'єктами-лідерами. Історія розвитку соціально-комунікаційних технологій свідчить про те, що оптимально провідних, лідируючих ідей на такому ринку не може бути багато. Багаточисельність ідей завжди звужується до двох, спочатку таборів, а потім поодиноких і конкретних ідей (опозиційних положень), які й захищаються апологетами протягом певного проміжку часу. Отже, характер опозиційності є обов'язковим для структури майбутніх СКТ.

Із двох провідних опозиційних конкретних ідей за результатами недовгої, але напруженої боротьби перемагає найпотужніша ідея. Вона швидко набирає силу, укріплюється прибічниками й поширюється природним чином. Поступово формується команда фахівців, зданих реалізувати задум.

Виокремлюється явний лідер-особа, яка добровільно бере на себе відповідальність за подальший розвиток подій, пов'язаних із СКТ. Паралельно формується коло тих, хто вірить в лідера ідеї. Помічники лідера ідеї цілеспрямовано вербують волонтерів для виконання другорядних функцій під час здійснення майбутньої СКТ.

Лідер ідеї замовляє *дослідження ринку запиту*, сутність якого полягає в з'ясуванні реального рівня потреб та вимог до виправлення ситуації з боку соціуму або певних його прошарків. Таке дослідження ринку запиту може здійснюватися завдяки пілотному (пробному) вимірюванню. Можливий і варіант масштабного вимірювання, але у такому випадку з'являється ризик значних витрат заради лише того, щоб дізнатися про неможливість подальшого просування для активізації СКТ.

Коли пілотне дослідження ринку запиту підтверджує потребу в проведенні СКТ, виникає необхідність планування соціально-комунікаційної технології. Планування здійснюється з урахуванням недоліків і переваг результатів тих СКТ, які раніше здійснювалися іншими організаціями, іншими країнами. Переглядається досвід конкретних споріднених СКТ для споріднених ситуацій запиту соціуму. Наприклад, таким досвідом завжди є попередня політична виборна кампанія.

Планування СКТ має свої особливості, сутність яких полягає в такому:

- 1) планується тільки конкретна ситуація для конкретного фігуранта;
- 2) до плану вводиться декілька паралельних варіантів розгортання майбутніх передбачуваних дій суб'єктів і об'єктів СКТ;
- 3) прогнозування результатів спирається на потенційні можливості виконавців СКТ;

- 4) кожний етап плану СКТ відповідає етапу реалізації загального запиту соціуму;
- 5) паралельно з планом СКТ виписується план кризової ситуації, яка може виникнути на будь-якому етапі реалізації;
- 6) до кошторису СКТ включаються додаткові витрати на випадок непередбачуваних подій (форс-мажорі).

Після написання плану СКТ здійснюється пошук фінансування. На даному етапі підготовки СКТ слід врахувати, що фінансове забезпечення СКТ завжди стикається з масою проблем. Типовими з них є:

- відсутність достатніх коштів для повномасштабної реалізації СКТ;
- нерозуміння потенційними інвесторами прямих переваг від реалізації запропонованої СКТ;
- віддалені перспективи покращення ситуації після реалізації СКТ;
- спроби інвесторів дістати «відкат» від вкладених у СКТ фінансів;
- нерозуміння смислу реалізації СКТ.

Після етапу пошуку і знаходження сторони, яка фінансує (інвестора), відбувається тактичний і стратегічний розподіл ролей у СКТ і фінансів, яких потребує технологія. Важливим тут є уважний контроль за плануванням стратегії майбутньої СКТ. Слід деталізувати всі можливі витрати і призначити відповідальних за контроль за такими витратами.

Реалізація плану СКТ є найбільш кропітким і трудомістким складником структури СКТ. Одна справа грамотно написати план, запропонувати низку системних дій, інша справа реалізувати заплановане в просторі і часі. Можливі незіткнення етапів реалізації СКТ, порушення фінансової дисципліни виконавцями, фізичні хвороби суб'єктів, елементарна незібраність низових структур виконавців, казнокрадство, корупційні дії керівників проекту тощо. Передбачити все неможливо. Саме тому слід ретельно підбирати команду виконавців і фінансово відповідних людей.

Керівнику СКТ слід бути готовим до корекції (узгодження змін, які спостерігаються в соціумі з подальшими планами реалізації СКТ). Зміни в суспільстві об'єктивно тягнуть за собою зміни в свідомості мас. Реалізатори СКТ змушені підлаштовувати план СКТ під запити суспільства. З цією метою слід організувати й проводити вимірювання як настроїв у суспільстві, так і готовності суспільства до прийняття пропозицій у вигляді СКТ. Яскравим прикладом такого підлаштування можна вважати трагедію в м. Чорнобиль, де 26 квітня 1986 року відбулася всесвітня техногенна аварія – вибухнув ядерний реактор Чорнобильської АЕС. Суспільство не було готовим навіть сприйняти інформацію про аварію: результат неготовності – паніка, масова втеча від епіцентру на Південь. Прилаштування суспільства відбулося поступово, із запізненням, завдяки антикризовим діям радянського уряду і політбюро КПРС. На той час подібні дії повністю відповідали тим діям, які нині називають антикризовими СКТ.

Після втілення узгоджень змін у суспільстві з планом СКТ продовжується подальша її реалізація. На шляху реалізації СКТ можуть виникнути такі перешкоди:

- 1) незіткнення з початковим задумом;
- 2) додаткові витрати на непередбачувані акції та заходи щодо виправлення ситуації завдяки спіндоктору;
- 3) корекційні заходи;
- 4) залучення додаткових коштів та волонтерів;
- 5) змінення планів.

Коли завершується реалізація СКТ, необхідно здійснити фінальне вимірювання, або сканування досягнень (чи прорахунків) соціально-комунікаційної технології. Фінальне вимірювання здійснюється із залученням до аналізу фахівців з паблік рилейшнз, які мають навички оцінювання ефективності організованої і проведеної СКТ. Бажано, щоб такими фахівцями

були економісти, які мають досвід вимірювання. Розрахунки здійснюються за трьома основними критеріями, а саме:

- 1) відповідність СКТ щодо поставленій мети і завданням;
- 2) вимірювання кількості поданої інформації щодо тієї, яка реально дала результати;
- 3) оцінювання впливу на рівні зміни переконань аудиторії, ставлення до соціального явища, проти якого або на захист якого виступала СКТ.

На фінальному етапі проведення СКТ бажано акуратно і непомітно «згорнути» активну діяльність з впровадження технології. У такому випадку варто плавно «виходити» із системи запланованих заходів, що активно привертало увагу аудиторії. З цією метою необхідно заздалегідь продумати низку заходів, які можуть продемонструвати те, що:

- 1) суб'єкт СКТ залишається на ринку послуг;
- 2) суб'єкт СКТ не нашкодив суспільству, а навпаки – здійснив покращення ситуації;
- 3) впроваджена СКТ – це найвигідніша і сучасна технологія, альтернативи якій нині немає.

Аналіз ефективності впливу СКТ може здійснюватися за штампами паблік рилейшнз, які пропонує, наприклад, Т. Примак [Примак, 2009]. Ми пропонуємо де у чому інший підхід, принципово вважаючи, що ефективність впливу СКТ можна вимірювати не тільки кількісними показниками, але й якісними. На наше досвідне переконання, вплив СКТ можна відчути:

- 1) кожному на собі як об'єктові або частці аудиторії;
- 2) у кожному соціальному колі (професійній групі, соціальному прошаркові, соціальному класі тощо);
- 3) усьому суспільству.

Звідси наша впевненість у тому, що кожний суб'єкт відчуває підвищення рівня ентузіазму або падіння зацікавленості у виконанні певних службових або сімейних обов'язків. Отже, кожний суб'єкт може зробити висновок про

ефективність впливу СКТ. На рівні суспільних кіл (соціальних прошарків, груп чи класів) люди відчують погіршення ситуації або покращення її. І нарешті, на рівні всього суспільства індивіди, соціальні групи, соціальні класи й інституту відчують рух вперед чи занепад розвитку. Занотоване дозволяє зробити висновок про те, що, дійсно, якісні зміни в суспільстві можна, по-перше, очікувати в результаті втілення СКТ, по-друге, вимірювання рівня впливу може здійснюватися через відчування якісних зрушень.

Оплата роботи виконавців є наступним, необхідним і завершальним складником у структурі будь-якої соціально-комунікаційної технології. Без згаданого складника СКТ перестає бути завершеною системою, спрямованою на поліпшення (на жаль, іноді й на погіршення) ситуації в суспільстві.

Список використаних джерел

1. Холод О. М. Основи публік рилейшнз : курс лекцій, методичні рекомендації / О. М. Холод; Примак Т. О. Публік рилейшнз у бізнесі : лекції / Т. О. Примак. – Кривий Ріг : Інститут ділового адміністрування, 2009. – 188 с.

1.5. Види соціально-комунікаційних технологій

Називаючи соціально-комунікаційні технології (СКТ) системою маніпуляційних дій-комплексів, спрямованих на змінення поведінки соціуму, ми визнаємо справедливність твердження про те, що такі дії-комплекси бувають різні за своїм призначенням, спрямованістю, засобам реалізації, результативності, ефективності, якістю. Саме тому, спираючись на перелічені стрижневі поняття, пропонуємо надалі розгалужувати всі СКТ за такими критеріями:

- 1) призначення,

- 2) спрямованість,
- 3) протяжність у часі,
- 4) засоби реалізації,
- 5) результативність,
- 6) ефективність,
- 7) якість.

За критерієм «призначення» пропонуємо виокремлювати такі СКТ:

- 1) прямого призначення,
- 2) опосередкованого призначення,
- 3) дотичного призначення.

СКТ *прямого призначення* – це така соціально-комунікаційна технологія, яка спрямована на здійснення дій-комплексів, що здійснюються в діаді «суб'єкт – об'єкт». Наприклад, СКТ обліку людей, що живуть з ВІЛ/СНІД. Соціальні працівники, які отримують пряму зарплату за свою працю, здійснюють пошук, облік та допомогу людям, що живуть з вірусом імунодефіциту та синдромом імунодефіциту.

Соціально-комунікаційною технологією *опосередкованого призначення* здійснюється в тріаді «суб'єкт – опосередкувач – об'єкт». Роль опосередкувача виконує будь-яка людина, яка не отримує грошову оплату за свою працю. Такими людьми слід вважати волонтерів, або добровольців, які без фінансової підтримки можуть відшукувати людей, що живуть з ВІЛ/СНІД.

Нарешті СКТ *дотичного призначення* означає такі дії-комплекси, які здійснюються в ланцюгу:

(«суб'єкт – опосередкувач – об'єкт») → спостерігач

Спостерігачем може виступати будь-яка людина, яка випадково почула інформацію або побачила дії соціальних працівників чи волонтерів, спрямованих на допомогу, пошук та лікування людей, що живуть з ВІЛ/СНІД. Спостерігачі не отримують гроші за своє відчуття і почуття, вболівання і переживання, добровільну допомогу і клопіт щодо згаданої категорії індивідів.

Спостерігачі лише спостерігають. Їхнє співчуття є результатом СКТ. Такий результат не можна вважати кількісним показником і важко виміряти, але наявність у суспільстві таких спостерігачів свідчить про результативність і ефективність СКТ.

Критерієм, який допоможе нам виокремити інші види СКТ, є «спрямованість соціально-комунікаційної технології». За згаданим критерієм пропонуємо виокремлювати такі СКТ:

- 1) об'єктивно спрямовані,
- 2) суб'єктивно спрямовані.

Об'єктивно спрямованими СКТ слід вважати системи дій-комплексів, які здійснюються з позицій пошуку причинно-наслідкових зв'язків явищ і процесів та в результаті є корисними для суспільства.

Прикладом об'єктивно спрямованої СКТ може бути пошук причин і зв'язків між законними формами обиравання президента в країні і незаконними. Пошук парламентаріями узгодження позицій щодо законних дій під час виборів – свідчення об'єктивного процесу. Корисним такий процес є у своєму результаті: колись настане час і український парламент зможу знайти конструктивне рішення (низку законів) щодо оптимального варіанту виборчої системи в державі, яка не буде порушувати права і запити громадян, які обирають.

Суб'єктивно спрямованими СКТ ми називаємо системи дій-комплексів, що здійснюються з позицій бажань, прагнень, настанов певного суб'єкту і не можуть у результаті нести користь всьому суспільству, але тільки суб'єктові.

Прикладом суб'єктивно спрямованих СКТ вважаємо розв'язання і ведення війни, початок революції, заколот тощо. Під час ведення війни агресивно налаштований суб'єкт (чи то людина, чи то політичний союз держав) прагне досягти вигід для себе, для своєї власної користі, а не для соціальної групи, держави, союзу держав.

За критерієм «протяжність у часі» СКТ слід розгалужувати на:

- 1) короткотривалі;
- 2) довготривалі.

Досвід історії людства доводить твердження про те, що насамкінець суб'єктивно спрямована СКТ потерпає крах або одразу (короткотривалі СКТ на кшталт заколоту так званого Державного комітету з надзвичайного стану в СРСР чи громадянської війни 1918-1920 років) або через деякий, а іноді досить довгий час (довготривалі СКТ). Наприклад, панування Радянської влади в СРСР продовжувалося 74 роки. Здавалася «безмежною» у часі влада Давньої Греції, хоча продовжувалася у часі трохи більше ста років. Найяскравіший приклад гегемонії Римської імперії зійшов нанівець через майже півтора тисячоліття. Наведені приклади масштабних довготривалих СКТ мали місце в історії, але закінчувалися з прозаїчних причин корисності дій суб'єктів.

За критерієм «засоби реалізації» слід вирізнити СКТ:

- 1) природні,
- 2) штучні,
- 3) комбіновані.

Природні СКТ є системою маніпулятивних дій-комплексів, спрямованих на змінення поведінки соціуму через використання природних чинників-засобів (стихійні лиха, еволюція, коеволюція. Використання кам'яного наконечника прадавньою людиною-мисливцем стало результатом еволюційного – природного – розвитку. Природа лише була поштовхом до розвитку мислення і навичок людини. СКТ пошуку захисту від негоди й стихійного лиха привела прадавню людину до природного укриття в печерах. Саме такий еволюційний факт породив необхідність нової СКТ – побудови власними руками власного житла на кшталт печерних стін.

Штучними СКТ слід вважати таку систему маніпулятивних дій-комплексів, яка спрямована на змінення поведінки соціуму за допомогою штучно утворених чинників-засобів (верстат для друку, двигун внутрішнього

згорання, пароплав, літак, фотоапарат, кіноапарат, телеграф, радіо, космічний апарат, телебачення, комп'ютер, мобільний зв'язок тощо).

Комбінованими СКТ називаємо систему маніпулятивних дій-комплексів, яка спрямована на змінення поведінки соціуму за допомогою симбіозу штучно утворених і природних чинників-засобів. Прикладом комбінованих СКТ слід вважати утворення водосховищ (Каховське, Київське), які спочатку утворені штучно, наслідували мету постачання водою густо населенні райони України, а пізніше перетворилися на природне середовище появи риби і замулення берегів і природного звуження русла річки Дніпро. Комбінованою СКТ ми визнаємо і полум'я, о спочатку виникло як природне явище, а пізніше штучно використовувалося для обігріву людей, приготування їж, слугувало джерелом енергії для виробничих та наукових пошуків.

Комбіновані СКТ варто було б назвати соціальними технологіями якби не комунікаційне середовище, яке було основою для передавання процедури добування, наприклад, вогню.

За критерієм «результативність» пропонуємо виокремлювати СКТ:

- 1) локальні,
- 2) медіумні,
- 3) глобальні.

Локальні СКТ передбачають короточасні маніпулятивні дії-комплекси, результатом яких є зміна соціуму на локальному рівні, ненадовго, у неглибокому, поверхневому смислі, у неширокому діапазоні наслідків. Прикладом локальних СКТ ми вважаємо виборну кампанію в межах підприємства, вузу, міста.

Медіумними (серединними) СКТ варто називати такі, що змінюють соціум на певний помітний для одного покоління проміжок часу і можуть потягнути за собою втілення глобальних СКТ. Медіумними СКТ називаємо, наприклад, прихід до влади нової суспільної еліти в результаті Французької революції

1789-1791 років, завоювання влади більшовиками у 1917 році, нав'язування «помаранчевих» ідеалів після подій осіні-зими 2004 року в Україні.

Глобальні СКТ – це довготривалі дії-комплекси, які обов'язково тягнуть за собою розтягнуті у часі зміни суспільства. Прикладом вважаємо винахід електричного струму або радіозв'язку, появу у людства телебачення або комп'ютерної мережі «Інтернет». Довготривалість результатів глобальних СКТ визначається кардинальним змінням якості і кількості процесів комунікації, їхньою ефективністю і прискоренням обміну думками, позиціями, заявами, претензіями, пропозиціями, рішеннями тощо.

За критерієм «ефективність» необхідно розрізнявати СКТ такі антагоністичні діади і тріади:

- 1) високоефективні – низькоефективні,
- 2) сталоефективні – перемінноефективні,
- 3) віддаленоефективні – помірноефективні – близькоефективні,
- 4) довгоплинноефективні – середньоплинноефективні – швидкоплинноефективні.

Діада перша: «високоефективні – низькоефективні СКТ».

Високоефективними соціально-комунікаційними технологіями слід вважати такі, що мають високу якість, зручність і не вимагають додаткової корекції результату. Такими СКТ можна сміливо назвати змінення масової свідомості завдяки телевізійним випускам новин (назвемо їх «СКТ подавання телевізійних новин»).

СКТ подавання телевізійних новин відрізняються від інших соціально-комунікаційних технологій своєю постійністю і регулярністю. За даними А. В. Яковця [Яковець, 2007, с. 13], з 1 лютого 1939 року в Києві починає своє телевізійне мовлення студія, що була обладнана в Будинку Українського радіо. Разом із тим починають своє циркулювання перші випуски новин. З того часу новини виходять на телеканалах постійно, регулярно, пропонуючи телеглядачам набір інформаційних блоків за різними спрямуваннями. Кожний з

українців впевнений у тому, що о певній годині доби він, увімкнувши телеприймач, зможе побачити і почути новини дня.

Низькоєфективними СКТ слід вважати такі технології, що мають низьку якість, є незручними і вимагають додаткової корекції результату.

Серед таких назвемо соціально-комунікаційну технологію зазиву громадян країни до припинення давати і брати винагороди-хабарі (гроші, дорогі подарунки, дрібні подарунки: цукерки, шоколадки, квіти та інші «презентики») в обмін на виконання прямих службових обов'язків. Хабарництво (яке також слід розглядати як соціально-комунікаційну технологію), за оцінкою правоохоронних органів, є високоефективною СКТ, але за оцінкою боротьби з хабарництвом – досить низькоєфективною СКТ.

Діада друга: «сталоефективні – перемінноєфективні СКТ».

Сталоефективними СКТ слід називати такі технології, які мають сталу ефективність, що не змінюється від впливом будь-яких чинників. Наприклад, стало ефективною СКТ можна вважати систему реєстрації хворих у лікарнях за місцем проживання. Починаючи з кінця 20-х років ХХ століття реєстрація хворих в лікарнях здійснюється постійно. Ніякі революційні потрясіння або війни, стихійні лиха чи техногенні катастрофи не можуть стати на заваді медичному персоналу здійснювати запис хворих за їхніми прізвищами, іменами та по-батькові. Така процедура відома ще з часів появи хворих і централізованих пунктів їхнього лікування, тобто з давніх часів існування лікарів і їхніх пацієнтів. Стала ефективність обговорюваної СКТ очевидна.

Перемінноєфективні СКТ передбачають нестійкі ефективність і результат, іноді залежать від сторонніх чинників, які стають на заваді здійснення системи дій-комплексів, спрямованих на змінення моделей поведінки суспільства. Серед таких перемінноєфективних СКТ ми спостерігаємо політичні вибори. Залежно від політичних епох і суспільно-економічних ладів вибори як СКТ мали різну ефективність. При радянській владі вибори як такі не впливали на волевиявлення громадян СРСР. У період Перебудови доля обраного керівника в

політиці визначалася якістю його балатування на певну високу посаду, від чого ефективність виборів могла бути високою. Нині, коли вибори в Україні відбуваються майже кожний рік, їхня ефективність як соціально-комунікаційної технології визначається вже не можливістю народу висловити власну точку зору, але частіше зневірою в демагогічно-пропагандистську балаканину політиків, а від того чи захоче електорат висловлювати свою позицію щодо визначення власного майбутнього. Отже, політичні вибори як СКТ ми визначаємо як перемінноефективну технологію.

У *тріаді* «віддаленоефективні – помірноефективні – близькоефективні СКТ» яка дозволяє розгалужувати СКТ за критерієм «ефективність» на три види, ми обговорюємо вид «віддаленоефективні СКТ».

Вважаємо віддаленоефективними СКТ такі дії-комплекси, які не дозволяють фіксувати одразу після їхнього втілення помітні зміни в соціумі, але пропонують їх у віддаленій перспективі. Прикладом вважаємо такий: перемовини про інтенсивне будівництво житла для кожної родини в місті не передбачають швидке надання квартири кожній сім'ї, але протягом певних десятиліть забезпечення багатьох сімей житлом. Отже, перемовини про будівництво житла є віддалено ефективною СКТ.

Іншим видом СКТ будуть перемовини з терористами про термінове і негайне надання їм літака, грошей і вільного вильоту до бажаної ними країни. Ефективність таких перемовин як виду СКТ визначається теперішнім моментом, а значить перемовини з терористами у даному випадку ми повинні вважати близькоефективною СКТ.

Помірноефективними СКТ слід вважати ті, які передбачають прояв і фіксацію ефективності протягом не далекого і не близького майбутнього часу. Наприклад, помірноефективною СКТ є екзаменаційно-залікова сесія в навчальному плані вищів (вищих навчальних закладів). Студенти, приходячи на заняття до вузу, знають, що у недалекому майбутньому (через три-чотири-п'ять місяців) їх очікує декілька заліків і іспитів як форм контролю знань,

набутих за період навчання на певному курсі. Не можна називати згадані декілька місяців віддаленою ефективністю, але не назвеш таку перспективу ефективності близькою. Отже, вона визначає вид помірноефективної СКТ.

Остання тріада видів СКТ, а саме «довгоплиннеефективні – середньоплинноефективні – швидкоплиннеефективні технології» дає можливість нам розгалузити СКТ за ознакою дії ефективності у часі.

Довгоплиннеефективні СКТ – це такі технології, що передбачають прояв ефективності протягом довгого часу (сорок–п’ятдесят і більше років, або період життя більше як одного покоління). Прикладом таких слід вважати технологію реєстрації громадян за місцем їхнього проживання. Починаючи з 30-х років ХХ століття радянська влада запропонувала суспільству постійну реєстрацію громадян за місцем постійного їхнього мешкання у містах і селах. Така соціально-комунікаційна технологія була названа «пропискою», оскільки в певних відділах, які назвали «паспортними столами» при районних відділах внутрішніх справ (РОВД) ставили штамп в паспорті кожного громадянина і рукописно заповнювали в штампі відомості про те, якого числа, місяця і року той був зареєстрований за певною адресою. Соціологи такий спосіб реєстрації називали «інститутом прописки». Ми вважаємо описану процедуру реєстрації громадян соціально-комунікаційною технологією.

Не зважаючи на скасування інституту прописки на теренах СНД, нині існує та ж сама СКТ з іншою назвою, а саме «реєстрація громадян». За своєю сутністю згадана СКТ не відрізняється від інституту прописки, але семантично назва набула іншого смислового забарвлення. Ефективність СКТ реєстрації громадян визначається тим, що будь-який громадянин України (навіть СНД) видний «як на долоні» для спеціальних служб, які опікуються безпекою країни. Пересування громадян по країні і їхнє постійним проживання нині чітко зафіксоване органами міністерства внутрішніх справ, що необхідно для здійснення оперативно-пошукових дій у випадку такої потреби. Довготривала

ефективність СКТ «реєстрації громадян», а раніше «інститут прописки», дозволяє називати її довгоплиннеефективною СКТ.

На відрізнєння від описаних довгоплиннеефективних СКТ слід виокремлювати середньоплиннеефективні СКТ, сутність результативності яких визначається протягом не довгого часу, але помітного в житті людини (від п'яти до тридцяти років, або протягом життя одного покоління). Для ілюстрації середньоплиннеефективної СКТ слід пригадати спроби перебудови суспільства, один із яких було названо період «хрущовської відлиги» (1954–1963 роки) та другий, що отримав назву завдяки гучному російському терміну «Перестройка» (1985–1991 роки). І в першому випадку, і в другому протягом життя одного покоління були втілені соціально-комунікаційні технології, які на жаль за своєю результативністю не спостерігалися довгий час, лише 6-8 років. Ефективність згаданих середньоплинних СКТ об'єктивно визначена ходом історії: перебудова суспільства біла необхідною, але погано підготовленою і недоведеною до логічного закінчення.

Швидкоплиннеефективними соціально-комунікаційними технологіями слід називати такі, результативність яких протікає протягом періоду від одного-двох днів до п'яти років, Результати згаданих СКТ нестійкі й недовготривалі. На пам'яті однієї людини таких СКТ відбувається декілька десятків, можливо, сотен. Швидкоплиннеефективні СКТ здійснюються легко, готуються недовго і, як наслідок, не залишаються надовго у свідомості суспільства. Прикладом швидкоплинних ефективних СКТ слід назвати такі: кампанія «Чисто не там, де підмітають, а там де не забруднюють»; кампанія, спрямована на збирання пластикових пляшок на горі Говерла; кампанія, спрямована на запобігання зараження вірусом «пташиного грипу» (весна 2007 року в Китаї) або «свинячого грипу» (осінь-зима 2009 року в Україні).

За критерієм «якість» слід виокремлювати такі СКТ:

- 1) високоякісні,
- 2) середньоякісні,

3) низькоякісні,

4) неякісні.

Високоякісними соціально-комунікаційними технологіями називаємо ті дій-комплекси, які спрямовані на зміни в суспільстві, орієнтовані на високий результат і якість. Високим результатом ми називаємо такий, що покращує показники на 31 і вище відсотків. Прикладом можемо назвати соціально-комунікаційну технологію навчання дітей грамоті в першому класі середньої школи. Коли діти 6 років приходять до першого класу, відсоток таких, що знають абетку та володіють первинними навичками читання, дорівнює 60–70 %. Наприкінці навчального року, коли закінчується період навчання грамоті, відсоток читаючих дітей збільшується до 100. Отже, підвищення показника фіксується на рівні 30–40 %. Такий результат ми вважаємо високоефективним.

У випадку, коли показник підвищення результату дій-комплексів, спрямованих на змінення соціуму, дорівнює 20–30 відсоткам, соціально-комунікаційні технології слід вважати *середньоякісними*. Наприклад, у випадку, коли СКТ навчання десяти собак елементарним навичкам виконання простих команд інструктора-кінолога дозволяють зафіксувати гарний результат на рівні 2–3 собак, такий результат слід вважати середньоефективним.

Нарешті *низькоякісними* СКТ ми вважаємо такі, що підвищують результат тільки у межах від 2–3 % до 15–19 %. Прикладом слід вважати змінення тарифів на розмови в мережі одного оператора мобільного зв'язку на 2–5 % шляхом приховування збільшення тарифів на з'єднання з абонентом конкуруючого мобільного оператора.

Неякісними соціально-комунікаційними технологіями вважаємо ті, що змінюють суспільство менше, ніж на 2 % або взагалі не здійснюють змін. У нашому житті таких СКТ достатньо багато. Наприклад, збільшення тарифів для

проїзду в міських маршрутних таксі ми вважаємо низькоякісною СКТ, оскільки кількість пасажирів зменшилася, а прибуток піднявся на 1-2 відсотки.

Ми описали види соціально-комунікаційних технологій, які виокремили за декількома критеріями. Досвід показує, що з часом, коли життя буде стрімко змінюватися, кількість та якість критеріїв буде змінюватися, що потягне за собою об'єктивне змінення як кількості, так і якості видів СКТ.

1.6. Функції соціально-комунікаційних технологій

Соціально-комунікаційні технології виконують різні функції, які ми виокремлюємо за такими напрямками:

- 1) онтологічні (буттєві);
- 2) гносеологічні (пізнавальні);
- 3) праксеологічні (ті, що реалізуються на практиці).

За *онтологічним* напрямком слід розрізнявати такі функції СКТ:

1) стверджувальні (такі, що дозволяють стверджувати існування кола проблем, виконання яких ставлять собі на меті СКТ);

2) соціально-природні (які доводять, що будь-які СКТ мають місце тільки в суспільстві і спираються на природні механізми і процеси функціонування об'єднання людей);

3) інституціональні (які ведуть до становлення й устаткування СКТ як стимулів до появи соціальних інституцій).

Гносеологічний напрямок дозволяє виокремлювати такі функції СКТ:

- 1) пізнавальні (спрямовані на пізнання об'єкта дослідження);
- 2) стимулюючі (спрямовані на поштовх до нових знань);
- 3) прогностичні (що за дослідженнями поточних результатів і вимірювання стану суспільства дозволяють спроектувати результати його розвитку на майбутнє);

- 4) систематизувальні (дозволяють упорядкувати накопичені знання і підготувати їх до аналізу);
- 5) гіпотезувальні (такі, що стимулюють появу передбачення в процесі пізнання);
- б) аргументативні (ведуть до необхідності застосування у процесі пізнання систему доказів і операцій, пов'язаних з формальною логікою).

У межах *праксеологічного* напрямку виокремлюються такі функції СКТ:

- 1) комунікативними (такими, що стосуються ідеї і теорії використання СКТ в полі спілкування, обміну інформацією);
- 2) комунікаційні (свідчать про те, що соціально-комунікаційні технології користуються засобами спілкування, конкретними інструментами і маркерами);
- 3) прагматичні (які дозволяють впливати на діяльність суспільства);
- 4) стимулюючі (що свідчать про спонукання і підштовхування активних членів суспільства до реалізації СКТ);
- 5) акторські (стимулюють активність членів суспільства і ведуть до набуття статусу соціального актора).

1.7. Зв'язок соціально-комунікаційних технологій з різними галузями діяльності соціального актора

Соціально-комунікаційні технології пов'язані з іншими галузями діяльності соціального актора. Під час подальшого розгляду слід звернути увагу на те, що існують зв'язки:

- 1) тісні (прямі),
- 2) опосередковані (непрямі),
- 3) слабкі (на межі розриву або згасання),

4) минулі зв'язки (нещодавно втрачені, але такі, що мають залишковий характер впливу або взаємовпливу СКТ на різні галузі діяльності соціального актора).

Тісними (прямими) зв'язками СКТ з різними галузями діяльності соціального актора слід називати такі, що дозволяють безпосередньо черпати знання з соціальних комунікацій, психології, філософії, культурології, соціології, історії, лінгвістики, економіки тощо.

Опосередкованими (непрямими) зв'язками СКТ з іншими галузями діяльності соціального актора слід називати такі, які через базові знання дозволяють аналізувати соціальні явища. Серед таких галузей діяльності соціального актора: менеджмент, рекламна діяльність, психологічна лінгвістика, соціальна психологія, соціологічна лінгвістика, інноваційний менеджмент тощо.

Слабкі (на межі розриву або згасання) зв'язками СКТ з іншими галузями діяльності соціального актора зустрічаються доволі рідко. Характеризуються втратою прямих або опосередкованих стосунків, відношень між базовими та похідними галузями діяльності і знаннями індивідів, соціальних груп і спільнот у соціумі. Слабким зв'язком слід вважати, наприклад, СКТ контролю оплати комунальних послуг соціальними акторами з такою галуззю як підвищення рівня соціальної відповідальності індивідів.

Слід також врахувати існування *минулих зв'язків* (нещодавно втрачених, але таких, що мають залишковий характер впливу або взаємовпливу СКТ на різні галузі діяльності соціального актора). Ілюстрацією минулих зв'язків ми вважаємо втрату взаємовпливу СКТ централізованого показу художніх кінофільмів (або проведенням концерту) у системі Будинків культури і такою галуззю діяльності соціального актора, як урочисте публічне нагородження передовиків виробництва перед демонстрацією кінофільму (проведенням концерту). Нині згадані зв'язки майже втрачені, але деінде в соціальних

організаціях і виробничих колективах ще проводяться нагородження кращих працівників.

Здійснення типологізації зв'язків соціально-комунікаційних технологій із різними галузями діяльності соціального актора дозволяє нам констатувати необхідність визнання факту активного існування інституції соціально-комунікаційних технологій.

2. Інмутація як система артефактів сучасного суспільства

Інмутація суспільства – це процес формування негативних установок особистості й суспільства та їхніх аксіологічних систем і моделей (сценаріїв) поведінки через усі можливі соціальні канали.

Інмутація і мутація є складниками маніпуляції суспільства.

Причому маніпуляцію ми розуміємо не як негативне явище, а як змінення моделей (сценаріїв) поведінки. Таке змінення може бути нейтральним, позитивним і негативним.

Нейтральне змінення поведінки (суто **маніпуляція**) тягне за собою тимчасові зміни моделей (сценаріїв) поведінки, які не викликають переструктування системи цінностей особистості або суспільства.

Позитивне змінення поведінки (**мутація**) передбачає таке переструктування системи цінностей особистості, яке не викликає заперечень у суспільства і є корисним для самої особистості.

Негативне змінення поведінки (**інмутація**) переструктурує систему цінностей особистості до незадоволення з боку суспільства і, як результат, заподіює шкоду самій особистості.

Нині пропонуються різні тлумачення згаданого терміна: традиційні [2; 4; 6] і нетрадиційні [3; 4; 13].

Дотепер побутовує стійка точка зору про маніпуляцію як про явище суто негативное.

Дослідник С. Кара-Мурза стверджує, що слово «маніпуляція» має суто негативне забарвлення, й означає «той вплив, який підштовхнув нас зробити такі вчинки, що ми, згідно з наступною оцінкою, опинились у програші» [2, с. 13]. За свідченнями галузевих словників і фахівців, маніпуляція – це:

1) «акт впливу на людей або керування ними зі спритністю, особливо із зневажливим підтекстом, як приховане управління чи обробка» («Оксфордський словник англійської мови») [20];

2) «вид застосування влади, при якому той, хто володіє нею, впливає на поведінку людей, не розкриваючи характер поведінки, якої він від них очікує» («Сучасний словник соціології») [9];

3) «психічний вплив, який здійснюється таємно, отже, на шкоду тим особам, на яких він спрямований» (Г. Франке) [16];

4) «від лат. *manipulus* – «жменя», *manus* – «рука» – це складна дія руками під час виконання складної роботи, так ще називають складний прийом у науковій роботі»; термін може «використовуватись і в непрямому значенні як витівка, махінація» [5, с. 226];

5) «рух руками, пов'язаний з виконанням певного завдання...; демонстрування фокусів, яке забезпечується спритністю рук, умінні відволікти увагу глядачів від того, що повинно бути прихованим від них; махінація, шахрайська витівка» [8, с. 300];

6) у психології маніпулюванням називають «прояв рухової активності, що охоплює всі форми активного пересування тваринами компонентів середовища у просторі» [6, с. 200].

Доречно навести думку дослідника В. Лисенка, який повідомляє, що кожний дослідник по-своєму тлумачить термін – «від «прибрати до рук» до вільних інтерпретацій за відчуттями автора» [Лысенко В., с. 15]. Вважаючи використання терміна «маніпуляція» частіше в негативному сенсі не зовсім коректним, В. Лисенко пропонує вживати термін «модифікація» (від лат. *modifications* – змінення) як рівний за значенням щодо терміна «маніпуляція». На жаль, якщо ми запропонуємо терміни, наприклад, «трансформація» (перетворення), чи геологічний термін «формація» («комплекс сумісно утворених гірничих порід, поява яких зумовлена спільністю умов; виникають такі породи на певних етапах розвитку основних структурних зон земної кори» [8, с. 549]), чи будь-який інший термін, ми не уникнемо його дво-, а то й багатозначності. Нам же потрібний термін, який би повністю відповідав завданню дослідження в межах психолінгвістики та теорії масової комунікації. У випадку, коли такого терміна не існує, ми маємо повне право запропонувати свій термін у межах згаданих сфер знань.

Кара-Мурза С. висловлює думку про те, що «термін «маніпуляція» є метафорою і вживається в непрямому значенні: спритність рук під час дій руками переноситься в цій метафорі на спритне управління людьми (авжеж, не руками, а спеціальними «маніпуляторами»)» [2, с. 14–15]. На думку автора, метафора маніпуляції складалася поступово. Одним із суттєвих етапів формування негативного значення терміна «маніпуляція» стало розуміння людьми тих дій, які здійснювали фокусники. Останні досягали ефектів завдяки вмілому використанню властивостей людського сприйняття й уваги. Як вважає С. Кара-Мурза, маніпулятор-фокусник ефективно використовує стереотипи глядачів через утворення ілюзії сприйняття. Саме тому люди сприймали фокусників як людей, що обманюють через рухи руками, маніпуляцію. Зважаючи на таке стереотипне сприйняття, маніпуляцією стали називати заздалегідь підготовлені дії фахівців, які програмують «думки й прагнення мас,

їх настроїв і навіть психічного стану з метою забезпечити таку їх поведінку, яка потрібна тим, хто володіє засобами маніпуляції» [2, с. 14–15].

Як повідомляє американський дослідник Г. Шилер, здійснення маніпуляції залежить від декількох таких умов:

- 1) маніпуляція повинна залишатися непомітною;
- 2) той, ким маніпулюють, повинен вірити в природність і неминучість усього, що відбувається;
- 3) маніпульована людина не повинна відчувати свою присутність у фальшивій дійсності [19, с. 36–37].

До негативних дій маніпуляцію впевнено відносить російський дослідник В. Шейнов, який зазначив: «Приховане управління адресатом проти його волі, що приносить ініціатору однобічну перевагу, називається маніпуляцією» [18, с. 10]. Повідомляючи про масову маніпуляцію, український автор В. Різун вважає масовою маніпуляцією «прихований вербальний, зображальний, жестово-руховий вплив на членів маси, метою якого є поширення масових настроїв, формування громадської думки, її корекція серед членів маси». Автор стверджував: «Маніпуляційний вплив є неконтрольований, неусвідомлюваний, прихований для адресата процес впливу на нього, який відбувається поза його волею та бажанням» [12, с. 151].

Ми не вважаємо маніпуляцію прихованим явищем, оскільки воно здійснюється буквально на очах в аудиторії (комунікантів). Прихованими в такому випадку є наміри комунікаторів. Зважаючи на таку позицію, ми пропонуємо **маніпуляцією називати неприхований вплив комунікатора на комуніканта з прихованою метою позитивного або негативного керування поведінкою останнього.**

Наведене визначення маніпуляції нагадує про те, що між комунікатором і комунікантом існує зв'язок, оскільки є вплив одного на іншого. Сила впливу при маніпуляції залежить від міцності зв'язку між ними. Чим міцнішим є такий зв'язок, тим більше аргументів на користь того, що маніпуляція є свідченням

системності. Кожний акт впливу комунікатора на комуніканта є системним, оскільки, як свідчить тлумачний словник, має «певний порядок у розташуванні й зв'язку частин будь-чого, в діях». До того ж, комунікативний акт – це «щось ціле, що являє собою єдність закономірно розташованих частин, які перебувають у взаємному зв'язку» [15, с. 624]. Остання думка підтверджує нашу впевненість у тому, що комунікативний акт – це система. У свою чергу комунікація, як і маніпуляція в ній, також є системою. Спробуємо графічно довести своє твердження.

Уявімо, що система – це матриця, або прямокутник, який складається з п'ятнадцяти маленьких квадратів. Кожний квадрат ми поіменували літерою (від А до Р). Ми стверджуємо, що квадрати пов'язані між собою й утворюють чітко вибудовану систему-матрицю (див.: рис. 1 далі), якій притаманна функція поновлення.

А	Б	В	Г	Д
Е	Ж	З	К	Л
М	Н	О	П	Р

Рис. 1. Чітко вибудована система-матриця

Деформуємо квадрат К. Його зміна (див.: рис. 2 далі) потягне за собою зміну тих елементів, поряд із якими він міститься (В, Г, Л, Р, П, О, Н та З). У такому випадку ми змушені будемо констатувати факт деформації всієї системи-матриці. Деформація торкнеться кожного елемента системи (матриці). Наприклад, елементи Г, Л та Р збільшаться в обсязі, а елементи Н, О та В –

зменшаться і витягнутися. Замість чітко вибудованої ми будемо мати розбалансовану систему (матрицю), яка все ж таки залишиться такою, що не втратить взаємозв'язку і взаємовпливу між елементами. Залишатися єдиною системою наша матриця буде доти, поки ступінь деформації не перетне критичну точку, за якою здійсниться розпад системи.

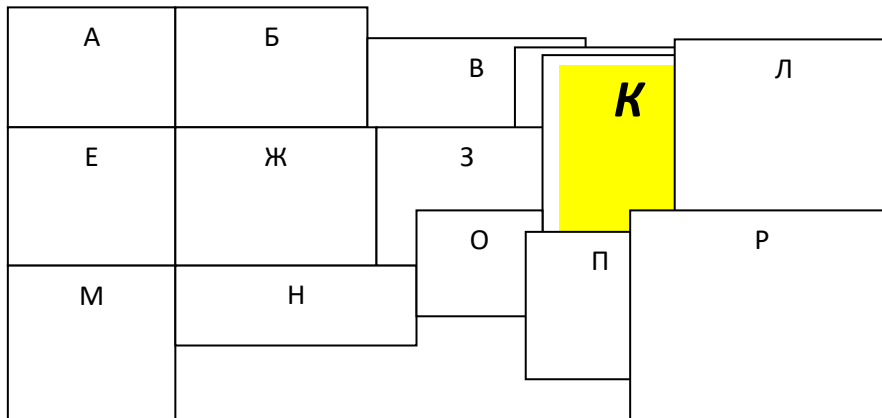


Рис. 2. Деформація системи (матриці)

Ми стверджували, що система має поновлювальну функцію. Доведення такої ми здійснюємо графічно завдяки стрілочкам (див.: рис. 3 далі).

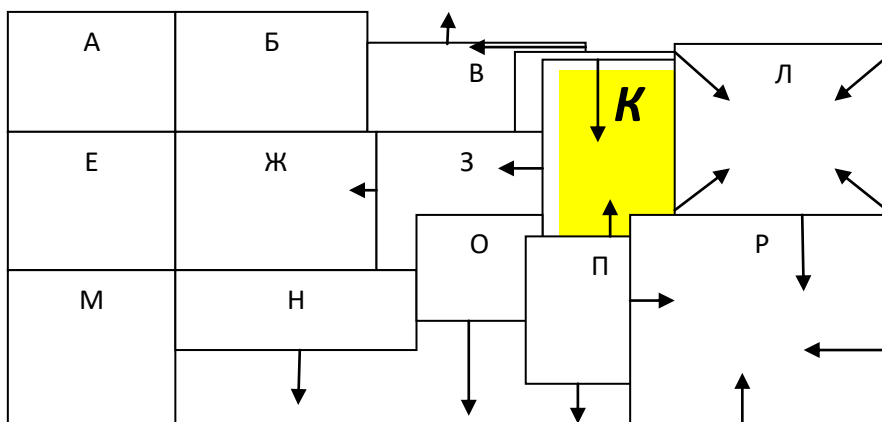


Рис. 3. Поновлення деформованих елементів системи-матриці

Протягом певного часу маленькі прямокутники знову стануть квадратами і поновлять великий прямокутник-систему. Для кожної окремої системи такий час визначається з урахуванням її розміру, кількості складників, здатністю регенеруватися, умовами оточення-середовища тощо. Отже, ми довели функцію поновлюваності системи.

Комунікативний акт ми вважаємо мікросистемою. Певна кількість комунікативних актів утворює більшу систему – макросистему (комунікацію). І мікро-, і макросистема пронизані зміненою моделлю (сценарієм) поведінки, або маніпуляцією. Маніпуляція – це система в системі комунікації. Остання, як ми зазначали раніше, складається з двох мікросистем: мутації й інмутації.

Якщо мутація переструктурує систему цінностей особистості без заперечень з боку суспільства, то це автоматично тягне за собою необхідність існування іншої – протилежної – мікросистеми, тобто інмутації, під впливом якої переструктурація системи цінностей особистості викликає незадоволення особистістю з боку суспільства. Іншими словами, без мутації не може бути інмутації, і навпаки. Інмутація й мутація – це два боки одного цілого – мікросистеми «маніпуляція». Отже, ми сформулювали закон єдності інмутації і мутації: *зменшення сили інмутації тягне за собою збільшення сили мутації, хоча у своєму взаємозв'язку обидві мікросистеми не змінюють структури макросистеми маніпуляції.*

Згадані нами мікросистеми мутації, інмутації та макросистеми маніпуляції та комунікації утворюють велику систему, у якій артефакти відіграють визначну (можливо, і провідну) роль. Під артефактами (від лат. *arte штучно, factus зроблений*) у біології розуміють «утворення або процеси, що виникають іноді під час дослідження біологічного об'єкта з причин впливу на нього самих умов дослідження» [1, с. 55]. Перефразуючи дефініцію, надалі ми будемо вживати термін **«артефакт»** у такому значенні: *це утворення, явище або процес, що завжди виникає під час функціонування соціального фігуранта в комунікації з причин впливу на нього самих умов існування.*

Далі ми переходимо до аргументації доведення посилення «Інмутація є системою артефактів сучасного суспільства».

Електронний сайт «Вікіпедія» визначає термін «система» як «множинність взаємопов'язаних об'єктів і ресурсів, організованих процесом системогенезу в єдине ціле й, можливо, протиставлене середовищу» [15]. Слід занотувати, що першою ознакою системи наведене визначення називає «множинність». Зважаючи на наше завдання довести положення про те, що інмутація є системою артефактів, ми звертаємося до самих артефактів. Відомо, що артефакти (штучно утворені факти) виникають не поодинокі, не ізольовано. Наприклад, телебачення ми називаємо артефактом сучасного суспільства саме тому, що, по-перше, воно утворене штучно інтелектом людини; по-друге, вплив телебачення визначає функціонування в інформаційному середовищі низки чинників, як наприклад: збудження народу від новини про революційні події на Майдані Незалежності в Києві (листопад 2004 року). У наведеному прикладі штучне утворення 1 – новини (артефакт 1) породило штучне утворення 2 – скопичення народу на майдані (артефакт 2).

Множинність артефактів являє собою взаємопов'язаність об'єктів і ресурсів. Об'єктом (артефактом А) ми вважаємо будь-що, будь-які штучно утворені предмети, явища або процеси реальності, що оточує нас (стіл, будівля, окуляри, потяг, автомобіль; метро, монумент, міст, мавзолей; концерт, телепередача, страйк, революція; розщеплення атома, утворення парникового ефекту, танення льоду на Північному полюсі тощо). Ресурсом (артефактом Б), або засобом, запасом щодо артефакту слід називати, на наш погляд, те, що дозволяє досягти поставленої мети. Наприклад, ресурсом артефакту «телебачення» є пізнання світу або розвага, відпочинок. Ресурсом артефакту «металеві решітки на вікнах» виступає безпека тих, хто мешкає за вікнами в квартирі. Вочевидь, те, що об'єкти й ресурси пов'язані між собою, є фактом. Інша справа, якщо ми будемо обговорювати ступінь пов'язаності. У будь-якому

випадку очевидним є правильність положення про те, що множинність артефактів являє собою взаємопов'язаність об'єктів і ресурсів.

Цікавим для нашого дослідження є те, що система в системному аналізі є сукупністю суті (об'єктів) і зв'язків між ними, виділених із середовища на певний час і з певною метою. Оскільки ми говоримо про системний аналіз, необхідно довести положення про те, що інмутація є сукупністю артефактів (об'єктів) і зв'язків між ними, з одного боку, і те, що такий зв'язок виділений із середовища на певний час для аналізу.

Доводимо положення про те, що інмутація як система є сукупністю артефактів (об'єктів) і зв'язків між ними. Нагадаємо: інмутація – це процес формування негативних установок особистості й суспільства та їхніх аксіологічних систем і моделей (сценаріїв) поведінки через усі можливі соціальні канали. Для прикладу звернемося до зв'язку між артефактом «ноутбук» і артефактом «Електронний ресурс «Вікісловник»». Для пересічного користувача комп'ютером, який не пише спеціалізовані тексти (наукові розділи, художні твори, листи до друга), не є важливим згаданий електронний ресурс. Але для науковця, письменника чи користувача комп'ютером, який перебуває далеко від свого друга чи коханої людини, електронний ресурс «Вікісловник» може бути різною мірою актуальним, необхідним для грамотного написання тексту. Звідси ми робимо висновок про те, що між артефактами існує різний за актуальністю зв'язок.

Другий приклад. Артефакт «замок вхідних дверей нашої квартири» і артефакт «ключ до замка, що стоїть на дверях нашої квартири» пов'язані самим міцним зв'язком: без ключа від замка, що стоїть на дверях нашої квартири, ми не можемо відкрити замок і потрапити до квартири. Ми робимо згадану операцію регулярно, декілька разів на день. Отже, такий вид зв'язку ми називаємо в робочому порядку «регулярний зв'язок».

Зв'язок, наприклад, між артефактами «чайник» і «локшина» ми не можемо назвати «регулярним», оскільки нам не потрібен чайник для приготування

локшини (хіба що для того, щоб підігріти воду до стану окропу й залити його в чашку з уже насипаною туди локшиною). Такий непостійний зв'язок ми називаємо «нерегулярним».

Наступний вид зв'язку між артефактами ми назвали вдаваним, оскільки зв'язок між артефактами може бути тільки в уяві людини. Наприклад, артефакт «твердий сир» тільки в уяві можна пов'язати із супутником Землі, який забезпечує мобільний зв'язок. Отже, ми виокремили третій вид зв'язку між артефактами, який доводить положення про те, що артефакти можна вважати системою пов'язаних між собою об'єктів.

Якщо інмутацію вважати системою, ми повинні зазначити, що формування негативних установок особистості й суспільства (а також їхніх аксіологічних систем і моделей поведінки) засобами соціальних каналів також має різні ступені міцності зв'язку між артефактами. Виокремимо якнайменше три таких ступені: регулярний, нерегулярний і вдаваний зв'язки між артефактами. Для доведення існування згаданих трьох ступенів обговорюваного зв'язку наведемо декілька прикладів.

Перший приклад наявності регулярного зв'язку між артефактами в системі інмутації. Пішохідний перехід через автошлях має чітко визначені місця, що виокремлені на асфальті так званою «зеброю» (білими смугами, що наносяться на асфальт частіше біля світлофорів). Навіть якщо з обох боків «зебра» буде мати паркани, пішоходи все одно хотітимуть переходити дорогу не через чітко вказане місце переходу. По-перше, інмутаційний характер зв'язку між артефактом «зебра – пішохідний перехід через автошлях» і артефактом «бажання людини скоріше дістатися другого боку автошляху» завжди буде існувати. По-друге, суспільство, утворюючи пішохідні переходи («зебри»), завжди утворює перешкоду для вільного пересування людини. Іншими словами, правило пішохідного переходу обмежує свободу людини, що виконує роль зміни моделей її поведінки. Наявність великої кількості правил і законів підштовхує людину до негативних щодо правил і законів вчинків. Зв'язок між

згаданими артефактами в системі інмутації має регулярний характер. У ньому ми вбачаємо ознаку системності інмутації.

Другий приклад. Час від часу засоби масової інформації пропонують телевізійні фільми-серіали, які показуються півроку, а то й рік. Наприклад, відомий телесеріал «Санта Барбара» в США демонструвався протягом десяти років. Психологи стверджують, що телевізійні серіали мають позитивний вплив на домогосподарок і пенсіонерів, які й складають основну частину аудиторії телеканалів. Але не все складається так просто й зрозуміло. Справа в тому, що ми вбачаємо два моменти, які не дозволяють вважати точку зору психологів об'єктивною. Перший момент: самі домогосподарки з часом скаржаться на те, що серіали заважають розв'язувати поточні життєві справи. Яким би не був майстерно закручений сюжет телесеріалу, він все одно набридає. Основним принципом довгих телесеріалів є повтор сюжетних колізій, але в іншому виконанні або в інших життєвих умовах. Отже, невдоволення повторами в серіалах породжує нудьгу й небажання їх переглядати кожний день. Іноді таке невдоволення може породжувати подразливість у людини. З часом виникає негативна установка на вечірній час, який «слід» проводити біля телевізора. Наявний інмутаційний характер зв'язку між артефактами «телесеріал» і «бажання людини відпочити від напруженого робочого дня».

Другий момент полягає в тому, що іноді, на час показу чергової серії пенсіонерам треба бути не біля телевізора, а, наприклад, на дачі або перебувати в автотранспорті, який стоїть у пробці. Такі затримки породжують у потенційного телеглядача фрустрацію – незадоволення тим, що немає змоги дивитись улюблений серіал. Повторення фрустраційних моментів породжує стійке відчуття несприйняття телебачення як позитивного фактора в житті. Тут ми вбачаємо також інмутаційний характер зв'язку між артефактами «телесеріал» і «пробки автотранспорту».

Отже, ми довели думку про те, що різний ступінь зв'язку між артефактами як ознака системи може виступати й доказом інмутаційного характеру системи артефактів.

За визначенням системи як сукупності сильнопов'язаних об'єктів, які мають властивості організації, зв'язності, цілісності і членованості [15], ми повинні довести положення про те, що інмутація як система артефактів також характеризується згаданими чотирма властивостями.

Організація – це властивість інмутації як системи.

Якщо інмутацією називаємо формування негативних установок особистості й суспільства, їхніх аксіологічних систем і моделей поведінки засобами соціальних каналів, змушені визнати, що організація – це процес упорядкування й приведення до взаємозалежності та взаємопідлеглості об'єктів аналізу. Наприклад, нав'язування людині негативних моделей поведінки під час виборів здійснюється через повторюваність та одноманітність формулювань або стереотипів, які фіксуються в побуті виборця потужним потоком, пучком цілеспрямованої інформації. Згаданий потік організовується заздалегідь. Його примітивність та одноманітність стає запорукою ефективності вконструювання, «вживлення», прищеплення потрібних стереотипів сприйняття та моделей поведінки. Отже, організація як властивість системи притаманна й інмутації суспільства.

Наступна властивість системи – зв'язність. Вона фіксується на рівні тієї ж взаємозалежності елементів інмутації, яка декларується під час організації. Оскільки сама організація неможлива без зв'язності, не варто й доводити те, що остання є властивістю інмутації. Наприклад, технологічний процес рекламування цигарок пов'язаний як з їхнім виробництвом, так і з їхньою реалізацією. Ані виробництво цигарок, ані рекламування, ані їхня реалізація не несуть у собі прямої загрози здоров'ю людини. Згадані три етапи шляху цигарок до споживача щільно пов'язані між собою. Така зв'язність є ілюстрацією організації, а разом дві властивості характеризують систему. На

«виході» шляху цигарок до споживача маємо негативний результат: паління скорочує життя споживача, впливає на тих, хто не палить і веде до погіршення генної інформації людини. Маємо ілюстрацію інмутаційного процесу. Отже, разом із тим, ілюструємо властивості системи (організації і зв'язності), якою виступає інмутація.

Така властивість системи, як цілісність, також потребує пояснення й доказу щодо можливості віднесення її до властивостей інмутації суспільства.

Під цілісністю ми розуміємо здатність системи протистояти руйнівним процесам, не піддаватися знищенню через корозію окремих елементів. З другого боку, цілісність варто розглядати з позиції спроби втручання ззовні. Якщо інмутація як система також має властивість цілісності, потрібно це довести на прикладі.

Наприклад, сформована роками система подавання інформації через засоби масової комунікації (ЗМК) сформувала в людини стійкий стереотип сприйняття такої інформації як правильної, істинної, такої, з якою важко сперечатися. Уявимо, що міцний стереотип довіри до ЗМК з боку аудиторії піддається спробі руйнації. Припустимо, що в систему подавання інформації через ЗМК проникає інша модель – отримання інформації безпосередньо на вулиці від політичних лідерів, від інших ньюзмейкерів тощо. При наявності цілісності як властивості системи остання буде чинити опір. Таким же чином інмутаційна цілісність не «дозволить» стати регулярною моделлю прямого інформування аудиторії з боку, наприклад, політиків або інших ньюзмейкерів. Система інмутації здатна захищатися. Негативний вплив ЗМК у низці процесів інмутації суспільства не може бути скасовано браком стереотипів, моделей, оскільки такі моделі та стереотипи укорінені як журналістами, так і тими, хто, можливо, несвідомо впроваджує та підтримує функціональність інмутаційних процесів та моделей поведінки аудиторії. Іронією ситуації тут є той факт, що провідники інмутаційної інформації не усвідомлюють, що вони є і виконавцями інмутації. Саме вони міцно підтримують і захищають внутрішніми правилами,

етичними кодексами та законами, директивами та наказами цілісність системи інмутації суспільства.

Членованість як властивість системи також притаманна й інмутації. Оскільки членованість розуміється нами як здатність системи бути розчленованою, розділеною, розгалуженою для аналізу, оскільки система, якою ми вважаємо інмутацію, має властивість розгалужуватися, членуватися для виконання окремих ситуативних функцій, оскільки інмутація здатна розподілятися на елементи задля власного збереження, вважатимемо членованість властивістю інмутації суспільства.

Доведемо на прикладах.

Ми завжди сприймаємо будь-яку ситуацію цілісно, без вичленовування в ній окремих елементів, складників, структурних частин. Але достатньо, наприклад, після аварії на дорозі звернутися до очевидців, і вони без додаткового напруження зможуть виокремити деталі, які їм кинулися в очі: колір автомобіля, яким було скоєно наїзд на небіжчика, чоловік за кермом був чи жінка, на якому місці саме було скоєно наїзд, у який бік поїхав автомобіль, що наїхав на небіжчика, та інше. Значить про цілісну картину ситуації наїзду, попри афективний стан очевидців, ми можемо все ж таки дізнатись у деталях. Свого часу нинішній професор О. І. Горошко досліджувала покази-реакції очевидців дорожньо-транспортних пригод. Саме О. І. Горошко встановила, що, незважаючи на афект, свідки аварії можуть деталізувати ситуацію злочину. Такий приклад яскраво доводить нашу думку про членованість як властивість системи інмутації суспільства.

Інший приклад: утворення політичного іміджу відбувається завдяки продуманому поетапному інформуванню суспільства через ЗМІ про те, що в кандидата є певні приємні якості, властивості, звички й принади, які обов'язково стануть у пригоді народові, якщо він обере претендента на поважну посаду в парламенті або в країні. Образ такого політика сприймається електоратом як цілісний, такий, що не потребує додаткового аналізу за

одинацями. Є образ, є народ. Перший вдало продукується, другий – вдало сприймає. Під час виборів народ висловлюється через голосування. У нашому прикладі кожний (і образ, і народ) є цілісним утворенням, яке набуває певної миті негативного забарвлення і перетворюється на продукт інмутації, тобто на продукт, що породжений трансформацією негативних установок у суспільстві, аксіологічних систем і моделей поведінки через можливі соціальні канали і соціальну практику. Образ є цілісне утворення іміджмейкерів, народ є цілісним соціально-історичним утворенням. Кожне зі згаданих утворень розчленовується на складники.

Відповідно, образ розчленовується на:

- 1) потрібну народів ідею, яку втілює претендент;
- 2) візуальні складники образу (зовнішній вигляд);
- 3) слухові складники образу (звукові смислові утворення, що поширюють інформацію про претендента);
- 4) тактильні (дотикові складники образу на кшталт сувеніри від політика, автографи претендента на головну посаду в державі, рукопотискання, торкання до тіла, речей політика тощо).

Такою ж мірою розчленовується поняття «народ». Ми можемо виокремити в цілісному понятті такі складники:

- 1) індивід як представник народу;
- 2) сім'я як ланка народу;
- 3) колектив як ячейка матриці під назвою «народ», «суспільство»;
- 4) спільнота як зібрання індивідів, об'єднаних певною ідеєю на певний час;
- 5) прошарок народу, суспільства як устаткований тимчасовий елемент народу з позицій його здатності отримувати пристойну зарплату за дії, що виконуються престижним фахом, набутим у молодості; наявність престижу виконуваного виду діяльності.

Перелік елементів-складників цілісних понять і явищ «образ» і «народ» дозволяють констатувати правильність нашого твердження про те, що членованість як властивість системи також притаманна й інмутації.

Отже, ми довели наявність в інмутації суспільства чотирьох властивостей як системи артефактів: організація, зв'язність, цілісність і членованість.

Доведення того, що інмутація суспільства є системою артефактів, слугує й твердження про наявність у неї властивостей, пов'язаних із певними критеріями.

Критерій 1 – властивості, що пов'язані з цілями і функціями.

За цим критерієм прийнято виокремлювати такі властивості:

1) синергічність — односпрямованість (або цілеспрямованість) дій компонентів, що підсилює ефективність функціонування системи;

2) пріоритет інтересів системи ширшого (глобального) рівня перед інтересами її компонентів;

3) емерджентність — цілі (функції) компонентів системи не завжди збігаються з цілями (функціями) системи;

4) мультиплікативність — і позитивні, і негативні ефекти функціонування компонентів у системі володіють властивістю множення, а не складання.

Критерій 2 – властивості, що пов'язані зі структурою. До кола таких традиційно зараховують:

1) цілісність — первинність цілого щодо частин;

2) неаддитивність — принципова незведеність властивостей системи до суми властивостей складників її компонентів;

3) структурність — можлива декомпозиція системи на компоненти, встановлення зв'язків між ними;

4) ієрархічність — кожен компонент системи може розглядатися як система (підсистема) ширшої глобальної системи.

Критерій 3 – властивості, пов'язані з ресурсами й особливостями взаємодії із середовищем. Згаданий критерій дозволяє виокремити такий перелік:

1) комунікативність — існування складної системи комунікацій із середовищем у вигляді ієрархії;

2) взаємодія і взаємозалежність системи і зовнішнього середовища;

3) адаптивність — прагнення до стану стійкої рівноваги, яка припускає адаптацію параметрів системи до параметрів зовнішнього середовища, що змінюються (проте «нестійкість» не в усіх випадках є дисфункціональною для системи, вона може виступати і як умова динамічного розвитку);

4) надійність — функціонування системи при виході з ладу одного з її компонентів, збереження проєктованих значень параметрів системи протягом запланованого періоду;

5) інтерактивність.

За критерієм 4, який дослідники об'єднали назвою «інші властивості системи», слід зарахувати шість таких властивостей:

1) інтегративність — наявність системоутворювальних, системозберігальних чинників;

2) еквіфінальність — здатність системи досягати станів незалежних від початкових умов і таких, що визначаються тільки параметрами системи;

3) спадковість;

4) розвиток – незворотна, спрямована, закономірна зміна, універсальна властивість;

5) порядок;

6) самоорганізація.

Далі ми маємо намір довести реальність функціонування кожної властивості інмутації як системи артефактів.

За критерієм 1 слід виокремлювати властивість інмутації як системи артефактів, яку називаємо «синергічність», або односпрямованість

(цілеспрямованість) дій компонентів, що підсилює ефективність функціонування системи. Наведемо два приклади, які доводять синергічність.

Перший приклад. Повідомлення в ЗМІ про вірус так званого каліфорнійського грипу, що поширився в Україні в жовтні-листопаді 2009 року, спричинив глобальну паніку серед населення країни. Цілеспрямованість такої паніки фахівці із соціальних комунікацій вбачають у діях політиків, оскільки саме на згаданий період припадає початок виборчої кампанії «Президент–2010». Інмутаційний інструмент «Нагнітання небезпеки, пов'язаної з розповсюдженням в Україні вірусу H1A1» слід визнати артефактом. Останній цілеспрямовано було введено, вконструйовано у свідомість аудиторії ЗМІ прем'єр-міністром України Ю. Тимошенко, а також тогочасним опозиціонером В. Януковичем. Цілеспрямованість, або односпрямованість як властивість інмутації ми вбачаємо в тому, що будь-яка небезпека національного масштабу потребує «героя», лідера, який візьме на себе відповідальність за чіткі й сплановані конструктивні дії, що можуть вивести країну з кризи. У період пандемії каліфорнійського грипу в Україні яскраво фіксувалася реальність і функціональність властивості «синергічність».

Другим прикладом функціональності синергічності як властивості інмутації, яка виконує роль системи артефактів, є така односпрямованість (цілеспрямованість) дій компонентів, що підсилює ефективність функціонування системи під час подій, які нині обережно називають «подіями листопада-грудня 2004 року в Україні». Ідеться про помаранчеву революцію 2004 року в Україні. Цілеспрямованість деструктивних векторів у діях компонентів суспільної системи підсилили ефективність функціонування суспільної політичної системи. Деструктивним вектором того часу виступили порушення політичним доквіллям чинного Президента Л. Кучми правил політичної гри у вибори. Таким же, деструктивним, вектором стала й реакція опозиції того часу, яку очолювали В. Ющенко і Ю. Тимошенко. Як чинна влада (Л. Кучма і його команда), так і опозиція (В. Ющенко та Ю. Тимошенко) з двох

боків спричинили деструкцію-артефакт. На яскравий прояв такого посилення інмутаційного артефакту відповів народ, суспільство, дії якого також ми вважаємо деструктивними. Народ порушив правила гри і став стихійно збиратися на Майдані Незалежності в центрі Києва, що призвело до масових хвилювань і ледь не скінчилося кровопролиттям на вулицях стародавнього міста. Одночасна дія трьох потужних деструктивних векторів (артефактів) утворила ефект синергічності (цілеспрямованості, односпрямованості), який тільки підсилив функції системи. Отже, нами доведена думка про те, що інмутація має властивість синергічності, яка у свою чергу ілюструє тезу «інмутація є системою артефактів».

Наступною властивістю інмутації як системи артефактів вважаємо пріоритет інтересів системи ширшого (глобального) рівня перед інтересами її компонентів.

Пріоритет інтересів системи глобального рівня перед інтересами компонентів згаданої системи фіксується більше не як демократична пропозиція вищої ланки до нижчої, а як директивне спрямування. Будь-яка глобальна система, що складається з локальних систем, залишається такою саме тому, що спрямовує, координує і керує нижчий рівень. Інмутація є локальною системою в межах глобальної системи маніпуляції. Мутація так само залежить від маніпуляції. Отже, і мутація, і інмутація як дві локальні системи підлягають маніпуляції. Усе, що відбувається в площині або мутації, або інмутації визначено заздалегідь маніпуляцією і не може входити в конфлікт з останньою. Якщо ж конфлікт відбувається, маніпуляція як глобальна система автономно прагне позбавитися «зіпсованого» елемента в межах локальної системи (мутації або інмутації). Може відбутися й так, що наслідки конфлікту в одній із локальних систем потягнуть за собою зміни, деформації в сусідній локальній системі. У такому випадку виникає низка локально-системних конфліктів. Сумарна сила наслідків таких конфліктів, що супроводжуються бездією з боку глобальної системи, може потягти за собою конфлікт глобальної

системи (у нашому випадку – маніпуляції). Тоді глобальний конфлікт системи маніпуляції зруйнує саму систему. Природно, локальні системи мутації та інмутації повинні зникнути. Але так не відбувається. Кожного разу після руйнування системи маніпуляції внаслідок глобального конфлікту виникає маніпуляція 1, яка породжує локальну систему мутація 1 та інмутація 1. Пізніше, коли локальні конфлікти в згаданих системах потягнуть руйнацію глобальної системи маніпуляції 1, виникає маніпуляція 2. Потім – маніпуляція 3, маніпуляція 4, маніпуляція N, тобто безкінечна кількість маніпуляцій. Чим викликані до життя нескінченні появи маніпуляції N (а отже, й мутації n, і інмутації n), ми тут не розглядаємо, але маємо надію в майбутньому повернутися до цього питання.

Під час аналізу системної властивості «Пріоритет інтересів системи ширшого (глобального) рівня перед інтересами її компонентів» слід зупинитися на деяких застереженнях, які не кидаються в очі, на перший погляд.

Насамперед, слід занотувати, що дрібні конфлікти (які не торкаються наріжних устоїв системи) цементують саму систему. Суперечності конфліктних боків укріплюють єдність цілого, тобто системи. Коли вже кількість дрібних суперечностей виходить за межі припустимого, можна говорити про зародок міжлокально-системного конфлікту.

Один міжлокально-системний конфлікт не може зруйнувати основи глобальної системи. Але є застереження друге: певна критична кількість міжлокально-системних конфліктів здатна розхитати глобальну систему. У такому випадку слід говорити про глобальний конфлікт.

Яскравим підтвердженням наших роздумів є два такі приклади-ілюстрації.

Перший приклад.

Народ і влада. Народ вважатимемо глобальною системою, відповідно владу – локальною системою. Оскільки влада має багато «облич» (далі – без лапок), вважатимемо кожне з облич локальною системою.

Наприклад, локальною системою влади можна вважати владу начальника на виробництві (бригадира, або Б). Його підлеглі – робітники бригади, або елементи локальної системи РБ (робітники бригади). Над бригадиром першої бригади (далі – Б-1) є начальник цеху 1 (далі – НЦ-1). У цеху працює 5 бригад, відповідно маємо Б-1, Б-2, Б-3, Б-4 та Б-5. У свою чергу, начальник цеху 1, або НЦ-1, входить до структури другого рівня – директорат. Якщо цехів на виробництві 10 будемо мати й відповідно стільки ж начальників НЦ, тобто від НЦ-1 до НЦ-10. Отже, робітники бригади – це перший рівень (I), що утворює бригаду. Другий рівень (II) – цеховий, що утворений бригадирами; і третій рівень (III) – директорат, який утворюють начальники цехів.

Розпорядження або наказ директора (влади) виробництва є директива глобальної системи, яку не можна порушувати, бо система буде прагнути позбавитися порушника. З другого боку, коли захворює один із працівників бригади, інші працівники виконують роботу за відсутнього. Директива влади зберігає локальні системи.

Так може бути до певної міри. Якщо з десяти робітників бригади (10-РБ) одночасно захворіють п'ятеро (-5-РБ) ми будемо мати конфлікт у локальній системі, або локальний конфлікт (ЛК). Але не забудемо, що в цеху 1 – локальній системі (ЛС-1) щодо підприємства – працюють ще дев'ять бригад (9-Б). Працівники згаданих дев'яти бригад можуть бути перерозподілені начальником цеху на ділянки, роботу на яких виконували захворілі працівники. Конфлікт у такому випадку буде локалізовано на другому рівні. Такий конфлікт ми назвемо конфліктом другого рівня.

Інша справа, коли на третьому рівні з робочого стану вибувають і бригадири, і начальники цехів. Це породжує одночасні локальні конфлікти на всіх рівнях (КЛС-1 + КЛС-2 + ... + КЛС-n), що можемо вважати перетинанням критичної маси, або межі, за якою тягнеться системний конфлікт (СК). Такий системний конфлікт будемо називати збій глобальної системи (ЗГС). Відобразимо наші роздуми формулою.

Локальний конфлікт (ЛК) у цеху 1 (ЛКЦ-1):

$$\text{ЛКЦ-1} = (-5\text{-РБ}). \quad (1)$$

Локальні конфлікти (ЛК_{ти}) в п'яти цехах із десяти (Ц-10) ведуть до глобального конфлікту (ГК):

$$\text{ГК} = (\text{ЛК}_{\text{тиЦ-1}} + \text{ЛК}_{\text{тиЦ-2}} + \text{ЛК}_{\text{тиЦ-3}} + \text{ЛК}_{\text{тиЦ-4}} + \text{ЛК}_{\text{тиЦ-5}}),$$

або

$$\text{ГК} = (\text{Ц-10} - -5\text{-Ц}). \quad (2)$$

Позбутися локальних конфліктів можемо через підпорядкування генеральній директиві всіх локальних систем. У свою чергу, локальні розпорядження не можуть позбавити конфлікти в глобальній системі. Отже, системна властивість «Пріоритет інтересів системи ширшого (глобального) рівня перед інтересами її компонентів» наочно ілюстрована.

Тепер ми можемо звернутися до ілюстрації інмутаційних процесів. Замість хвороби робітників бригад як об'єктивного чинника слід уявити чинник артефакту. Таким може бути штучне зниження зарплати (-ЗП) одному робітнику (А) бригади 1 (Б-1) на фоні утримання середньої зарплати дев'яти іншим (Б, В, Г, Д, Е, Є, Ж, З, І). Настрій першого робітника А не відповідає настрою дев'яти інших у бригаді. Виробничий процес від цього не страждає: продукція продовжує випускатися. Коли ж штучно занижується зарплата (-ЗП), наприклад, п'яти робітникам (А, Б, В, Г, Д) бригади (Б-1), ми маємо конфлікт, збій виробничого процесу, або збій локальної системи 1 (ЗЛС-1), або – інмутація.

Формула такого збою локальної системи:

$$\text{ЗЛС-1} = (-\text{ЗПА} + -\text{ЗПБ} + -\text{ЗПВ} + -\text{ЗПГ} + -\text{ЗПД}).$$

Уникнути збою локальної системи інмутації можна завдяки впровадженню директив, які дозволять повернути зарплату частині робітників бригад. Таке впровадження потягне позитивні зміни у виробничому колективі, що ми називаємо мутацією.

Відповідно, якщо робітникам десяти локальних систем (бригад, або 1-Б–10-Б) знизять зарплату (-ЗП) кожному другому (-5РБ-ЗП), настрої виробничого колективу цеху 1 (-Ц-1) буде негативний, зміниться модель поведінки колективу і приведе до глобального конфлікту (ГК), або збою в глобальній системі (ЗГС). Такий ЗГС ми називаємо інмутацією (Ін), якій підлягатимуть 50 % членів виробничого колективу.

Формула такого глобального збою-інмутації:

$$\text{ЗГС(Ін)} = (-5\text{РБ-ЗП} \times 10\text{-Б}) \times \text{-Ц-10}.$$

Інмутація тягне зміни на негативне. Мутація – позитивні.

Якщо невдоволених буде 49 % і їхнє невдоволення «гаситься» директивами легітимного керівництва – це буде називатися мутацією. Якщо невдоволених буде 51 % і їхнє невдоволення не «гаситься» директивами легітимного керівництва виробничого підприємства, виробничий колектив силою обере нове керівництво і видасть власні директиви. У такому випадку ми називаємо розвиток подій інмутацією.

Аби уникнути інмутації глобальної системи необхідно врахувати такий триєдиний принцип:

- 1) допоки локальні конфлікти не перетинають критичну масу, мутація не веде до інмутації, і локальна система зберігається;
- 2) коли ж локальні конфлікти перетинають межу критичної маси, виникає інмутація, яка здатна зберегти локальну систему;
- 3) після легітимізації інмутація трансформується в мутацію і підтримує функції локальної системи.

За критерієм 1 (властивості, що пов'язані з цілями і функціями) третя властивість має назву «емерджентність» і тлумачиться як стан, при якому цілі (функції) компонентів системи не завжди збігаються з цілями (функціями) системи.

Оскільки ми вважаємо інмутацію не тільки системою артефактів, але й процесом формування негативних установок особистості й суспільства та їхніх

аксіологічних систем і моделей (сценаріїв) поведінки через усі можливі соціальні канали, стверджуємо, що емерджентність також властива інмутації. Нагадаймо, що емерджентністю називають стан, при якому цілі (функції) компонентів системи не завжди збігаються з цілями (функціями) системи.

Своє твердження доводимо прикладами й коментарями до них.

Приклад перший.

Військові будь-якої країни повинні виконувати пряму безпосередню функцію захисту й охорони населення від нападників і ворогів держави. Знаємо, що напади ворогів ззовні не бувають постійними. Війни та воєнні дії тимчасові. Отже, армія в мирний час зайнята підготовкою до можливих військових дій або війни. Уряд країни, знаючи, що армія перебуває у постійній бойовій готовності, все ж таки звертається до війська з проханням про допомогу. Такою допомогою населенню країни від армії може бути або збирання врожаю, або надання допомоги під час повені, лісових пожеж, забезпечення порядку під час інших видів стихійного лиха або вірусної епідемії тощо. У такому випадку армія використовується не за призначенням. Мета армії не збігається з метою уряду.

Ми знаємо, що армія – це один із соціальних інститутів суспільства. Значить знаємо також і про те, що в суспільства є глобальна мета – забезпечити нормальне життя людей. Забезпечення порядку серед населення під час, наприклад, ліквідації наслідків землетрусу в м. Спітак (Вірменія) у грудні 1988 року здійснювалося не тільки мирним населенням, але й силами армії. Глобальна мета армії, яка полягає в забезпеченні мирного населення порядком, була здійснена, але пряма мета армії (захист населення від агресії ворога) була порушена. У наведеному прикладі, за принципом емерджентності, показано, що функції компонентів системи (армії) не завжди збігаються з функціями, цілями системи (суспільства). Додамо тільки, що система (суспільство) має пряму функцію – забезпечення нормального життя членів системи. Отже, така властивість інмутації, як емерджентність під час землетрусу в Спітаку дійсно

була зафіксована, що доводить наше твердження про інмутацію як систему артефактів.

Другий приклад, що доводить тезу про те, що емерджентність властива інмутації як системі артефактів, стосується ситуації загибелі восьми юнаків і дівчат під час вибуху 3 травня 2009 року в залі ігрових автоматів м. Харкова. Факт інмутації (змінення моделей поведінки на гірше) у наведеному прикладі фіксується за двома векторами:

1) по всій країні молодь стала з острахом відвідувати ігрові зали;

2) за розпорядженням уряду по всій країні закрились ігрові салони та клуби, що змінило поведінку власників ігрових закладів і їхніх працівників (перші й другі почали пристосовуватись до нової ситуації: одні замінили назви клубів, але продовжували займатися ігровим бізнесом, інші реально змінили профіль бізнесу, що потягнуло зменшення прибутків, звільнення працівників ігрових клубів, невдоволення відвідувачів клубів і їхніх власників).

У наведеному прикладі емерджентність інмутації фіксується у відволіканні влади м. Харкова й України на визначення наслідків вибуху. Згадаємо, що пряма функція влади різних рівнів – забезпечення нормального існування суспільства через своєчасне керування ним. Змінення нормальної поведінки суспільства на негативні моделі (інмутація) відбулося через штучні чинники (артефакти), а саме: недотримання правил пожежної безпеки з боку власників ігрового клубу, через указ про закриття ігрових закладів по всій країні, звільнення понад 50 тис. працівників ігрових закладів. Якщо в кожного другого зі згаданих 50 тисяч працівників є хоча б один член сім'ї, який був на утриманні, ми маємо 70–75 тис. мешканців України, моделі поведінки яких було змінено на гірше (інмутація). З другого боку, смерть 8 молодих людей стала горем для якнайменше 2–3 членів їхніх родин, спричинила позбавлення в майбутньому можливості отримання коштів на повноцінне життя якнайменше 2–3 членів нестворених сімей протягом 30–40 років. Нестворені сім'ї могли б народити хоча б по одній дитині, які б, у свою чергу, здобувши освіту,

заробляли б гроші і давали користь суспільству. Порахувати соціально-економічні наслідки трагедії важко, але можливо. У першому випадку (коли йдеться про працівників і власників ігрових закладів) і в другому (коли йдеться про загиблих і їхні родини) ми зіштовхуємося з інмутацією як системою артефактів, яка має властивість, що називається емерджентністю.

Аналізуючи чотири властивості системи (синергічність; пріоритет інтересів системи глобального рівня перед інтересами її компонентів; емерджентність і мультиплікативність) за критерієм 1 – властивості, що пов'язані з цілями і функціями, під останнім розуміємо і позитивні, і негативні ефекти функціонування компонентів у системі володіють властивістю множення, а не додавання. Щодо предмета нашого обговорення, а саме – доведення тези про те, що інмутації як системі артефактів притаманна і згадана четверта властивість, ми далі тлумачимо мультиплікативність.

Властивість «імплікативність» фіксується як здатність множити певну дію (як негативну, так і позитивну) елементів системи, а не додавати її. Доведенням тези може слугувати такий приклад. Інмутація є зміною моделей поведінки людей на гірше. До того ж, інмутація – це система артефактів, або тих чинників, які утворені штучно. Будь-який вчинок людини є складником її поведінки. Сама ж поведінка пов'язана з діяльністю людини. А діяльність, як відомо, – це цілеспрямована дія. Визначення мети та її постановка є ознакою роботи мозку, психіки людини. Отже, усе те, що мозок продукує, слід вважати штучним щодо суто природних утворень. Можна тут заперечити: мозок є частиною тіла людини. Тіло – утворення природи, тобто не штучне, а природне. Але ми наведемо аргумент: мозок виконує мисленнєві операції тільки під впливом подразнень ззовні, що йдуть від суспільства. Останнє ми вважаємо штучним чинником, або артефактом.

Імплікативність як властивість інмутації (системи артефактів) стосується саме штучних чинників у житті людини. Наприклад, система фаст-фуд

(швидкого харчування) породила систему закладів, де фаст-фуд виробляються. Що самі продукти харчування в системі фаст-фуд, що система закладів, де виготовляють фаст-фуд є штучними утвореннями людства. Псування їжі фаст-фуд (негативні ефекти функціонування компонентів системи) тягне за собою псування здоров'я людей, які харчуються в згаданих закладах. Зіпсоване здоров'я відвідувачів закладів фаст-фуд тягне за собою змінення самопочуття і членів родин, і товаришів, і колег по роботі, тих, хто вживає їжу фаст-фуд. Страждають різні прошарки суспільства: соціальні класи, соціальні групи, спільноти тощо. Отже, дії додавання ми не спостерігаємо, радше – дію множення.

Позитивні ефекти не стосуються інмутаційних процесів, тому ми не розглядаємо їхню реальність.

Другий приклад реальності існування імплікативності як властивості інмутації стосується повеней в Україні, які досить часто повторюються останніми десятима роками в західних областях країни. Повінь весни 2004 року для Західної України стала великим лихом. Уряд виокремив гроші на подолання наслідків стихії. Гроші не в повному обсязі були використані на усунення негативів повені. Мости не були побудовані в усіх селах, які постраждали від повені. Не всі домівки було відновлено і відремонтовано. Не всі дороги були відремонтовані. Але ж гроші були виділені на все це. Ми маємо фіксацію негативних ефектів, або зміну моделей поведінки під впливом артефактів (грошей, концентрація влади в одних руках керівника постраждалого району, області). Не сума негативних фактів, а їхній добуток презентовано в наведеному випадку. Отже, наявна фіксація імплікативності, яка є властивістю інмутації як системи артефактів.

Другий приклад прояву імплікативності інмутації ми наводимо із соціальної практики чиновництва. Нагадаємо, що імплікативність – це стан, при якому і позитивні, і негативні ефекти функціонування компонентів у системі володіють властивістю множення, а не додавання. Бюрократична система

необхідна для функціонування будь-якого суспільства. Така система має не тільки позитивні боки, але й негативні, інмутаційні. Для відкриття власного виробництва, наприклад, в Україні потрібно з десятка два-три документів, які засвідчують наявність у власника підприємства таких документів:

- 1) сертифікат від міської влади на те, що підприємство має дозвіл на здійснення певного виду діяльності;
- 2) підтвердження згаданого дозволу районною владою (частіше таке підтвердження є незаконним, оскільки районна влада є нижчою ланкою щодо міської влади);
- 3) сертифікат пожежної безпеки підприємства, який потребує внесення до бюджету міста (часто й бюджету району) певної суми;
- 4) сертифікат санітарної служби міста (часто – і районної санепідстанції) на дозвіл діяльності приватного підприємства;
- 5) угоду про обладнання підприємства...;
- 6) довідка про облаштування...;
- 7) довідка про готовність до...;
- 8) довідка про наявність у підприємства...;
- 9) довідка про відсутність у підприємства...

Ми не маємо можливості й бажання наводити тут повний перелік документів, необхідних для відкриття приватного підприємства на теренах України. Кожний посадовець буде вимагати дотримання інструкцій, спрямованих на поліпшення справ малого бізнесу. Кожний чиновник породжує безліч паперів-документів, без яких його робота втрачає смисл. Виходить, що не ефект додавання, а ефект множення спрацьовує у наведеному випадку. Тому що не від двадцяти двох інстанцій слід мати довідки та сертифікати, а ці двадцять дві інстанції слід помножити на двадцять два документи. Мультиплікативність вочевидь є ознакою описаного процесу відкриття приватного підприємства в Україні. А оскільки дія бюрократії в наведеному прикладі є негативною, такою, що змінює моделі поведінки елементів

структури (підприємців), є потреба вважати такі дії інмутацією як системи артефактів.

Іншими словами, за першим критерієм властивостей системи «Властивості, що пов'язані з цілями і функціями» ми довели завдяки чотирьом властивостям (синергічність; пріоритет інтересів системи глобального рівня перед інтересами її компонентів; емерджентність та мультиплікативність) тезу про те, що інмутація виконує роль системи артефактів.

Другий критерій властивостей системи, «Властивості, що пов'язані із структурою», передбачає також чотири властивості: цілісність, неаддитивність, структурність, ієрархічність.

Далі, через тлумачення і приклади, доводимо реальність кожної з властивостей щодо тези «Інмутація є системою артефактів».

Цілісність вважається властивістю інмутації як системи і означає, що ціле є первинним щодо частини. Наприклад, якщо суспільство вважати цілим, необхідно визнати, що його соціальні інститути (сім'я, армія, суд, влада тощо) є частинами цілого. У свою чергу, така диспозиція тягне за собою визнання того, що частина підлягає цілому й живе за його законами та принципами. У системі координат інмутації як цілого слід визнавати залежність її складників від законів і принципів цілого. Отже, якщо у масштабах великого підприємства (наприклад, заводу) визнаються зміненими на негативне моделі поведінки колективів бригад, це означає, що схожі процеси соціальної корозії будуть фіксуватися на рівні всієї великої організації. Якщо аксіологічні системи двох-трьох десятків студентів у межах великого колективу університету, де навчається 5-6 тисяч студентів, фіксують зміни на негативне, це означає, що сам колектив університету припустився помилки у визнанні згаданих двох-трьох десятків членами свого колективу. Іншими словами, згідно з визнанням властивості «цілісність» як ознаки системи, ми змушені визнати й прийняти правдивість твердження про те, що інмутація є системою.

Аналізу слід піддати наступну властивість будь-якої системи, а саме «неаддитивність», або «принципову незведеність властивостей системи до суми властивостей складових її компонентів» [Система [Электронный ресурс]]. Доведенням наведеного положення слугує визначення інмутації як процесу формування негативних установок особистості й суспільства та їхніх аксіологічних систем і моделей (сценаріїв) поведінки через усі можливі соціальні канали. Звідси, при умові, що елемент А має властивості «а» і «с», а елемент Г має властивості «с» і «к», елемент Д має властивості «ю» і «с», витікає положення про те, що елементи А, Г і Д у межах однієї системи не множать власну міць у ряду:

$$1A_1 (\langle\langle a \rangle\rangle \text{ і } \langle\langle c \rangle\rangle) + 1A_2 (\langle\langle c \rangle\rangle \text{ і } \langle\langle k \rangle\rangle) + 1A_3 (\langle\langle y \rangle\rangle \text{ і } \langle\langle c \rangle\rangle) \\ = 3A_{1-3} (\langle\langle 1a \rangle\rangle + \langle\langle 1k \rangle\rangle + \langle\langle 3c \rangle\rangle + \langle\langle 1y \rangle\rangle),$$

А залишаються з результатом:

$$A (\langle\langle a \rangle\rangle + \langle\langle k \rangle\rangle + \langle\langle c \rangle\rangle + \langle\langle y \rangle\rangle).$$

Іншими словами, мова не може йти про зміцнення системи за рахунок неаддитивності, а навпаки, слід говорити про фіксацію стабільності за рахунок об'єднання. Інмутація, яка, на наше переконання, має своєю властивістю неаддитивність, проявлює її у випадку, наприклад, коли зміни моделі поведінки п'яти осіб у соціальній групі, що складається з тридцяти осіб, не множать свою силу й результативність, а лише стабілізують елементи системи, залишаючись у своєму повторенні незмінними.

Наступною властивістю системи вважають [Система [Электронный ресурс]] структурність, або можливість декомпозиції системи на компоненти та встановлення зв'язків між ними. Інмутацію ми вважаємо системою, тому що їй також притаманна структурність. Хоча інмутація здатна змінювати на гірше ціннісні системи та моделі поведінки людей, вона підкоряється декомпозиції на

компоненти. При такій декомпозиції не виникає руйнування системи, а навпаки, фіксується встановлення зв'язків між пере структурованими елементами. Наприклад, революційні події більшовицького заколоту у жовтні 1917 року привели до декомпозиції системи буржуазної влади та структури суспільства. Переструктурація—«перезавантаження» елементів влади не зруйнували систему, але дозволили налагодити зв'язки нових елементів (комітетів робочих і селян) зі старими (царською кадровою армією, міністрами і службовцями). Інмутація державного ладу не зруйнувала систему за рахунок руйнівної тенденції, але при функціонуванні властивості «структурність» дозволила швидко налагодити інші функції і властивості системи. Отже, ми знову довели вірність твердження про те, що інмутація є системою.

Не варто заперечувати й щодо наступної властивості інмутації як системи, а саме ієрархічності, або положення, при якому «кожен компонент системи може розглядатися як система (підсистема) ширшої глобальної системи» [Система [Электронный ресурс]]. Саме тому слід говорити про те, що інмутація не є ізольованою, вона – ланка в більш глобальній системі. Назва такій системі «маніпуляція», або вплив на поведінку реципієнта за допомогою потрібного комунікаторові вектору подавання інформації; може бути двох видів: мутація та інмутація. До ієрархії системи мутація входить як позитивний чи нейтральний вплив на поведінку реципієнта. Позитивним впливом можна вважати той, який не змінює моделі поведінки реципієнтів на гірше, ніж було до впливу. Нейтральний вплив слід розуміти як вплив, що потягнув за собою тимчасові зміни моделей поведінки реципієнтів. У межах мутації ми розрізняємо такі три ієрархічних види: додавання, модифікація та трансформація.

Додаванням ми називаємо вид мутаційного процесу; вплив на реципієнта завдяки інформації, яка додає до моделі поведінки комуніканта нейтральні або позитивні риси та ознаки.

Модифікацією ми пропонуємо називати вид мутації; вплив завдяки інформації на поведінкові моделі реципієнта, у результаті якого останній

приспосовується до умов циркулювання інформаційних потоків та визначає нові, невластиві раніше для нього, оцінки. При цьому фіксуються ознаки перехідного та нестійкого за поведінкою типу реципієнта.

Кінцевий результат модифікації також ієрархічний і означає трансформацію, яка характеризується повною заміною «старих» ознак та моделей поведінки реципієнта, що відбуваються під «владою» і корекцією інформації, наприклад, масмедіа. Трансформація притаманна реципієнтам тоталітарних суспільств.

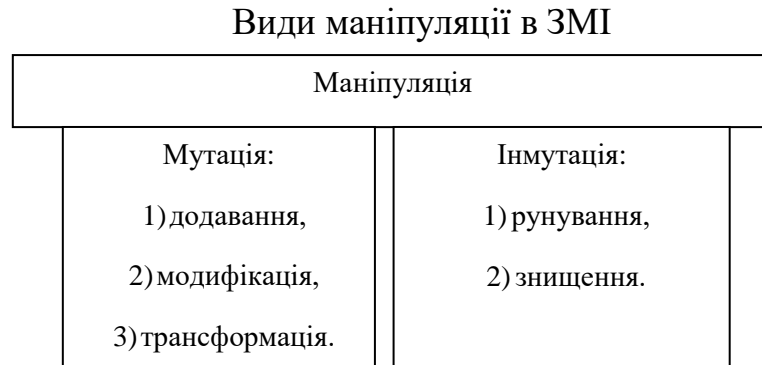
Інмутація – це ієрархічний процес впливу на свідомість споживачів інформації (реципієнтів) з метою негативного змінення сценаріїв, моделей їх поведінки. Ієрархічними видами інмутації ми визнаємо два таких: знищення та руйнування.

Вважаємо, що руйнуванням слід називати інмутаційний процес появи в моделях поведінки реципієнта ознак порушення прийнятих у даному суспільстві традиційних оцінок та поява депресивних характеристик і втрата бажання рефлексувати отримувану інформацію. Руйнування викликає перенасичення інформацією, егоїстично-суб'єктивне сприйняття дійсності, нехтування офіційними оцінками інформації, що подається.

Останньою ланкою ієрархії в системі інмутації слід визнавати знищення як інмутаційний процес, що є наслідком руйнування системи цінностей особистості реципієнта, десоціалізацію та регрес у становленні особистості.

Отже, ієрархічну систему маніпуляції ми можемо графічно зобразити в схемі 1 (див. далі).

Трансформація, модифікація і додавання складають собою ієрархічну побудову – мутацію. У свою чергу, знищення і руйнування є ієрархічно підкореними процесам інмутації, а мутація й інмутація утворюють ієрархічну побудову явища маніпуляції. Отже, ми довели висунуту тезу про те, що «кожен компонент системи може розглядатися як система (підсистема) ширшої глобальної системи» [Система [Электронный ресурс]].



Підсумовуючи результати логічного розмислу, ми констатуємо, що інмутації як системі притаманні властивості цілісність, неаддитивність, структурність та ієрархічність. Звідси є очевидним той факт, що інмутація є системою. Залишається лише довести, що така система є системою артефактів. З цією метою ми слід описані раніше процеси і явища перенести у площину передавання інформації, наприклад, засобами масової інформації, які є артефактом сучасного суспільства.

Список використаних та рекомендованих джерел

1. Артефакт // Словарь иностранных слов. – М.: Рус. яз., 1990. – С. 55.
2. Кара-Мурза С.Г. Маніпуляція свідомістю: навч. посіб. / С.Г. Кара-Мурза. – [вид. друге]. – К. : Оріяни, 2006. – 528 с. (мова рос.).
3. Королько В.Г. Влияние на общественное мнение // В.Г. Королько Основы публич рилейшнз. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2003. – С. 199-208.
4. Лысенко В. СМИ и общественное мнение: технологии манипулирования // Персонал. – № 9. – 2004. – С. 14-21.
5. Маніпуляція // Большая психологическая энциклопедия. – М. : Эксмо, 2007. – С. 226.

6. Манипулирование // Психология. Словарь [под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского]. – М.: Политиздат, 1990. – С. 200-201.
7. Манипуляндум. Манипулятивное влечение // Большой толковый психологический словарь. – В 2-х т. – Т.1 (А-О); Пер. с англ. / Ребер А. – М.: Вече, АСТ, 2003. – С. 426.
8. Манипуляция // Словарь иностранных слов. – М.: Рус. яз., 1990. – С. 300.
9. Манипуляция общественным мнением [Электронный ресурс]. – Режим доступа до сторінки :
10. http://mirslovari.com/content_pol/MANIPULJACIJA-OBSHNESTVENNYM-MNENIEM-642.html
11. Почепцов Г.Г. Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций // Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2001. – С. 512-523.
12. Пугачёв В.П. Технологии скрытого управления в современной российской политике // Вестник Московского университета. Сер. 12. Политические науки. – 2003. - № 3. – С. 66-102.
13. Різун В.В. Теорія масової комунікації: підруч. [для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація»] / В.В. Різун. – К. : Видавничий центр «Просвіта», 2008. – с. 151.
14. Романов А.А., Романова Е.Г., Воеводкин Н.Ю. Язык, власть и имя собственное в ритуальной политической коммуникации // Проблемы имиджелогии : материалы I межд. конф. [«Проблемы имиджелогии»], (Кривий Ріг, 15-16 квітня 2000 р.) / М-во освіти і науки України, Криворізький підрозділ Європейського університету фінансів, інформаційних систем, менеджменту і бізнесу. – К.: ЕУФІМБ, 2000. – С. 193-206.
15. Система // Ожегов С.И. Словарь русского языка [под ред. Н.Ю. Шведовой], [16-е изд., испр.]. – М. : Рус. яз., 1984. – С. 624.
16. Система [Электронный ресурс]. – Режим доступа :
<http://ru.wikipedia.org/wiki>

17. Франке Г. Манипулируемый человек / Г. Франке. – Бонн, 1964.
18. Холод О.М. ЗМІ та імідж політиків: монографія / О.М. Холод. – К. : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2004. – 342 с.
19. Шейнов В.П. Пиар «белый» и «чёрный»: Технология скрытого управления людьми / В.П. Шейнов. – М. : АСТ; Мн. : Харвест, 2007. – С. 10.
20. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием: [пер. с англ.]. – М. : Мысль, 1980. – С. 36-37.
21. Manipulation // Oxford dictionary of biochemistry and molecular biology / Richard Cammack, Anthony Donald Smith, Teresa K. Attwood, Peter Campbell; а також [Електронний ресурс]. – Режим доступу до словника : http://books.google.ru/books?id=... =book_result&ct=result&resnum=4

3. Місце інмутації суспільства як системи

в класифікації систем

Для початку слід визначитися з тим, що називається системою. У подальшому дослідженні ми звертаємося до визначення системи як «множини взаємопов'язаних об'єктів і ресурсів, організованих процесом системогенезу в єдине ціле» [Система – Електронний ресурс]. Припускається, що система може протиставлятися середовищу. Особливо, якщо мова йде про нову множину взаємопов'язаних об'єктів і ресурсів, організованих процесом системогенезу в єдине ціле. Наприклад, система освіти в Україні до 2003-2004 років існувала в тому функціонуванні, яке майже не задовольняло суспільство. Коли було прийнято рішення про встановлення нових орієнтирів і пріоритетів щодо навчання дітей і студентської молоді, суспільство відчуло певною мірою власне протистояння, наприклад, незалежному оцінюванню знань і умінь школярів (у 2008 році вперше в Україні було проведено зовнішнє незалежне оцінювання, або ЗНО, яке за декілька місяців до системної процедури проведення тестування негативно налаштувало учнів старших класів і їхніх батьків). ЗНО – це мікросистема, суспільство – макросистема. Мікросистема не задовольнила спочатку макросистему, що й підтверджує думку про те, що система може протиставлятися середовищу.

Слід вважати, що введення оцінювання знань і умінь студентів згідно з умовами Болонської угоди також налаштувало студентів і викладачів негативно щодо раціональності. З 2010 року українська вища школа повністю перейшла на Булонську систему навчання, але професорсько-викладацький склад, студенти та їхні батьки лише зітхають у відповідь на питання про те як їм живеться при новій системі. Отже, нова мікросистема погано сприймається макросистемою (суспільством), що знову доводить думку про те, що система може протиставлятися середовищу.

Ми схильні вважати згадане незадоволення учнів, студентів, їхніх батьків та професорсько-викладацький склад вищів інмутаційним процесом. Нагадаємо, що інмутація суспільства як система відбувається в процесі формування негативних установок особистості й суспільства та їхніх аксіологічних систем і моделей (сценаріїв) поведінки через усі можливі соціальні канали.

Інше положення про те, що інмутація як система не поодинокка, доводиться наявністю концепції про класифікацію систем.

Системою також вважається «сукупність об'єктів і зв'язків між ними, виділених із середовища на певний час і з певною метою» [Система – Електронний ресурс]. Зважаючи на таке визначення системи, ми повинні визнати й думку про те, що інмутація, якій присвячено аналіз, також тимчасова, оскільки на певний, об'єктивно необхідний час, вона як система виокремлена із середовища. Вважаємо, що для такого виокремлення причин може бути декілька. Серед них ми назвемо дві. Перша причина: для здійснення детального аналізу (названа причина є штучною, дослідницькою). Але існує друга – природна причина. Сутність такої причини полягає в тому, що інмутація суспільства як система відбувається в процесі формування негативних установок особистості й суспільства та їхніх аксіологічних систем і моделей (сценаріїв) поведінки через усі можливі соціальні канали. Згадана негативізація установок не може бути постійною в суспільстві. Воно час від часу «видужує», «виліковується» від соціальних «хвороб», очищується від необхідності акумулювати негативне. Баланс природних і штучних факторів у суспільстві змінюється, що є основою діалектичного руху. Саме тому інмутацію слід визнавати тимчасовою, нестійкою системою, яку ми називаємо системою «швидкої допомоги». Коли суспільство «захворює» і наповнюється негативізмом, хід історії і закони природи підштовхують до реагування на таку систему дій формуванням протидії, сутність якої полягає у формуванні позитивізації факторів і установок в суспільстві. Прикладом ми вважаємо

постійну зміну епох і періодів в історії людства: періоди військових завоювань нових територій Римською імперією межувалися з мирними періодами підвищення рівня й розквіту мистецтва, культури, політичного життя. Цивілізація інків (позитивізація суспільства) була замінена ходом історії на цивілізацію конкістадорів (негативізація суспільства). Негативізм (Перша світова війна 1914-1918 років) Російської імперії змінився позитивізмом (припиненням згаданої війни) приходу до влади Радянської влади.

У низці згаданих межувальних позитивізацій і негативізацій суспільства слід визнати нестійкість маркування і функціональності діади «позитивізація – негативізація». Оцінку системи речей, енергії чи інформації слід давати з урахуванням конкретного історичного періоду й настроїв, які панують і превалюють у свідомості суспільства конкретного періоду його розвитку. Наприклад, система Радянської влади могла оцінюватися як позитивізація, тому що захоплення більшовиками влади потягнуло за собою припинення кровопролитної війни. Але з другого боку, більшовики, які силком захопили владу, зруйнували капіталістичну систему, соціально-економічний уклад, який передбачав приватну власність. Тогочасній буржуазії Радянська влада не принесла позитивізації, тільки негативізацію. Значить позитивізація для однієї частини суспільства (у нашому прикладі – більшовиків) об'єктивно тягне за собою негативізацію іншої його частини (противників більшовиків). Отже, з'являється необхідність уточнити висловлене раніше положення про чергування періодів негативізації і позитивізації. З цією метою ми пропонуємо описане явище таким, що пояснюється дією двох законів.

Закон перший: інмутація (негативізація) суспільства є непостійно діючою системою, вона передбачає хвилеподібний і несталый ритм чергування з мутацією (позитивізацією) суспільства.

Закон другий: активність й інтенсивність фіксації інмутації суспільства прямо пропорційна характеру масової свідомості суспільства в конкретний історичний період його розвитку.

За визначенням електронної відкритої енциклопедії «Вікіпедія» слід розгалужувати системи за рангами: підсистеми й надсистеми [Система – Електронний ресурс].

Підсистемою вважається система, що є «частиною іншої системи і здатна виконувати відносно незалежні функції, така, що має підцілі, які спрямовані на досягнення загальної мети системи» [Система – Електронний ресурс]. Надсистемою називають більшу систему, частиною якої є дана система.

Прийнято класифікувати системи за характером зв'язків параметрів системи з навколишнім середовищем. Розрізняють закриті й відкриті системи.

Закритими системами вважають такі, у яких відсутній будь-який обмін енергією, речовиною і інформацією з навколишнім середовищем. Закриті системи мають безлад, який постійно збільшується. Серед закритих систем вирізняють: замкнуті й ізольовані системи.

Замкнутими системами слід вважати такі, у яких фіксується обмін тільки енергією, але не речовиною; ізольовані системи виключають будь-який обмін.

Відкриті системи характеризуються тим, що вільно обмінюються енергією, речовиною й інформацією з навколишнім середовищем. Властивістю відкритих систем вважається наявність самоорганізації.

Системи також класифікуються за ознакою наявності-відсутності рівнів. Розрізняють однорівневі й дворівневі системи. Наприклад, існує дворівнева класифікація систем за походженням (такі системи є природними за походженням). Також слід не плутати природні, штучні системи та змішані.

Природними системами вважаємо такі, які здійснюють циркуляцію енергією, речовиною або інформацією самостійно, без допомоги людини. На відрізнення від природних, штучні системи не існують без допомоги людини.

До числа природних систем традиційно відносять такі: неорганічні, біологічні, екологічні. Серед штучних систем називають низку таких: матеріальні, абстрактні (ідеальні) та абстрактно-матеріальні. До числа змішаних

систем слід віднести соціо-технологічні, організаційно-технічні й соціально-економічні.

Де у наведеному переліку системи рангів систем місце інмутації як системи артефактів? Відповідь очевидна: місце інмутації як системи артефактів – серед змішаних систем, оскільки в кожному рангу систем (соціо-технологічному, організаційно-технічному і соціально-економічному) складником є соціум (суспільство), провідним елементом якого є інмутація. Саме в соціумі виникає й розвивається, функціонує й переживає трансформації інмутація як система артефактів. Саме інмутація здатна породжувати артефакти, оскільки суспільство – “виробник” артефактів.

Отже, місце інмутації у класифікації систем нами визначається серед природних, штучних та змішаних систем в останньому ранзі, а саме – змішаних системах.

4. Структура й види інмутаційних процесів

Нагадаємо, що інмутація – це процес впливу на свідомість споживачів інформації (реципієнтів) з метою негативного змінення сценаріїв, моделей їх поведінки. Інмутація (інмутаційні процеси) разом із мутацією є складниками маніпуляції.

Оскільки інмутаційні процеси є системою, слід пам'ятати про те, що всі елементи її як системи взаємопов'язані з мутацією (мутаційними процесами). Разом – мутація (мутаційні процеси) й інмутація (інмутаційні процеси) – утворюють маніпуляцію (маніпуляційні процеси). Отже, подальший аналіз необхідно здійснювати при врахуванні взаємовпливу і взаємодії елементів згаданих систем.

Як вже повідомлялося раніше, структуру інмутаційних процесів складають такі два головних види:

- 1) руйнування,
- 2) знищення.

За даними Т. О. Клінкової, у словнику слово “руйнувати” трактується як «ламати або псувати що-небудь, перетворюючи в руїни або розкладаючи на частини» [Клінкова, 2009]. Слово «нищити» – як «...припиняти існування когось-небудь або чого-небудь» [Клінкова, 2009]. Співставивши тлумачення слів, маємо необхідні нам визначення: руйнування – інмутація, що має на меті знищення окремих фрагментів; знищення – інмутація, що має на меті повне й остаточне знищення.

Процеси *руйнування*, як вид інмутації, також мають свою специфіку й розподіляються нами на:

- 1) одиничне несистемне псування елементів системи,
- 2) дубль-псування елементів системи,
- 3) розкладання цілого (системи) на частини (її складники),

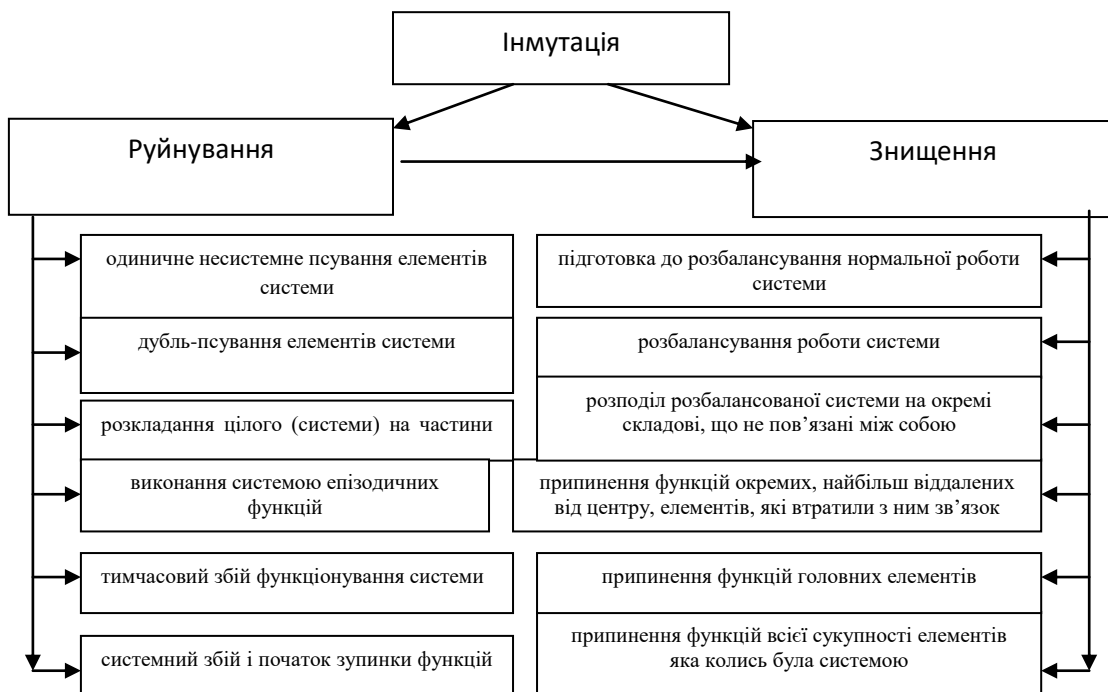
- 4) виконання системою епізодичних функцій,
- 5) тимчасовий збій функціонування системи,
- 6) системний збій і початок зупинки функцій системи.

Процеси *знищення* мають власні особливості й складаються з таких елементів:

- 1) підготовка до розбалансування нормальної роботи системи,
- 2) розбалансування роботи системи,
- 3) розподіл розбалансованої системи на окремі складові, що не пов'язані між собою;
- 4) припинення функцій окремих, найбільш віддалених від центру, елементів, які втратили з ним зв'язок;
- 5) припинення функцій головних елементів розподіленої системи,
- 6) припинення функцій всієї сукупності елементів, яка колись була системою.

Схема 1.

Структура інмутаційних процесів



5. Функції інмутації суспільства

Інмутаційні процеси суспільства виконують функції:

- 1) критицизму,
- 2) дестабілізації і розбалансування системи,
- 3) руйнації,
- 4) революційного знищення,
- 5) гіркої когнітивізації,
- 6) узагальнення,
- 7) погодження,
- 8) соціалізації індивідів,
- 10)

Кожну функцію далі ми розтлумачуємо детально й наводимо декілька прикладів.

Функція *критицизму* інмутації суспільства полягає в тому, що зміна на гірше моделей поведінки індивідів у суспільстві, тобто інмутація, провокує породження свідомості скептичного ставлення до реальності, до існуючої системи, що породила інмутацію. Наприклад, у надрах соціалізму зароджується скептичне ставлення молоді до сучасного їй мистецтва офіціозу, що тягне за собою появу андеграунду (підпільного кола, субкультури, яка не підпадає під визначення визнаних законом видів і жанрів культури).

Дестабілізаційна роль (функція) інмутації фіксується в порушенні стандартів і норм поведінки маси: більшість людей живе за законами суспільства й тим самим підтримує нормальну за визначеннями суспільства життєдіяльність, а окремі кола, прошарки суспільства не підтримують офіційно прийнятих норм і санкцій, чим порушують нормальну роботу системи, її нормальне існування.

Постійні, регулярні випадки порушення норм суспільного існування з боку андеграунду (суспільних груп, наприклад, молоді) ведуть до розбалансування

системи, що набуває ти пічних рис. Останні тягнуть за собою укріплення в суспільстві відчуття дозволеності, терпимості з боку офіціозу щодо моделей інакшої поведінки. Наприклад, толерантне ставлення з боку римської влади в провінціях до протестних тенденцій щодо кривавих ристшалищ гладіаторів на аренах закінчилось заборною таких видовищ їх як таких.

Функція *руйнації* процесів інмутації в суспільстві експлікується (проявляється зовні) в тому, що тенденція до типовості в негативно-скептичній поведінці соціальних груп стає нормою, а не випадковим й епізодичним явищем. Фіксуються регулярні збої суспільної системи. Один за одним виходять із ладу елементи системи й нарешті випадки псування системи досягають критичної межі. Як результат, система зупиняється і більше не поновлюється в своїх життєзабезпечуючих функціях. Яскравим прикладом може бути руйнація режиму, налагодженому другим президентом України Леонідом Кучмою (1994–2004 роки). Суспільство при згаданому президенті перестало задовольнятися існуючим положенням, при якому країна була розподіленою на галузі впливу з боку п'яти-шести мафіозно-олігархічних кланів. З 2000 року в Україні починають фіксуватися регулярні акції протесту, ініційовані андеграундом політичної активності (наприклад, політична акція “Україна проти Кучми”). Вбивство журналіста Георгія Гонгадзе стало детонатором для суспільної думки: люди перестали вірити владі, політикам і почали спочатку епізодично, пізніше – все частіше й частіше виступати проти існуючого режиму. Такі протести почастишали й перетнули межу критичної маси. В Україні почала фіксуватися революційна ситуація, коли низи не змогли далі жити по-старому, а верхи не змогли керувати по-новому. Результатом такої ситуації стали події листопада–грудня 2004 року, які пізніше були названі помаранчевою революцією. Саме остання закарбувала *функцію інмутації як революційного знищення*: старий режим Л. Кучми було скасовано, а новий політичний устрій набув легітимності всупереч порушення старої законності.

На цьому етапі інмутація дозволила зафіксувати *функцію гіркої когнітивізації*: суспільство, масова свідомість почала набувати конкретності у вимогах до влади. Розпочався процес форматування через пізнання нового. Виявилось, що так, як і під час подій великої Французької революції 1789-1793 років, події помаранчевої революції змусили спочатку нових лідерів, а пізніше – народ, озирнутися і спитати самих себе: “Ми отримали владу, ми прагнули змінити суспільство на краще, але що ми отримали: купу проблем, знання про вирішення яких у нас відсутнє”. Здатність запропонувати нове у новій владі виявилася мізерною. Суспільство поступово стало переживати рефлексію, почало набувати знання про те, що не варто було б робити, що слід робити не так, як раніше. Таку роль інмутації ми назвали функцією гіркої когнітивізації.

Після усвідомлення й пізнання гіркоти положення суспільство об’єктивно “виходить” на рівень узагальнення. Інмутація тягне за собою у такому випадку функцію узагальнення: лідери суспільної думки проголошують початок періоду підсумування зробленого й досягнутого. Саме в цей період суспільство дає оцінку результатам революційних подій, соціальних змін тощо. Вирішує, що робити з лідерами революції і, частіше за все, фіналом революційної активності згаданих лідерів стає гільйотина, страта, позбавлення волі тощо. Ілюстрацією зазначеної функції усвідомлення інмутації суспільства слугує фінал “повстання декабристів” в Російській імперії, фінал “повстання рабів” під керівництвом Спартака, фінал Французької революції 1789–1793 років тощо.

Інмутація виконує *функцію погодження*, що доводиться закінченням спротиву андеграунду, який виходить на авансцену історії. Андеграунд перестає існувати. На його місце нікому стати. Фіксується вакуум опозиції. Нікому критикувати нову існуючу владу, її дії й закони, які вона пропонує суспільству. Останнє ніби то “лягає на дно”, заспокоюється і не вимагає більшого. Суспільство погоджується на якийсь час з існуючим положенням і ситуацією. Як не дивно, життя функції погодження дає інмутація, або зміна моделей поведінки суспільства на гірше.

Насамкінець, суспільство настільки погоджується з існуючими новими правилами життя, що сприймає їх як законні й єдино правильні. Суспільство дозволяє соціалізуватися нащадкам за новими правилами. Отже, інмутація у такому ланцюгу функцій породжує насамкінець фінальну *функцію соціалізації індивідів*, за своїм характером спокійну й зважену, мирну й далеку від революційних потрясінь. Через десять–п’ятнадцять років після більшовицького заколоту 1917 року в СРСР стає нормою поведінка вступу до комсомолу, до партії комуністів. Моделлю наслідування у поведінці молоді стає “сексотство” (рос. мовою – секретное сотрудничество с органами государственной безопасности), яке через донесення про “негативну щодо діючої влади поведінку товарищів” тягне за собою новий виток, етап негативізації поведінки індивідів. Суспільство знову наближається до інмутації. Іншими словами, описані функції окреслюють порочне коло інмутації.

6. Інмутація свідомості особистості в життєвому просторі

Інмутація суспільства – це процес формування негативних установок особистості й суспільства та їхніх аксіологічних систем і моделей (сценаріїв) поведінки через усі можливі соціальні канали.

Інмутація свідомості особистості відбувається не за власним бажанням. Такий процес не відбувається одномоментно, раптово, без підготовки. Йому допомагає, стимулює і провокує його суспільство. Однією з вагомих і визначальних у нашому житті є фахова інмутація.

6.1. Фахова інмутація та її ознаки

Приймаємо за основу положення про те, що суспільство зіткане з взаємопов’язаних фахових елементів. Під терміном “фахові елементи” розуміємо соціальні групи, актори яких мають постійні взаємини під час

виконання своїх фахових обов'язків, підкоряються централізованим (інституціональним) і локальним (формальним) регулятивним актам та установкам, спрямовані на досягнення єдиної інституалізованої мети через офіційні соціальні канали.

Представники кожного фаху мають специфічні професійні стосунки і реалізують інституалізовану мету як офіційними каналами, так і специфічними. Специфічний характер професійних стосунків можна ілюструвати через порівняння з неспецифічними, загальними, офіційними, стосунками (див. табл. 1 далі).

Таблиця 1

Характеристики-діади

професійних специфічних та неспецифічних (загальних) стосунків між представниками одного фаху

Специфічні стосунки	Неспецифічні (загальні) стосунки
Діада 1	
Виконання щоденних зобов'язань перед керівником і колективом з урахуванням <i>можливості порушення</i> регулятивних актів	Виконання щоденних зобов'язань перед керівником і колективом з урахуванням <i>нормативності виконання</i> регулятивних актів
Діада 2	
Усвідомлення того, що оплата праці може здійснюватися <i>за фактично нездійснену</i> працю	Усвідомлення того, що оплата праці здійснюється <i>за реально й якісно здійснену</i> працю
Діада 3	
Усвідомлення <i>можливості порушення службової ієрархії</i>	Усвідомлення <i>необхідності службової ієрархії</i>
Діада 4	
Прагнення фахового зросту <i>нелегітимними</i> засобами	Прагнення фахового зросту <i>легітимними</i> засобами
Діада 5	
Прагнення й досягнення кар'єрного зросту <i>нелегітимними</i> засобами (через кумівство, інтимні стосунки, дружні стосунки, стосунки моральної заборгованості, "дзвоник зверху")	Прагнення й досягнення кар'єрного зросту <i>легітимними</i> засобами (через сумлінну роботу, чесне виконання завдань керівництва)

Діада 6	
Отримання <i>незаслужених нагород і нечесне визнання заслуг</i>	Отримання <i>заслужених нагород і чесне визнання заслуг</i>
Діада 7	
Отримання власних пільг за роботу інших, <i>“присвоєння” собі вагомих здобутків інших працівників</i>	Отримання <i>пільг за сумлінну й чесну роботу</i>

Аналіз табл. 1 дає можливість порівняти специфічні й неспецифічні стосунки між представниками одного фаху і зробити висновки про те, що:

1) існує два шляхи стосунків між представниками одного фаху: нормативні (загальні, інституціональні, офіційні) і ненормативні (неофіційні, нерозповсюджені, приватні);

2) на кожен нормативну соціальну дію і взаємодію знаходиться ненормативна соціальна дія і взаємодія;

3) ненормативна соціальна фахова дія породжує явище, яке називається фаховою інмутацією суспільства.

Наведемо приклади кожної діади, записаної у табл. 1, яка яскраво ілюструє наявність фахової інмутації суспільства.

Діада 1.

Виконання щоденних зобов'язань перед керівником і колективом з урахуванням <i>можливості порушення</i> регулятивних актів	Виконання щоденних зобов'язань перед керівником і колективом з урахуванням <i>нормативності виконання</i> регулятивних актів
---	--

Приклад.

Кожного дня працівники редакційних відділів прагнуть чесно виконати свої зобов'язання і сумлінно збирають інформацію для написання журналістського матеріалу. Один із працівників відділу новин з'являється на роботу до редакції не кожний день або приїздить до редакції із запізненням на 2-3 години. При цьому мотивує свої дії необхідністю збирати матеріал саме в робочий час. Такий працівник дозволяє собі порушувати щоденні зобов'язання перед керівництвом і колективом. Характерним є те, що керівник відділу дозволяє порушнику здійснювати дії, пов'язані з порушенням регулятивних

актів. Очевидним є специфічні стосунки між представниками одного фаху, що підтверджує думку про реальність фахової інмутації суспільства.

Діада 2.

Усвідомлення того, що оплата праці може здійснюватися за <i>фактично нездійснену</i> працю	Усвідомлення того, що оплата праці здійснюється за <i>реально й якісно здійснену</i> працю
--	--

Приклад.

Колектив фахівців складається з 16 осіб, два з яких виконують роботу повільно, постійно не встигають і під час звіту перед керівництвом знаходять певні пояснення. Не зважаючи на реакцію керівництва, погрози застосувати фахові санкції (перевести на низькокваліфікаційну і менш оплачувану роботу), два згаданих працівника продовжують працювати неякісно. У наведеному прикладі фіксується факт усвідомлення того, що оплата праці може здійснюватися за *фактично нездійснену* працю. Іншими словами, очевидним є факт фахової інмутації суспільства.

Діада 3.

Усвідомлення <i>можливості порушення</i> службової ієрархії	Усвідомлення <i>необхідності службової ієрархії</i>
---	---

Приклад.

Нормативний, законослухняний новий член бригади підприємства, яке виробляє хутові вироби, завжди пам'ятає про те, що майстер, який керує бригадою, дає розпорядження необхідні для виконання. З часом, з набуттям навичок і майстерності новачок перетворюється на досвідченого майстра хутових виробів. Кожного разу, коли бригада виконувала план виробництва, бригадир пропонував всім членам бригади “відзначити” чергову трудову перемогу за допомогою вживання алкогольних напоїв, довгих дружніх розмов та нетверезим “братанням”. Авторитет майстра-бригадира згодом падає, новачок, а тепер – досвідчений майстер, може дозволити собі робити фахові

зауваження бригадирові. Переходить у спілкуванні на “ти” не тільки з членами бригади, але й з бригадиром, який не може заборонити цього. Згодом стосунки між колишнім новачком і бригадиром набувають іншого забарвлення і стають панібратські неповажними з боку першого. Керівництво виробництва помічає негативне явище і призначає на роль бригадира колишнього новачка. Природньо, що колишній бригадир не хоче йти з виробництва і залишається в бригаді, але на посаді члена бригади. Стосунки між колишнім бригадиром і новим (колишнім новачком) залишаються дружніми, які передбачають порушення службової ієрархії. Новий бригадир не наважується робити зауваження колишньому бригадирові. Фіксується очевидне усвідомлення *можливості порушення службової ієрархії*, що є фактом прояву фахової інмутації елемента суспільства – бригади на виробництві.

Діада 4.

Прагнення й досягнення фахового зросту <i>нелегітимними</i> засобами	Прагнення й досягнення фахового зросту <i>легітимними</i> засобами
--	--

У прикладі, наведеному далі, діє давній і вивіреним спосіб прагнення й досягнення фахового зросту нелегітимними засобами.

В агентстві, яке займається консалтингом у політичній галузі життя, працюють шестеро: директор, його заступник, три консультанти, з яких один політолог і два соціологи, референт-секретарка. Директор п'ять років тому власними силами почав утворювати агентство. Було важко. Життя “підкинуло” щасливий випадок: директорові зустрівся спритний молодий фахівець, якого перший запросив до агентства. Постійні відрядження і багато роботи потребували від директора частої відсутності на робочому місці. Директор призначив своїм заступником спритного фахівця. Останній поступово, чесно виконуючи доручення директора, стає довіреною його особою. Довіра зростає між директором і заступником з досвідом спільної роботи. Через певний час заступник починає усвідомлювати, що за роботу, яку він виконує на рівних з

директором, останній отримує вищу зарплату. Поступово у заступника виникає відчуття несправедливості такого положення справ. Залишаючись часто в ролі керівника агентством, заступник директора розуміє, що він може сам виконувати функції директора і не ділитися зарплатою. Підробляючи підписи директора, за півроку заступник непомітно оформлює на своє ім'я документи, які дають йому право бути одноосібним власником агентства. Нелегітимні дії заступника приводять директора до зради і позбавлення його права власності на агентство. Згодом, колишній заступник виганяє з агентства колишнього директора і стає до керівництва агентством.

Отже, прагнення й досягнення фахового зросту *нелегітимними* засобами у наведеному прикладі свідчить про факт фахової інмутації суспільства.

Діада 5.

Прагнення й досягнення кар'єрного зросту <i>нелегітимними</i> засобами (через кумівство, інтимні стосунки, дружні стосунки, стосунки моральної заборгованості, “дзвоник зверху”)	Прагнення й досягнення кар'єрного зросту <i>легітимними</i> засобами (через сумлінну роботу, чесне виконання завдань керівництва)
--	---

Наступний приклад яскраво ілюструє правильність діади 5 і нашу думку про те, що інмутація фіксується на рівні прагнення й досягнення кар'єрного зросту *нелегітимними* засобами (через кумівство, інтимні стосунки, дружні стосунки, стосунки моральної заборгованості, “дзвоник зверху”).

Приклад.

Між головним редактором щотижневика “Вісь” і його секретаркою давно помічали певні стосунки, про які не говорили вголос, але здогадувалися. Спостережливі співпрацівники помічали, що погляди керівника на підлеглу часто мали оцінюючий смисл, зацікавлений, або досить серйозно схвилюваний. Останні півроку секретарка “затримувалася” в приймальній після нормованого часу. Часто головний редактор підвозив “Валечку” додому на власному автомобілі.

Одного разу, коли потрібно було терміново виконати завдання шефа і вся редакція напружено працювала в неробочий час, його секретарка відмовилася залишатися на робочому місці, відверто проголосивши: “Я сьогодні не можу залишитися. У моєї подруги день народження. Я мушу бути там”. Іншого разу, коли потрібно було здавати гроші на день народження прибиральниці, секретарка головного редактор показала, що у неї гроші є, але не здала їх до колективної каси, яку збиралися витратити на придбання подарунку іменинниці.

Секретарка вела себе незалежно, підкреслюючи свою перевагу перед іншими працівниками редакції.

Пізніше випадково з’ясувалося, що між головним редактором і секретаркою існували інтимні стосунки. Саме зазначений факт зробив секретарку нахабною і незалежною від колективу. Вона відчувала себе постійно вищою за всіх, бо могла собі дозволити спати з шефом.

Банальний приклад, наведений нами, підтверджує псування (інмутацію) моделей поведінки низової ланки в структурній ієрархії редакційного колективу.

Діада 6.

Отримання <i>незаслужених нагород і нечесне визнання заслуг</i>	Отримання <i>заслужених нагород і чесне визнання заслуг</i>
---	---

Два приклади (перший – отримання незаслужених нагород; другий – нечесне визнання заслуг) ілюструють ще один вид професійної інмутації свідомості особистості в життєвому просторі.

Приклад 1 (отримання незаслужених нагород).

Працівники міліції одного з місцевих районних відділів прокуратури слідували за антизаконними діями злочинця Р. Слідчий районної прокуратури дехто Т. перестав за собою слідувати, дружина покинула його, забравши з собою десятилітнього сина. Друзі відвернулися від слідчого Т., тому що він

весь свій вільний час присвячував справі пошуку злодія Р. Життя слідчого Т. перетворилося на суцільне вивчення обставин життя і скоєння злочинів перешукуваним Р. Коли слідчий Т. відчув, що навкруги злочинця Р. коло звужується, перший попросив колег, які будуть чергувати добу у відділі, повідомити про можливе затримання злодія.

Одного разу, під час вихідного дня слідчого Т., коли його товариш по службі, дехто К., чергував по району, пролунав телефонний дзвоник. Невідомий повідомив про місце переховування злочинця Р. Працівник прокуратури К. знав про дворічне відстежування та пошуки злочинця. Знав про пристрась слідчого Т. щодо пошуків злочинця Р, пома'ятав про прохання слідчого Т., але не повідомив колезі цінну інформацію. На затримання злочинця Р. слідчий К. виїхав особисто. Затримання було здійснене вдало, без жертв і використання сили. Наступного дня, коли слідчий Т. вийшов на роботу, вся районна прокуратура і прокуратура міста знали про геройське затримання злочинця Р. слідчим К.

Через два тижні керівництво прокуратури міста нагородило слідчого Т. знаком пошани з врученням грошової премії у розмірі місячного службового окладу.

Значення вчинку чергового слідчого К. по відношенню до слідчого Т., який два роки занурювався в пошуки злочинця Р., слід оцінити як професійну інмутацію (змінення моделі поведінки на гірше).

Ознаками такої професійної інмутації є:

- 1) умовчання-приховування істини,
- 2) порушення обіцянки товаришеві,
- 3) обман,
- 4) зрада,
- 5) прагнення привласнити позитивний досвід колеги,
- 6) погодження з не зовсім заслуженою нагородою.

Приклад 2 (нечесне визнання заслуг).

Під час Другої світової війни, яка йшла на території Радянського Союзу (Велика Вітчизняна війна), у червні–листопаді 1941 року Й. Сталін спробував самотужки керувати діями радянської армії на фронтах. Як відомо, йому це не вдалося. Після декількох консультацій із генералітетом Й. Сталін прийняв рішення призначити Г. Жукова першим заступником наркома оборони СРСР (з 19 червня 1941 року), а пізніше – заступником Верховного Головнокомандуючого (з 26 серпня 1942 року). Як свідчить електронна енциклопедія “Вікіпедія” [Жуков Г. К. <http://ru.wikipedia.org/wiki/>], Г. Жуков здійснював командування Резервним фронтом, Ленінградським, Західним, 1-м Українським та 1-м Білоруським фронтами, що давало йому змогу оцінювати ситуацію всієї війни.

Перебіг війни, подальші переконливі перемоги на фронтах яскраво показали істинні можливості і здатності військового командування Г. Жукова. До кінця світової війни, до вересня 1945 року, генерал К. Жуков здійснював командування Радянською армією – армією переможців, але за наказом Й. Сталіна та його поплічників слава переможного військового керівника припала на честь Й. Сталіна. Більше того, вже після присвоєння маршалу Г. Жукову усіх можливих нагород, які ще раз засвідчили його заслуги, майже одразу після нового призначення на посаду Головнокомандуючого радянською групою військ в Німеччині, був обвинувачений у незаконному привласненні трофеїв і роздуванні власних заслуг у справі розгрому Гітлера. Особисто Й. Сталін записав: Жуков “привласнив собі розробку операцій, до яких не мав жодного відношення”. На засіданні Політбюро ЦК КПРС, яке відбулося влітку 1946 року, Г. Жуков був обвинувачений у бонапартизмі. Згідно з історичними даними, Г. Жуков вивіз із Німеччини велику кількість меблів, витворів мистецтва. Наприклад, Торчинов В.А., Леонтюк А.М. свідчать про те, що під час обшуку у 51 валізі було знайдено більше 4 тис. метрів шовку, парчі, панбархату, бавовняних тканин тощо; 323 соболиних, мавпячих, лисиччиних, котикових та каракулевих шкір; 44 килими й гобелена, що були вивезені з

Потсдамських та інших палаців Німеччини; 55 цінних картин класичного живопису, 7 великих ящиків з фарфоровим і художнім хрусталем, 2 ящики із срібними столовими та чайними приборами [Торчинов В.А., Леонтьук А.М.]. Автори сторінки про Г. Жукова на сайті “Вікіпедія”, посилаючись на Військові архіви Росії, свідчать про те, що Г. Жуков у пояснювальній записці на ім’я секретаря ЦК ВКП(б) Данова писав: “... Я визнаю себе дуже винним у тому, що не здав все це непотрібне мені барахло будь-куди на склад, маючи надію на те, що воно нікому не потрібне. Я даю міцну клятву більшовика – не припускатися подібних помилок і глупоти. Я впевнений, що я ще потрібний буду Батьківщині, великому вождю т. Сталіну і партії” [Военные архивы России. – М., 1993. С. 244].

Після описаних подій маршала Г. Жукова 9 червня 1946 року було знято з посади Главкому сухопутних військ і переведено на посаду Командуючого військами Одеського округу (у 1946–1948 роках).

Інший історик Г. Жукова Г. Марьямов повідомляє про те, що Й. Сталін відчував до Г. Жукова ревності, які перетинали всі можливі межі. Не випадково, пише дослідник: «приймавши розроблений Жуковим і Василевським план нанесення вирішального удару під Сталінградом під кодовою назвою «Уран», Сталін відправив Жукова на інший фронт, щоб з його іменем не була пов’язана ще одна перемога» [Марьямов Г. Кремлевский цензор. М., 1992. С. 114].

Отже Й. Сталін таким чином нечесно привласнював заслуги Г. Жукова, чим налаштував суспільство проти маршала. Щоправда історія свідчить про те, що нині історики по-різному ставляться до заслуг маршала Г. Жукова. На нашу думку, якщо тих істориків, які звинувачують у присвоєнні Г. Жуковим заслуг Й. Сталіна, вважати справедливими, вийде, що Г. Жуков у своїх спогадах про війну здійснює професійну інмутацію, тим самим стимулюючи загальну інмутацію суспільства. Якщо ж вірити історикам, які стверджують, що Й. Сталін спотворив і спаплюжив заслуги маршала Г. Жукова, слід визнати факт того, що Й. Сталін здійснив професійну політичну інмутацію, яка також

потягнула за собою загальну інмутацію суспільства. У будь-кому випадку ми є свідками наявності в історії Радянського Союзу спроби здійснити професійну військові та політичну інмутацію, яка привела до інмутації загальної – інмутації суспільства.

Є багато інших прикладів щодо «витравлювання» в свідомості народу пам'яті про відомі й визначні і знакові фігури людства (загадкова загибель першого космонавта Ю. Гагаріна; замовчування ролі В. Леніна в утворенні перших концентраційних таборів на території Російської Федерації; замовчування факту масового розстрілу демонстрантів у Чехословаччині та Угорщині). Але кожний з прикладів лише підтверджує нашу думку про те, що нечесне визнання заслуг псує поведінкові моделі суспільства, тобто дозволяє суспільству інмутувати.

Діада 7.

Отримання власних пільг за роботу інших, “присвоєння” собі вагомих здобутків інших працівників	Отримання пільг за сумлінну й чесну роботу
--	--

Професійна інмутація суспільства фіксується і при отриманні власних пільг за роботу інших, “присвоєння” собі вагомих здобутків інших працівників.

Приклад.

Депутати Верховної ради України шостого скликання (2006–2010 роки) обиралися до парламенту завдяки так званим “партійним спискам”. Останні представляють собою віртуальний для електорату перелік претендентів на високі посади народного депутата від певної партії. Насправді списки претендентів не віртуальні, а конкретні і до певної пори тримаються у секреті, оскільки, наприклад, коли партія набирає певну кількість голосів виборців і визначається квота (відсоткова частка) місць у парламенті, списки починають у лихоманковому темпі доповнювати (якщо партія набрала багато голосів на

виборах) або урізати (якщо партія не набрала багато голосів на виборах). Після вдалих для партії або блоку партій виборів економічно незалежні громадяни України активно починають пропонувати великі гроші за місця, які є найближчими до першого номеру у такому партійному списку. Одна з політичних партій нинішньої України набрала достатньо велику кількість голосів на виборах до Верховної ради України 2006 року і щоб “достойно” заповнити списки майбутніх членів парламенту, вносила до списків своїх секретарок (офіс-менеджерів) та водіїв, досить часто це здійснювалося по відношенню до відомих в країні бізнесменів та спортсменів, акторів та співаків, які були далекими від політики. Хоча інші політичні партії та об’єднання також не відставали, про що детально повідомляє журналіст Степан Мищенко [Мищенко С.].

У наведеному прикладі яскраво ілюструється факт професійної інмутації через отримання власних пільг депутатів Верховної ради України за роботу інших, або за роботу, яку народні депутати шостого скликання отримували від 2006 до 2010 року. Таким же – незаконним шляхом – депутати згаданої політичної партії здійснювали “присвоєння” собі вагомих здобутків інших працівників своєї партії: коли політичний лідер партії приходив до влади, коли обійняв головну посаду в країні тощо.

Підсумовуючи ілюстрації та локальні висновки щодо професійної інмутації суспільства, слід занотувати, що таке професійна інмутація:

- 1) є вагомим складником інмутації суспільства;
- 2) має різновиди;
- 3) може ідентифікуватися тільки на фоні протиставлення відсутності професійної інмутації.

Список використаних джерел

1. Жуков, Георгий Константинович [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
2. Марьямов Г. Кремлевский цензор / Г. Марьямов. – М., 1992. – С. 114.
3. Мищенко С. Три партійні списки: «Усі до мене!», «Любі друзі», друзі-2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
<http://oglyadach.com/news/2007/8/17/164985.htm>
4. Торчинов В. А., Леонтьук А. М. Вокруг Сталина. Историко-биографический справ очник / В. А. Торчинов, А. М. Леонтьук. – С.-Пб., 2000.

6.2. Непрофесійна інмутація, або інмутація дозвілля

Оскільки є інмутація професійна, протилежним її боком слід вважати інмутацію непрофесійну, або інмутацію дозвілля.

Сутність *інмутації дозвілля* полягає у тому, що формування негативних установок особистості й суспільства та їхніх аксіологічних систем і моделей (сценаріїв) поведінки відбувається у той час, коли особистості, суспільство не зайняті виконанням професійних обов'язків, коли перебувають на відпочинку, забувають про фах, про необхідність бути підзвітним за свої дії та продукти професійної діяльності.

Слід виокремити декілька таких видів нефахової інмутації, або інмутації дозвілля.

Вид А: нефахова інмутація дозвілля фахівців, які перебувають:

- 1) на тижневому відпочинку,
- 2) у відпускнуому відпочинку,
- 3) у творчій відпустці,
- 4) на пенсійному відпочинку.

Вид Б: інмутація дозвілля як виду фахової діяльності, що відбувається:

- 1) *під час адаптаційного періоду,*
- 2) *під час фахової соціалізації (прийняття чи неприйняття норм, вимог і санкцій спільноти, яка зайнята організацією та проведенням дозвілля як фаху);*
- 3) *під час фахової зрілості й досвідченості,*
- 4) під час відчуття ефекту дверей, які от-от зачиняться (передпенсійний і пенсійний вік).

Вид В: інмутація дозвілля як виду життєвої діяльності, яка має стадії:

- 1) новачка,
- 2) соціальної ідентифікації,
- 3) затримки,
- 4) загальмування,
- 5) усвідомлення,
- 6) прозріння.

Ознаками нефахової інмутації, або інмутації дозвілля **виду А** (нефахова інмутація дозвілля фахівців) є такі:

- 1) відчуття напруги на початку дозвілля, пов'язана з тим, що дозвілля має початок і має кінець;
- 2) відчуття тимчасовості “визволення” від фахової діяльності,
- 3) таємне очікування випадкових неприємностей, пов'язаних із фаховою діяльністю;
- 4) зацикленість на фаховій діяльності під час відпочинку,
- 5) виконання професійних обов'язків вдома, під час відпочинку;
- 6) фіксація і прояв фахових моделей поведінки під час відпочинку.

У виду Б (інмутація дозвілля як виду фахової діяльності, що відбувається) **ознаками** нефахової інмутації є такі:

1) під час адаптаційного періоду:

- ⇒ надмірне прагнення не бути таким як усі інші, у зв'язку з чим фіксується прояв ефекту “перегинання палки”; «несхожість» з іншими псує стосунки з іншими, веде до напруженості у взаєминах і може закінчитися несприйняттям несхожої на всіх особистості;
- ⇒ спроби знайти своє місце в чужому місці: спроба писати “свій устав” у “чужому монастирі”; встановлення своїх правил веде до несприйняття особи і відчуження від колективу;
- ⇒ активні спроби підлаштуватися до оточуючого, чужого поки що, середовища – жити за “чужим уставом” – також може відштовхнути середовище і не дозволити чужинцю увійти до колективу;

2) під час фахової соціалізації (прийняття чи неприйняття норм, вимог і санкцій спільноти, яка зайнята організацією та проведенням дозвілля як фаху):

- ⇒ відштовхування від себе колег під час висловлення їм зауважень щодо виконання фахових обов'язків у галузі організації та проведення дозвілля;
- ⇒ підкреслене чітко, ніби то “за уставом” та інструкціями, здійснення відпочинку (без вживання спиртних напоїв, без зловживання увагою протилежної статі, без гулянок та дебошів тощо), що викликає підозру у оточуючих та невдоволення новачком;
- ⇒ сприйняття соціальних санкцій щодо недозволених форм відпочинку поза фахом як порушення особистих прав;
- ⇒ виникнення ревнощів щодо форм відпочинку колег;
- ⇒ прагнення будь-якою ціною заслужити довіру окремих лідерів думки в новому колективі, що автоматично породжує недовіру з боку інших членів колективу;

3) під час фахової зрілості й досвідченості:

- ⇒ зайва самовпевненість у правах на відокремлений відпочинок;
- ⇒ зайве підкреслення власної виключності й цінності для колективу;

- ⇒ поява відчуття власної центральності й незамінності;
 - ⇒ претензія на додаткові пільги під час відпочинку;
 - ⇒ претензія на додаткову виключну зарплату за відпустку;
 - ⇒ поява райдерського листу, перелік умов відпочинку за яким перебільшує бюджет організації, яка платить гроші за відпочинок;
- 4) під час відчуття ефекту дверей, які от-от зачиняться (передпенсійний і пенсійний вік):
- ⇒ поява відчуття страху відпочивати так, як це робилося раніше;
 - ⇒ надлишкова й зайва підозрілість до всіх членів колективу, що знаходяться на відпочинку;
 - ⇒ відчуття підсиджування з боку успішних і прогресивних колег, які знаходяться також на відпочинку;
 - ⇒ поява впертості під час пропозицій, що пов'язані з додатковим відпочинком;
 - ⇒ вибухи емоційного несприйняття будь-яких пропозицій, пов'язаних з майбутнім фаховим відпочинком (пенсією).

Для виду В (інмутація дозвілля як виду життєвої діяльності) характерними є такі ознаки нефахової інмутації:

- 1) напружене входження в дозвілля, страху й невпевненість або навпаки: зухвалі й недолугі спроби показати себе як самовпевнену особу, яка вміє витрачати час і жити задля розваг (стадія новачка);
- 2) помилки, спричинені спробами прийняття рішення про те, чи залишатися в гедоністичному стані, чи шукати роботу й утворювати сім'ю; розчарування в собі; поява комплексу "рожевих" надій і мрій; впевненість в тому, що все нинішнє є минулим, тимчасовим; віра в те, що от-от прийде світлий час і мрії здійсняться (стадія соціальної ідентифікації);
- 3) нездатність прийняти рішення про те, чи шукати роботу й утворювати сім'ю, чи продовжувати веселитися залишок життя; супроводжується серією помилок і невдач; здійснюються несистемні спроби змінитися;

поведінка непрагматична, підлягає впливу з боку сильних стимулів; особистість прагне “спихнути” життєво важливе рішення на плечі близьких людей; відслідковується хаотичний пошук кохання, друзів, який нічим позитивним не закінчується (стадія затримки);

- 4) прийняття рішення про те, щоб залишитися в галузі дозвілля як життєвій діяльності; фіксація “впевненості дурня”, відчуття на межі “блазень – це непогано” (стадія загальмування);
- 5) усвідомлення того, що нічого змінити не можна й залишається тільки залишатися в галузі дозвілля як життєвій діяльності; породження відчуття спустошеності й нікчемності, непотрібності нікому, втрати смислу життя (стадія усвідомлення);
- б) усвідомлення кризового характеру власного життя й власної життєвої нікчемності (стадія прозріння).

Отже, нефахова інмутація, або інмутація дозвілля є шкідливою й оманливою для самовпевнених дурнів і тягне за собою, на жаль, шлейф спроб наслідування серед молоді, яка не бажає фахової зайнятості в житті.

6.3. Дифузні зони інмутації

(синергетика фахового й нефахового видів інмутації як інмутації інмутації)

Як фахова інмутація, так і нефахова інмутація (інмутація дозвілля) не існують окремо: вони обов’язково мають дифузні зони, або зони перетину й перехідності одне в одне. Отже, характерні ознаки фахової інмутації не просто впливають у нефаховій інмутації, а ще й фіксуються у дикунській формі взаємоперетину й взаємовпливу. Відбувається так звана інмутація інмутації, або фахові інмутація накладається на інмутацію дозвілля, і навпаки.

Відбувається згаданий процес у таких формах:

- 1) прямій, прискореній;
- 2) непрямій, швидкій, опосередкованій;
- 3) непрямій, регулярній, повільній, пролонгованій;
- 4) непрямій, нерегулярній, уповільненій, пролонгованій;
- 5) непрямій, епізодичній, рідкій;
- 6) непрямій, одноразовій, випадковій.

Далі подаємо детальний опис кожного згаданого процесу й наводимо приклади за принципом “від простого до складного”, “від побуту до соціального узагальнення”.

Процес інмутації інмутації, або синергетика фахової і інмутації нефахової (дозвілля) свідомості особистості за *прямою, прискореною* формою відбувається вирієподобно, швидко, блискавично, прямо і безпосередньо.

Приклад 1.

На виробництво з’являється новий працівник – син керівника виробництва. Синові виповнилося 22 роки, він тільки закінчив навчання в університеті й став фахівцем-економістом. Батько-керівник, бажаючи влаштувати сина на “тепленьке” місце, забезпечує йому робоче місце на посаді свого заступника з питань євро інтеграції та зв’язків із громадськістю. Синові подобається така посада: робити нічого не потрібно, але з’являтися в кабінеті один-два рази на тиждень все ж таки потрібно.

У батька-керівника є три заступника, які виправно виконують свої обов’язки. Кожний із трьох виконує службові функції, які тим або іншим чином пов’язані зі службовими обов’язками сина керівника. Останній настільки задоволений ситуацією, яка склалася, що через місяць “забуває” про те, що батько просив його навідуватися на роботу хоча б один-два рази на тиждень.

Отже, очевидною є інмутація інмутації, або фахова інмутація, що накладається на нефахову (дозвілля) інмутацію. Слід вважати фаховою інмутацією те, що батько порушив етичні й службові норми та вимоги і

влаштував своїм заступником дуже молодого “фахівця”, який не має ані досвіду фахової роботи, ані життєвого досвіду, так необхідного для здійснення керування людьми на виробництві. Нефаховою (дозвілля) інмутацією слід вважати нерозуміння молодим “фахівцем”, молодою людиною смислу дозвілля, коли відпочинок може собі дозволити людина, яка працює. Порушення уявлення про працю і про відпочинок базується у молодого “фахівця” на викривленому розумінні власної функції у суспільстві, у сім’ї, на виробництві, на відпочинку. У такому випадку фіксується інмутація інмутації: на вже викривленні стереотипи й уявлення накладаються викривлені уявлення про нову соціальну роль і обов’язки. Описаний процес відбувається прямо і прискорено. При цьому молодий “фахівець”, вочевидь, не має сумніву щодо негативності моделей власної поведінки, адже до таких моделей його довго й старанно вів батько, оберігаючи від “соціальних потрясінь” і “ранньої праці”.

Наступний приклад 2 ілюструє синергетичний процес фахової інмутації та інмутації дозвілля у формі *непрямій, швидкій, опосередкованій*.

У нічному клубі тиждень тому з’явилася симпатична жінка 24 років, яка рік тому закінчила навчання в університеті й отримала спеціальність “соціологія та зв’язки з громадськістю”. За тиждень вона познайомила з діджеєм клубу, який ще через два тижні, дізнавшись про фахову освіту жінки, запропонував їй місце фахівця з налагодження зв’язків із громадськістю при нічному клубі. Жінка з радістю погодилася на пропозицію.

Почавши працювати в нічному клубі, жінка активно знайомила з працівниками ЗМІ, міського й районного відділів культури виконкомів, фахівцями з рекламного агентства, підприємцями, цікавими людьми і простими гостями клубу. Широке коло знайомих дало можливість новому фахівцеві по зв’язках із громадськістю розширити й коло своїх прихильників. Через два місяці жінку помітили в управлінні культури міськвиконкому і запросили на роботу на посаду інструктора. Погодившись на пропозицію, жінка активно стала до роботи і вже через півроку опинилася на новій посаді – заступника

начальника управління у справах культури і молоді міськвиконкому. Вже через рік наполегливої роботи міський голова запропонував жінці посаду свого радника. Отже, кар'єра жінки протягом двох років склалася вдало, швидко й опосередковано: її кожна нова посада набувалася завдяки вдалому поєднанню вміння бути привабливою, дотепною, вміти говорити і, найголовніше, вмінню поєднувати дозвілля, яке вона проводила після роботи в нічних клубах, і вмінню залишатися активною вдень на нових посадах.

Фаховою інмутацією у наведеному випадку є швидке просування жінки службовими сходами до влади: під час такого швидкого злету жінка не опанувала жодної посади до кінця, не вникнула в сутність справ і, як наслідок, постійно припускалася службових і фахових помилок. Останні мали негативний вплив у соціальному оточенні жінки.

Нефаховою інмутацією (інмутацією дозвілля) слід вважати у наведеному прикладі патологічне прагнення жінки бути “на передовій”, тобто бути серед молоді, “тусуватися” в колі молодих і симпатичних людей, допомагати їм у їхніх нескладних справах дістати можливість без перешкод, за телефонним дзвоником “зверху” влаштуватися на роботу, улагодити проблеми з представниками міліції і прокуратури тощо. Стиль дозвільного нічного життя жінки перетинався з офіційним денним стилем життя і роботи, що тягнуло за собою автоматичну інмутацію (псування моделей поведінки і зниження особистого аксіологічного цензу, контролю за власною поведінкою).

Цікавою слід вважати інмутацію інмутації, або накладання фахової інмутації на інмутацію дозвілля (нефахову інмутацію) у *непрямій, регулярній, повільній, пролонгованій* формі. Таку ілюструє наступний приклад.

СУЧАСНІ КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Варто визначитися з проблемою, якій присвячено наше дослідження. Сутність *проблеми* полягає в тому, що нова для України наукова галузь “соціальні комунікації” переживає важкий період ідентифікації та аутоідентифікації власних основних положень і уявлень про методи і методики, про теорії і підходи в дослідженнях. Слід зазначити, що нині в соціальних комунікаціях рівноправно й рівноінтенсивно фіксуються декілька тенденцій, а саме:

1) галузь інтенсивно збагачується все новими й новими ідеями як українських, так і російських дослідників, що ще недавно активно працювали в інших дослідницьких та парадигмальних полях;

2) галузь переживає інтенсивне напластування з боку відживших теорій, які настирливо “просяться” назад для повторення “досягнень” неглибокої, поверхневої науки;

3) у межах галузі перетинаються дві провідні тенденції: з одного боку, позитивна хвиля нових і цікавих ідей прагне бути опублікованими й вислуханими, обговореними і прийнятими з критичними зауваженнями, з другого боку, старі, нав’язливі ідеї історично-публіцистичного кшталту залізобетонно залишаються непохитними й самовпевненими на шляху спротиву новаціям;

4) основна тенденція розвитку нинішньої нової галузі “соціальні комунікації” полягає в тому, що дві згадані тенденції не борються між собою: вони мирно співіснують, шляхетно дозволяючи одна одній спокійно і витримано наповнювати нафталіновий лантух вчорашніх ідей рафінованими “ідейками” двадцяти-тридцятилітньої давнини;

5) найгірша тенденція в нашій науці: ліберально-консервативні кола видатних представників українського журналістикознавства дозволяють собі солоденьку критику аспірантів та докторантів, колег-докторів наук, які є

“своїми” в спеціальності 10.02.08 – журналістика; спрацьовує стародавній принцип “Не бий чужих, щоб твоїх не били”.

Перелічені тенденції розвитку і становлення, інституалізації та укріплення галузі “соціальні комунікації” в Україні утворюють одну глобальну проблему.

Вирішення поставленої проблеми повинно мати врівноважені й позитивно прагматичні засоби. Одним із таких засобів є чесне визнання самої проблеми. Другим засобом слід вважати визнання об’єктивної необхідності прийняття наріжних постулатів, принципів, положень, санкцій тощо, які дозволять достатньо швидко й історично зумовлено врегулювати нездорову тенденцію хворобливого становлення нової галузі.

Зважаючи на поставлену проблему, *метою* свого дослідження вважаємо опис, критику та пропозицію трьох провідних концепцій, які нині функціонують у соціальних комунікаціях.

Перша концепція – **соціальної комунікації як галузі соціології** – належить російським вченим-соціологам В. П. Конецькій [1], Т. В. Науменко [2; 3], О. Г. Філатовій [8], А. І. Черних [13].

Друга концепція – **соціальних комунікацій як метатеорії** – належить також російському досліднику А. В. Соколову [5].

Третя концепція – **соціальних комунікацій як самостійної галузі** – належить українським вченим-журналістикознавцям та історикам В. В. Різуну [4; 14], О. М. Холоду [9–12] та В. О. Ільганаєвій [6].

Особливості кожної концепції ми обговорюємо побіжно, тезами й критичними зауваженнями до основних їхніх положень.

Сутність першої концепції (соціальна комунікація як галузь соціології) полягає в тому, що соціальна комунікація (а не соціальні комунікації) розглядаються як придатак соціології, здатний лише вирішувати проблеми, пов’язані з масовою комунікацією. Статус соціальних комунікацій не розглядається взагалі. Методи, якими послуговується галузь соціології “соціологія масових комунікацій” або “соціологія соціальної комунікації”,

повинні відповідати методам соціології, тобто опитуванню, спостереженню, аналізу документів, іноді – експерименту.

Схематично позиція соціальної комунікації як галузі соціології (або соціології масової комунікації/масових комунікацій) серед інших наук визначається таким чином (див. Додатки: схема 1 далі).

Місце соціальної комунікації соціологи знайшли в другому з трьох рівнів знань в соціології, а саме – на рівні спеціальних (галузевих) соціологічних знань.

Сутність другої концепції (соціальна комунікація як метатеорія) полягає у досить оригінальній пропозиції А. В. Соколова, який вважає, що соціальна комунікація має посісти місце метатеорії, або теорії, яка пояснює всі інші соціально-комунікаційні науки на тлі загальної системи наукового знання.

Схематично місце соціальної комунікації автор пропонує вбачати таким чином (див. Додатки: схема 2 за: Соколов А. В. [5]).

Згідно зі схемою 2, місце соціальних комунікацій знаходиться не на периферії рівнів знань і наук гіпотетичної системи соціально-комунікаційних наук на тлі загальної системи наукового знання. Соціальні комунікації (або гіпотетична система соціально-комунікаційних наук) знаходяться в центрі системи (див. виноску 2). В середині двох зон соціальних комунікацій знаходиться метатеорія соціальної революції (див. виноску 3).

Іншими словами, соціальні комунікації претендують на місце метатеорії, яка може пояснити всі науки, окрім богослів'я, математики й філософії.

Зовсім не схожу на попередню концепцію запропонувала доктор історичних наук, професор В. О. Ільганаєва (м. Харків), яка є автором-укладачем першого в Україні словника-довідника “Соціальні комунікації” (2009). Спираючись на ряд її авторських статей, ми графічно відбиваємо її бачення місця і ролі соціальних комунікацій серед інших наук і галузей знань (див. схему 3 далі).

В основу третьої концепції соціальних комунікацій (соціальні комунікації як складник теорії комунікації) В. О. Ільганаєва кладе буття людини, яке базується на суспільстві як комунікаційній єдності. Останнє спирається на культурогенез і цивілізаційний розвиток людства та комунікаційну діяльність людини в суспільстві.

Структуру комунікаційного знання складають три рівні:

1 рівень – загальна теорія комунікації,

2 рівень – загальна теорія біологічної комунікації та загальна теорія соціальної комунікації,

3 рівень – теорія видових і міжвидових комунікацій та окремі комунікативні теорії.

Слід занотувати, що поки що, за словами В. О. Ільганаєвої, не існує чіткої теорії соціальної комунікації. Також відсутня і теорія видових і міжвидових комунікацій. Розпорошені знання окремих комунікативних теорій.

Додамо також: нині існує серйозна проблема методологічного плану. Теорії соціальних комунікацій “вагітні”, вони виношують плід методології, який складається з методологій окремих комунікативних теорій. У свою чергу, окремі комунікативні теорії, які з’явилися в середині і наприкінці ХХ століття, окремі – вчора і позавчора, на початку ХХІ століття, звертаються й досі до запозичених методів тих галузей знань, що дали їм життя. Іншими словами, й існуючі методології і методи є нестійкими в нових науках.

За аналогією з вагітністю слід зауважити, що теорія соціальних комунікацій з повного терміна вагітності у 36 місяців знаходиться орієнтовно на межі п’ятого і шостого місяців: звуки працюючого серця вже чують не тільки спеціалісти. Але кістяк майбутньої дитини, що формується, ще не міцний, ламкий. Його ще немає. Його може побачити тільки спеціаліст або мати, яка хоче бачити майбутню крихітку.

Концептуальне бачення місця й сутності теорії соціальних комунікацій, запропоноване В. О. Ільганаєвою та А. В. Соколовим є близьким. Відрізняються тільки окремі деталі.

Наше бачення теорії соціальних комунікацій спирається на де у чому інші теоретичні позиції, які ми також відбиваємо графічно (див. схему 4 далі). Неодноразово про ключові категорії нашої концепції соціальних комунікацій ми заявляли раніше, наприклад, під час виступів на пленарних засіданнях I Міжнародному симпозіумі “СВІТ ЛІНГВІСТИКИ” (квітень 2008 року, м. Кривий Ріг, III Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченій пам'яті Р.О. Якобсона (квітень 2008 року в м. Одеса), а також на сторінках навчального посібника “Соціальні комунікації: соціо- і психолінгвістичний аналіз” (перше видання – 2008, друге – 2010). Окрім зазначеного положення нашої теорії соціальних комунікацій було викладено під час лекцій із соціальних комунікацій, які були прочитані в Переяслав-Хмельницькому державному педагогічному університету імені Григорія Сковороди (2008 рік) і в Інституті журналістики Київського міжнародного університету (2010 рік).

За допомогою схеми 4 «Місце соціальних комунікацій у системі галузей знань і структура комунікаційного знання» ми визначили, що філософія є підґрунтям для теорії соціальних комунікацій. Головними складниками соціальних комунікацій, на нашу думку, слід вважати лінгвістику, соціологію і психологію. Такі галузі знань, як «соціолінгвістика» і «психолінгвістика», є конгломератом, синтезом знань лінгвістики, соціології і психології. Вони утворюють базу для становлення соціальних комунікацій як загальної теорії. Знання, що пропонують семіотика, біологія, фізика і хімія дозволяють обґрунтувати положення про те, що соціальні комунікації як теорія виникли не на пустому місці і мають чітко детерміновані й обумовлені коріння.

Спираючись на викладене, ми пропонуємо зобразити графічно загальний погляд на сутність теорії соціальних комунікацій та включення до теорії досягнень інших галузей і знань науки (див. схему 5 далі).

Виходячи із сутності схеми 5 «Структура соціально-комунікаційного включення», ми можемо констатувати об'єктивну необхідність іншого підходу до аналізу включеності соціальних комунікацій в загальний континуум простору-часу.

Перш за все слід занотувати, що соціальні комунікації, не виникаючи на пустому місці, органічно відбивають основні положення теорії ноосфери В. І. Вернадського, який вважав: потужність ноосфери настільки висока, що слід негайно зважити на її визначну роль в існуванні не тільки роду людського, але й всієї планети. Саме тому ми приймаємо на озброєння згадану теорію ноосфери В. І. Вернадського, включаючи її в контекст матеріалістичного тлумачення філософської категорії «простір-час».

Біосфера і ноосфера утворюють сферу живої природи, за поглядами В. І. Вернадського. Не велику, а незначну частину такого симбіозу бере на себе антропосфера, хоча, як ми вже занотували на першому Міжнародному симпозіумі «Світ лінгвістики» (2008 рік), людина вважає себе царем Природи і вважає саме себе і тільки себе вершителем-творцем всього раціонального і доцільного на планеті. Необхідність відчувати себе захищеною у людини викликає прагнення утворити «екзистенційний щит» або життєвий захист від небезпеки з боку самої природи, ворожих людей, агресивних тварин, отруйних рослин, хижацьких птахів, риб, плазунів тощо. З метою утворення екзистенційного щита людина винаходить нові технічні й інформаційні «броньові жилети». Система таких набуває форми й сутності технократично-інформаційної сфери, яка є складником ноосфери. У надрах технократично-інформаційної сфери ми вбачаємо елементи «комунікація» (все, що пов'язано з передаванням, сприйманням і кодуванням, декодуванням інформації) і «некомунікація» (все, що пов'язано з процесами недотичними до комунікації).

Складники «комунікація» і «некомунікація» у своєму синтезі утворюють об'єктивну необхідність появи і функціонування соціальних та інформаційних комунікацій. Останні породжують соціально-комунікаційні технології та

соціальну інформатику як нові утворення взаємодії комунікатора (суб'єкта комунікації) і комуніканта (об'єкта комунікації).

У нашій моделі структури соціально-комунікаційного включення залишається лише передбачати, що досить швидко ми змушені будемо констатувати появу нових елементів-складників соціальних комунікацій.

Аналізуючи власну пропозицію (модель) щодо сутності, морфології та функцій соціальних комунікацій, ми наближаємося до необхідності виокремити конкретні шляхи (методи) наукового аналізу та пошуку в галузі «Соціальні комунікації». Саме на згаданому напрямку виникає низка проблем і питань, які, на наш погляд, нині мають терміново вирішуватися дослідниками нашої галузі. Мова йде про методологію. Далі ми подаємо власне бачення проблем у графічному вигляді (див. Додатки: схема 6).

Схема 6 відбиває більше наші сумніви і невпевненість, аніж конкретність і завершений синтез методів. Але ми подаємо графічне відображення наших сумнівів із метою стимулювання наукової спільноти до обговорення і нових пропозицій щодо проблеми пошуку методів аналізу соціальних комунікацій.

У схемі 6 ми відбиваємо бачення методології соціальних комунікацій, яке спирається на концепцію нооцентризму, запропоновану нами раніше [9–12]. Нагадаємо, що нооцентризмом ми вважаємо методологічну сукупність положень і принципів аналізу взаємодії Природи і Людини, які базуються на теорії антропоцентризму. Останній спирається на дві тези: "Людина – система в системі Природи" і "Людина – центр психолінгвістичної події".

Виходячи з положень антропоцентризму в психолінгвістиці, які були нами викладені ще в 1997 році на 2-му міжнародному симпозіумі «Людина: мова, культура, пізнання», пропонуємо основні *постулати нооцентризму*.

1. Опис устрою Всесвіту (Природи) придумано Розумом людини.
2. Згідно цьому Розум людини є частиною й одночасно центром Природи.
3. Людина є центром події, яка здійснюється навколо неї.

4.Об'єктом (центром) розумової діяльності людини є усвідомлення людиною своєї центральності (антропоцентризм) і системності по відношенню як до Природи, так і до самої себе.

5.Людина є система в системі Природи.

6. Все, що робить людина, все, про що думає людина, все, що здійснюється навколо людини, перш за все, спирається на джерельний егоїстичний мотив, який виражається принципом «Я – центр події, думки; навколо мене все існує; оцінюю я, і тому все повинно бути близьким до мене».

Спираючись на викладені постулати нооцентризма, ми можемо сміливо пропонувати основні постулати нової психолінгвістики, що можуть бути покладені в основу *методології соціальних комунікацій*. Тут ми розрізняємо дві групи постулатів, а саме: глобальні й локальні системні постулати.

Глобальні системні постулати

1. Людина є нооцентричною системою.
2. Нооцентрична система є частиною біосфери, тому функціонує за законами біосфери.
3. Така система пронизана егоїстичною самооцінкою діяльності людини.
4. Егоїстична мотивація керує психічною діяльністю людини, що яскраво виражається в мисленнєвій діяльності.
5. Системною частиною розумових операцій і дій є мовленнєва (комунікаційна) діяльність.
6. Мовленнєва (комунікаційна) діяльність вивчається за допомогою нооцентричного аналізу.

Локальні системні постулати

1. Основна одиниця нооцентричного аналізу (нової психолінгвістики) є операція.
2. Операція психічна, тобто пов'язана з діяльністю мозку.
3. Психічні операції (зокрема мовленнєві) і розумові дії є частиною системи нооцентричної діяльності та оцінки людини.

4. Нооцентрична самооцінка є основною формою психічної операції людини.

5. Нооцентрична операція евристично-системна (кожного моменту система має можливість змінюватися при втручанні в її структуру випадкового впливу).

6. Операція як основна одиниця нооцентрического аналізу є джерелом для похідних одиниць аналізу. Такими похідними одиницями нооцентричного аналізу слід вважати: логічні операції (аналіз, синтез, порівняння, висновок та інші) виражені звуком, поєднанням звуків, складом, словом, фіналіями слова (слів), словосполученнями, реченнями, абзацом, періодом, текстом, масивом текстів і семантично «забарвленими» егоїстичною установкою людини соціальної, тобто такої, яка живе поміж людей.

7. Егоїстична установка соціальної людини найчастіше підсвідома і виражається без претензій на істинність і досконалість, але в корені своєму така установка верифікується саме як егоїстична.

8. Егоїстична установка на сприйняття і розуміння світу спотворює оцінку і висновки, тому не можна розглядати розумову діяльність людини як об'єктивну.

Повертаючись до аналізу схеми 6, поданої раніше, занотовуємо, що нині слід уважно розглядати можливості методології як матеріалізму, так і ідеалізму як філософських напрямів. Разом із тим, не слід забувати про існування протягом тисячоліть потужного і невизначеного донині по межового напрямку – дуалізму. Оскільки дуалізм завжди межував з матеріалізмом і ідеалізмом, методи яких за дві з половиною тисячі років набули певних усталених формулювань і тлумачень, ми не маємо морального права нехтувати його методологічним арсеналом. Але виникає питання про те, яким нині є згаданий методологічний арсенал дуалізму. Відповідь розпливчата. З одного боку, матеріалізм має чітко сформульовані три основні групи методів як то: загальнонаукові, частковонаукові й методи прикладних досліджень. Ідеалізм

також має розгалуженість методів: загальні метафізичні, частково метафізичні. Щоправда методів прикладних досліджень ідеалізм не називає. Можливо, ми ще не знайомі з такими.

Дуалізм власну методологію не має: замість чітких суто дуалістичних методів дослідники, що не можуть пристати до певного з конфронтуючих методологічних таборів матеріалізму чи ідеалізму, кидаються від одного модно-актуального методу до іншого – забутого й нібито нового. За двадцять три століття дуалісти так і не запропонували власної методології. Саме тому в схемі 6 ми не наважилися однозначно висловити власну точку зору щодо інституалізованих методів дуалізму. У нас виникло питання у зв'язку з такою ситуацією: чи є взагалі методологія дуалізму?

Але проблему відсутності методів дослідження й аналізу процесів і явищ соціальних комунікацій слід вирішувати. Нині, у відсутності чіткої методологічної системи соціальних комунікацій, ми пропонуємо вважати методологією нооцентризму принагідною.

ВИСНОВКИ

1. У дослідженні було визначено хворобливу тенденцію становлення нової галузі науки «Соціальні комунікації».

2. Сутність такої тенденції полягає у відсутності єдиної і надійної концепції, до якої можна було б пристати дослідникам і навколо якої можуть групуватися нові дослідницькі сили аспірантів і докторантів, що вивчають проблеми соціальних комунікацій.

3. Було запропоновано авторську концепцію соціальних комунікацій, яка органічно вплітається в колективне бачення проблематики соціальних комунікацій в межах українських дослідників В. В. Різуна, В. О. Ільганаєвої та О. М. Холода.

4. Разом із концепцією згаданих українських дослідників соціальних комунікацій було запропоновано варіант методологічних постулатів і тез, які

концептуально спрямовані на дискусійний і чесний пошук оптимальних методів досліджень соціальних комунікацій.

Список використаних джерел

1. Конецкая В. П. Социология коммуникаций : учеб. / В. П. Конецкая. – М. : Международный университет бизнеса и управления, 1997. – 304 с.; також див.: Конецкая В. П. Социология коммуникаций : учеб. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://lib.socio.msu.ru/l/library?e>
2. Науменко Т. В. Массовая коммуникация: теоретико-методологический анализ. – М. : Издательство «Перспектива», 2003. – 252 с.
3. Науменко Т. В. Социология массовой коммуникации : учеб. пособ. – СПб. : Питер, 2005. – 288 с.
4. Різун В.В. Теорія масової комунікації : підручник. – К., 2008. – С. 46-47.
5. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации / Соколов А. В. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2002. – С. 450.
6. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность) : словарь-справочник [автор-сост. В. А. Ильганаева]. – Х. : КП «Городская типография», 2009. – 392 с.
7. Теорія масової комунікації : курс лекцій [Різун В. В.; укл. Холод О. М.; пер. з укр. Варивода О. В.]. – К. : КиМУ, 2010. – 100 с.
8. Филатова О. Г. Социология массовой коммуникации : учеб. пособ. / О. Г. Филатова. – М. : Гардарики, 2006. – 303 с.
9. Холод О. М. Соціальні комунікації : психо- та соціолінгвістичний аналіз : навч. посіб. / О. М. Холод. – Переяслав-Хмельницький, 2008. – 246 с.
10. Холод О. М. Зібрання наукових праць : У 10 т. / О. М. Холод. – Кривий Ріг, 2009. –
– Т. 4 : Психолінгвістика інмутацій : монографія. – 2009. – 246 с.

11. Холод О. М. Соціальні комунікації : соціо- і психолінгвістичний аналіз : навч. посіб. / О. М. Холод. [2-е вид., доп. і випр.]. – К. : Київський міжнародний університет; Українська асоціація психолінгвістів, 2010. – 304 с.
12. Холод О. М. Інмутація суспільства в гіпермаркеті свідомості : монографія / О. М. Холод. – К. : КиМУ, 2010. – 302 с.
13. Черных А. И. Социология массовых коммуникаций [Текст] : учеб. пособ. / А. И. Черных. – М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. – 451 с.
14. Theory of mass communication : lectures / [Rizun V. V.; comp. Kholod O. M.; trans. Varyvoda O. V.]. – К. : КІУ, 2010. – 94 р.

Додатки

Схема 1

Місце соціальних комунікацій (соціальної комунікації) в системі галузей знань

(за: В. П. Конецька (1997), Т. В. Науменко (2003, 2005),
Л. Н. Федотова (2003), О. Г. Філатова (2006), А. І. Черних (2008))



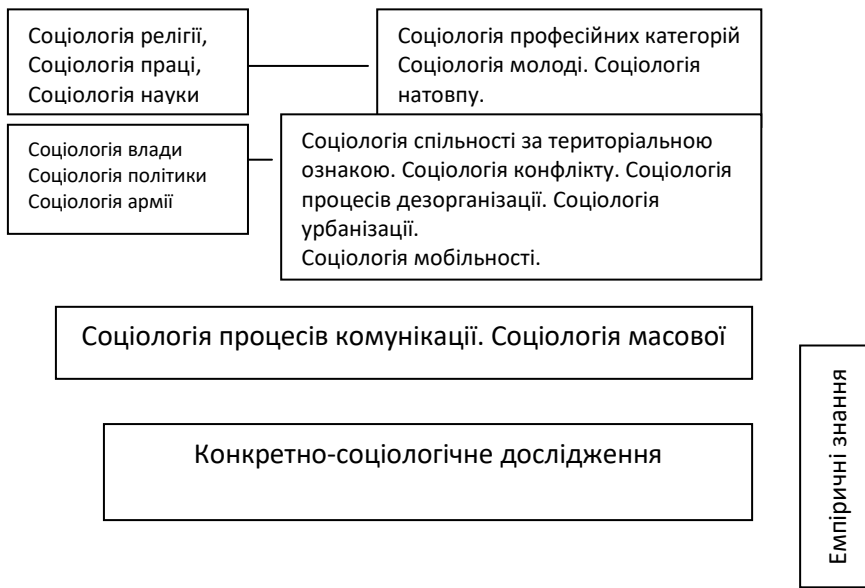
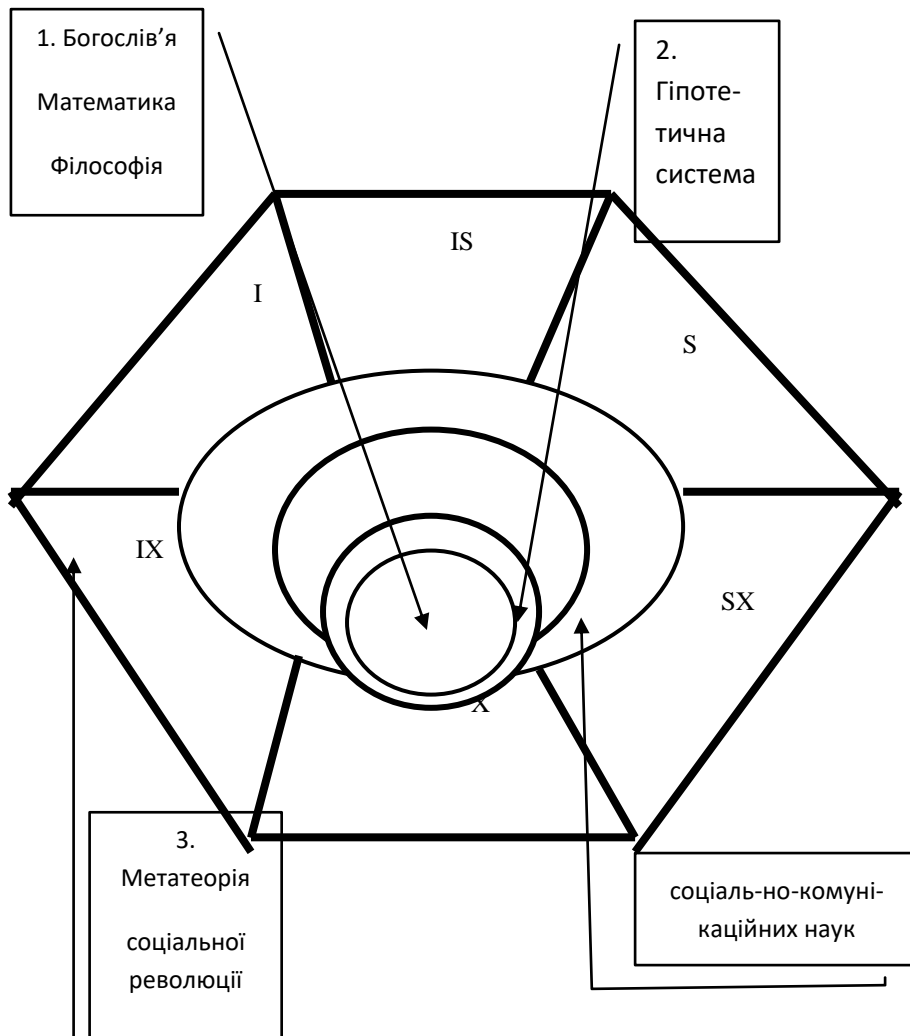


Схема 2

Гіпотетична система соціально-комунікаційних наук
на тлі загальної системи наукового знання
(за: А. В. Соколов, 2002)



Примітки:

X – природничі науки,

I – людинознавчі науки,

S – суспільнознавчі науки,

IX – біогуманітарний підкомплекс (медицина, фізіологія людини; біологічна антропологія, яка вивчає біологічну еволюцію хомо сапієнс; етнопсихологія, психогенетика),

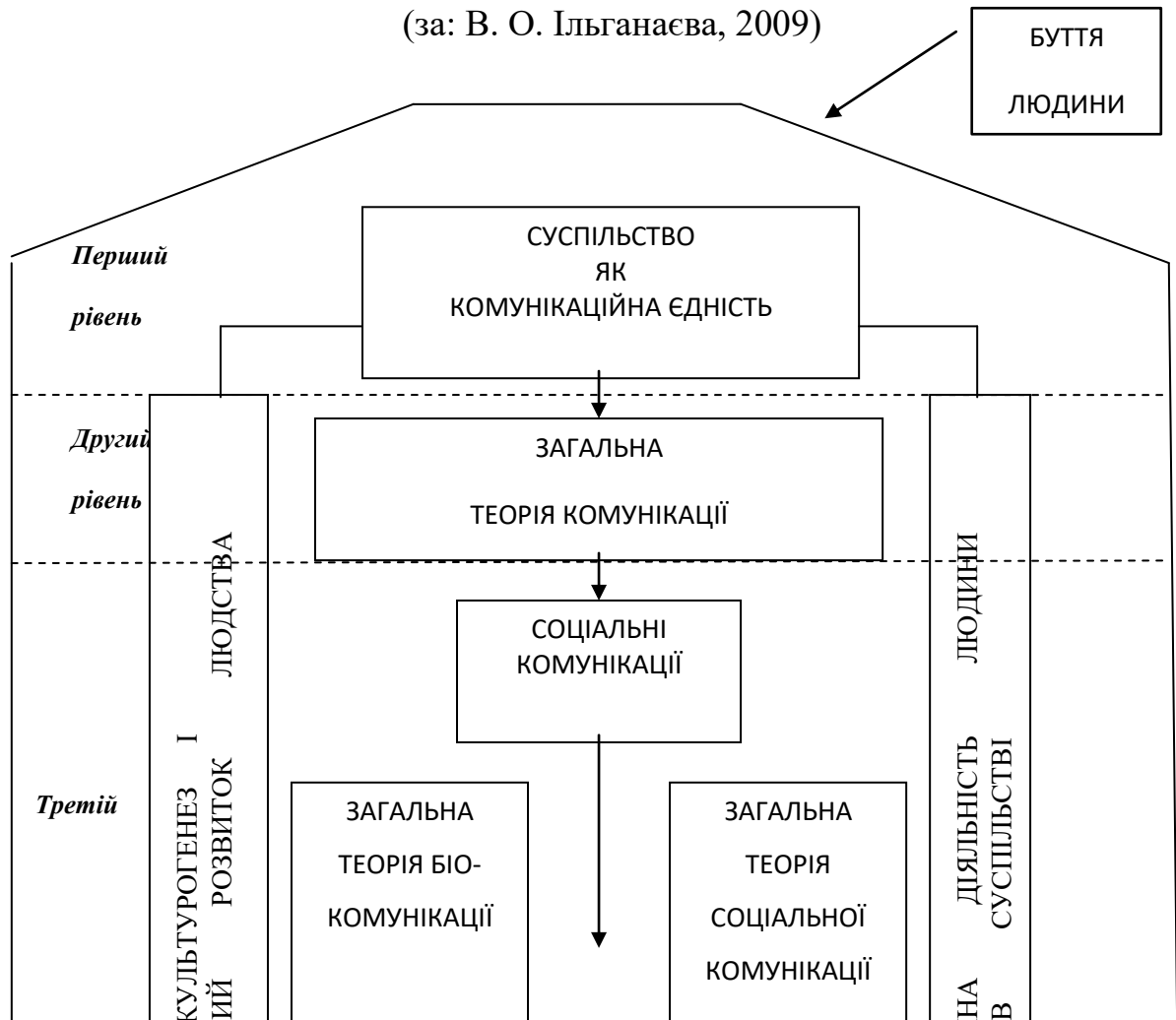
IS – культурознавчий підкомплекс (культурологія, соціологія культури, історія культури, археологія, семіотика; етнологія, або соціальна антропологія; книгознавство, теорія масової комунікації, бібліотекознавство та інші прикладні науки про документні комунікації)

SX – технічний підкомплекс (автоматика, обчислювальна техніка, інформатика, радіотехніка, телебачення, телефонія, телеграф, радіолокація, радіонавігація, поліграфічна техніка).

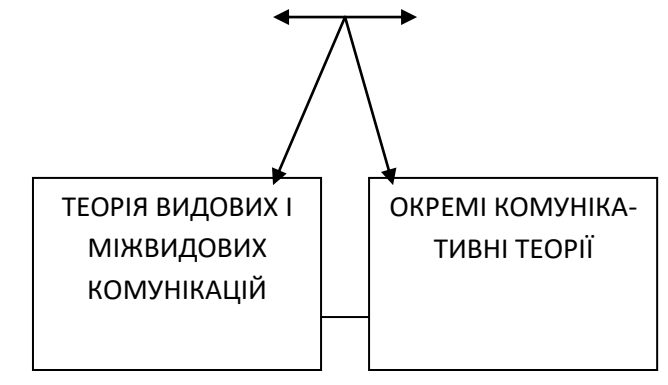
Схема 3

Місце соціальних комунікацій (соціальної комунікації)
в системі галузей знань і структура комунікаційного знання

(за: В. О. Ільганаєва, 2009)



рівень



Четвертий рівень

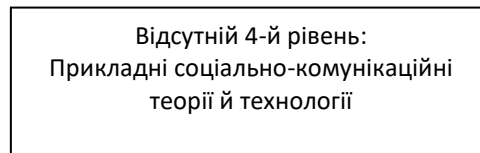


Схема 4

Місце соціальних комунікацій
у системі галузей знань і структура комунікаційного знання
(за: О. М. Холод, 2010)

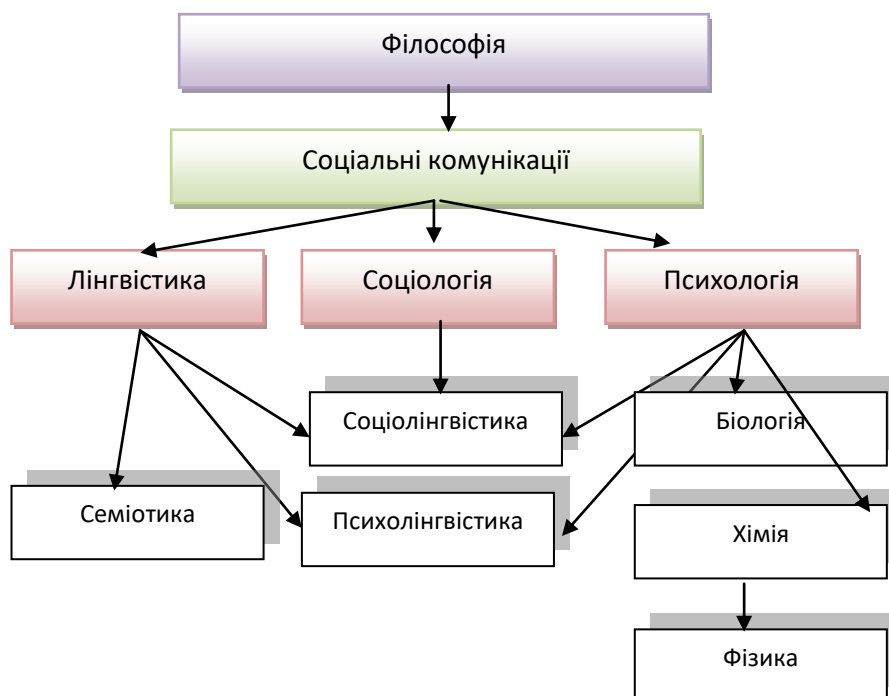
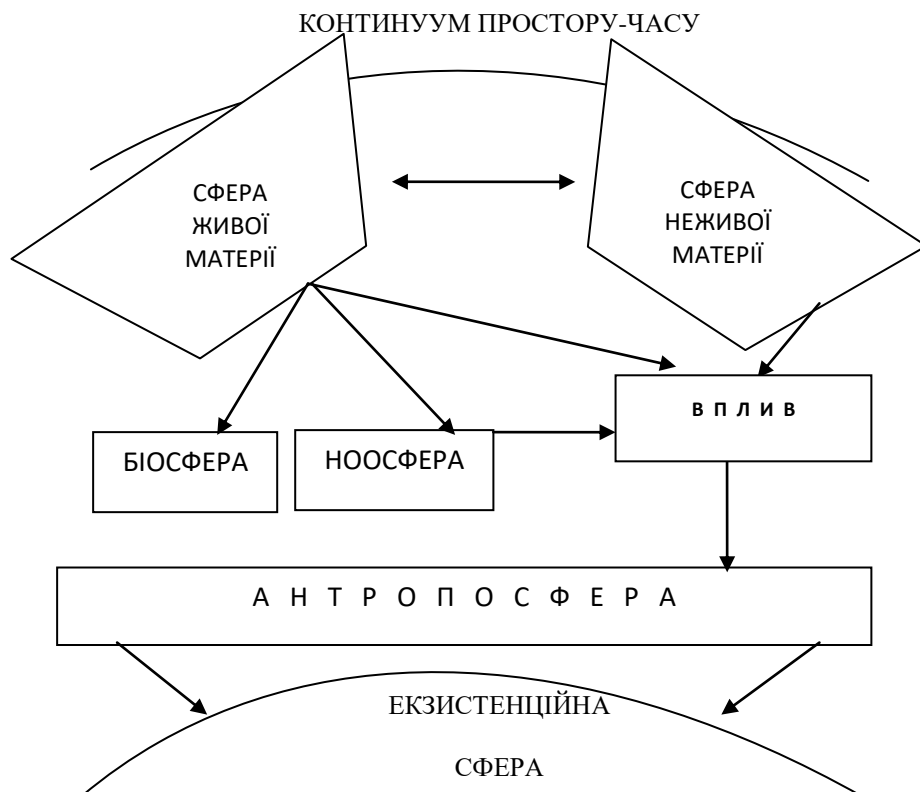


Схема 5.

Структура соціально-комунікаційного включення
(за: Холод, 2010)



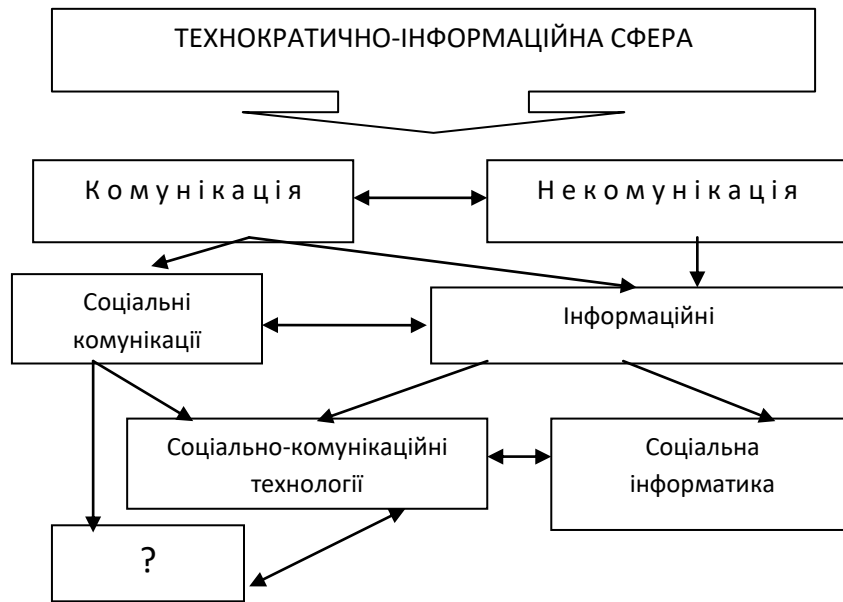
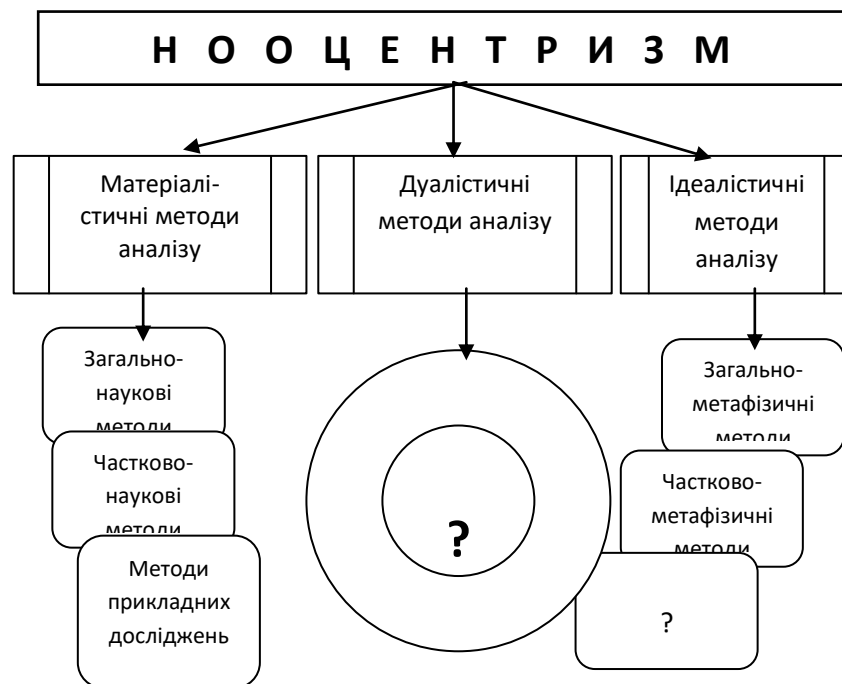


Схема 6.

Методи соціальних комунікацій
(за: Холод, 2010)



МАС-МЕДІА:

ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ ІНСТРУМЕНТИ

ІНМУТАЦІЇ ЗЗОВНІ ЧЕРЕЗ «ФАХОВІ ОЦІНКИ»

У розділі вживаються ключові терміни, серед яких: «психолінгвістичні інструменти маніпуляції», «психолінгвістичні інструменти ЗМІ», «маніпуляція ззовні», «оцінки», «фахові оцінки». Пояснимо семантику вживаних термінів.

У значення терміну «психолінгвістичні інструменти маніпуляції» ми вносимо такий: мовленнєві одиниці, що мають негативний вплив на процеси сприйняття та переробки інформації реципієнтами. Термін «психолінгвістичні інструменти ЗМІ» означає: мовленнєві одиниці, що використовуються у засобах масової інформації, тобто – на телебаченні та у друкованих періодичних виданнях. «Маніпуляція ззовні» - це негативний вплив на свідомість носіїв мови з боку авторів інформаційних матеріалів, що мешкають за кордонами України. Оцінками ми вважаємо висловлення думки авторів інформаційних матеріалів за допомогою «визначення ступеню значущості» [5, с. 418] подій, процесів, предметів тощо. Фаховими оцінками ми називаємо такі, які запропоновані спеціалістами різних сфер знань (наприклад, соціологами, істориками, журналістами, політологами, спеціалістами ПР-технологій та ін.).

Проблема, що визначена в розділі, пов'язана із аналізом результатів верифікації фрагменту теоретичної моделі інструментарію засобів масової інформації (ЗМІ) у контексті формування іміджу політиків (далі подається скорочена назва моделі – ЗМІ-ФІП). Сутність моделі ЗМІ-ФІП детально розкрита нами раніше (див: [7-9]). Однак нам відомі й іншу публікації, що стосуються вивчення особливостей маніпуляції у ЗМІ, щоправда без

дослідження психолінгвістичних інструментів маніпуляції масовою свідомістю. (Серед згаданих досліджень такі: [1; 2; 4; 6; 10] та ін.). Публіцистичні матеріали також свідчать про високий рівень зацікавленості представників української наукової еліти (наприклад, [3; 4] та ін.).

У ЗМІ України друкується велика кількість інформаційних матеріалів, авторами яких виступають політики, представники бізнесу. Після помаранчевої революції в Україні (2004) засоби масової інформації подають на шпальтах своїх видань, на теле- та радіоканалах думки-листи, виступи представників електорату (народу). Не так часто в ЗМІ можна побачити матеріали політичних технологів. Але майже кожне видання вважає за традицію публікувати один раз на тиждень рейтинги та списки різного кшталту, які спрямовані на висловлення оцінок, перш за все, політичного перебігу подій та особливостей умов існування людей у соціальному середовищі. У такому разі слід говорити про те, що оцінки висловлюють представники фахових сфер досліджень суспільства. Умовно, кожна з подібних оцінок інформаційних подій, що відбулися після помаранчевої революції в Україні, може бути віднесена до певного типу чи виду оцінок. Так, ми пропонуємо розподілити перелік, можливо не повний, видів та варіантів оцінок у ЗМІ інформаційних подій на дві великі групи: оцінки ззовні та внутрішні оцінки (див.: схема 1 в Додатках). Як оцінки ззовні, так і внутрішні оцінки в ЗМІ інформаційних подій, що відбулися протягом року після помаранчевої революції в Україні, можуть розглядатися з боку оцінок об'єктів і з боку суб'єктів інформаційних подій. Природним є те, що такі оцінки в ЗМІ будуть різними, частіше неоднаковими, а то й антагоністичними. Так, про різні модуси фахових оцінок, наприклад, соціологічних, говорить Т.В. Березовець: «Ці цифри яскраво доводять небезпечність телевізійних маніпулятивних технологій для молодих виборців, які є головними мішенями «чорних» політтехнологів» [2, с. 21].

Оцінки в ЗМІ інформаційних подій, що відбулися після помаранчевої революції в Україні ми вважаємо технологічним інструментом впливу (частіше негативного) на масову свідомість із боку ЗМІ.

Підтвердження нашої думки знаходимо у таких словах: «Практично безконтрольна інфільтрація російських ЗМІ в національний простір України (трансляція російських телеканалів, створення багато чисельних «філій» друкованих ЗМІ – «Комсомольская правда в Украине», «Известия в Украине», «Аргументы и факты в Украине», «Коммерсантъ» в Украине» ...) сприяють внесенню у масову свідомість чужих оцінок, ідей та міфів, розгойдуванню суспільства та, кінець кінцем, управлінню суспільною думкою ззовні» [3, с. 19].

На нашу думку, подібні оцінки іноземних ЗМІ ситуації в Україні, а особливо фахові оцінки, можуть вважатися інструментом впливу. Такий інструмент фіксується у ЗМІ регулярно і з надійною частотністю (що вже доведено нами раніше (див.: [7-9])). Ми пропонуємо його називати медійним (тобто таким, який використовують ЗМІ) інструментом маніпуляції. Повну назву інструменту ЗМІ ми пропонуємо у такій формі – «Фахові оцінки в ЗМІ інформаційних подій, що відбулися після помаранчевої революції в Україні (2004)». У скороченому варіанті далі ми будемо використовувати термін «Фахові оцінки в ЗМІ».

Виходячи із зазначеного, **об'єктом** дослідження ми обрали процеси маніпулятивного впливу на масову свідомість реципієнтів.

Предметом дослідження визначено фахові оцінки в ЗМІ інформаційних подій, що відбулися після помаранчевої революції в Україні (2004 р.).

Гіпотеза: фахові оцінки в ЗМІ інформаційних подій, що відбулися після помаранчевої революції в Україні (2004 р.), мають видові, структурні та функціональні психолінгвістичні особливості.

Мета дослідження: знайти, описати та піддати аналізу видові, структурні та функціональні психолінгвістичні особливості фахових оцінок у ЗМІ інформаційних подій, що відбулися після помаранчевої революції в Україні (2004 р.).

Для досягнення мети ми звернулися до таких **методів**: гіпотетико-дедуктивний, порівняльний, кількісний та якісний аналізи, метод ідеалізації.

Методика дослідження зводилася до таких послідовних операцій, що об'єктивно були відокремлені у два етапи, а саме:

- перший етап – теоретичний (пошук підвалин для пояснення класифікації, структури та функцій психолінгвістичних інструментів впливу на масову свідомість з боку ЗМІ);

- другий етап – емпіричний (пошук та опис психолінгвістичних інструментів впливу на масову свідомість із боку ЗМІ при використанні останніми фахових оцінок у ЗМІ інформаційних подій, що відбулися після помаранчевої революції в Україні).

Перший етап дослідження (теоретичний) передбачав такі процедури:

1) аналіз існуючих на сьогодні джерел, що подають результати досліджень, пов'язаних із вивченням проблеми маніпуляції з боку ЗМІ масовою свідомістю через використання психолінгвістичних інструментів впливу;

2) формулювання основних принципів класифікації використання психолінгвістичних інструментів впливу на масову свідомість із боку ЗМІ;

3) здійснення класифікації прийомів та видів медійних психолінгвістичних інструментів впливу на масову свідомість із боку ЗМІ;

4) аналіз утвореної класифікації та внесення до неї інноваційних елементів, які доповнюють, уточнюють і конкретизують функції психолінгвістичних інструментів впливу на масову свідомість із боку ЗМІ.

Другий етап дослідження (емпіричний) передбачав такі процедури:

1) за допомогою критеріїв, сформульованих на першому етапі дослідження, здійснити відбір інформаційних матеріалів (газетних публікацій – інформаційних заміток, розгорнутих інтерв'ю, нарисів, аналітичних статей), що містять фахові оцінки в ЗМІ інформаційних подій, що відбулися після помаранчевої революції в Україні;

2) піддати аналізу відібрані інформаційні матеріали на предмет визначення міри частотності та якості використання у них певних маркерів (видів, прийомів та форм), які б конкретно фіксували негативний вплив на масову свідомість реципієнтів через фахові оцінки ззовні;

3) експериментально верифікувати ефективність впливу на масову свідомість знайдених та описаних і структурованих психолінгвістичних маркерів маніпулятивного інструменту ЗМІ «Фахові оцінки в ЗМІ інформаційних подій, що відбулися після помаранчевої революції в Україні (2004)»;

4) сформулювати висновки щодо мети дослідження.

Хід дослідження.

Нами було виокремлено такі положення (принципи, визначення та критерії) для теоретичної класифікації психолінгвістичних маркерів маніпулятивного інструменту «Фахові оцінки ЗМІ»:

1) аналізу повинні піддаватися друковані джерела (розділи у газетах, журналах);

2) у друкованих джерелах повинні міститися інформаційні матеріали, присвячені оцінкам подій, що відбулися після помаранчевої революції і які стосуються висновків та оцінок щодо перебігу подій, які є наслідками, причинами, мотивами помаранчевої революції в Україні 2004 року;

3) фаховими оцінками ззовні слід вважати такі критичні інформаційні матеріали, які присвячено аналізу політичної ситуації в Україні боку

закордонних дослідників-соціологів, політологів, журналістів, філософів, істориків, спеціалістів ПР-технологій, правників, політиків;

4) психолінгвістичними маркерами фахових оцінок ззовні слід уважати такі одиниці (операції, прийоми) мовлення, які мають прагматичний характер (ознаки впливу на споживачів інформації);

5) до типів психолінгвістичних маркерів фахових оцінок ззовні ми відносимо семантичні, синтаксичні та семіотичні одиниці мовлення, які мають прагматичний характер, тобто такі одиниці, які можуть впливати на психологію споживача медійної інформації.

Зважаючи на критерії, ми обрали 138 фрагментів інформаційних матеріалів із 22 іноземних друкованих джерела 10 таких країн: **Велика Британія** (газети: «Guardian», «Financial times», «Independent» - усі видаються у м. Лондон); **Грузія** (газета «Daily Times Georgian» - видається у м. Тбілісі); **Литва** (газети: «Vž», «Lietuvos rytas» - видаються у м. Вільнюс); Німеччина (газети: «Frankfurter Rundschau», «Frankfurter Allgemeine», журнал «Süddeutsche Zeitung» - усі видаються у м. Франкфурт; журнал «Spiegel» - видається у м. Гамбург; газета «Der Tagesspiegel» - видається у м. Берлін та

газета «Die Welt» - видається у м. Берлін); **Південна Корея** (газета «The Korea Herald» - видається у м. Сеул); **Польща** (газета «Gazeta wyborcza» - видається у м. Варшава); **Росія** (газета «Московский комсомолец» - видається у м. Москва); **США** (газети: «International Herald Tribune», «The Washington Post» - видаються у м. Вашингтон; газета «The Boston Globe» - видається у м. Бостон); **Україна** (газета «Дзеркало тижня» - видається у м. Київ: розділ російського олігарха Б. Березовського; газета «Я ваш семейный собеседник» - видається у м. Київ, подає інформацію з російських Інтернет-видань); **Франція** (газети: «Le Monde», «Liberation» - видаються у м. Париж).

Згадані 138 фрагментів інформаційних матеріалів подані як точки зору фахівців-журналістів. У фрагментах використовувалися такі психолінгвістичні

одиниці: семантичні, синтаксичні та семіотичні, через які може здійснюватися, на нашу думку, маніпуляція якістю процесів сприйняття читачами смислу подій, що відбулися після помаранчевої революції (2004 року) в Україні. У дослідженні ми вивчали семантичні та семіотичні масмедійні психолінгвістичні одиниці маніпуляції ззовні.

Далі ми ілюструємо декілька психолінгвістичних одиниць маніпуляції ЗМІ, використаних у згаданих фрагментах інформаційних матеріалів.

Наприклад, серед семантичних психолінгвістичних одиниць ми знайшли такі (повний перелік одиниць та зафіксованих фрагментів подано у Додатках, табл. 1) [11-25]:

Посилююча позитивна метафора (у тому числі й через використання ідіоми, стійкого словосполучення чи фразеологічної єдності)	<p>1) «Помаранчева революція, що <i>прокотилася</i> рік тому Україною ...»;</p> <p>2) «...влили гроші в українські організації громадянського суспільства,...»;</p> <p>3) «<i>В Україні протягом найменшого історичного часу десятки мільйонів людей здійснили ментальний прорив – вони «видавили із себе невільника» та стали вільними</i>»</p>
Посилююча негативна метафора через використання ідіоми	<p>1) «<i>Більшість іноземних експертів висловили думку, що ... Віктор Ющенко упорався із корупційними та приватизаційними чварами, що підмочили його репутацію</i>»;</p> <p>2) «... <i>влада повинна допомогти тим, хто повірив у найкраще життя, спуститися з неба ... на землю</i>»;</p> <p>3) «... <i>кримінальний Кремль викручує руки урядові України обіцянкою заморозити братній слов'янський народ, якщо він не піде назад і не зречеться Майдану</i>»;</p>
Природна метафора	1) « <i>Діалог України з ЄС все ще виглядає недосяжним та туманним, були зроблені</i>

	<i>формальні спроби активізувати стосунки з НАТО»</i>
Оціночна соціально-правова метафора	<p>1) <i>«Експерти одразу ж назвали дану подію «шлюбним розлученням» і висловили побоювання, що Росія «так просто це не залишить»;</i></p> <p>2) <i>«Керівництво Газпрому назвало варіант (про рішення «газового питання» між Україною та Росією – прим. О.Х.) просто – пряма крадіжка...».</i></p>
Психологічна метафора	<i>1)«Директор Російського Інституту політичних досліджень Сергій Макаров запевнює, що голова «Нафтогазу» Олексій Івченко провокує газову війну з росіянами, щоб у передвиборчій кампанії грати на антиросійських настроях»;</i>
Психіатрична метафора	<i>1) «Сьогодні ейфорію тих зимових днів на київському Майдані...».</i>
Оцінка через знижений смисл слів	<p>1) <i>«...економіка й далі керується кланами»;</i></p> <p>2) <i>«Багато українців та друзів України за кордоном відчують огидливість...»;</i></p> <p>3) <i>«...коли бачать, як з неподобством розвалюється їх табір помаранчевих».</i></p>
Оцінка через заперечувальний смисл слів	<i>1) «Україна не стала ближчою до ЄС...».</i>
Оцінка через вказування на неповноцінність процесу, явища	<p>1) <i>«...темпи реформ повільні»;</i></p> <p>2) <i>«Україна у найближчі роки має всі шанси скористатися або втратити свої шанси»;</i></p> <p>3) <i>«Багато яких обіцянок революціонерів не здійснилися».</i></p>
Соціологічна констатація факту	<i>1) «Опитування суспільної думки реєструє відчутну втрату довіри населення до нового уряду».</i>

Метафора високого стилю	1) які пізніше були використані як <i>оплот повстання</i> »; 2) « <i>Сильних світу цього</i> зі всієї Європи можна помітити в офісі Хосе Мануеля Баррозо ...».
Метафора-історична значущість	1) «Майдан – <i>це історичне досягнення великого народу України, ...</i> ».
Метафора-амбівалентність	1) «... <i>президент Ющенко виступає як опонент кандидатів у президенти із тим же прізвиськом</i> ».
Релігійно-ментальна метафора (Біблійна метафора)	1) «Чого народ <i>очікує не менш як хліба насущного...</i> »; 2) « <i>Навряд чи новій владі до парламентських виборів вдасться запропонувати народу відчутні економічні успіхи. Дай Боже, щоб не стало гірше</i> »; 3) «... Центральна виборча комісія України <i>благословила</i> пана Ющенка на президентство».
Фізіологічна метафора	1) « «ПОРА» - <i>нерв революції</i> та Майдану...»
Метафора-дія-наслідок	1) «Пекін, вірогідно, також не спить ночами, розмірковуючи над можливим <i>ефектом доміно</i> за результатами перемоги Ющенка».
Метафора-перенесення частки на ціле (синекдоха)	1) «...для сотень тисяч українців, які минулої зими вийшли на вулиці, охоплені бажанням потрапити до Європи. Але поки що <i>Європа від них відвернулася</i> ».
Метафора-фізична дія	1) «... <i>визволитися від задухливої хватки Росії</i> ».

Прикладами-ілюстраціями вживання семіотичних психолінгвістичних одиниць маніпуляції ЗМІ є такі (повний перелік одиниць та зафіксованих фрагментів подано у Додатках, табл. 2) [11-25]:

Знак-гіпербола	1) «... можна назвати фундаментальним зламом» у пострадянській історії країни».
Знак-ярлик	1) «... нова правляча еліта ...»; 2) «... економіка й далі керується кланами»; 3) «Під переможцями я маю увесь український народ»;
Знак-оцінка	1) «Претензії України на членство ...»; 2) «... Україна реально не має ніякої можливості стати форпостом Росії...»; 3) «Російські ЗМІ ... назвали коаліцію (держав Балтійсько-Чорноморського регіону – прим. О.Х.) антиросійською та звинуватили Україну та Грузію у спробі розвалити СНД та послабити роль Росії»;
Знак-впевненість, ствердження успіху й віри у позитив	1) «Україна у найближчі роки має всі шанси скористатися або втратити свої шанси. Але вона їх має! І все – у руках самих українців. Ніхто ззовні, у тому числі й з Москви, ні до чого їх не примусить»; 2) «... закріплення системоутворюючої власності за прибічниками помаранчевих ... дасть гарантію неможливості реставрації старого режиму»; 3) «Чи означає це, що сяяння помаранчевої революції згасло? Аніскільки».
Знак-модерація	1) «Залишається вибудувати нові стосунки з

(пом'якшення)	Росією, цим «довічним сусідом».
Знак-вихваляння	<p>1) «Сильних світу цього зі всієї Європи можна помітити в офісі Хосе Мануеля Баррозо ... Але у вівторок у багатьох попадали щелепи, коли там з'явився один із найзаможніших людей на пострадянському просторі ... Віктор Пінчук ...»;</p> <p>2) «Пінчук зіграв помітну роль у попередженні насильства в ході помаранчевої революції ... він переконав свого тестя утриматися від штурму центра Києва, де зібралися «помаранчеві» демонстранти»;</p>
Знак-недовіра	<p>1) «... не слід позиціонувати Україну як суперницю Турції ...»;</p> <p>2) «... про змову президента В. Ющенко з представниками попереднього кримінального режиму».</p>
Знак-підтримка	<p>1) «... усі розмови про необхідність перегорнути сторінку української історії із заголовком «Майдан», ..., ведуть або вороги вільної України, або недалекі люди»;</p> <p>2) «Майбутнє України – в Європі, і тепер ми робимо перші кроки у цьому напрямку», - сказав Баррозу»;</p>
Знак-попередження	<p>1) «... як тільки Майдан закінчиться, як тільки люди перестануть бути готовими вийти на площу та відстояти свої права – зруйнується вільна, незалежна Україна»;</p> <p>2) «Але ані Кучма, ані люди, які склали становий хребет режиму що віджив, ніколи не примиряться із поразкою і зроблять усе, щоб узяти реванш»;</p> <p>3) «Ніколи донори В. Януковича не примиряться із поразкою і з першою ж можливістю, ... - візьмуть реванш»;</p>

Знак жорсткої критики та ревізйонізму	<ol style="list-style-type: none"> 1) «... принципів помилки нової влади ...»; 2) «... слова В. Ющенка ... свідчать про абсолютне нерозуміння логіки революційного процесу»; 3) «Ані президент В. Ющенко із своїм оточенням, ані прем'єр Ю. Тимошенко - зі своїм не запропонували нації прийнятної стратегії післяреволюційного розвитку країни»;
Знак-констатація негативу	<ol style="list-style-type: none"> 1) «... ближнє оточення президента – П. Дорошенко, Д. Жванія та К^о – використало революцію виключно з метою особисто користі й не переймаються ніякими ідейними крайніми»; 2) «... це була революція мільонерів проти мільардерів»; 3) «... саме противники революції здійснили найважчий державний злочин – спробу державного заколоту шляхом фальшування виборів»;
Знак-порада	<ol style="list-style-type: none"> 1) «... необхідно проявити політичну волю та нанести, кінець кінцем, остаточну поразку противникам революції, залишивши їх матеріальної бази й монополії на основні ЗМІ»; 2) «... залишається тільки гучно назвати й так вельми відомих замовників та організаторів»; 3) «Якщо В. Ющенко та Ю. Тимошенко проявлять політичну волю, мудрість, а головне – відповідальність перед нацією і поновлять союз, тоді вони приречені у безрезультатній боротьбі».
Знак-прогноз	<ol style="list-style-type: none"> 1) «... покаравши замовників та організаторів цього вже юридично встановленого особливо тяжкого злочину, політична перемога на Майдані буде

	<p>доповнена економічною та інформаційною та тим самим перетвориться на остаточну»;</p> <p>2) «Жоден із них (Ющенко чи Тимошенко – прим. О.Х.) по одинці не здобудуть перемоги на парламентських виборах ...»;</p> <p>3) «... Україна повернеться в стійло російської імперії»;</p>
Знак-цинізм	<p>1) «Чого народ очікує ...:</p> <ul style="list-style-type: none"> - розкриття спроби державного перевороту (фальшування президентських виборів); - розкриття вбивства журналіста Гонгадзе; - розкриття отруєння кандидата в президенти В. Юценка. <p>Цього народу вистачить»;</p>
Знак-нахабство, знак-відверта неповага	<p>1) «... Павловський (російський політтехнолог – О.Х.) висловився ...: «Помаранчевій революції потрібно була своєчасно «дати в пику»...».</p>
Знак-опасіння	<p>1) «Пекін, вірогідно, також не спить ночами, розмірковуючи над можливим ефектом доміно за результатами перемоги Юценка»;</p> <p>2) «Те, що українському урядові не вдалося виявити спалах захворювання птахів раніше, примісіть Європу взяти під сумнів те, чи зможе Україна упоратися з проблемою пташиного грипу».</p>
Знак-переживання, хвилювання	<p>1) «Як спасти демократію в Україні та чи є шанс на те, що одного разу демократія знову підніметься у Росії?»;</p> <p>2) «Без цього (вступу до СОТ – О.Х.) вона (Україна – О.Х.)... залишається у залежності від експортних квот, що надаються США та ЄС»;</p>

	3) «Білий дім повинен якнайшвидше надати політичну підтримку новому президенту (України – О.Х.)»;
Знак-констатація позитиву	1) «За словами верховного комісара, Україна виконує умови, щоб бути визнаною країною з ринковою економікою»; 2) «Тепер у країні є шанс більш активно вести бізнес із 25 державами – членами ЄС»; 3) «Наступна мета України – щоб піти від протекціоністських мір – членство у СОТ»;

Інтерпретація одержаних даних здійснювалася нами через побудування діаграм 1 та 2 (див. у Додатках).

Дані діаграми 1 «Результати аналізу та інтерпретації показників табл. 1 (види одиниць семантичного типу)» дозволили нам занотувати такі особливості:

1) найвищими показниками діаграми є ті, що відбивають частотність використання психолінгвістичних одиниць «Посилююча негативна метафора через використання ідіоми» (18,9 % випадків) та «Посилююча позитивна метафора» (16,2 % випадків);

2) найнижчими (5,4 %) показниками частотності вживання масмедійних психолінгвістичних інструментів маніпуляції ззовні є два, а саме – «Оціночна соціально-правова метафора» та «Метафора високого стилю»;

3) ураховуючи найвищий та найнижчий показники діаграми 1, ми знайшли діапазон норми показників для табл. 1; він виражається таким чином: 5,4 % - 16,2 % і означає, що всі показники, які перебільшують (більші ніж 16,2 %) чи є меншими за нижню межу (5,4 %) не повинні піддаватися аналізу, оскільки вони – за межами норми;

4) виходячи з п. 3, ми визначили парадигму частотних масмедійних психолінгвістичних одиниць маніпуляції ззовні (для одиниць семантичного типу):

- «посилююча позитивна метафора (у тому числі й через використання ідіоми, стійкого словосполучення чи фразеологічної єдності)»;
- «посилююча негативна метафора через використання ідіоми»;
- «оціночна соціально-правова метафора»;
- «оцінка через знижений смисл слів»;
- «оцінка через вказування на неповноцінність процесу, явища»;
- «метафора високого стилю»;
- «релігійно-ментальна метафора (Біблійна метафора)».

5) Було встановлено, що кожний п'ятий випадок вживання масмедійного виду психолінгвістичних одиниць маніпуляції ззовні (семантичного типу) – це «Посилююча негативна метафора через використання ідіом». Для порівняння слід зазначити, що кожний шостий випадок вживання одиниць семантичного типу відноситься до використання «Посилюючої позитивної метафори». Зазначений факт свідчить, з одного боку, про певну продуктивність негативно-позитивного оцінювання ззовні подій, що відбулися в Україні після помаранчевої революції 2004 року, а з іншого боку, - про амбівалентність самого процесу оцінювання. На нашу думку, такий висновок слід вважати об'єктивним, оскільки, як відомо, об'єктивним є те, що урівнюється протилежною оцінкою ззовні.

6) Слід зазначити також, що кожний дванадцятий випадок вживання масмедійних психолінгвістичних одиниць семантичного типу відповідає «Оцінці через знижений смисл слів». Ще кожний дванадцятий – такому виду оцінки, як «Оцінка через вказування на неповноцінність процесу, явища». У сумі показники частотності згаданих двох видів оцінок ззовні свідчить про те, що кожний шостий випадок – це вживання оцінки «зниженого» смислу та

вказування на «неповноцінність» процесу, явища, що також можна віднести до негативного характеру оцінки. Оскільки у п. 2 висновків вже говорилося про частотність такої одиниці, як «Посилююча негативна метафора через використання ідіоми», остільки ми можемо сумувати показники частотності «негативної оцінки». Виходить, що 18,9 % (одиниця «Посилююча негативна метафора через використання ідіоми») + 8,1 % (одиниця «Оцінка через знижений смисл слів») + 8,1 % (одиниця «Оцінка через вказування на неповноцінність процесу, явища») = 32,4 %. Останній показник (32,4 %) свідчить про те, що кожний третій (кратність = 3,08) випадок вживання масмедійних психолінгвістичних одиниць семантичного типу – це оцінка ззовні негативного характеру (для порівняння: позитивних оцінок ззовні за кратністю – 6,1, або – кожний шостий випадок). Звідси об'єктивним є висновок про те, що негативних масмедійних психолінгвістичних оцінок семантичного типу удвічі більше, ніж позитивних оцінок зовні.

Показники діаграми 2 «Результати аналізу та інтерпретації показників табл. 2 (види одиниць семіотичного типу)» дозволили нам зафіксувати особливості.

1. Найвищим (18,8 % випадків) виступив показник вживання масмедійного психолінгвістичного інструменту маніпуляції ззовні – вид «Знак-констатація негативу»;

2. Найнижчим (0,9 % випадків) став показник частотності вживання таких одиниць: «Знак-гіпербола», «Знак-модерація (пом'якшення)», «Знак-цинізм», «Знак-нахабство, знак-відверта неповага»;

3. Ураховуючи найвищий та найнижчий показники табл. 2, ми знайшли діапазон норми показників для діаграми 2; він виражається таким чином: 4,93 % - 14,77 % і означає, що всі показники, які перебільшують (більші ніж 14,77 %) чи є меншими за нижню межу (4,93 %) не повинні піддаватися аналізу, оскільки вони – за межами норми;

4. Виходячи з п. 3, ми визначили парадигму масмедійних психолінгвістичних одиниць маніпуляції ззовні (для одиниць семіотичного типу):

- «знак-ярлик»;
- «знак-оцінка»;
- «знак-вихваляння»;
- «знак-підтримка»;
- «знак-попередження»
- «знак жорсткої критики та ревізіонізму»;
- «знак-прогноз»;
- «знак-переживання, хвилювання»;
- «знак-констатація позитиву»;

5. Слід занотувати, що кожний п'ятий (кратність 5,3) випадок вживання різних видів семіотичного типу масмедійного психолінгвістичного інструменту «Оцінки ззовні» - це «Знак-констатація негативу». (Для порівняння: майже кожний четвертий (кратність 3,9) – це випадок вживання знаків позитивного характеру («Знак-вихваляння» - 8,9 %, «Знак-підтримка» - 4,9 %, «Знак-переживання» - 4,9 %, а також – «Знак-констатація позитиву» - 6,9 %). Таким чином, позитивних (25,6 %) семіотичних оцінок ззовні за кількістю вживання більше, ніж негативних (18,8 %).

6. Досить високим (12,8 %) для діапазону норми показників табл. 2 є показник кількості вжитих у текстах масмедійних психолінгвістичних семіотичних одиниць «Знак-прогноз» (майже кожний восьмий: кратність – 7,8). З нашого погляду, оцінка ззовні соціальних катаклізмів не може бути позбавлена прогнозів: констатація і прогноз є органічними для оцінки, інакше проста констатація факту не називалася б оцінкою. Також простий прогноз (без констатації фактів) не може вважатися повною оцінкою.

7. Значущим показником слід визнати показник частотності вживання масмедійної психолінгвістичної оцінки семіотичного типу такого виду «Знак жорстокої критики та ревізійонізму» (8,9 %). Пропонується вважати таку «ревізійоністську» оцінку крайнім ступенем негативного ставлення журналістів іноземних ЗМІ до подій, що відбулися після помаранчевої революції в Україні у 2004 році.

Ураховуючи особливості, що занотовані вище, ми сформулювали загальні **ВИСНОВКИ.**

Було висунуто гіпотезу: фахові (журналістські) оцінки в ЗМІ інформаційних подій, що відбулися після помаранчевої революції в Україні (2004 р.), мають видові психолінгвістичні особливості. Передбачалося, що масмедійні психолінгвістичні інструменти маніпуляції ззовні (з-за меж України) функціонують із певною частотністю у двох напрямках-типах: семантичному та семіотичному.

Наше передбачення повністю підтвердилося. Дійсно, масмедійні психолінгвістичні інструменти маніпуляції ззовні можуть бути розподіленими на два типи (семантичний та семіотичний). Окрім того було встановлено, що кожний із зазначених типів психолінгвістичних одиниць маніпуляції ззовні має розгалужену систему видів.

Список використаних джерел

1. Амчук Л. Знайомтеся: Віктор Медведчук, третій президент України (Технологія захват). – [http:// www.pravda.com.ua](http://www.pravda.com.ua). - 2002. – 25 березня.
2. Березовець Т.В. Російські політичні консультанти під час парламентської кампанії 2002 року: міфи і реальність // Актуальні питання масової комунікації. – 2003. – Вип.. 4. – С. 16-22.
3. Граб С. Від зелотства до іродіанства? Чи Як нам організувати інформаційний простір // Дзеркало тижня. - № 44. – 12 листопада 2005 р. – С. 19.

4. Лисенко В. ЗМІ як приклад національної безпеки // Персонал плюс. – 2004. - № 29. – С. 4.
5. Оценка // Ожегов С.И. Словарь русского языка. – М.: Рус. яз., 2001. – С. 418.
6. Сегела Ж. Национальные особенности охоты за голосами. – М.: Вагриус, 1999.
7. Холод О.М. ЗМІ та імідж політиків: Монографія / За ред. проф. В.В. Різуна / Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – К., 2004. – 343 с.
8. Холод О.М. ЗМІ: мовлення політиків: Монографія. – У 2-х ч. – Ч.І. – К.: Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2002. – 146 с.
9. Холод О.М. Імідж: мовлення політиків: Монографія. У 2-х ч. – Ч. 2 / За ред. проф. Різуна В.В. – К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2003. – 259 с.
10. Уліткіна Л. Жертви політтехнологій. - [http:// www.pravda.com.ua](http://www.pravda.com.ua). - 2002. – 20 травня.

Список інформаційних джерел, що підлягали аналізу

11. Березовський Б. Мій Майдан незалежності // Дзеркало тижня. - № 45. – 19 листопада 2005 р. – С. 5.
12. Лисицина Л. Газовая атака! // Я ваш семейный собеседник. – 2005. - № 48. – 29 ноября – 6 декабря. – С. 3., а также: www.ntn.tv; www.rupor.info.
13. Раевская Н. Украина – ЕС: на дружественной ноге // Московский комсомолец. – 7-14 декабря 2005. – С. 2.
14. Раевская Н. Альтернатива СНГ? // Московский комсомолец. – 7-14 декабря 2005. – С. 3
15. Обзор прессы // Корреспондент. – 2005. - № 1. – 15 января. – С. 12.
16. Обзор прессы // Корреспондент. – 2005. - № 17. – 7 мая. – С. 12.
17. Обзор прессы // Корреспондент. – 2005. - № 39. – 8 октября. – С. 14.

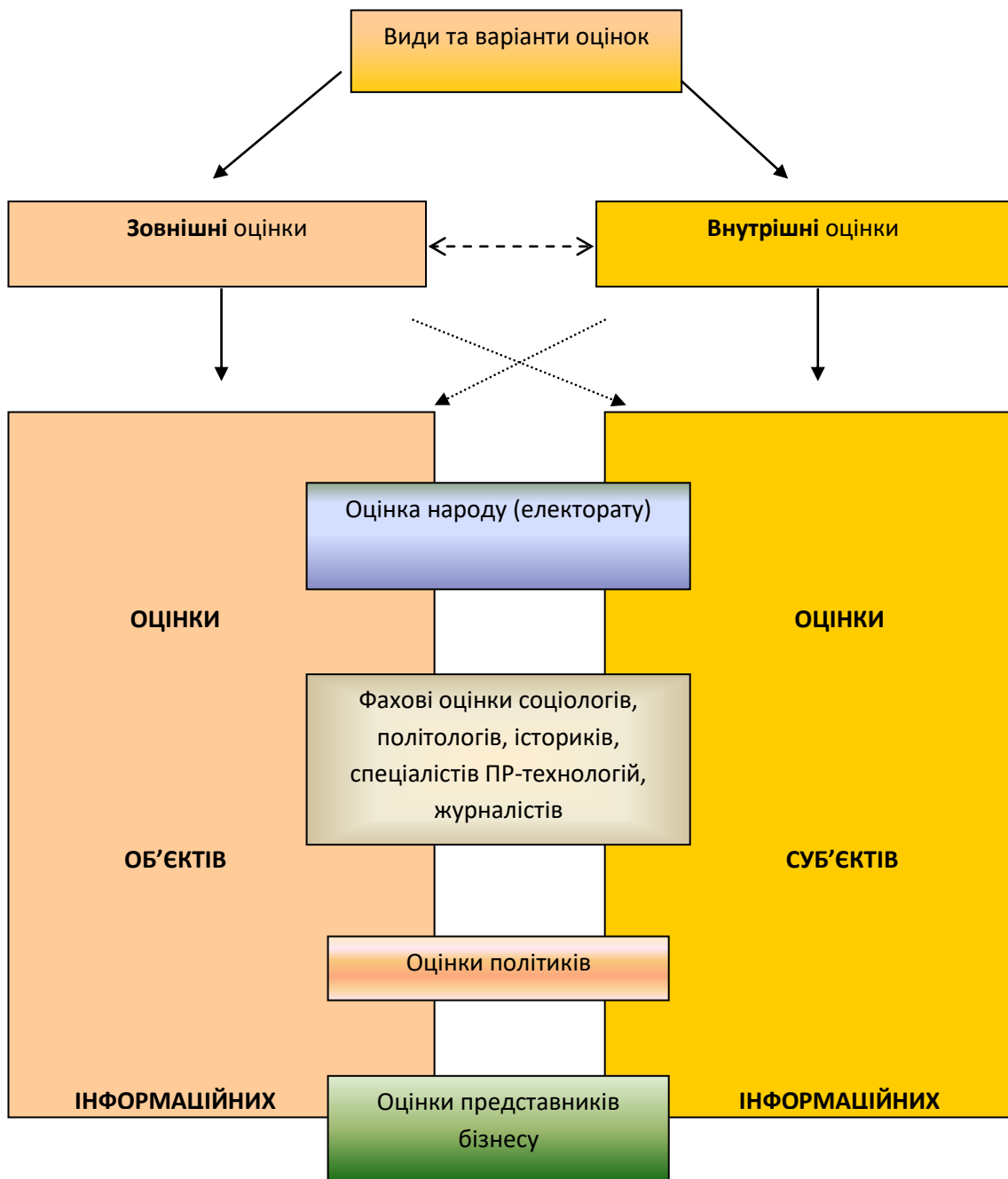
18. Обзор прессы // Корреспондент. – 2005. - № 44. – 12 ноября. – С. 14.
19. Обзор прессы // Корреспондент. – 2005. - № 45. – 11 ноября. – С. 14.
20. Обзор прессы // Корреспондент. – 2005. - № 46. – 26 ноября. – С. 16.
21. Обзор прессы // Корреспондент. – 2005. - № 48. – 10 декабря. – С. 14.
22. Обзор прессы // Корреспондент. – 2006. - № 8. – 04 марта. – С. 16.
23. Обзор прессы // Корреспондент. – 2006. - № 9. – 10 марта. – С. 16.
24. Обзор прессы // Корреспондент. – 2006. - № 10. – 18 марта. – С. 16.
25. Обзор прессы // Корреспондент. – 2006. - № 13. – 08 апреля. – С. 14.

Додатки

Додаток А.

Схема 1.

Види та варіанти медійного інструменту маніпуляції
«Фахові оцінки в ЗМІ інформаційних подій,
що відбулися після помаранчевої революції в Україні (2004)»



Список

країн, періодичні видання з яких аналізувалися

Україна

1. Газета «Дзеркало тижня» (м. Київ, Україна) (Березовський)
2. Газета «Я ваш семейный собеседник» (м. Київ, Україна)(Російські Інтернет-видання)

Литва

3. Газета «Vž» (м. Вільнюс, Литва)
4. Газета «Lietuvos rytas» (м. Вільнюс, Литва).

Росія

5. Газета «Московский комсомолец» (м. Москва, Росія)

Польща

6. Газета «Gazeta wyborcza» (м. Варшава, Польща)

Німеччина

7. Газета «Frankfurter Rundschau» (м. Франкфурт, Німеччина)
8. Газета «Frankfurter Allgemeine» (м. Франкфурт, Німеччина)
9. Журнал «Süddeutsche Zeitung» (м. Франкфурт, Німеччина)
10. Журнал «Spiegel» (м. Гамбург, Німеччина)
11. Газета «Der Tagesspiegel» (м. Берлін, Німеччина)
12. Газета «Die Welt» (м. Берлін, Німеччина)

Франція

13. Газета «Le Monde» (м. Париж, Франція)
14. Газета «Liberation» (м. Париж, Франція)

США

15. Газета «International Herald Tribune» (м. Вашингтон, США)

16. Газета «The Boston Globe» (м. Бостон, США)
 17. Газета «The Washington Post» (м. Вашингтон, США)
 18. Газета «The Washington Post» (м. Вашингтон, США)
 19. Газета «The Washington Times» (м. Вашингтон, США)
 20. Газета «The Washington Post» (м. Вашингтон, США)

Велика Британія

21. Газета «Guardian» (м. Лондон, Велика Британія)
 22. Газета «Financial times» (м. м. Лондон, Велика Британія)
 23. Газета «Independent» (м. Лондон, Велика Британія)
 24. Газета «Financial times» (м. Лондон, Велика Британія)

Південна Корея

25. Газета «The Korea Herald» (м. Сеул, Південна Корея)

Грузія

26. Газета «Daily Times Georgian» (м. Тбілісі, Грузія)

Додаток В.

Список

аналізованих інформаційних матеріалів друкованих ЗМІ,
 із вказуванням психолінгвістичних інструментів маніпуляції через фахові
 оцінки

(переклад текстів здійснено автором розділі – О.Х.)

Психолінгвістичні інструменти маніпуляції ззовні через фахові оцінки журналістів-аналітиків.

I. Газета «Lietuvos rytas» (м. Вільнюс, Литва).

- 3) «Помаранчева революція, що прокотилася рік тому Україною ...»;

- 4) «... можна назвати фундаментальним зламом» у пострадянській історії країни»;
- 5) «... нова правляча еліта ...»;
- 6) «Віктор Ющенко майже за рік президентства не дістав очевидних перемог, на які очікували»;
- 7) «Діалог України з ЄС все ще виглядає недосяжним та туманним, були зроблені формальні спроби активізувати стосунки з НАТО»;
- 8) «Претензії України на членство ...»;
- 9) «... Україна реально не має ніякої можливості стати форпостом Росії ...» (приклади п.п. 1-7 взяті з: [Туманный діалог ..., с. 16]);

II. Газета «Московский комсомолец» (м. Москва, Росія)

- 10) «Більшість іноземних експертів висловили думку, що ... Віктор Ющенко упорався із корупційними та приватизаційними чварами, що підмочили його репутацію»;
- 11) «Експерти одразу ж назвали дану подію «шлюбним розлученням» і висловили побоювання, що Росія «так просто це не залишить»;
- 12) «Російські ЗМІ ... назвали коаліцію (держав Балтійсько-Чорноморського регіону – прим. О.Х.) антиросійською та звинуватили Україну та Грузію у спробі розвалити СНД та послабити роль Росії»;

III. Газета «Я ваш семейный собеседник» (м. Київ, Україна за матеріалами російських інтернет-сайтів)

- 13) «Керівництво Газпрому назвало варіант (про рішення «газового питання» між Україною та Росією – прим. О.Х.) просто – пряма крадіжка...»;
- 14) «Директор Російського Інституту політичних досліджень Сергій Макаров запевнює, що голова «Нафтогазу» Олексій Івченко провокує газову війну з росіянами, щоб у передвиборчій кампанії грати на антиросійських настроях»;

IV. Газета «Gazeta wyborcza» (м. Варшава, Польща)

- 15) «Сьогодні ейфорію тих зимових днів на київському Майдані змінила зневіра: темпи реформ повільні. Україна не стала ближчою до ЄС, економіка й далі керується кланами» [Кореспондент, № 46];
- 16) «Багато українців та друзів України за кордоном відчують огидливість, коли бачать, як з неподобством розвалюється їх табір помаранчевих» [Кореспондент, № 46];
- 17) «Україна у найближчі роки має всі шанси скористатися або втратити свої шанси. Але вона їх має! І все – у руках самих українців. Ніхто

ззовні, у тому числі й з Москви, ні до чого їх не примусить»
[Кореспондент, № 46];

V. Газета «Die Welt» (м. Берлін, Німеччина)

- 18) «Опитування суспільної думки реєструє відчутну втрату довіри населення до нового уряду» [Кореспондент, № 46];
19) «Багато яких обіцянок революціонерів не здійснилися» [Кореспондент, № 46];

VI. Газета «Liberation» (м. Париж, Франція)

- 20) «Залишається вибудувати нові стосунки з Росією, цим «довічним сусідом», із яким Ющенко хоче домовитися, не відступаючи від демократичних ідеалів, і який потирає руки, радіючи від розколу в «помаранчевому» таборі» [Кореспондент, № 46];

VII. Газета «The Washington Post» (м. Вашингтон, США)

«Західні розвідувальні агенції ... влили гроші в українські організації громадянського суспільства, які пізніше були використані як оплот повстання» [Кореспондент, № 46];

VIII. Газета «Guardian» (м. Лондон, Велика Британія)

- 21) «Сильних світу цього зі всієї Європи можна помітити в офісі Хосе Мануеля Баррозо ... Але у вівторок у багатьох попадали щелепи, коли там з'явився один із найзаможніших людей на пострадянському просторі ... Віктор Пінчук ...» [Кореспондент, № 45];
22) «... не слід позиціонувати Україну як суперницю Турції ...» (у справах щодо вступу до ЄС – прим. О.Х.) [Кореспондент, № 45];
23) «Пінчук зіграв помітну роль у попередженні насильства в ході помаранчевої революції ... він переконав свого тестя утриматися від штурму центра Києва, де зібралися «помаранчеві» демонстранти» [Кореспондент, № 45];

XI. Газета «Дзеркало тижня» (м. Київ, Україна: оцінка Бориса

Березовського – президента Фонду цивільних свобод - росіянина, що проживає в Лондоні (Велика Британія) та Тель-Авіві (Ізраїль)

- 24) «В Україні протягом найменшого історичного часу десятки мільйонів людей здійснили ментальний прорив – вони «видавили із себе невільника» та стали вільними»;
25) «... усі розмови про необхідність перегорнути сторінку української історії із заголовком «Майдан», ..., ведуть або вороги вільної України, або недалекі люди»;
26) «Майдан – це історичне досягнення великого народу України, і як тільки Майдан закінчиться, як тільки люди перестануть бути

- готовими вийти на площу та відстояти свої права – зруйнується вільна, незалежна Україна»;
- 27) «Але ані Кучма, ані люди, які складали становий хребет режиму що віджив, ніколи не примиряться із поразкою і зроблять усе, щоб узяти реванш»;
 - 28) «... принципіві помилки нової влади ...»;
 - 29) «влада ... розбазарила величезну частину кредиту довіри тих, хто вирішив будувати цивілізовану країну»;
 - 30) «Під переможцями я маю увесь український народ»;
 - 31) «... закріплення системоутворюючої власності за прибічниками помаранчевих ... дасть гарантію неможливості реставрації старого режиму»;
 - 32) «... слова В. Ющенко ... свідчать про абсолютне нерозуміння логіки революційного процесу»;
 - 33) «.. президент Ющенко виступає як опонент кандидатів у президенти із тим же прізвищем»;
 - 34) «... про змову президента В. Ющенко з представниками попереднього кримінального режиму»;
 - 35) «Ніколи донори В. Януковича не примиряться із поразкою і з першою ж можливістю, ... - візьмуть реванш»;
 - 36) «Вороги революції повинні думати не про реванш, а про те, як залишитися на свободі після усього того, що вони накоїли, і не плутатися під ногами напередодні парламентських виборів»;
 - 37) «... ближнє оточення президента – П. Дорошенко, Д. Жванія та К^о – використало революцію виключно з метою особисто користі й не переймаються ніякими ідейними крайностями»;
 - 38) «... це була революція мільонерів проти мільардерів»;
 - 39) «Ані президент В. Ющенко із своїм оточенням, ані прем'єр Ю. Тимошенко - зі своїм не запропонували нації прийнятної стратегії післяреволюційного розвитку країни»;
 - 40) «... влада не тільки не може запропонувати шлях до створення ефективної економіки ..., але й не розуміє, як витратити грошовий потік, що обрушився»;
 - 41) «В основі цієї помилки лежить у певних випадках недооцінка власного потенціалу... В інших – переоцінка ...»;
 - 42) «Для них (організованих політичних угруповань – прим. О.Х.) політика – лише інструмент для одержання прибутку. Саме тому вони небезпечні як учасники політичного процесу в Україні»;
 - 43) «... необхідно проявити політичну волю та нанести, кінець кінцем, остаточну поразку противникам революції, залишивши їх матеріальної бази й монополії на основні ЗМІ»;

- 44) «... саме противники революції здійснили найважчий державний злочин – спробу державного заколоту шляхом фальшування виборів»;
- 45) «... залишається тільки гучно назвати й так вельми відомих замовників та організаторів»;
- 46) «... покаравши замовників та організаторів цього вже юридично встановленого особливо тяжкого злочину, політична перемога на Майдані буде доповнена економічною та інформаційною та тим самим перетвориться на остаточну»;
- 47) «... влада повинна допомогти тим, хто повірив у найкраще життя, спуститися з неба ... на землю»;
- 48) «Навряд чи новій владі до парламентських виборів вдасться запропонувати народу відчутні економічні успіхи. Дай Боже, щоб не стало гірше»;
- 49) «Чого народ очікує не менш як хліба насущного:
 - розкриття спроби державного перевороту (фальшування президентських виборів);
 - розкриття вбивства журналіста Гонгадзе;
 - розкриття отруєння кандидата в президенти В. Ющенка.Цього народу вистачить»;
- 50) «... ані В. Ющенко, ані Ю. Тимошенко не були самодостатніми для перемоги помаранчевих і тільки їх союз забезпечив перемогу Майдана незалежності»;
- 51) «... руйнація їх (В. Ющенко та Ю. Тимошенко) союзу означає поразку кожного з них окремо й усіх взятих разом»;
- 52) «... істотно зменшилася загальна електоральна база Ющенка-Тимошенко»;
- 53) «... їх (Ющенко та Тимошенко – прим. О.Х.) розрив читається (і справедливо) як зрада революційної ідеї, за яку мільйони людей вийшли на площу й стояли до кінця»;
- 54) « «ПОРА» - нерв революції та Майдану. Лідери «ПОРИ» точно оцінили, що це удар по всім помаранчевим, але найбільші втрати несе президент»;
- 55) «Вже занадто відверто його (Ющенка) корупційне оточення демонструє своє нехтування ідеалами революції та виставляє напоказ свій вплив на нього»;
- 56) «Якщо В. Ющенко та Ю. Тимошенко проявлять політичну волю, мудрість, а головне – відповідальність перед нацією і поновлять союз, тоді вони приречені у березні на перемогу»;
- 57) «Жоден із них (Ющенко чи Тимошенко – прим. О.Х.) по одинці не здобудуть перемоги на парламентських виборах ...»;

- 58) «... чому помаранчеві майже за рік своєї влади навіть не спробували зазирнути хоча б на день уперед»;
- 59) «... унітарна держава перетворилася у свою протилежність – на загрозу розпаду України»;
- 60) «... протиріччя між путінською Росією та демократичною Україною носять антагоністичний характер і ніяке слов'янське братерство цих протиріч скасувати не зможе»;
- 61) «... Україна повернеться в стійло російської імперії»;
- 62) «... допоки Росія не стане нормальною хоча б у тому ж ступені, як теперішня Україна, в Україні не буде спокою»;
- 63) «Саме Росія одержала максимальні дивіденди від розвалу союзу Ющенко – Тимошенко. Москва впевнена у неможливості стратегічної домовленості з В. Ющенко на її умовах (головне – відмова України від вступу в НАТО) і тому буде грати на майданчику Янукович – Тимошенко з метою максимально послабити В. Ющенка»;
- 64) «Зараз США відверто робить ставку на В. Ющенко, тим самим підриваючи союз Ющенко – Тимошенко і, по суті, допомагаючи своєму конкурентові – путінській Росії – задавити демократичну революцію в Україні»;
- 65) «... кримінальний Кремль викручує руки урядові України обіцянкою заморозити братній слов'янський народ, якщо він не піде назад і не зречеться Майдану»;

XII. Газета «Financial times» (м. Лондон, Велика Британія)

- 66) «Президент Леонід Кучма ... де у чому відсунув лідера помаранчевої революції Віктора Ющенка на задній план, видавши указ про достроковий вивід українських військ із Іраку» [Кореспондент, № 1, 2005, с. 12];
- 67) «... Центральна виборча комісія України благословила пана Ющенка на президентство» [Кореспондент, № 1, 2005, с. 12];
- 68) «Пан Кучма випередив пана Ющенка, для якого вивід українських миротворців із Іраку був одним з головних питань його передвиборчої програми» [Кореспондент, № 1, 2005, с. 12];

XIII. Газета «Frankfurter Rundschau» (м. Франкфурт, Німеччина)

- 69) «Українська революція допомогла позбавити влади тих, хто господарював раніше. Вона поклала кінець омані, що була пов'язана із виборами» [Кореспондент, № 1, 2005, с. 12];
- 70) «Направляючи динаміку на ствердження чесно обраного президента, вона (революція в Україні – прим. О.Х.) перевела рух в царину, де політику роблять інакше – шляхом торгу за лаштунками» [Кореспондент, № 1, 2005, с. 12];

- 71) «Народний рух привів до виникнення перехідної ситуації. Це велика справа. Що з того вийде, залежить від його (руху – О.Х.) здатності викликати до життя політичну силу, здатну дійсно змінити суспільну думку, що є більшим за просту зміну персоналій. Початок був і залишається підбадьорливим. Але до мети ще далеко» [Кореспондент, № 1, 2005, с. 12];

XIV. Газета «Frankfurter Allgemeine» (м. Франкфурт, Німеччина)

- 72) «Шляхами СНД вештає примара. Ім'я їй – демократія. У владних структур Беларусі, Молдови та Середньої Азії вона викликає острах, що громадяни за прикладом Грузії та України спробують взяти долю у свої руки та почнуть вимагати вільних та чесних виборів» [Кореспондент, № 1, 2005, с. 12];
- 73) «...Павловський (російський політтехнолог – О.Х.) висловився ...: «Помаранчевій революції потрібно була своєчасно «дати в пику»...» [Кореспондент, № 1, 2005, с. 12];

XV. Газета «The Korea Herald» (м. Сеул, Південна Корея)

- 74) «Відлунням помаранчевої революції в Україні наповнені всі світові ЗМІ, але мало хто розуміє, що Пекін скоро відчужить з-за неї холодок» [Кореспондент, № 1, 2005, с. 12];
- 75) «Пекін, вірогідно, також не спить ночами, розмірковуючи над можливим ефектом доміно за результатами перемоги Ющенка» [Кореспондент, № 1, 2005, с. 12];

XVI. Газета «Independent» (м. Лондон, Велика Британія)

- 76) «Мало кому з лідерів колишніх радянських республік випадав шанс виступати у Конгресі США чи одержати такий прийом із захопленням, який був наданий Вікторові Ющенкові» [Кореспондент, № 39, 2005, с. 14];
- 77) «Однак Ющенко, схоже, стає жертвою феномену, як і попередній лауреат Нобелівської премії миру Михайло Горбачов. Захід пишався його роллю у світовому поваленні комунізму, але його ненавиділи у себе на Батьківщині. Ющенко все більше наближається до такого парадоксу» [Кореспондент, № 39, 2005, с. 14];
- 78) «Шанований за кордоном, він (Ющенко – О.Х.) вже стикається із тим, що багато хто звинувачує його у зраді ідеалів «помаранчевої революції», батьком якої він був» [Кореспондент, № 39, 2005, с. 14];

XVII. Журнал «Süddeutsche Zeitung» (м. Франкфурт, Німеччина)

- 79) «Вочевидь, Кремлю вельми кортіло, щоб із проханням до Москви (про нове постачання нафти та газу) звернувся український президент Віктор Ющенко. Адже його спроби одержати газ та нафту від

- колишніх радянських середньо азійських республік потерпіли фіаско» [Кореспондент, № 39, 2005, с. 14];
- 80) «... енергетичний союз з українцями без Росії буде розцінений як недружній акт» [Кореспондент, № 39, 2005, с. 14];
- 81) «Усі спроби Києва одержати незалежність від Москви до сих пір потерпали невдачу, тому що поворотом нафтового вентиля країна у будь-який час може бути поставлена на коліна» [Кореспондент, № 39, 2005, с. 14];
- 82) «Це (припинення поставок нафти та газу – О.Х.) удар по спині для сотень тисяч українців, які минулої зими вийшли на вулиці, охоплені бажанням потрапити до Європи. Але поки що Європа від них відвернулася» [Кореспондент, № 39, 2005, с. 14];

XVIII. Газета «International Herald Tribune» (м. Вашингтон, США)

- 83) «Та революція не була останнім кроком на довгому шляху України до демократії, стабільності та розквіту»;
- 84) «Якщо Європа та США зараз втратять терпіння по відношенню до України, це буде рівнозначно зраді її народу, а також наших спільних цінностей та стратегічних інтересів» [Кореспондент, № 39, 2005, с. 14];
- 85) «Нинішня криза в Україні є невдачею для реформаторів, а призначені на березень 2006 року парламентські вибори радше можуть стати ще одним провалом. Будуть й інші» [Кореспондент, № 39, 2005, с. 14];
- 86) «Цього слід очікувати в країні, де більше третини електорату проголосували проти помаранчевої революції, а буденне життя повне негараздів. Чи означає це, що сяння помаранчевої революції згасло? Аніскільки» [Кореспондент, № 39, 2005, с. 14];

XIX. Газета «The Boston Globe» (м. Бостон, США)

- 87) «... українці постають проти впливу Кремля ...» [Кореспондент, № 9, 2006, с. 16];

XX. Газета «The Washington Post» (м. Вашингтон, США)

- 88) «... як висловилися деякі американські експерти, на цей раз українські лідери продали Путіну те, що у минулому вони не давали йому привласнити: контроль над урядом України з боку Кремля» [Кореспондент, № 9, 2006, с. 16];
- 89) «Як спасти демократію в Україні та чи є шанс на те, що одного разу демократія знову підніметься у Росії?» [Кореспондент, № 9, 2006, с. 16];
- 90) «Якщо наступний уряд України очолять прозахідні сили (у чому сьогодні не можна бути впевненим), Буш може примусити їх

анулювати цю газову угоду як перший крок на шляху вступу України до НАТО» [Кореспондент, № 9, 2006, с. 16];

- 91) «Але це (можливий розрив газових угод) скоріше за все, приведе до нового протистояння між Україною та Путіним, у якому Києву може бути потрібна підтримка Сполучених Штатів та Євросоюзу»;
- 92) «Українці, кінець кінцем, можуть знайти спосіб визволитися від задихливої хватки Росії» [Кореспондент, № 9, 2006, с. 16];

XXI. Газета «Le Monde» (м. Париж, Франція)

- 93) «Відчуваючи помаранчево-рожевий тріумф після заміни режимів в Україні та Грузії, Захід розглядає зниження впливу Росії на пострадянському просторі як неминучість» [Кореспондент, № 44, 2005, с. 14];
- 94) «Помаранчева революція в Україні була для Росії свого роду «11 вересня». Вона революціонізувала свій погляд на міжнародну політику» [Кореспондент, № 44, 2005, с. 14];

XXI. Газета «Daily Times Georgian» (м. Тбілісі, Грузія)

- 95) «... перехід Юлії Тимошенко до опозиції здійснювався за американським сценарієм ...» [Кореспондент, № 44, 2005, с. 14];

XXII. Журнал «Spiegel» (м. Гамбург, Германія)

- 96) «Рік тому західні політики говорили вийшовши на демонстрації українцям, що вони є серцем Європи. Та ось ЄС визнав Україну як країну з ринковою економікою» [Кореспондент, № 48, 2005, с. 14];
- 97) «За словами верховного комісара, Україна виконує умови, щоб бути визнаною країною з ринковою економікою. «Майбутнє України – в Європі, і тепер ми робимо перші кроки у цьому напрямку», - сказав Баррозу» [Кореспондент, № 48, 2005, с. 14];
- 98) «Тепер у країні є шанс більш активно вести бізнес із 25 державами – членами ЄС» [Кореспондент, № 48, 2005, с. 14];
- 99) «Наступна мета України – щоб піти від протекціоністських мір – членство у СОТ. Без цього вона ... залишається у залежності від експортних квот, що надаються США та ЄС» [Кореспондент, № 48, 2005, с. 14];

XXIII. Газета «Financial times» (м. м. Лондон, Велика Британія)

- 100) «Те, що українському урядові не вдалося виявити спалах захворювання птахів раніше, примісить Європу взяти під сумнів те, чи зможе Україна упоратися з проблемою пташиного грипу» [Кореспондент, № 48, 2005, с. 14];

XXIV. Газета «Vž» (м. Вільнюс, Литва)

- 101) «Найбільше шансів у боротьбі проти Москви має Україна, територією якої пролягають основні трубопроводи, що з'єднують Росію та Захід із Європою» [Кореспондент, № 48, 2005, с. 14];
- 102) «У відповідь на погрози Кремля збільшити ціни вона (Україна – О.Х.) може лякати тим, що закриє кран. І допоки по дну Балтійського моря не протягнута труба з Росії до Німеччини, Україна може розкидатися подібними погрозами» [Кореспондент, № 48, 2005, с. 14];

XXV. Газета «The Washington Times» (м. Вашингтон, США)

- 103) «Через рік після того, як помаранчева революція вивела мільйони українців на замерзлі вулиці, що привело до скасування результатів виборів та вибрання президентом Віктора Ющенка ...» [Кореспондент, № 48, 2005, с. 14];
- 104) «Європейський Союз тільки визнав Україну райною з ринковою економікою, що є важливим, але тільки першим кроком на шляху до ще більшої економічної інтеграції» [Кореспондент, № 48, 2005, с. 14];
- 105) «Промисловість України поки ще не зовсім готова до конкуренції з західними фірмами, однак навряд чи це можна вважати причиною для загибелі» [Кореспондент, № 48, 2005, с. 14];
- 106) «... через десять років, якщо Україна зможе провести необхідні реформи, легко можна уявити собі економічний успіх, який перебільшить усе, що ми поки що бачили у колишньому радянському блоці» [Кореспондент, № 48, 2005, с. 14];
- 107) «Україна швидкими кроками наближається до членства в НАТО, не дивлячись на думку опозиції ...» [Кореспондент, № 48, 2005, с. 14];

XXVI. Газета «Der Tagesspiegel» (м. Берлін, Німеччина)

- 108) «Віктор Ющенко відкрито визнає, що свої справи у власній країні він де у чому запустив. Дійсно, экс-голова опозиції у перші 100 днів перебування на новій посаді дома майже не був. Він, як втілення успішної помаранчевої революції, літав по всьому світу, агітуючи за свою країну. У Києві його тили забезпечує надійна соратниця Юлія Тимошенко. Вишукана прем'єр-міністр рішуче взялася за свої важкі задачі»;
- 109) «Політику нової влади, орієнтованої на Захід, позбавленої протиріччя не назвеш. З одного боку, Тимошенко оголосила про проведення рішучих економічних реформ. З іншої, напередодні парламентських виборів, призначених на наступний рік, вона не хоче викликати недовіру електорату»;

Психолінгвістичні інструменти маніпуляції ззовні через фахові оцінки політиків-аналітиків

XXVII. Газета «The Washington Post» (м. Вашингтон, США) (автор розділі «Подальші дії щодо України» - Стівен Пфайфер – колишній посол США в Україні)

- 110) «Уявлення Ющенка про майбутнє України – демократичної країни з квітучою ринковою економікою, яка щільно пов'язана з європейськими інститутами – практично співпадає з точкою зору Вашингтону» [Кореспондент, № 1, 2005, с. 12];
- 111) «Білий дім повинен якнайшвидше надати політичну підтримку новому президенту (України – О.Х.)»;
- 112) «США ... слід «перелаштувати» свої програми допомоги, щоб допомогти йому (Ющенкові – О.Х.) швидше досягнути відчутного прогресу»;
- 113) «Вашингтону слід також негайно почати співпрацювати з Києвом у здійсненні засад, що дозволяють покращити ділову атмосферу в Україні».

Психолінгвістичні інструменти маніпуляції ззовні через фахові оцінки
журналістів-аналітиків
(види одиниць семантичного типу)

№ п/п	Види семантичних одиниць	Приклади	Число одиниць (кіль- ть/%)
1.	Посилююча позитивна метафора (у тому числі й через використання ідіоми, стійкого словосполучення чи фразеологічної єдності)	<p>1) «Помаранчева революція, що прокотилася рік тому Україною ...»;</p> <p>2) «...влили гроші в українські організації громадянського суспільства,...»;</p> <p>3) «Сильних світу цього зі всієї Європи можна помітити в офісі Хосе Мануеля Баррозо ... Але у вівторок у багатьох попадали щелепи, коли там з'явився один із найзаможніших людей на пострадянському просторі ... Віктор Пінчук ...»;</p> <p>4) «В Україні протягом найменшого історичного часу десятки мільйонів людей здійснили ментальний прорив – вони «видавили із себе невірника» та стали вільними»;</p> <p>5) «...становий хребет режиму, що віджив...»;</p>	6/

		б) «Вороги революції повинні думати не про реванш, а про те, як залишитися на свободі після усього того, що вони накоїли, і не плутатися під ногами напередодні парламентських виборів».	
2.	Посилююча негативна метафора через використання ідіоми	<p>114) «Більшість іноземних експертів висловили думку, що ... Віктор Ющенко упорався із корупційними та приватизаційними чварами, що підмочили його репутацію»;</p> <p>115) «...розколу в «помаранчевому» таборі»;</p> <p>116) «влада ... розбазарила величезну частину кредиту довіри тих, хто вирішив будувати цивілізовану країну»;</p> <p>117) «... влада повинна допомогти тим, хто повірив у найкраще життя, спуститися з неба ... на землю»;</p> <p>118) «... кримінальний Кремль викручує руки урядові України обіцянкою заморозити братній слов'янський народ, якщо він не піде назад і не зречеться Майдану»;</p> <p>119) «...поворотом нафтового вентиля країна у будь-який час може бути поставлена на коліна»;</p> <p>120) Це (припинення поставок нафти та газу – О.Х.) удар по спині для сотень тисяч українців,...».</p>	7
3.	Природна метафора	1)«Діалог України з ЄС все ще виглядає недосяжним та туманним, були зроблені формальні спроби активізувати	1

		стосунки з НАТО»	
4.	Оціночна соціально-правова метафора	3) «Експерти одразу ж назвали дану подію «шлюбним розлученням» і висловили побоювання, що Росія «так просто це не залишить»; 4) «Керівництво Газпрому назвало варіант (про рішення «газового питання» між Україною та Росією – прим. О.Х.) просто – пряма крадіжка...».	2
5.	Психологічна метафора	1) «Директор Російського Інституту політичних досліджень Сергій Макаров запевнює, що голова «Нафтогазу» Олексій Івченко провокує газову війну з росіянами, щоб у передвиборчій кампанії грати на антиросійських настроях»;	1
6.	Психіатрична метафора	1) «Сьогодні ейфорію тих зимових днів на київському Майдані...».	1
7.	Оцінка через знижений смисл слів	4) «...економіка й далі керується кланами»; 5) «Багато українців та друзів України за кордоном відчують огидливість...»; 6) «...коли бачать, як з неподобством розвалюється їх табір помаранчевих».	3
8.	Оцінка через заперечувальний смисл слів	1) «Україна не стала ближчою до ЄС...».	1
9.	Оцінка через вказування на	4) «...темпи реформ повільні»; 5) «Україна у найближчі роки має всі	3

	неповноцінність процесу, явища	шанси скористатися або втратити свої шанси»; б) «Багато яких обіцянок революціонерів не здійснилися».	
10.	Соціологічна констатація факту	2) «Опитування суспільної думки реєструє відчутну втрату довіри населення до нового уряду».	1
11.	Метафора високого стилю	3) які пізніше були використані як оплот повстання»; 4) «Сильних світу цього зі всієї Європи можна помітити в офісі Хосе Мануеля Баррозо ...».	2
12.	Метафора-історична значущість	2) «Майдан – це історичне досягнення великого народу України,...».	1
13.	Метафора-амбівалентність	2) «...президент Ющенко виступає як опонент кандидатів у президенти із тим же прізвиськом».	1
14.	Релігійно-ментальна метафора (Біблійна метафора)	4) «Чого народ очікує не менш як хліба насущного...»; 5) «Навряд чи новій владі до парламентських виборів вдасться запропонувати народу відчутні економічні успіхи. Дай Боже, щоб не стало гірше»; 6) «... Центральна виборча комісія України благословила пана Ющенка на президентство».	3
15.	Фізіологічна метафора	1) « «ПОРА» - нерв революції та Майдану...»	1
16.	Метафора-дія-наслідок	1) «Пекін, вірогідно, також не спить ночами, розмірковуючи над	1

		можливим ефектом доміно за результатами перемоги Ющенка».	
17.	Метафора-перенесення частки на ціле (синекдоха)	2) «...для сотень тисяч українців, які минулої зими вийшли на вулиці, охоплені бажанням потрапити до Європи. Але поки що Європа від них відвернулася».	1
18.	Метафора-фізична дія	2) «...визволитися від задухливої хватки Росії».	1
	У С Ь О Г О		37/100

Психолінгвістичні інструменти маніпуляції ззовні через фахові оцінки
журналістів-аналітиків
(види одиниць семіотичного типу)

№ п/п	Види семіотичних одиниць	Приклади	Кількість одиниць
1.	Знак-гіпербола	2) «... можна назвати фундаментальним зламом» у пострадянській історії країни».	1
2.	Знак-ярлик	1) «... нова правляча еліта ...»; 2) «... економіка й далі керується кланами»; 3) «Під переможцями я маю увесь український народ»; 4) «... кримінальний Кремль...»; 5) «... путінській Росії...».	5
3.	Знак-оцінка	1) «Претензії України на членство ...»; 2) «... Україна реально не має ніякої можливості стати форпостом Росії...»; 3) «Російські ЗМІ ... назвали коаліцію (держав Балтійсько-Чорноморського регіону – прим. О.Х.) антиросійською та звинуватили Україну та Грузію у спробі розвалити СНД та послабити роль Росії»; 4) «Президент Леонід Кучма ... де у чому відсунув лідера	7

		<p>помаранчевої революції Віктора Ющенка на задній план, видавши указ про достроковий вивід українських військ із Іраку»;</p> <p>5) «Пан Кучма випередив пана Ющенка, для якого вивід українських миротворців із Іраку був одним з головних питань його передвиборчої програми»;</p> <p>6) «Українська революція допомогла позбавити влади тих, хто господарював раніше. Вона поклала кінець омані, що була пов'язана із виборами»;</p> <p>7) «Політику нової влади, орієнтованої на Захід, позбавленої протиріч не назвеш. З одного боку, Тимошенко оголосила про проведення рішучих економічних реформ. З іншої, напередодні парламентських виборів, призначених на наступний рік, вона не хоче викликати недовіру електорату».</p>	
4.	Знак-впевненість, ствердження успіху й віри у позитив	<p>1) «Україна у найближчі роки має всі шанси скористатися або втратити свої шанси. Але вона їх має! І все – у руках самих українців. Ніхто ззовні, у тому числі й з Москви, ні до чого їх не примусить»;</p> <p>2) «... закріплення системоутворюючої власності за прибічниками помаранчевих ... дасть гарантію неможливості реставрації старого режиму»;</p> <p>3) «Чи означає це, що сяння помаранчевої революції згасло?»</p>	3

		Аніскільки».	
5.	Знак-модерація (пом'якшення)	1) «Залишається вибудувати нові стосунки з Росією, цим «довічним сусідом».	1
6.	Знак-вихваляння	1) «Сильних світу цього зі всієї Європи можна помітити в офісі Хосе Мануеля Баррозо ... Але у вівторок у багатьох попадали щелепи, коли там з'явився один із найзаможніших людей на пострадянському просторі ... Віктор Пінчук ...»; 4) «Пінчук зіграв помітну роль у попередженні насильства в ході помаранчевої революції ... він переконав свого тестя утриматися від штурму центра Києва, де зібралися «помаранчеві» демонстранти»; 5) «Мало кому з лідерів колишніх радянських республік випадав шанс виступати у Конгресі США чи одержати такий прийом із захопленням, який був наданий Вікторові Ющенкові»; 6) «... українці постають проти впливу Кремля ...»; 7) «... як висловилися деякі американські експерти, на цей раз українські лідери продали Путіну те, що у минулому вони не давали йому привласнити: контроль над урядом України з боку Кремля»; 8) «Відчуваючи помаранчево-рожевий тріумф після заміни режимів в Україні та Грузії, Захід розглядає зниження впливу Росії на пострадянському просторі як неминучість»;	9

		<p>9) «Помаранчева революція в Україні була для Росії свого роду «11 вересня». Вона революціонізувала свій погляд на міжнародну політику»;</p> <p>10) «Рік тому західні політики говорили вийшовши на демонстрації українцям, що вони є серцем Європи. Та ось ЄС визнав Україну як країну з ринковою економікою»;</p> <p>11) «Через рік після того, як помаранчева революція вивела мільйони українців на замерзлі вулиці, що привело до скасування результатів виборів та вибрання президентом Віктора Ющенка...».</p>	
7.	Знак-недовіра	<p>3) «... не слід позиціонувати Україну як суперницю Турції ...»;</p> <p>4) «... про змову президента В. Ющенка з представниками попереднього кримінального режиму».</p>	2
8.	Знак-підтримка	<p>3) «... усі розмови про необхідність перегорнути сторінку української історії із заголовком «Майдан», ..., ведуть або вороги вільної України, або недалекі люди»;</p> <p>4) «Майбутнє України – в Європі, і тепер ми робимо перші кроки у цьому напрямку», - сказав Баррозу»;</p> <p>5) «Найбільше шансів у боротьбі проти Москви має Україна, територією якої пролягають основні трубопроводи, що з'єднують Росію та Захід із Європою»;</p> <p>6) «Європейський Союз тільки</p>	5

		<p>визнав Україну рaiною з ринковою економікою, що є важливим, але тільки першим кроком на шляху до ще більшої економічної інтеграції»;</p> <p>7) «Промисловість України поки ще не зовсім готова до конкуренції з західними фірмами, однак навряд чи це можна вважати причиною для загибелі».</p>	
9.	Знак-попередження	<p>4) «...як тільки Майдан закінчиться, як тільки люди перестануть бути готовими вийти на площу та відстояти свої права – зруйнується вільна, незалежна Україна»;</p> <p>5) «Але ані Кучма, ані люди, які склали становий хребет режиму що віджив, ніколи не примиряться із поразкою і зроблять усе, щоб узяти реванш»;</p> <p>6) «Ніколи донори В. Януковича не примиряться із поразкою і з першою ж можливістю, ... - візьмуть реванш»;</p> <p>7) «Вороги революції повинні думати не про реванш, а про те, як залишитися на свободі після усього того, що вони накоїли,...»;</p> <p>8) «Для них (організованих політичних угруповань – прим. О.Х.) політика – лише інструмент для одержання прибутку. Саме тому вони небезпечні як учасники політичного процесу в Україні»;</p> <p>9) «Початок був і залишається підбадьорливим. Але до мети ще далеко»;</p> <p>10) «Однак Ющенко, схоже, стає жертвою феномену, як і попередній лауреат Нобелівської</p>	8

		<p>премії миру Михайло Горбачов. Захід пишався його роллю у світовому поваленні комунізму, але його ненавиділи у себе на Батьківщині. Ющенко все більше наближається до такого парадоксу»;</p> <p>11) «Та революція не була останнім кроком на довгому шляху України до демократії, стабільності та розквіту».</p>	
10.	Знак жорсткої критики та ревізійонізму	<p>4) «... принципові помилки нової влади ...»;</p> <p>5) «... слова В. Ющенка ... свідчать про абсолютне нерозуміння логіки революційного процесу»;</p> <p>6) «Ані президент В. Ющенко із своїм оточенням, ані прем'єр Ю. Тимошенко - зі своїм не запропонували нації прийнятної стратегії після революційного розвитку країни»;</p> <p>7) «... влада не тільки не може запропонувати шлях до створення ефективної економіки ..., але й не розуміє, як витратити грошовий потік, що обрушився»;</p> <p>8) «В основі цієї помилки лежить у певних випадках недооцінка власного потенціалу... В інших – переоцінка ...»;</p> <p>9) «... їх (Ющенко та Тимошенко – прим. О.Х.) розрив читається (і справедливо) як зрада революційної ідеї, за яку мільйони людей вийшли на площу й стояли до кінця»;</p> <p>10) «... чому помаранчеві майже за рік своєї влади навіть не спробували зазирнути хоча б на</p>	9

		<p>день уперед»;</p> <p>11) «Направляючи динаміку на ствердження чесно обраного президента, вона (революція в Україні – прим. О.Х.) перевела рух в царину, де політику роблять інакше – шляхом торгу за лаштунками»;</p> <p>12) «... перехід Юлії Тимошенко до опозиції здійснювався за американським сценарієм ...».</p>	
11.	Знак-констатація негативу	<p>4) «... ближнє оточення президента – П. Дорошенко, Д. Жванія та К^о – використало революцію виключно з метою особисто користі й не переймаються ніякими ідейними крайностями»;</p> <p>5) «... це була революція мільонерів проти мільардерів»;</p> <p>6) «... саме противники революції здійснили найважчий державний злочин – спробу державного заколоту шляхом фальшування виборів»;</p> <p>7) «Чого народ очікує ...: - розкриття спроби державного перевороту (фальшування президентських виборів); - розкриття вбивства журналіста Гонгадзе; - розкриття отруєння кандидата в президенти В. Ющенка.</p> <p>8) «... ані В. Ющенко, ані Ю. Тимошенко не були самодостатніми для перемоги помаранчевих і тільки їх союз забезпечив перемогу Майдана незалежності»;</p> <p>9) «... руйнація їх (В. Ющенко та Ю.</p>	19

		<p>Тимошенко) союзу означає поразку кожного з них окремо й усіх взятих разом»;</p> <p>10) «... істотно зменшилася загальна електоральна база Ющенка-Тимошенко»;</p> <p>11) Лідери «ПОРИ» точно оцінили, що це удар по всім помаранчевим, але найбільші втрати несе президент»;</p> <p>12) «Вже занадто відверто його (Ющенка) корупційне оточення демонструє своє нехтування ідеалами революції та виставляє напоказ свій вплив на нього»;</p> <p>13) «... унітарна держава перетворилася у свою протилежність – на загрозу розпаду України»;</p> <p>14) «... протиріччя між путінською Росією та демократичною Україною носять антагоністичний характер і ніяке слов'янське братерство цих протиріч скасувати не зможе»;</p> <p>15) «Саме Росія одержала максимальні дивіденди від розвалу союзу Ющенко – Тимошенко»;</p> <p>16) «Зараз США відверто робить ставку на В. Ющенко, тим самим підриваючи союз Ющенко – Тимошенко і, по суті, допомагаючи своєму конкурентові – путінській Росії – задавити демократичну революцію в Україні»;</p> <p>17) «Шанований за кордоном, він (Ющенко – О.Х.) вже стикається із тим, що багато хто звинувачує його у зраді ідеалів «помаранчевої революції», батьком якої він був»;</p> <p>18) «Вочевидь, Кремлю вельми</p>	
--	--	--	--

		<p>кортіло, щоб із проханням до Москви (про нове постачання нафти та газу) звернувся український президент Віктор Ющенко. Адже його спроби одержати газ та нафту від колишніх радянських середньо азійських республік потерпіли фіаско»;</p> <p>19) «Усі спроби Києва одержати незалежність від Москви до сих пір потерпали невдачу, тому що поворотом нафтового вентиля країна у будь-який час може бути поставлена на коліна»;</p> <p>20) «Нинішня криза в Україні є невдачею для реформаторів, ...»;</p> <p>21) «... в країні, де більше третини електорату проголосували проти помаранчевої революції, а буденне життя повне негараздів»;</p> <p>22) «Віктор Ющенко відкрито визнає, що свої справи у власній країні він де у чому запустив. Дійсно, экс-голова опозиції у перші 100 днів перебування на новій посаді дома майже не був. Він, як втілення успішної помаранчевої революції, літав по всьому світу, агітуючи за свою країну».</p>	
12.	Знак-порада	<p>4) «... необхідно проявити політичну волю та нанести, кінець кінцем, остаточну поразку противникам революції, залишивши їх матеріальної бази й монополії на основні ЗМІ»;</p> <p>5) «... залишається тільки гучно назвати й так вельми відомих замовників та організаторів»;</p> <p>6) «Якщо В. Ющенко та Ю.</p>	3

		Тимошенко проявлять політичну волю, мудрість, а головне – відповідальність перед нацією і поновлять союз, тоді вони приречені у березні на перемогу».	
13.	Знак-прогноз	<p>4) «... покаравши замовників та організаторів цього вже юридично встановленого особливо тяжкого злочину, політична перемога на Майдані буде доповнена економічною та інформаційною та тим самим перетвориться на остаточну»;</p> <p>5) «Жоден із них (Ющенко чи Тимошенко – прим. О.Х.) по одинці не здобудуть перемоги на парламентських виборах ...»;</p> <p>6) «... Україна повернеться в стійло російської імперії»;</p> <p>7) «... допоки Росія не стане нормальною хоча б у тому ж ступені, як теперішня Україна, в Україні не буде спокою»;</p> <p>8) Москва впевнена у неможливості стратегічної домовленості з В. Ющенко на її умовах (головне – відмова України від вступу в НАТО) і тому буде грати на майданчику Янукович – Тимошенко з метою максимально послабити В. Ющенка»;</p> <p>9) «Народний рух привів до виникнення перехідної ситуації. Це велика справа. Що з того вийде, залежить від його (руху – О.Х.) здатності викликати до життя політичну силу, здатну дійсно змінити суспільну думку, що є більшим за просту</p>	13

		<p>зміну персоналій»;</p> <p>10) «... енергетичний союз з українцями без Росії буде розцінений як недружній акт»;</p> <p>11) «Якщо Європа та США зараз втратять терпіння по відношенню до України, це буде рівнозначно зраді її народу, а також наших спільних цінностей та стратегічних інтересів»;</p> <p>12) «...призначені на березень 2006 року парламентські вибори радше можуть стати ще одним провалом. Будуть й інші»;</p> <p>13) «Якщо наступний уряд України очолять прозахідні сили (у чому сьогодні не можна бути впевненим), Буш може примусити їх анулювати цю газову угоду як перший крок на шляху вступу України до НАТО»;</p> <p>14) «Але це (можливий розрив газових угод) скоріше за все, приведе до нового протистояння між Україною та Путіним, у якому Києву може бути потрібна підтримка Сполучених Штатів та Євросоюзу»;</p> <p>15) «Українці, кінець кінцем, можуть знайти спосіб визволитися від задухливої хватки Росії»;</p> <p>16) «... через десять років, якщо Україна зможе провести необхідні реформи, легко можна уявити собі економічний успіх, який перебільшить усе, що ми поки що бачили у колишньому радянському</p>	
--	--	--	--

		блоці».	
14.	Знак-цинізм	2) «Чого народ очікує ...: - розкриття спроби державного перевороту (фальшування президентських виборів); - розкриття вбивства журналіста Гонгадзе; - розкриття отруєння кандидата в президенти В. Ющенко. Цього народу вистачить»;	1
15.	Знак-нахабство, знак-відверта неповага	1) «...Павловський (російський політтехнолог – О.Х.) висловився ...: «Помаранчевій революції потрібно була своєчасно «дати в пику»...».	1
16.	Знак-опасіння	3) «Пекін, вірогідно, також не спить ночами, розмірковуючи над можливим ефектом доміно за результатами перемоги Ющенко»; 4) «Те, що українському урядові не вдалося виявити спалах захворювання птахів раніше, примісить Європу взяти під сумнів те, чи зможе Україна упоратися з проблемою пташиного грипу».	2
17.	Знак-переживання, хвилювання	4) «Як спасти демократію в Україні та чи є шанс на те, що одного разу демократія знову підніметься у Росії?»; 5) «Без цього (вступу до СОТ – О.Х.) вона (Україна – О.Х.)... залишається у залежності від експортних квот, що надаються США та ЄС»; 6) «Білий дім повинен якнайшвидше	5

		<p>надати політичну підтримку новому президенту (України – О.Х.);</p> <p>7) «США ... слід «перелаштувати» свої програми допомоги, щоб допомогти йому (Ющенкові – О.Х.) швидше досягнути відчутного прогресу»;</p> <p>8) «Вашингтону слід також негайно почати співпрацювати з Києвом у здійсненні засад, що дозволяють покращити ділову атмосферу в Україні».</p>	
18.	Знак-констатація позитиву	<p>4) «За словами верховного комісара, Україна виконує умови, щоб бути визнаною країною з ринковою економікою»;</p> <p>5) «Тепер у країні є шанс більш активно вести бізнес із 25 державами – членами ЄС»;</p> <p>6) «Наступна мета України – щоб піти від протекціоністських мір – членство у СОТ»;</p> <p>7) «У відповідь на погрози Кремля збільшити ціни вона (Україна – О.Х.) може лякати тим, що закриє кран. І допоки по дну Балтійського моря не протягнута труба з Росії до Німеччини, Україна може розкидатися подібними погрозами»;</p> <p>8) «Україна швидкими кроками наближається до членства в НАТО, не дивлячись на думку опозиції ...»;</p> <p>9) «У Києві його (В. Ющенко – О.Х.) тили забезпечує надійна соратниця Юлія Тимошенко. Вишукана прем'єр-міністр рішуче взялася за свої важкі</p>	7

		задачі»; 10) «Уявлення Ющенко про майбутнє України – демократичної країни з квітучою ринковою економікою, яка щільно пов’язана з європейськими інститутами – практично співпадає з точкою зору Вашингтону».	
19.	У С Ь О Г О		101/100

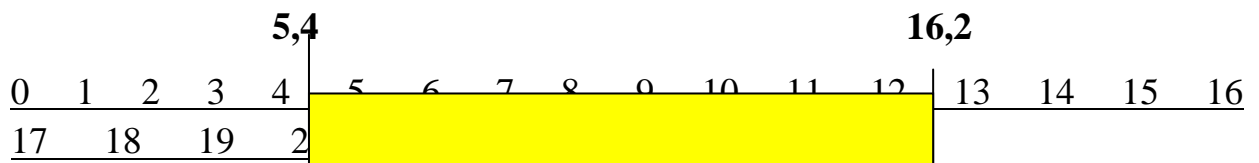
Таблиця 1.

Психолінгвістичні інструменти маніпуляції ззовні через фахові оцінки
журналістів-аналітиків
(види одиниць семантичного типу)

№ п/п	Види семантичних одиниць	Число одиниць (кіль-ть/%)
1.	Посилююча позитивна метафора (у тому числі й через використання ідіоми, стійкого словосполучення чи фразеологічної єдності)	6/16,2
2.	Посилююча негативна метафора через використання ідіоми	7/18,9
3.	Природна метафора	1 / 2,7
4.	Оціночна соціально-правова метафора	2/ 5,4
5.	Психологічна метафора	1 / 2,7
6.	Психіатрична метафора	1 / 2,7
7.	Оцінка через знижений смисл слів	3/8,1
8.	Оцінка через заперечувальний смисл слів	1 / 2,7
9.	Оцінка через вказування на неповноцінність процесу, явища	3/8,1
10.	Соціологічна констатація факту	1 / 2,7
11.	Метафора високого стилю	2/5,4
12.	Метафора-історична значущість	1 / 2,7

13.	Метафора-амбівалентність	1 / 2,7
14.	Релігійно-ментальна метафора (Біблійна метафора)	3/8,1
15.	Фізіологічна метафора	1 / 2,7
16.	Метафора-дія- наслідок	1 / 2,7
17.	Метафора-перенесення частки на ціле (синекдоха)	1 / 2,7
18.	Метафора-фізична дія	1 / 2,7
	У С Ь О Г О	37/100

Обчислення діапазону норми показників
(за даними табл. 1 - види семантичних одиниць)



Примітки:

- жовтим кольором позначено діапазон норми показників табл. 1, який обчислюється через такі математичні дії (показники подано у %):
 - 1) $2,7 + 18,9 = 21,6$
 - 2) $21,6 : 2 = 10,8$
 - 3) $10,8 : 2 = 5,4$
 - 4) $10,8 + 5,4 = 16,2$
 - 5) $10,8 - 5,4 = 5,4$
 діапазон норми показників табл. 1.

Пояснення до наведеного обчислювання та до цифрових значень:

1) 2,7 % - найнижчий показник табл. 1;

18,9 % - найвищий показник табл. 1;

Сума поданих показників є базовим показником для обчислення середнього арифметичного числа. У нашому випадку воно дорівнює 21,6 %.

2) показник 21,6 % слід розділити на 2 для вирахування середнього для показників 2,7 % та 18,9 %; результат такого ділення – 10,8 %; зазначене число є середнім для усіх показників табл. 1;

- 5) оскільки норма показників табл. 1 висловлюється тільки одним показником (10,8 %), що не є показовим для дослідження, є необхідність встановити діапазон показників; такий діапазон обчислюється через встановлення половини норми, тобто через таку дію: $10,8 : 2 = 5,4 \%$;
- б) зазначене число 5,4 % є тим, що слід додати до показника норми (10,8 %) у два боки шкали: $10,8 + 5,4 = 16,2 \%$ та $10,8 - 5,4 = 5,4 \%$; через таке обчислення ми отримуємо два показники – 5,4 % та 16,2 %, які й виступають межами діапазону норми показників табл. 1.

Таблиця 2.

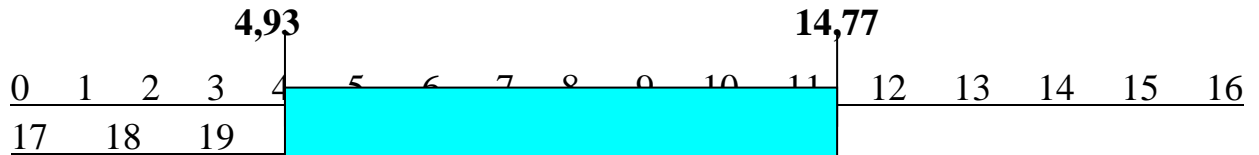
Психолінгвістичні інструменти маніпуляції ззовні через фахові оцінки
журналістів-аналітиків
(види одиниць семіотичного типу)

№ п/п	Види семіотичних одиниць	Число одиниць	
		кіль- ть	%
1.	Знак-гіпербола	1	0,9
2.	Знак-ярлик	5	4,9
3.	Знак-оцінка	7	6,9
4.	Знак-впевненість, ствердження успіху й віри у позитив	3	2,97
5.	Знак-модерація (пом'якшення)	1	0,9
6.	Знак-вихваляння	9	8,9
7.	Знак-недовіра	2	1,98
8.	Знак-підтримка	5	4,9
9.	Знак-попередження	8	7,9
10.	Знак жорсткої критики та ревізіонізму	9	8,9
11.	Знак-констатація негативу	19	18,8
12.	Знак-порада	3	2,97
13.	Знак-прогноз	13	12,87
14.	Знак-цинізм	1	0,9
15.	Знак-нахабство,	1	0,9

	знак-відверта неповага		
16.	Знак-опасіння	2	1,98
17.	Знак-переживання, хвилювання	5	4,9
18.	Знак-констатація позитиву	7	6,9
19.	У С Ь О Г О	101	100

Обчислення діапазону показників норми показників

(за даними табл. 2 - види семіотичних одиниць)



Примітки:

- жовтим кольором позначено діапазон норми показників табл. 2, який обчислюється через такі математичні дії (показники подано у %):

6) $0,9 + 18,8 = 19,7$

7) $19,7 : 2 = 9,85$

8) $9,85 : 2 = 4,92$

9) $9,85 + 4,92 = 14,77$

10) $9,85 - 4,92 = 4,93$ діапазон норми показників табл. 2.

Пояснення до наведеного обчислювання та до цифрових значень:

1) 0,9 % - найнижчий показник табл. 2;

18,9 % - найвищий показник табл. 2;

Сума поданих показників є базовим показником для обчислення середнього арифметичного числа. У нашому випадку воно дорівнює 19,7 %.

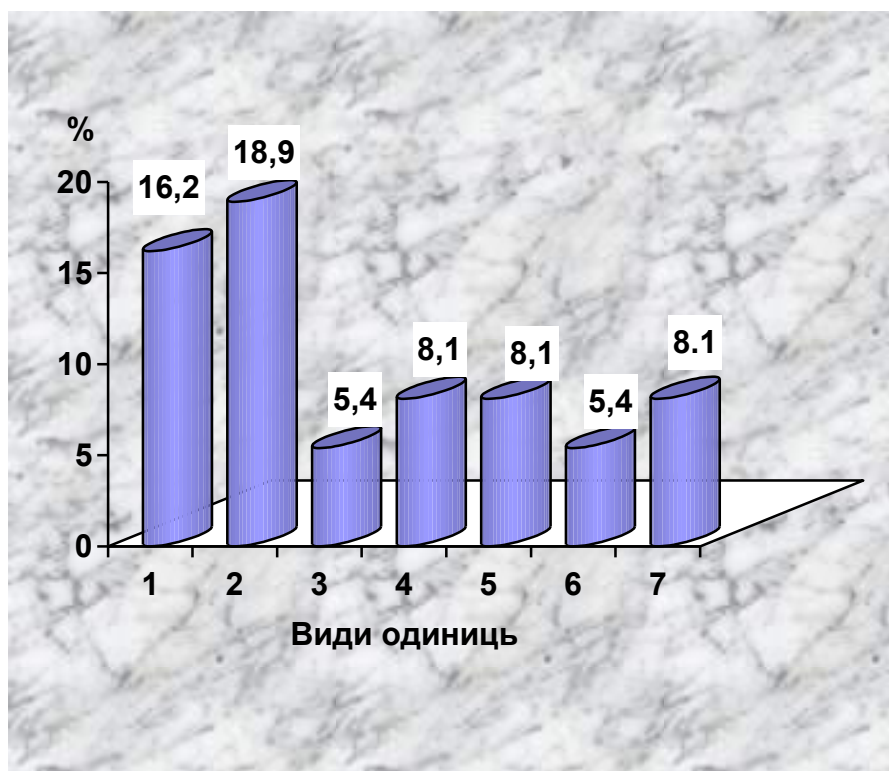
2) показник 19,7 % слід розділити на 2 для вирахування середнього для показників 0,9 % та 18,8 %; результат такого ділення – 9,85 %; зазначене число є середнім для усіх показників табл. 2;

7) оскільки норма показників табл. 2 висловлюється тільки одним показником (9,85 %), що не є показовим для дослідження, є необхідність

- встановити діапазон показників; такий діапазон обчислюється через встановлення половини норми, тобто через таку дію: $9,85 : 2 = 4,92 \%$;
- 8) зазначене число $4,92 \%$ є тим, що слід додати до показника норми ($9,85 \%$) у два боки шкали: $9,85 + 4,92 = 14,77 \%$ та $9,85 - 4,92 = 4,93 \%$; через таке обчислення ми отримуємо два показники – $4,93 \%$ та $14,77 \%$, які й виступають межами діапазону норми показників табл. 2.

Діаграма 1.

Результати аналізу
та інтерпретації показників табл. 1
(види одиниць семантичного типу)



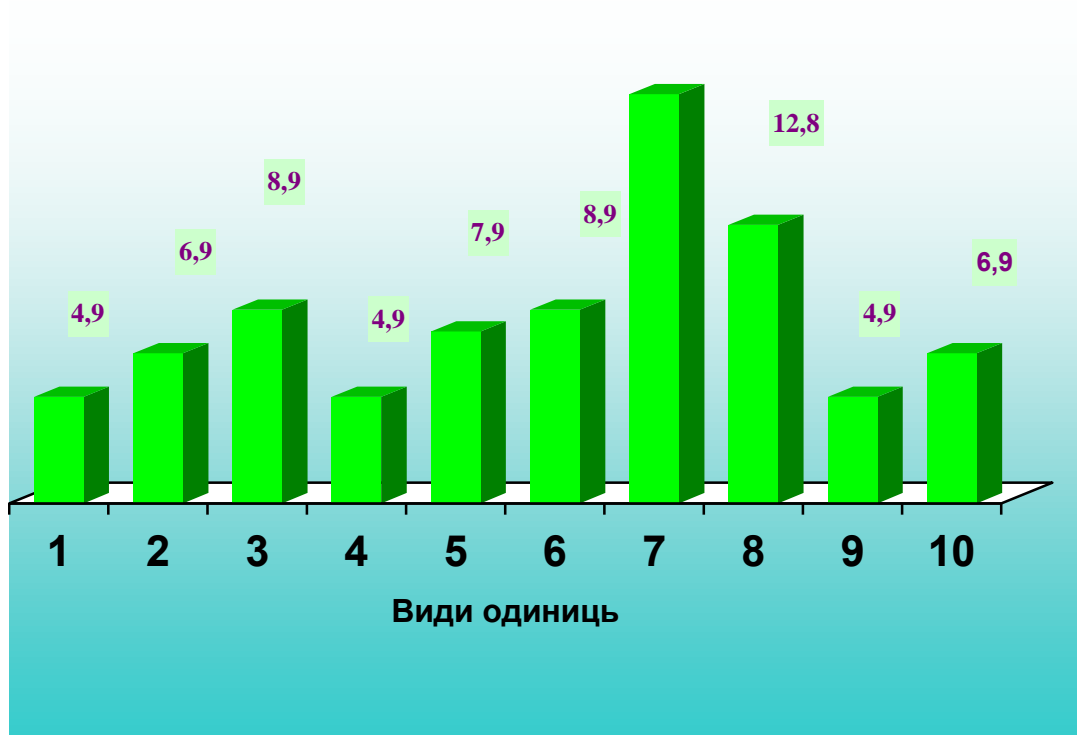
Примітки:

- 1- Посилуюча позитивна метафора (у тому числі й через використання ідіоми, стійкого словосполучення чи фразеологічної єдності).
- 2- Посилуюча негативна метафора через використання ідіоми.
- 3- Оціночна соціально-правова метафора.
- 4- Оцінка через знижений смисл слів.
- 5- Оцінка через вказування на неповноцінність процесу, явища.
- 6- Метафора високого стилю.

7- Релігійно-ментальна метафора (Біблійна метафора).

Діаграма 2.

Результати аналізу
та інтерпретації показників табл. 2
(види одиниць семіотичного типу)



Примітки:

- 1- Знак-ярлик.
- 2- Знак-оцінка.
- 3- Знак-вихваляння.
- 4- Знак-підтримка.
- 5- Знак-попередження.
- 6- Знак жорсткої критики та ревізійонізму.
- 7- Знак-констатація негативу (18,8 %).
- 8- Знак-прогноз.

- 9- Знак-переживання, хвилювання.
- 10- Знак-констатація позитиву.

ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ІНМУТАЦІЇ У ПРОЦЕСІ ЕКСПЛІКАЦІЇ ЕФЕКТУ СЕМАНТИЧНИХ “НОЖИЦЬ” У ЗМІ

Проблема маніпулювання свідомістю масового споживача інформації розглядається не вперше (див.: [2; 4; 8; 9; 10; 11; 20; 21; 23] та ін.) і, на наш погляд, потребує певних пояснень у плані термінології та дефініцій. Згідно зі словником термін “маніпуляція” в основному своєму значенні тлумачиться як “рух рук, пов’язаний з виконанням певної задачі, наприклад, під час управління певним пристроєм” [22, с. 300]. Похідним значенням терміну слід вважати таке пояснення: “демонстрування фокусів, що базується в основному на спритності рук, вмінні відволікти увагу глядачів від того, що повинно бути прихованим від них” [там же]. Непряме значення - “махінація, шахрайство” [там же]. У розділі ми використовуємо термін «маніпуляція» перш за все у непрямому його значенні. Також робимо спробу відслідкувати й описати процеси “непомітного” переходу непрямого значення терміну в основне. Такий “перехід” іноді суттєво змінює бачення та тлумачення тих процесів, що описують ситуацію у ЗМІ після помаранчевої революції в Україні. Термін “інструмент маніпуляції ЗМІ” запропонований у науковий обіг раніше [23] і є складовою загального поняття “Модель формування іміджу політиків у ЗМІ” [там же].

Проблема функціонування у інформаційному просторі “семантичних ножиць” як інструменту маніпуляції засобів масової інформації (ЗМІ) полягає у такому.

За шість місяців (січень – серпень 2005 року) після помаранчевої революції в Україні в інформаційний простір різними ЗМІ (газети, журнали, Інтернет-видання, телевізійні вістівні програми) пропонується велика кількість повідомлень про арешти, притягнення до карної відповідальності

представників “старої” – кучмівської – влади. Серед таких у минулому провладних і заможних політиків та підприємців відомі у країні фігуранти: Л. Кучма, В. Янукович, В. Медведчук, І. Бакай, Н. Шуфрич, Б. Колесник, І. Різак, М. Швець, Р. Ахметов, М. Засуха та ін.

В інформаційному просторі, з одного боку, “нова” влада порушила велику кількість карних справ проти корупціонерів кучмівського режиму і назвала низку гучних розслідувань “боротьбою з корупцією”. З іншого боку, представники “старої” влади, потерпаючи від “прискіпливості” “силових” структур “нової” влади, і, групуючись навколо двох політичних сил, а саме – СДПУ(о) і Партії регіонів, назвала такий процес “політичними переслідуваннями”. Один і той же процес гучних карних справ в Україні називається представниками двох основних опозиційних одна до однієї політичних сил по-різному. Семантика терміну “боротьба з корупцією” та “політичні переслідування” різна. Процес – один. У результаті в мас-медійному просторі України утворюються семантичні “ножиці” чи смислові незіткнення.

Споживач масової інформації, яким є кожний з українців, не знаючи подробиць, уводиться в оману. Таким чином, відбувається маніпуляція увагою та смислами. Така маніпуляція має три протилежних вектори.

Перший вектор: можна передбачити, що дві основні у цій ситуації політичні сили України навмисно відводять увагу споживача інформації від більш актуальних проблем реформації суспільства – від вирішення проблем соціального забезпечення, від налагодження проблем з постачанням газу, від проблем з недостатньою кількістю цукру на ринку та таке ін. Іншими словами, опозиційні сили - з одного боку, СДПУ(о), Партія регіонів та, з іншого боку, блок “Наша Україна”, БЮТ, Народна партія маніпулюють суспільством.

Другий вектор: усі ЗМІ, отримавши жадану “свободу слова”, подають інформацію про гучні карні справи саме таким чином, щоб утворити у суспільства враження про повний безлад та хаос в Україні. Це – також маніпуляція свідомістю масового споживача інформації.

Третій вектор: певні ЗМІ ще залишаються під впливом політичних орієнтацій володарів контрольного пакету їх акцій і саме тому змушені подавати інформацію, “озираючись” на “господарів”. У результаті такого упередженого й однобокого висвітлення подій один і той же процес називається різними словами. Такий процес Г. Почепцов [18] називає “наклеювання ярликів”. Але незважаючи на назви і терміни, якими визначено згаданий процес, на лице той же маніпулятивний аспект таких дій ЗМІ.

Попри сказаного, слід зауважити також, що існує ще й проблема підходів в аналізі процесів та засобів маніпулювання в інформаційному просторі свідомістю масового споживача. Так, можна розглядати висвітлення у ЗМІ гучних карних справ як процес маніпуляції самими засобами масової інформації, але можна розглядати таке висвітлення як процес маніпулювання, організований тими ж ЗМІ.

Результатом такої маніпуляції є подальше розмежування та негативна диференціація східно-північного та західно-південного регіонів України за “кольоровою” ознакою. У будь-якому плані маніпулювання ЗМІ (або з боку ЗМІ) веде до негативних наслідків у суспільстві.

Враховуючи сказане вище, ми сформулювали об’єкт, предмет та гіпотезу свого дослідження.

Об’єкт дослідження: ефект семантичних “ножиць” в інформаційних текстах ЗМІ України.

Предметом дослідження є психолінгвістичні особливості експлікації ефекту семантичних “ножиць” в інформаційних матеріалах ЗМІ України.

Гіпотеза: ефект семантичних “ножиць” в інформаційних матеріалах ЗМІ України експлікується завдяки психолінгвістичним особливостям. Серед психолінгвістичних особливостей такі: 1) збільшена частотність вживання лексики на кшталт: “корупція”, “боротьба”, “політичні переслідування”, “арешт”, “обшук”, “хабарництво”, “здирництво”, “інкримінується”, “вбивство”, “резонанс”, “Кучма”, “Медведчук”, “Різак”, “Янукович”, “Колесник”, “Бакай”, “Ахметов”; 2) збільшена частотність вживання речень, в яких критикується “стара” влада; 3) перебільшена кількість вживання речень, в яких “нова” влада подається з позитивного боку.

Методи дослідження:

- гіпотетико-дедуктивний метод,
- порівняльний метод,
- контент-аналіз,
- кількісний та якісний аналіз,
- дистрибутивний аналіз (див.: “Пояснення” наприкінці розділі).

Методикою дослідження ми обрали ряд таких процедур:

- 1) детальне визначення таких термінів: “політичне переслідування” і “боротьба з корупцією” в Україні після помаранчевої революції (січень – серпень 2005 року);
- 2) аналіз ЗМІ (тижневі газети “Дзеркало тижня”, “Персонал плюс”, журнал “Корреспондент”) та відбір з них стимульних матеріалів (текстів), що відбивають інформацію про боротьбу з корупцією, про політичні переслідування в Україні після помаранчевої революції у період з січня по серпень 2005 року;

- 3) відбір інформаційних матеріалів (текстів) за такими жанрами: інформаційне повідомлення (замітка без автора), аналітична розділ, нарис, інтерв'ю;
- 4) за допомогою контент-аналізу пошук у стимульних матеріалах (текстах) конкретних психолінгвістичних одиниць, які маркують ефект семантичних “ножиць” у ЗМІ на фоні подавання інформації про боротьбу з корупцією та про політичні переслідування в Україні після помаранчевої революції у період з січня по серпень 2005 року;
- 5) класифікація знайдених психолінгвістичних одиниць, які маркують ефект семантичних “ножиць” у ЗМІ в контексті боротьби з корупцією та політичних переслідувань в Україні (січень – серпень 2005 року);
- 6) формулювання висновків щодо організованого та проведеного дослідження.

Критерії відбору стимульних матеріалів:

- 1) стимульними матеріалами (тексти) можуть бути розташовані у щоденних та щотижневих газетах, журналах, телепередачах;
- 2) згадані у п.1) стимульні матеріали (тексти) повинні бути датованими січнем – серпнем 2005 року;
- 3) у якості предмета аналізу повинні виступати тексти (у газетах, журналах) чи тексти усних повідомлень ведучих інформаційних телепрограм (новини);
- 4) кількість інформаційних матеріалів (текстів) повинна складати число не менше 10;
- 5) обсяг одного аналізованого інформаційного матеріалу повинний дорівнювати не менш як 100 слів (у друкованих ЗМІ) чи

обмежуватися рамками усного коментарію одного сюжету (у телевізійних ЗМІ та у радіоповідомленнях);

б) мовою інформування може бути українська або російська.

Для аналізу було обрано такі інформаційні матеріали (див.: [16], [14], [19], [17] [5], [15], [7], [1], [24], [13], [3]).

Результати та первинна інтерпретація аналізу були зафіксовані у табл. 1 (див.: Додаток) та діаграмах 1-2.

Інтерпретація одержаних даних.

За результатами, відбитими у табл. 1, було складено діаграму 1 (див.: Додаток), що демонструє співвіднесення показників частотності використання психолінгвістичних маркерів ефекту семантичних “ножиць” у ЗМІ (далі скорочено – ЕСН у ЗМІ).

У діаграмі подано не тільки кількість частотності вживання психолінгвістичних маркерів за 20-тьма критеріями, але й вказано на діапазон норми. Останній розраховувався за такими формулами 1 і 2.

Формула 1 дає уяву про те, як розраховувався середній показник ступеня експлікації психолінгвістичних маркерів ЕСН у ЗМІ.

$$Q = \frac{\Sigma (c_1 c_2 c_3 \dots c_n)}{n_c} \quad (1)$$

де:

Q – середній показник ступеня експлікації психолінгвістичних маркерів ЕСН у ЗМІ;

Σ - знак суми;

$c_1 c_2 c_3 \dots c_n$ – спроба 1 (результати аналізу інформаційних матеріалів за критерієм 1), спроба 2 (результати аналізу інформаційних матеріалів за критерієм 1), спроба 3 (результати аналізу інформаційних матеріалів за критерієм 1), ..., спроба n (результати аналізу інформаційних матеріалів за іншими критеріями);

n_c – загальна кількість спроб (загальний показник суми всіх критеріїв аналізу інформаційних матеріалів).

Підставлення цифр у формулу 1 дало такі результати:

$$Q \frac{845,6 \%}{20} = 42,3 \%$$

Таким чином, нами встановлено, що середній показник ступеня експлікації психолінгвістичних маркерів ЕСН у ЗМІ дорівнює показникові 42,3 %. Іншими словами, норма для 20-ти запропонованих нами критеріїв аналізу складає 42,3 %. Останній показник є середнім і не може задовольнити наш дослідницький запит, тому що для цього потрібний показник діапазону норми.

Для подальших розрахунків нам знадобилося встановити показники діапазону норми за формулою 2.

$$D = \frac{Q}{2} \pm Q, \quad (2)$$

де:

D – показник діапазону норми;

Q - середній показник ступеня експлікації психолінгвістичних маркерів ЕСН у ЗМІ.

Підставимо цифрові показники у формулу 2 і отримаємо:

$$D = \frac{42,3}{2} \pm 42,3 = 21,5 \pm 42,3 = 20,8 \% - 63,8 \%$$

Таким чином, маємо показники діапазону норми для наших 20-ти критеріїв аналізу від 20,8 % до 63,8 % частотності. Всі показники, що перебільшують межі діапазону норми чи “не доходять” до них, не враховуються нами у дослідженні, або вважаються такими, що ігноруються.

Враховуючи дані діаграми 1 (див.: Додаток), ми зафіксували такі особливості:

1) найвищими показниками частотності використання психолінгвістичних маркерів ЕСН у ЗМІ є показники критеріїв 2, 7 і 8 (відповідно: *критерій 2* - “Кількість вживання термінів “політичні переслідування”, “політичні репресії”, “політичне знищення”, “політична помста”, “політичні підстави”, “у карній справі ... є політика ...”, “політика і кримінал у затриманні ...”, “політичну складову виключати не варто...”, “... нова влада робить все, щоб паплюжити ... стару владу ...”, “політичний характер”, “політичний бік питання”, “політичний скандал”, “використання у політичних цілях”, “політичне протистояння”, *критерій 7* - “Кількість критичних, негативних висловлювань щодо діючої влади (на кшталт “... не зовсім продумана та поверхнева стратегія...”, “... замість своєчасних заходів щодо притягнення важливих свідків, міністр Луценко, на жаль, тільки погіршив ситуацію...”)) ” і *критерій 8* - “Кількість критичних, негативних висловлювань щодо політичних фігурантів, що виступають проти “нової”

влади (на кшталт “...буде звинуваченням проти всієї правлячої у Донбасі політичної еліти”);

2) найнижчими показниками частотності використання психолінгвістичних маркерів ЕСН у ЗМІ є показники критеріїв 3, 5, 11 і 19 (відповідно: критерій 3 - “кількість вживання терміну “політичний контроль”, критерій 5 – “кількість вживання кореня слова “інкримін-” , критерій 11 – “кількість випадків вживання слова “обшук”, критерій 19 – “кількість випадків вживання слова “деполітизація”, “декриміналізація”);

3) у діапазон норми частотності використання психолінгвістичних маркерів ЕСН у ЗМІ ввійшли 16 з 20 критеріїв, що складає 80 %;

4) такими, які найбільше наблизилися до середнього (42,3 %) є показники критеріїв 6 (45,5 %), 10 (45,5 %), 12 (54,5 %), 13 (54,5 %), 17 (45,5 %) і 18 (45,5 %): відповідно – критерій 6 “кількість вживання кореня слова “резонанс-” , критерій 10 “кількість випадків вживання слова “допит”, “допитуваний”, “запрошення до прокуратури””, критерій 12 “кількість випадків вживання слова “звинувачення”, “знаходитися під слідством...”, критерій 13 “кількість позитивних висловлювань на адресу нової влади (на кшталт “... стало першим реальним жестом нової влади, який повинний продемонструвати – недоторканих більше немає”, критерій 17 “кількість випадків вживання слова “шахрайство”, “перевищення службових повноважень”, “зловживання службовим, критерій 18 “кількість випадків вживання слова “хабарі”, “хабар”, “хабарництво”;

Для оцінювання співвідношення між собою високочастотних показників діаграми 1 ми використали процедуру їх підсумовування. Сума показників за критеріями 2, 7 та 8 (значення кожного із згаданих критеріїв див. вище у п.1, в якому зафіксовані особливості діаграми 1) дорівнювала 245,5 %. Названу суму ми прийняли за 100 %, після чого розраховали долю кожного з трьох

критеріїв у цих 100 %. Для наочності ми відбили співвідношення у графічній формі - діаграмі 2.

Діаграма 2 присвячена результатам співвідношення високочастотних показників використання психолінгвістичних маркерів ЕСН у ЗМІ. Основними особливостями такого співвідношення ми вважаємо:

1) найвищій (серед трьох згаданих вище) показник (37 %) належить критерієві 8 – “Кількість критичних, негативних висловлювань щодо політичних фігурантів, що виступають проти “нової” влади (на кшталт “...буде звинуваченням проти всієї правлячої у Донбасі політичної еліти”);

2) друге місце посідає показник (33,3 %) за критерієм 7 - “Кількість критичних, негативних висловлювань щодо діючої влади (на кшталт “...не зовсім продумана та поверхнева стратегія...”, “...замість своєчасних заходів щодо притягнення важливих свідків, міністр Луценко, на жаль, тільки погіршив ситуацію...”);

3) третє місце посідає показник (29,6 %) за критерієм 2 - “Кількість вживання термінів “політичні переслідування”, “політичні репресії”, “політичне знищення”, “політична помста”, “політичні підстави”, “у карній справі ... є політика ...”, “політика і кримінал у затриманні ...”, “політичну складову виключати не варто...”, “...нова влада робить все, щоб паплюжити ... стару владу...”, “політичний характер”, “політичний бік питання”, “політичний скандал”, “використання у політичних цілях”, “політичне протистояння”.

Перелічені особливості свідчать, на нашу думку, про досить потужну (дві третини від числа 100 %) критику на адресу як старої влади (більш ніж одна третина), так і на адресу нової влади (рівно третина критичних негативних висловлювань).

Для порівняння показників за критерієм 1 (“Кількість вживання термінів на кшталт “боротьба з корупцією”, “боротьба з олігархами” ...) та за

критерієм 2 (“Кількість вживання термінів на кшталт “політичні переслідування”, “політичні репресії”, “політичне знищення” ...) ми звернулися до діаграми 3, в якій відбили їх співвідношення до суми, а саме: (критерій 1 = 27,3) + (критерій 2 = 72,8) = 100 %. Результат аналізу такого співвідношення показав, що біля $\frac{3}{4}$ від усіх журналістських висловлювань, зафіксованих у аналізованих нами 11 інформаційних матеріалів (текстів) у ЗМІ України відповідають критерієві 2, і тільки $\frac{1}{4}$ інформаційних матеріалів є такими, що відповідають критерієві 1. Іншими словами, домінуючими у аналізованих нами інформаційних матеріалах (текстах) ЗМІ в Україні є висловлення, що можна об’єднати назвою “Політичні переслідування”.

Аналіз співвідношення 13 показників, що увійшли у норму вибірки (тобто ті показники, які увійшли у діапазон 20,8 % - 63,8 %) ми робили за описаною раніше схемою: спочатку підсумовували показники тринадцяти критеріїв (сума дорівнювала 545,7, або 100 %). Після цієї процедури вираховували долю кожного з 13 показників, що графічно відбили у діаграмі 1 (див.: Додатки до статі).

Інтерпретація даних діаграми 1 дає підґрунтя для фіксації таких особливостей:

1) найбільшу долю (11 %) серед тринадцяти критеріїв норми вибірки має критерій 9 – “Кількість словосполучень, структура яких містить основне слово “затримання”, “заарештований”, “витаскати з-за ґрат”, “опинитися за ґратами” (або “арешт”, “міра утримання”, “утримання під охороною”, “брати” - у смислі “заарештовувати”) і залежне слово – прізвище політика”;

2) друге місце мають чотири показники (10 %), а саме: критерії 12, 13, 17 та 18, що відповідно розшифровується як:

- *критерій 12* – кількість випадків вживання слова “звинувачення”, “знаходиться під слідством...”;

- *критерій 13* - кількість позитивних висловлювань на адресу нової влади (на кшталт “... стало першим реальним жестом нової влади, який повинний продемонструвати – недоторканих більше немає”);

- *критерій 17* - кількість випадків вживання слова “шахрайство”, “перевищення службових повноважень”, “зловживання службовим становищем”;

- *критерій 18* - кількість випадків вживання слова “хабарі”, “хабар”, “хабарництво”.

Виокремлені особливості дали нам змогу сформулювати такі **висновки**.

Нами було передбачено, що ефект семантичних “ножиць” в інформаційних матеріалах ЗМІ України експлікується завдяки психолінгвістичним особливостям.

Психолінгвістичними особливостями були визначені такі:

1) збільшена частотність вживання лексики на кшталт: “корупція”, “боротьба”, “політичні переслідування”, “арешт”, “обшук”, “хабарництво”, “здирництво”, “інкримінується”, “вбивство”, “резонанс”, “Кучма”, “Медведчук”, “Різак”, “Янукович”, “Колесник”, “Бакай”, “Ахметов”;

2) збільшена частотність вживання речень, в яких критикується “стара” влада;

3) перебільшена кількість вживання речень, в яких “нова” влада подається з позитивного боку.

Наше передбачення підтвердилося частково.

1. Дійсно, ефект семантичних ножиць присутній у інформаційних матеріалах (текстах) ЗМІ (у нашому випадку в тижневиках “Дзеркало тижня” та “Персонал плюс”, а також у журналі “Корреспондент”).

2. Серед збільшеної частотності згаданих у гіпотезі висловлень та слів дійсно частотними виявилися такі: “політичні переслідування”, “політичні

репресії”, “політичне знищення”, “політична помста”, “політичні підстави”, “у карній справі ... є політика ...”, “політика і кримінал у затриманні ...”, “політичну складову виключати не варто...”, “... нова влада робить все, щоб паплюжити ... стару владу ...”, “політичний характер”, “політичний бік питання”, “політичний скандал”, “використання у політичних цілях”, “політичне протистояння”.

3. Досить високими і частотними у інформаційних матеріалах (текстах) досліджених нами ЗМІ є кількість критичних, негативних висловлювань щодо діючої влади.

4. Самим високим і частотним є кількість критичних, негативних висловлювань щодо політичних фігурантів, що виступають проти “нової” влади.

5. Слід визнати, що реальним є факт частотності вживання речень, в яких “нова” влада подається з позитивного боку, хоча передбачалося, що таких речень буде перебільшена кількість. У такому передбаченні ми виявилися не зовсім близькими до істини.

Окрім висновків, сформульованих у пп. 1-6, ми дійшли необхідності сформулювати ще декілька, які не впливають з висунутого передбачення.

1. Ефект семантичних ножиць фіксується у провладних за своїм характером газетах (тижневики “Дзеркало тижня” і “Персонал плюс”, а також журналі “Корреспондент”).

2. Незважаючи на те, що свого часу, у вирії подій помаранчевої революції в Україні згадані й аналізовані нами тижневики і журнал мали помаранчеву заангажованість, через шість-сім місяців після революції тижневики і журнал фіксують майже один рівень частотності вживання висловлювань двох протилежних характерів, а саме, з одного боку, ЗМІ часто критикують “стару” владу, з іншого боку, майже на тому рівні, з тією ж частотністю

критикують “нову” владу (з різницею у 3 % на користь частішої критики “старої” влади).

Побічним результатом нашого дослідження став висновок про можливість відтворити за допомогою аналізу інформаційних матеріалів (текстів) ЗМІ в Україні (тижневики “Дзеркало тижня” та “Персонал плюс”, журнал “Корреспондент”, що виходили у період з січня по серпень 2005 року) те, що ми у робочому порядку назвали “інформаційним портретом” н’юсмейкерів (або тих, хто утворює інформаційний привід). Отже, інформаційний портрет за згаданий період відтворюють такі масово-комунікаційні одиниці:

- *“політичні переслідування”, “політичні репресії”, “політичне знищення”, “політична помста”, “політичні підстави”, “у карній справі ... є політика ...”, “політика і кримінал у затриманні ...”, “політичну складову виключати не варто...”, “... нова влада робить все, щоб паплюжити ... стару владу ...”, “політичний характер”, “політичний бік питання”, “політичний скандал”, “використання у політичних цілях”, “політичне протистояння”,*
- *“...не зовсім продумана та поверхнева стратегія...”, “... замість своєчасних заходів щодо притягнення важливих свідків, міністр Луценко, на жаль, тільки погіршив ситуацію...”) ”*
- *“...буде звинуваченням проти всієї правлячої у Донбасі політичної еліти”)”;*
- *“боротьба з корупцією”, “боротьба з олігархами”, “боротьба з економічними злочинами”;*
- *“тиск на журналістів”, “політичний тиск”, “... під тиском”, “тиск на колектив”, “тиск на викладачів”;*
- *“резонанс-”;*
- *“затримання”, “заарештований”, “витаскати з-за ґрат”, “опинитися за ґратами” (або “арешт”, “міра утримання”, “утримання під*

охороною”, “брати” - у смислі “заарештовувати”) і залежне слово – прізвище політика;

- “допит”, “допитуваний”, “запрошення до прокуратури”;
- “звинувачення”, “знаходиться під слідством...”;
- “...стало першим реальним жестом нової влади, який повинний продемонструвати – недоторканих більше немає”);
- “...затягування часу дозволило прибічникам заарештованого політизувати справу”);
- “здирництво”, “здирав”;
- “корумпов-”, “корупц-”;
- “шахрайство”, “перевищення службових повноважень”, “зловживання службовим становищем”;
- “хабарі”, “хабар”, “хабарництво”;
- “підписка про невіїзд”, “підозрюваний”.

Організоване нами і проведене дослідження стосується тільки згаданих засобів масової інформації і тільки щодо періоду висвітлення ЗМІ України подій з січня по серпень 2005 року.

1. Бондаренко Е. Двойные стандарты власти // Корреспондент. – 2005. - № 19. – С. 40.
2. Брехаря С. Масова свідомість та ЗМІ // Сучасна інформаційна політика. – К., 1999. – С. 178-180.
3. Бутусов Ю. “Менти” проти “Бригади”. Перша серія // Дзеркало тижня. – № 13. – 9 квітня 2005 року. – С. 2.
4. Владимиров В.М. Преса тоталітарної моделі: насильство над свободою інтерпретації // Наукові записки Інституту журналістики. – 2002. - Т. 5. – С. 52-61.
5. У чужому оці ... // Дзеркало тижня. - № 19. – 21 травня 2005 року. – С. 1.

6. Гнатюк А.Д. Средства создания экспрессии и её интенсификация в газетно-журнальных жанрах: Автореф... канд. филол. наук: 10.02.05. – К.: Київський держуніверситет ім. Т.Г. Шевченка, 1984. – 25 л.
7. Григорій Омельченко: “Кучма кинув колишніх партнерів на сотні мільйонів доларів. У кримінальному світі таких речей не прощають” // Персонал плюс. - № 111. 30 березня – 5 квітня 2005. – С. 3. (передрук з: Інформаційний бюлетень, № 10).
8. Гриценко О. Мас-медійні кампанії та проблеми їх застосування в ЗМІ // Публіцистика і політика: Зб. наук. праць. – Вип. 2 / За ред. проф. Шкляра В.І. – К., 2001. – С. 61-64.
9. Дейк Т. ван. Анализ новостей как дискурса // Т. ван Дейк. Язык. Познание. Коммуникация: Пер. с англ./ Сост. В.В. Петрова. - М.: Прогресс, 1989. - С. 111-160.1989;
- 10.Законова А. Засоби масової комунікації: ефективність впливу на аудиторію // Роль ЗМІ в процесах державотворення. – К., 1998.
- 11.Лисенко В. ЗМІ як приклад національної небезпеки // Персонал плюс. - № 29. – 2-8 серпня 2004 року. – С. 4.
- 12.Манипуляція // Словарь иностранных слов. – М.: Рус. яз., 1990. – С. 300.
- 13.Мартин В. Затримання экс-губернатора Закарпаття – торжество справедливості чи полювання на відьом? // Дзеркало тижня. - № 6. – 19 лютого 2005 року.- С. 5.
- 14.Мартин В. Дзвоник для СДПУ(о) // Дзеркало тижня. - № 19. – 21 травня 2005 року. – С. 4.
- 15.Місцезнаходження невідоме // Дзеркало тижня. - № 25. – 2 липня 2005 року. – С.1.
- 16.Мостова Ю. Від кого – щит? Для кого – меч? // Дзеркало тижня. - № 23. – 18 червня 2005 року. – С. 1, 3.
- 17.Перстньова Н. У пастці старої ненависті // Дзеркало тижня. - № 11. – 26 березня 2005 року. – С. 4.

18. Почетцов Г.Г. *Теория массовой коммуникации*. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2001. – 656 с.
19. Примаченко А. Юрій Луценко: “Ми не були готові до війни” // *Дзеркало тижня*. - № 18. – 14 травня 2005. – С. 8
20. Різун В.В. *Маси: Тексти лекцій*. – К.: Київський університет, 2003. – 118 с.
21. Серажим К. *Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність (на матеріалах сучасної газетної публіцистики): Монографія / За ред. В. Різуна / Київський національний університет імені Тараса Шевченка*. – К., 2002. – 392 с.
22. *Словарь иностранных слов*. – М.: Рус. яз., 1990. – 624 с.
23. Холод О.М. *ЗМІ та імідж політиків: Монографія / За ред. проф. В.В. Різуна / Київський національний університет імені Тараса Шевченка*. – К., 2004. – 343 с.
24. Шевченко А. *Закарпатський детектив // Корреспондент*. – 2005. - № 19. – С. 36-37.

ДОДАТКИ

Таблиця 1.

Результати

аналізу інформаційних матеріалів (текстів) у ЗМІ України

на теми “Боротьба з корупцією” та

“Політичні переслідування”

(за період з січня по серпень 2005 року)

№ п/ п	Критерії аналізу	Коди інформаційних Матеріалів												Всього		
		А	Б	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		11	12
				1558/ 83	242/1 1	1786/8 3	208/9	1331/5 0	1168/ 51		1724/1 08	1954/1 19	3771/246	1034/6 0	749/65	
1.	Кількість вживання			2/0,12	-	-	1/0,48 %	-	-		1/0,05	-	-	-	-	27,3 %

	терміну “боротьба з корупцією”, “боротьба з олігархами”, “боротьба з економічни ми злочинами”		8 %							%				
2.	Кількість вживання терміну “політичні переслідува ння”, “політичні репресії”, “політичне знищення”, “політична помста”, “політичні підстави”, “у карній справі ... є політика ...”, “політика і кримінал у затриманні ...”;		1/0,06 %	1/0,4 1 %	2/0,11 %	-	3/0,22 %	2/0,1 7 %	-	2/0,1 %	-	5/0,48 %	7/0,93 %	72,8 %

4.	Кількість вживання терміну “тиск на журналістів”, “політичний тиск”, “... під тиском”, “тиск на колектив”, “тиск на викладачів”		2/0,13 %	1/0,4 1 %	-	-	5/0,37 %	-	-	-	-	1/0,1 %	-	36,4 %
5.	Кількість вживання кореня слова “інкримін-”		2/0,12 8 %	-	-	-	-	1/0,05 %	-	-	-	-	-	18,2 %
6.	Кількість вживання кореня слова “резонанс-”		3/0,19 2 %	-	-	-	2/0,1 7 %	-	-	7/0,18 %	3/0,3 %	2/0,26 %	45,5 %	
7.	Кількість критичних, негативних		18/21,6 8 %	9/81, 8 %	16/19,3 %	-	5/10 %	-	7/6,5 %	4/3,36 %	36/14,6 %	5/8,3 %	40/61,5 %	81,8 %

	висловлювань щодо діючої влади (на кшталт "... не зовсім продумана та поверхнева стратегія...", "... замість своєчасних заходів щодо притягнення важливих свідків, міністр Луценко, на жаль, тільки погіршив ситуацію...")													
8.	Кількість критичних, негативних висловлювань щодо політичних фігурантів, що виступають проти	8/9,63 %	-	19/22,9 %	3/33,3 %	13/26 %	23/45,1 %	34/31,5 %	27/22,7 %	46/18,7 %	42/70 %	4/6,15 %	90,9 %	

	“нової” влади (на кшталт “...буде звинуваченн ям проти всієї правлячої у Донбасі політичної еліти”)														
9.	Кількість словосполуч ень, структура яких містить основне слово “затримання ”, “заарештова ний”, “витаскати з-за ґрат”, “опинитися за ґратами” (або “арешт”, “міра утримання”, “утримання під		4/7,23 %	-	-	-	6/12 %	14/27 ,4 %	2/1,8 %	-	2/0,8 %	15/25 %	1/1,53 %	63,6 %	

	охороною”, “брати” - у сміслі “заарештову вати”) і залежне слово – прізвище політика														
10	Кількість випадків вживання слова “допит”, “допитувани й”, “запрошенн я до прокуратури ”		3/0,19 2 %	-	-	-	3/0,22 %	-	2/1,8 %	-	--	1/0,1 %	3,0,4 %	45,5 %	
11	Кількість випадків вживання слова “обшук”		1/0,06 %	-	-	-	-	-	-	-	-	--	1,0,13 %	18,2 %	
12	Кількість випадків вживання слова “звинувачен		3/0,19 2 %	-	-	-	1/0,07 %	2/0,1 7 %	1/0,05 %	-	1/0,02 %	3/0,3 %	-	54,5 %	

	ня”, “знаходитис я під слідством...”													
13	Кількість позитивних висловлюва нь на адресу нової влади (на кшталт “... стало першим реальним жестом нової влади, який повинний продемонст рувати – недоторкани х більше немає””)		12/14, 45 %	-	-	-	3/0,22 %	1/0,0 8 %	1/0,9 %	-	16/6,5 %	1/1,6 % %	-	54,5 %
14	Кількість позитивних висловлюва нь на адресу старої влади (на кшталт “... затягування часу		4/4,81 %	-	-	-	2/0,15 %	-	-	-	-	-	3/ 4,6 %	27,3 %

	дозволило прибічника м заарештован ого політизуват и справу”)													
15	Кількість випадків уживання слова “здирництво ”, “здирав”		1/0,06 4 %	-	-	-	-	2/0,1 7 %	-	-	1/0,02 %	-	2/0,26 %	36,4 %
16	Кількість випадків уживання кореня слів “корумпов- ”, “корупц-”		1/0,06 4 %	-	-	-	1/0,07 %	-	1/0,05 %	-	-	-	-	27,3 %
17	Кількість вживання слова “шахрайств о”, “перевищен ня службових повноважен ь”,		-	-	1/0,05 %	-	2/0,15 %	1/0,0 8 %	2/0,12 %	-	-	1/0,1 %	-	45,5 %

	“зловживання службовим становищем”														
18	Кількість випадків вживання слова “хабарі”, “хабар”, “хабарництво”		-	-	2/0,11 %	-	1/0,07 %	1/0,08 %	7/0,4 %	-	-	1/0,1 %	-	45,5 %	
19	Кількість випадків вживання слова “деполітизація”, “декриміналізація”		-	-	-	-	-	-	-	-	2/0,05 %	-	-	9 %	
20	Кількість випадків вживання слів “підписка про невіїзд”, “підозрюваний”		3/0,19 %	-	-	-	1/0,07 %	2/0,17 %	-	-	-	3/0,3 %	-	36,4 %	

				1	2	3		5	6						
--	--	--	--	---	---	---	--	---	---	--	--	--	--	--	--

Примітки:

А – загальна кількість слів у тексті;

Б – загальна кількість речень у тексті;

1 - Бутусов Ю. “Менты” против “Бригады”. Первая серия // Зеркало недели. – № 13. – 9 апреля 2005 года. – С. 2.

2 - В чужом глазу ... // Зеркало недели. - № 19. – 21 мая 2005. – С. 1.

3 - Григорій Омельченко: “Кучма кинув колишніх партнерів на сотні мільйонів доларів. У кримінальному світі таких речей не прощають” // Персонал плюс. - № 111. 30 березня – 5 квітня 2005. – С. 3. (передруку з: Інформаційний бюлетень, № 10).

4 - Мартин В. Задержание экс-губернатора Закарпатья – торжество справедливости или охота на ведьм? // Зеркало недели. - № 6. – 19 февраля 2005 года.- С. 5.

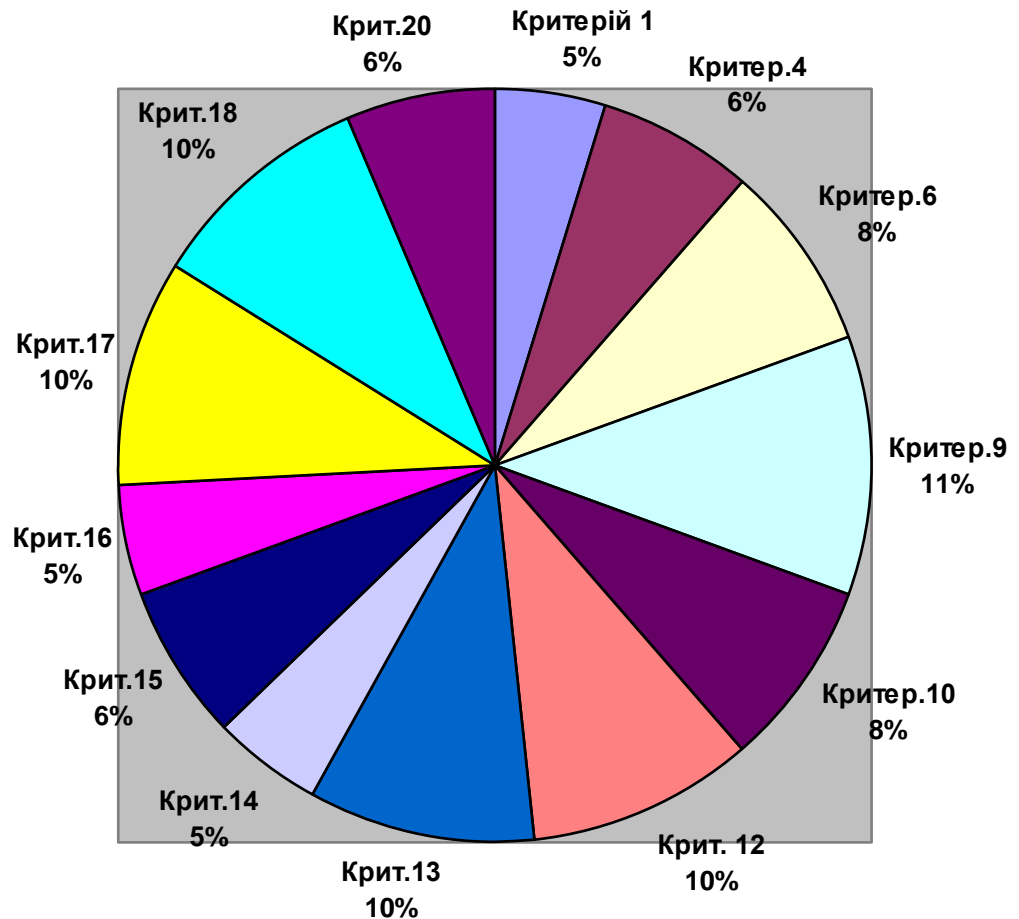
5 - Мартин В. Звонок для СДПУ(о) // Зеркало недели. - № 19. – 21 мая 2005. – С. 4.

6 - Местонахождение неизвестно // Зеркало недели. - № 25. – 2 июля 2005. – С.1.

7 - Мостовая Ю. От кого – щит? Для кого – меч? // Зеркало недели. - № 23. – 18 июня 2005. – С. 1, 3.

- 8 - Перстнёва Н. В ловушке старой ненависти // Зеркало недели. - № 11. – 26 марта 2005 года. – С. 4.
- 9 - Примаченко А. Юрий Луценко: “Мы не были готовы к войне” // Зеркало недели. - № 18. – 14 мая 2005. – С. 8
- 10 - Шевченко А. Закарпатский детектив // Корреспондент. – 2005. - № 19. – С. 36-37.
- 11 - Бондаренко Е. Двойные стандарты власти // Корреспондент. – 2005. - № 19. – С. 40.

Діаграма 1. Результати співвідношення 13 показників, що увійшли у "норму вибірки".



Примітки:

Крит.1- “Критерій 1 - кількість вживання терміну “боротьба з корупцією”, “боротьба з олігархами”, “боротьба з економічними злочинами”;

Крит.4 - “Критерій 4 - кількість вживання терміну “тиск на журналістів”, “політичний тиск”, “... під тиском”, “тиск на колектив”, “тиск на викладачів”;

Крит.6 – “Критерій 6 - кількість вживання кореня слова “резонанс-”;

- Крит.9 – “Критерій 9 - Кількість словосполучень, структура яких містить основне слово “затримання”, “заарештований”, “витаскати з-за ґрат”, “опинитися за ґратами” (або “арешт”, “міра утримання”, “утримання під охороною”, “брати” - у смислі “заарештовувати”) і залежне слово – прізвище політика;
- Крит.10 – “Критерій 10 - Кількість випадків вживання слова “допит”, “допитуваний”, “запрошення до прокуратури”;
- Крит.12 – “Критерій 12 - Кількість випадків вживання слова “звинувачення”, “знаходиться під слідством...”;
- Крит.13 – “Критерій 13 - Кількість позитивних висловлювань на адресу нової влади (на кшталт “... стало першим реальним жестом нової влади, який повинний продемонструвати – недоторканих більше немає”);
- Крит.14 – “Критерій 14 - Кількість позитивних висловлювань на адресу старої влади (на кшталт “... затягування часу дозволило прибічникам заарештованого політизувати справу”);
- Крит.15 – “Критерій 15 - Кількість випадків уживання слова “здирництво”, “здирав”;
- Крит.16 – “Критерій 16 - Кількість випадків уживання кореня слів “корумпов-”, “корупц-”;
- Крит.17 – “Критерій 17 - Кількість випадків вживання слова “шахрайство”, “перевищення службових повноважень”, “зловживання службовим становищем”;
- Крит.18 - “Критерій 18 - Кількість випадків вживання слова “хабарі”, “хабар”, “хабарництво”;
- Крит.20 – “Критерій 20 - Кількість випадків вживання слів “підписка про невиїзд”, “підозрюваний”.

СПЕЦИФІКА ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ РИТОРИЧНОЇ МАНІПУЛЯЦІЇ ЗМІ

Проблема специфіки використання інструментів риторичної маніпуляції у засобах масової інформації (надалі – ЗМІ) обговорюється не вперше, чому підтвердженням є коло досліджень [1, 3, 11, 15, 16, 18 та ін.]. Сутність проблеми полягає у такому. ЗМІ, використовуючи певну парадигму спеціальних засобів і прийомів риторики (наприклад, еліпсис, літоту, синонімію без загальної морфологічної основи, інверсію, хіазм, метонімію, притчу, гіперболу та таке інше), здійснюють цілеспрямований і корисливий вплив на масового споживача інформації. Подібне негативне використання (маніпулювання) риторичних (-ми) засобів (-ами) ЗМІ не може бути розкодovаним пересічним реципієнтом. Поступово маніпулювання утворює у його свідомості негативний фрагмент картини світу, який змінює акценти як у сприйнятті реальних подій, так і прийнятті рішень щодо реагування на них. Таким чином, утворюється хибний по відношенню до об'єктивної істини стан речей. Вирішення існуючої проблеми може бути знайдено: по-перше, через пошук і точну ідентифікацію інструментів риторичної маніпуляції у ЗМІ; по-друге, через адекватний дійсності опис параметрів згаданого інструментарію; по-третє, через виявлення тих закономірностей функцій інструментарію, які можуть створити уявлення про повний масштаб системи інструментів риторичної маніпуляції у ЗМІ.

У колі згаданих робіт новим елементом, який аналізується у нашому дослідженні, є не тільки пошук та опис конкретних інструментів риторичної маніпуляції у фрагментах текстів політика І. Сталіна, який вільно маніпулював історичними фактами та давав “свою” специфічну оцінку реальності. Розділ також спрямована на дослідження шляху використання

засобів риторичної маніпуляції під час конкретного історичного часу, який у радянській періодиці посів своє чільне місце під назвою “другий Великий Жовтень”, або “друга революція”, або “революція Сталіна на селі”. У підручниках історії України такий період називався за часи соціалізму терміном “колективізація”. Сучасні історики, що є авторами вузівських підручників з історії України, пропонують період 1929-1930 років називати “політикою комуністичного штурму з примусовою продрозкладкою, заборонаю торгівлі, картковою системою для міського населення, інфляційним випуском паперових грошей, експропріацією (розкуркуленням) найзаможніших селянських господарств і примусовим об’єднанням майже всіх інших категорій селянства в колективні господарства, утворювані з метою зручнішого здійснення продрозкладки” [7, с. 195]. Інші дослідники називають період кінця 20-х – початку 30-х років в історії УРСР терміном “примусова колективізація”, яка “фактично встановила рабовласницьку систему та влаштувала голодомор на селі, напіввійськовий стан на виробництві – у містах” [6, с. 43]. Соціально-економічний жах на селі періоду 1929-1930 рр. сьогодні дослідники називають «прямим примусом селян до об’єднання у колгоспи» [4, с. 168]. «На початку березня 1930 р. були спроби дещо виправити становище: в газетах надрукували примірний статут сільгоспартілі, а також статтю Сталіна «Запаморочення від успіхів»; незабаром вийшла спеціальна постанова ЦК партії, яка засуджувала практику насильницької колективізації. Почався масовий вихід селян із колгоспів, який тривав до осені 1930 р.» [4, с. 168].

Орест Субтельний називає процес примусової колективізації “перетвореннями на селі”: «... Друга революція супроводжувалася такою, жорстокістю й страхіттями, що її можна назвати не інакше, як військовою режимом проти селянства. По суті, не буде перебільшенням сказати, що

колективізація з її спустошливими наслідками стала однією з найжахливіших подій в українській історії” [14].

Аналіз декількох історичних джерел, авторів яких згадано вище, а також у списку використаних джерел, говорить про те, що при радянській владі (період з 26 жовтня 1917 року до 24 серпня 1991) історичні джерела називали зазначений період 1929-1930 рр. високими панегіричними термінами – метафорами, що з успіхом використовували ЗМІ, на кшталт: “другий Великий Жовтень”, “Великий Жовтень на селі”, “друга революція”, “Сталінська революція на селі”, “Великий злам”, “Великий прорив”, “сільськогосподарський стрибок” та таке інше. За часи після проголошення Акту незалежності України (після 24 серпня 1991 року) історики дійшли висновків про необхідність зміни терміну та його семантичного наповнення. Тепер замість таких риторичних засобів маніпуляції, як панегіричні хвалькуваті лексеми-метафори у ЗМІ (на радіо, на телебаченні, у газетах та журналах), а також на сторінки наукової та навчально-методичної літератури виходять терміни “примусова колективізація”, “примусове об’єднання майже всіх категорій селянства в колективні господарства”, «прямий примус селян до об’єднання у колгоспи», “найжахливіша подія в українській історії” та таке інше. Очевидним є той факт, що зміна соціально-економічного устрою держави потягла за собою об’єктивний перегляд системи цінностей громадян України. У свою чергу останнє сприяло змінам в оцінках історичного періоду примусової колективізації 1929-1930 років у СРСР. Таким чином, використання владою у ЗМІ певних ідеологемних історичних термінів має вплив на сприйняття масовим споживачем інформації. Таке використання відбувається при зверненні до мовних ресурсів, до інструментарію риторики. До того ж, якщо таке використання наслідує корисливі цілі, ми маємо називати його риторичним маніпулюванням. Якщо риторичне маніпулювання відбувається у ЗМІ, навіть при об’єктивних умовах

неможливості громадського протистояння їх керівників, ми змушені називати такий процес риторичною маніпуляцією у ЗМІ. Іншими словами, риторичною маніпуляцією у ЗМІ ми вважаємо процеси корисливого впливу на свідомість масового споживача інформації через систему риторичних прийомів.

Пошук, виокремлення та опис у нашому дослідженні інструментів риторичної маніпуляції І. Сталіна у період друку його статей у газеті “Правда” з листопада 1929 року до березня 1930 року пов’язані з важливими науковими та практичними завданнями, серед яких:

- 1) номенклатуризація інструментарію риторичного маніпулювання у ЗМІ, що у свою чергу дозволить вирішити такі задачі:
- 2) пошук прийомів нівелювання наслідків риторичного маніпулювання у ЗМІ;
- 3) зменшення можливого негативного впливу на масову свідомість наслідків риторичного маніпулювання у ЗМІ.

Якщо раніше, наприклад, у згаданих вище дослідженнях, ставилося питання про опис інструментів риторичної маніпуляції, у нашому дослідженні зроблено крок уперед завдяки деталізації та номіналізації (іменуванню) конкретних інструментів риторичної маніпуляції у ЗМІ, що активно вживалися у історичний період 1929-1930 років у центральній пресі УРСР. До того ж, наше дослідження сприяє пошуку діапазону функціонування тих конкретних інструментів риторичної маніпуляції, які будуть винайдені та описані.

Об’єктом свого дослідження ми виокремили такий: риторична маніпуляція у газеті “Правда” у період примусової колективізації в Україні 1929-1930 років.

Предмет дослідження: специфіка використання інструментів риторичної маніпуляції ЗМІ, які змінили акценти сприйняття масовим споживачем інформації історичних подій примусової колективізації (1929-1930 рр.).

Гіпотеза дослідження: використання інструментів риторичної маніпуляції у ЗМІ (газета “Правда”) під час подій примусової колективізації 1929-1930 років має специфіку, що зумовлена як суб’єктивними, з боку І.В. Сталіна, так і об’єктивними, з боку суспільно-історичної ситуації, причинами.

Мета: довести, що специфіка використання інструментів риторичної маніпуляції у ЗМІ (газета “Правда”) під час подій примусової колективізації 1929-1930 років зумовлена як суб’єктивними, з боку І.В. Сталіна, так і об’єктивними, з боку суспільно-історичної ситуації, причинами.

Визначені гіпотеза та мета дозволили нам виокремити методи дослідження. Ефективними для свого дослідження ми вважаємо такі **методи:** аналіз документів, порівняльний метод, гіпотетико-дедуктивний метод, кількісний та якісний аналіз одержаних даних.

Методикою дослідження була низка таких процедур:

- 1) пошук у архівах України статей І. Сталіна “Рік Великого зламу” та “Запаморочення від успіхів”, що надруковані у газеті “Правда” за 1929 і 1930 роки, а також пошук інших документів зазначеного періоду, в яких яскраво відбито політику примусової колективізації селян;
- 2) виокремлення в архівних текстах тих одиниць, які можна кваліфікувати як “інструменти риторичної маніпуляції у ЗМІ”;
- 3) порівняння інструментів, які ми виокремили, з тими, які вже описані й ідентифіковані у дослідженнях наших попередників;

4) у випадку, якщо під час описаних дослідницьких процедур ми не знаходимо таких інструментів риторичної маніпуляції у ЗМІ, які вже є в існуючих на сьогодні класифікаціях, ми робимо власний оригінальний опис та іменування винайдених інструментів, а також визначаємо їх місце у системі інструментарію риторичної маніпуляції у ЗМІ.

Фрагменти текстів, які ми знайшли у архівах та на сторінках історичних джерел, подаються наприкінці розділі у Додатках. Серед доступних нам документів періоду примусової колективізації ми виокремили такі (див.: Додатки):

- 1) фрагмент розділі І. Сталіна «Год Великого перелома» [12] (далі – Документ А);
- 2) фрагмент звіту у ЗМІ (газета «Правда») про виступ І. Сталіна на XVI з'їзді ВКП(б) 13.06.1930 [1] (далі – Документ Б);
- 3) фрагмент звіту у ЗМІ (газета «Правда») про виступ І. Сталіна на Всесоюзній конференції аграрників-марксистів (27.12.1929) [1] (далі – Документ В);
- 4) фрагмент таємної директиви Секретаріату Центрального Комітету ВКП(б) про класову війну проти кулаків (1929) (за свідченнями А. Буллока [1], складена І. Сталіним) (далі – Документ Д);
- 5) фрагмент розділі І. Сталіна «Головокружение от успехов» [13] (далі – Документ Е).

Інтерпретація одержаних даних здійснювалася таким чином.

Ми визначили діапазон тих інструментів риторичної маніпуляції ЗМІ (далі скорочено ІРМ-ЗМІ), які зустрічаються у п'яти знайдених нами фрагментах архівних документів (Див.: Додатки). Серед таких були: паралелізм, умовність, риторичне питання з дискурсивно зайвою відповіддю, подвійне заперечення, заперечна частка НЕ, заперечний префікс НЕ-,

заперечна частка НІ, заперечний префікс НІ-, слова заперечення, слова з позитивною семантикою, семми негативного значення, слова заперечення (рос.: нет, неизбежно, нередко, недооценить, недостойные, нельзя и т.п.), речення з повторенням головного слова одного із словосполучень; висока частотність іменників з морфемою (суфіксом) -ЕНИЕ-, що означають абстрактну дію (стан), предмет як результат дії (стану) [17, с. 65-66]; речення, в яких вживається конструкція типу “.. от ... до ...”; умовне складнопідрядне речення (“Если..., то...”).

Нижче ми здійснюємо найменування ІРМ-ЗМІ, визначення дефініцій та аналіз частотності їх вживання.

1. Паралелізм – інструмент риторичної маніпуляції ЗМІ, що фіксує вживання у двох та більше реченнях, які будуються одне за одним поспіль, синтаксичної конструкції, що повторюється і яка починається однаковим словом (-ами), або синтаксичною єдністю, або ідіомою, або фразеологізмом. Паралелізм частіше маркірує прагнення оратора закарбувати у свідомості реципієнта головну думку, яку оратор “проводить” червоною ниткою через весь корпус тексту. Паралелізм свідчить про жорстку настанову оратора, про волелюбство й уміння досягати поставленої мети.

У прикладі, що ми наводимо далі, слова, які реалізують паралелізм як інструмент риторичної маніпуляції ЗМІ, підкреслені: “Наступать на кулачество – это значит сломить кулачество и ликвидировать его как класс... Наступать на кулачество – это значит подготовиться к делу и ударить по кулачеству...” [1].

Для виокремлення і фіксації випадків вживання паралелізму у тексті документів ЗМІ ми звернулися до коефіцієнту частотності (А - альфа) вживання ІРМ-ЗМІ у тексті документу який знаходиться за формулою 1:

$$A_B = \eta \quad (1)$$

де:

A_B – коефіцієнт альфа, або коефіцієнт частотності вживання ІРМ-ЗМІ;

λ (ламда) – кількість паралельних конструкцій (одна паралельна конструкція повинна мати не менше як 2 однакових елементи: або слова, або синтаксичні єдності, або ідіоми, або фразеологізми) у документі В;

η (ні) – загальна кількість речень у документі В .

При підрахуванні показника коефіцієнта A_B ми маємо таке співвідношення:

$$\underline{2}$$

$$A = \frac{2}{5} = 0,4$$

Наступний ІРМ-ЗМІ, який ми виокремили, є “Умовність”.

2. Умовність це інструмент риторичної маніпуляції ЗМІ, який передбачає вживання синтаксичних конструкцій з парним сполучником “Якщо ..., то ...” у рамках складнопідрядного речення з підрядним умови і який при високій частотності вживання фіксує невпевненість оратора у тому, про що він повідомляє.

Приклад (мовою оригіналу – рос.):

“Если конфискация земли у помещиков была первым шагом в Октябрьской революции в деревне, (то – О.Х.) переход к колхозной системе является вторым и решительным шагом, который отмечает наиболее важную стадию в строительстве основ социалистического общества в СССР» [1].

При аналізі частотність вживання інструменту риторичної маніпуляції ЗМІ “умовність” ми звернулися до формули 1. При підрахуванні показника коефіцієнта A_B ми одержали число – 1.

3. Наступним ІРМ-ЗМІ є **риторичне питання з дискурсивно зайвою відповіддю**, який ми називаємо інструментом риторичної маніпуляції ЗМІ, що фіксується у формулюванні питання, на яке хоча й не потрібно, але подається відповідь.

Приклад (мовою оригіналу – рос.):

«Кому нужны эти искривления, это чиновничье декретирование колхозного движения, эти недостойные угрозы по отношению к крестьянам? Никому, кроме наших врагов!» [13].

Аналіз частотності вживання ІРМ-ЗМІ “Риторичне питання з дискурсивно зайвою відповіддю” здійснювався також за формулою 1 і дорівнював 0,28 (округлено 0,3).

4. Подвійне заперечення (НЕ) - інструмент риторичної маніпуляції ЗМІ, який передбачає дубльоване вживання заперечної частки (НЕ), що за семантикою означає ствердження: подвійне заперечення (скорочено - ПЗ) (НЕ), або – ПЗ є прийомом підсиленого впливу на свідомість споживача інформації.

Приклад:

“... Продвижение к социализму не может не привести к сопротивлению этому продвижению со стороны эксплуататорских элементов (то есть кулаков), а сопротивление эксплуататоров не может не вызывать неизбежное усиление классовой борьбы» [1].

За формулою 2, що подається нижче, ми визначили коефіцієнт A_d (альфа), або коефіцієнт частотності вживання у тексті документу D такого ІРМ-ЗМІ, як “Подвійне заперечення (НЕ)”:

$$A_d = \frac{\lambda}{\zeta} \quad (2)$$

де:

A_d – коефіцієнт альфа, або коефіцієнт частотності вживання ІРМ-ЗМІ;

λ (ламда) – кількість випадків вживання ІРМ-ЗМІ “Подвійне заперечення” у

документі;

ζ (ксі) – загальна кількість слів у документі.

Такий показник частотності (A_d) вживання ІРМ-ЗМІ “Подвійне заперечення (НЕ)” дорівнює 0,13 за формулою 2.

5. Заперечлива частка НЕ - інструмент риторичної маніпуляції ЗМІ, який вживається як окреме слово перед іншими словами і означає заперечення того, про що йде у наступному слові (-ах).

Наприклад: *не могло, не буде, не йти, не говорити.*

Показники частотності вживання ІРМ-ЗМІ “Заперечлива частка НЕ”, а також тих, які подаються далі у п.п. 6-15, що фіксуються у текстах документів А, Б, В, Д, Е, подаються у Додатку Ж (див.: табл.1).

6. Заперечливий префікс (НЕ-) - інструмент риторичної маніпуляції ЗМІ, який вживається як афікс перед коренем слова і частіше заперечує смисл того, що означає корінь слова.

Наприклад: *недооцінка, нерідко, неприємний, незвичний.*

7. Заперечлива частка НИ (рос.), НІ (укр.) - інструмент риторичної маніпуляції ЗМІ, який вживається як засіб посилення заперечення або у стверджувальному реченні у сполученні зі словами “хто”, “куди”, “як” та т.п. і вказує на дію, яка висловлюється дієсловом і зберігає свою силу при будь-яких умовах.

Наприклад: *ні те ні се, ні риба ні м'ясо, не туди ні сюди, ні кроку далі, ні на макове зерно; Ні до чаю, ні до кави вас не можу запросити* [2, с. 512].

8. Заперечливий префікс (НІ-) - інструмент риторичної маніпуляції ЗМІ, який вживається як афікс перед коренем слова і який заперечує смисл як того значення, яке висловлене у корені слова, так і того значення, яке подається у реченні.

Наприклад: *ніхто, ніщо, ніякий, нічий, нікотрий; ніде, ніколи, нізащо, ніскільки.*

9. Слова заперечення - інструмент риторичної маніпуляції ЗМІ, який експлікується словами, що мають семантику заперечення, заборони, незгоди, неузгодженості, невір'я та т.п.

(Приклад (рос.): *НЕТ, НИКОГДА, НЕЛЬЗЯ, НЕВОЗМОЖНО, НЕДОСТОЙНЫЙ, НЕИЗБЕЖНО, НЕРЕДКО, НЕДООЦЕНИТЬ*).

10. Семема негативного значення - інструмент риторичної маніпуляції ЗМІ, який передбачає частотне використання “соціально зумовленої ... змістової сторони мовної одиниці на комунікативному рівні” [8, с. 437], яка має негативну семантику (приклади подаються мовою оригіналу (рос.): “теряется чувство меры; теряется способность понимания действительности; появляется стремление переоценить свои силы; появляется стремление недооценить силы противника; появляются авантюристические попытки «в два счёта» разрешить все вопросы социалистического строительства”) [13].

11. **Слова заперечення** (рос.: нет, неизбежно, нередко, недооценить, недостойные, нельзя и т.п.) - інструмент риторичної маніпуляції ЗМІ, який передбачає частотне вживання згаданих вище слів.

12. **Речення з повторенням головного слова одного із словосполучень** - інструмент риторичної маніпуляції ЗМІ, який передбачає частотне вживання протягом тексту дво- або три-, чотирикратного повторення не всього словосполучення, а тільки його головного (рідко коли - залежного) слова.

Приклад подається мовою оригіналу (рос.): “... *Продвижение к социализму не может не привести к сопротивлению этому продвижению со стороны эксплуататорских элементов (то есть кулаков), а сопротивление эксплуататоров не может не вызывать неизбежное усиление классовой борьбы*» [1].

13. Висока частотність **іменників (рос.) з морфемою (суфіксом) - ЕНИЕ- (-ЕН’И[J]Э-)** - інструмент риторичної маніпуляції ЗМІ, який передбачає частотне вживання іменників, що означають абстрактну дію (стан), предмет як результат дії (стану) [17, с. 65-66].

Наприклад : «головокружение» (рос.) = запаморочення (укр.) – «стан, при якому втрачається відчуття рівноваги і здається, що все крутиться, коливається. *Запаморочення від успіхів* (непряме значення: надлишкове захоплення своїми успіхами)» [9, с. 118] (переклад наш – О.Х.).
Запаморочення (від - запаморочувати) – «затуманювати свідомість ◇ З а п а м о р о ч у в а т и г о л о в у к о м у – позбавляти кого-небудь можливості ясно міркувати, тверезо оцінювати дійсність; захоплювати...» [5, с. 89].

14. **Речення, в яких вживається конструкція типу “... от ... до ...”** - інструмент риторичної маніпуляції ЗМІ, який передбачає вживання прийому обмеження дії, події, стану, процесу, що відбуваються у певних межах,

визначених різними мірами часу, відстані, розміру, довжини, обсягу, змісту та т.п.

Наприклад (мова оригіналу – рос.): *“Речь идёт о коренном переломе в развитии нашего земледелия от мелкого и отсталого индивидуального хозяйства к крупному и передовому коллективному земледелию»* [1].

Аналіз фрагментів текстів-звітів у ЗМІ про виступи політика І. Сталіна, а також документів, що були складені І. Сталіним, та ті розділі у газеті “Правда”, які належать перу І. Сталіна, дозволив нам зафіксувати такі **особливості**.

1. Всього нами було виокремлено 15 (100 %) інструментів риторичної маніпуляції ЗМІ. Частотними (які зустрічаються у 50-100 % випадків у всіх текстах документів) є п'ять інструментів (33 %). Нечастотними (які зустрічаються у діапазоні 1-49 % випадків у всіх текстах документів) є десять (66 %) інструментів риторичної маніпуляції ЗМІ.

2. Серед частотних є такі інструменти риторичної маніпуляції ЗМІ: семени негативної семантики (100 %); речення з повторенням головного слова із словосполучень, що вживаються у тексті документу ЗМІ (100 %); слова з позитивною семантикою (80 %); іменники з морфемою (російським суфіксом) – ЕНИЕ- (80 %); заперечлива частка НЕ (рос.).

Інтерпретація одержаних даних.

Вживання частотного інструменту риторичної маніпуляції ЗМІ, який ми назвали “семени негативної семантики” фіксується у 100 % випадків, або у кожному з п'яти фрагментів текстів документів, які ми аналізували.

Ми вважаємо, що пояснити факт максимальних показників частотності саме згаданого ІРМ-ЗМІ можна декількома причинами.

1. *Причина перша: “подих часу”*, або іншими словами: кожний документ відбиває подих часу жорстокості, рішучих дій з боку влади (Сталіна та його поплічників), прямолінійність політичної орієнтації керівних партійних органів; недозволеність і неможливість торування будь-якого іншого політичного шляху, окрім шляху визначеного Комуністичною Партією Радянського Союзу; відповідно до вимог часу (1929-1930 рр.) у побуті та, особливо, у документах, які спрямовано на вказування шляху низовим партійним структурам, використовується лексика негативної семантики, яка й породжує відповідні семами;

2. *Причина друга: “волюнтаризм Сталіна”*, або іншими словами: політик І. Сталін мав у період 1929-1930 рр. єдину мету – за час першої п’ятирічки з 1928 до 1933 року зробити на селі “другий Великий Жовтень”, такий самий за своїми історичними масштабами, який у свій час зробив В. Ленін. Саме така “велика” мрія керувала всіма вчинками І. Сталіна. І саме з цієї причини всі офіційні тексти, які уклалися або самим “вождем”, або під його диктування були пронизаними наскрізь семемами негативної семантики.

Не зважаючи на високий (100 %) показник частотного вживання ІРМ-ЗМІ “семами негативної семантики” середній показник інтенсивності вживання згаданого інструменту у п’яти аналізованих текстах дорівнює 0,22 (при максимальному показникові 1,0). Вважаємо, що такий, на перший погляд, незбіг показників пояснюється, по-перше, певною насторогою та політичною акуратністю І. Сталіна, яка була притаманна йому завжди; по-друге, підсвідомим, на наш погляд, самозвинуваченням (більше за все – самовигороджуванням) І. Сталіна. Справа у тому, що наприкінці 1929 року “вождь” наказує керівництву газети “Правда” надрукувати зазивну статтю “Год Великого перелома”. Саме у згаданій розділі політик подає речення-гасла типу: “Мы идём на всех парах ...”, “Мы становимся страной ...”, “Мы ещё посмотрим ...”. Селяни та їх керівники низових партійних ланок, на яких і були розраховані такі гасла, не просто повірили у щирість слів І.

Сталіна, але й сприйняли ці речення-гасла як психологічні настанови, як директиви щодо майбутньої діяльності. Іншими словами, народ повірив і почав діяти. Такі активні дії щодо примусу селян вступати у колгоспи виливалися переслідуваннями “кулаків-мироїдів”, або селян, що на селі вважалися заможними. Партійні керівники на селі організували пряму травлю та викорчовування “кулаків”, переселення їх у холодний Сибір на зовсім необлаштовані і не родючі землі. За період з 07 листопада 1929 року (дня публікації розділі “Год Великого перелома” у газеті “Правда”) до 02 березня 1930 року (дня публікації другої розділі І. Сталіна “Головокружение от успехов” у газеті “Правда”) за даними істориків [1, с. 316] з українських сіл було вислано за межі республіки понад 200 000 людей, які склали 33 тисячі сімей. Відчувши неправильність політичного рішення примусової колективізації та високий рівень селянських повстань проти радянської влади, І. Сталін вирішив 02 березня 1930 року надрукувати - без попереднього обговорення у Політбюро ЦК ВКП(б) – ще одну статтю, назва якої згадана вище. Окрім розділі “Головокружение от успехов” І. Сталін надиктував нові тексти документів. У таких документах політик гаряче виступає за припинення перегонів за відсотками у процесі колективізації. Саме таким чином політик намагався “перекласти” провину зі своїх плеч на плечі “гарячих” партійців на селі. Ми вважаємо, що згадана причина підсвідомо змусила І. Сталіна публікувати офіційні газетні тексти та тексти документів, в яких кількість вживання інструменту риторичної маніпуляції ЗМІ “семи негативної семантики” була різко зменшена. Тому при аналізі документів ЗМІ, які були надруковані після першої розділі “Год Великого перелома” ми не знаходимо високого показника частотності вживання ІРМ-ЗМІ “семи негативної семантики”.

Досить несхожою із попередньою слід вважати тенденцію, зафіксовану між: з одного боку, показником (100 %) частотного вживання ІРМ-ЗМІ

“Речення з повторенням головного слова одного із словосполучень тексту” та, з іншого боку, середнім показником (0,7) інтенсивності вживання згаданого інструменту риторичної маніпуляції ЗМІ. Якщо попередня тенденція була зворотно пропорційною (100 % проти 0,2), то тенденція, про яку йдеться далі, можна вважати прямо пропорційною (100 % проти 0,7). Показник 100 % говорить про те, що у кожному із п’яти текстів аналізованих документів зустрічається ІРМ-ЗМІ “Речення з повторенням головного слова одного із словосполучень тексту”. Показник 0,7 говорить про те, що інтенсивність такого вживання досить висока (вищим вважається показник 1,0).

Ми пояснюємо другу – прямо пропорційну тенденцію між показниками такою причиною. Як після першої публікації (розділ “Год Великого перелома”), так і після другої публікації (розділ “Головокружение от успехов”) І. Сталіну у синтаксисі текстів своїх статей слід було зберігати політично-господарську дидактичність (повчання) та психологічну настанову (утворення потрібного настрою). Робити це зручно при подвійному, потрійному, багаторазовому повторенні потрібної думки. Згаданий маніпулятивний прийом часто використовував А. Гітлер, який вважав, що навіть сама очевидна брехня через багаторазове повторення її стає правдою. І в першій розділі-гаслі (листопад 1929 рік), коли було потрібно дати настанову на звершення на селі, і в другій розділі-нападі на неправильні дії активістів на селі щодо колективізації (березень 1930 рік), І. Сталін продуктивно, на наш погляд, використовує розповсюджений ораторський прийом “повторення”. Саме згаданою причиною і пояснюється тенденція дублювання високого показника наявності у всіх п’яти текстах згаданого прийому і показника інтенсивності його вживання у текстах аналізованих документів ЗМІ.

Висновки.

Було передбачено, що використання інструментів риторичної маніпуляції у ЗМІ (газета “Правда”) під час подій примусової колективізації 1929-1930 років має специфіку, що зумовлена як суб’єктивними, з боку І.В. Сталіна, так і об’єктивними, з боку суспільно-історичної ситуації, причинами. Висунута гіпотеза повністю підтвердилася.

Дійсно, частотне використання таких інструментів риторичної маніпуляції ЗМІ, як “семи негативної семантики” та “речення з повторенням головного слова одного із словосполучень тексту” залежить від суб’єктивних настанов автора (у нашому випадку – політика І.В. Сталіна) та від суспільно-історичних умов (примусова колективізація) друкування статей у ЗМІ.

Нами було доведено, що інтенсивність вживання ІРМ-ЗМІ також зумовлена згаданими причинами і є однією з багатьох недосліджених на сьогодні умов ефективного функціонування інструментів риторичної маніпуляції ЗМІ.

Список використаних джерел

1. Буллок А. Гитлер и Сталин: Жизнь и власть: Сравнительное жизнеописание. - В 2-х т. – Т.1 / Пер. с англ. О.М. Кириченко и др.;
Общ. ред. И.Н. Неманова. – Смоленск: Русич, 1994. – С. 316-319, 320-321, 344.
2. Великий сучасний українсько-російський російсько-український словник-довідник: 80 000 слів і виразів сучасної української та російської мови / Укладач О.В. Грушевський, Г.М. Коляда. – Донецьк: БАО, 2003. – С. 501, 512.
3. Володский И. Истоки зла (Тайна коммунизма). – М.: Новости, 2000. – С. 36.

4. Лихолат О.В., Лихолат А.О. Історія України. – К.: МАУП, 1999. – С. 168.
5. Короткий тлумачний словник української мови: Близько 6750 слів / Під. ред. Д.Г. Гринчишина. – 2-ге вид., перероб. і допов. – К.: Рад. Шк., 1988. – С. 89.
6. Мельник О.О., Стецюк В.В., Бабенко К.А. Кривбас: велике ходіння в соціалізм. – Кривий Ріг: Видавничий дім, 1998. – С. 43.
7. Мирончук В.Д., Ігошкін Г.С. Історія України. – К.: МАУП, 2002. – С. 195.
8. Новиков Л.А. Сема. Семема // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. – М.: Сов. Энциклопедия, 1990. – С. 437.
9. Ожегов С.И. Словарь русского языка: Ок. 57 000 слов / Под ред. Н.Ю. Шведовой. – 16-е изд., испр. – М.: Рус.яз., 1984. – С. 118.
10. Ранкур-Лафферьер Д. Психика Сталина. – М.: Интердайджест, 1996. – с. 58.
11. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність (на матеріалах сучасної газетної публіцистики): Монографія: За ред. В. Різуна / Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – К., 2002. – 392 с.
12. Сталин И. Год Великого перелома / Правда. – 07.11.1929. – С. 1.
13. Сталин И. Головокружение от успехов / Правда. – 02.03.1930. – С. 1.
14. Субтельний О. Історія України: Антологія історії України: комп'ютерна версія. – Розд. 20-21. – К.: Негоціант, 2000.
15. Толланд Дж. Адольф Гитлер. – В 2-х т. / Пер. с англ. О. Тихонова. – М., 1993.
16. Холод О.М. ЗМІ та імідж політиків: Монографія / За ред. проф. В.В. Різуна / Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – К., 2004. – 342 с.

17.Цыганенко Г.П. Словарь служебных морфем русского языка. – К.: Рад.школа, 1982. – С. 65-66.

18.Черняков Б.І. Зображальна журналістика як предмет і об'єкт журналістикознавчого дослідження: Монографія: Розд.: Формотворення, поетика і мова зображальної публіцистики / Київський університет імені Тараса Шевченка, Інститут журналістики. – К.: Фонд вільної преси, 1998. – С. 43-61.

Додаток Ж.

Таблиця 1. Результати кількісного використання інструментів риторичної маніпуляції ЗМІ, що зафіксовані при аналізі документів А, Б, В, Д, Е.

№ п/ п	Назва інструмент-ту риторичної маніпуляції ЗМІ	Д О К У М Е Н Т И					Частотність коефіцієнтів А у всіх документах (у %)	Середній показник інтенсивності вживання ІРМ-ЗМІ (Xj)
		і коефіцієнти співвідношення показників						
		Документ А	Документ Б	Документ В	Документ Д	Документ Е		
1.	Паралелізм	-	-	0,4	-	-	20	0,08
2.	Умовність	-	1	-	-	-	20	0,2
3.	Риторичне питання	-	-	-	-	0,3	20	0,06
4.	Подвійне заперечення (НЕ)	-	-	-	0,13	-	20	0,026
5.	Заперечли-ва частка НЕ	2/ 0,013	-	-	4/ 0,14	2/ 0,010	60	0,032
6.	Заперечливий префікс НЕ-	-	-	-	1/ 0,034	7/ 0,038	40	0,014
7.	Заперечли-ва частка НІ (НІ – рос.)	-	-	-	-	-	0	0
8.	Заперечливий префікс НІ- (НІ – рос.)	-	-	-	-	1/ 0,0054	20	0,001
9.	Слова з позитивною семантикою	0,14	0,06	-	0,1	0,05	80	0,07
10.	Семема негативної семантики	0,17	0,1	0,3	0,35	0,2	100	0,224

11.	Слова заперечення	-	-	-	0,034	0,048	40	0,164
12.	Речення з повторенням головного слова одного із словосполучень	0,5	1,0	0,8	1,0	0,2	100	0,7
13.	Висока частотність іменників з морфемою (суфіксом)- ЕНИЕ-	0,02	-	0,04	0,10	0,01	80	0,034
14.	Речення, в яких вживається конструкція типу “... от ... до ...”	0,5	-	0,2	-	-	40	0,14

10. Масовий характер інмутації суспільства

10.1. Уточнення значення терміна

«масовий характер інмутації суспільства»

Слід визначитись із тим, що далі ми будемо називати «масовим». Насамперед, зазначимо: якщо вживається термін-визначення «масовий», значить є термін протилежного значення, тобто «той, що не є масовим». Автори електронної енциклопедії «Словопедія» вважають, що термін «масовий» використовують у розумінні: «1. Той, що стосується широких верств населення. Масовий робітничий рух, масовий читач, масовий підхід. 2. Що виробляється у великій кількості. Масовий випуск кольорових телевізорів». Разом із тим, автори енциклопедії вказують на те, що тільки термін «численний» передає поняття “наявний у великій кількості”. Численні військові підрозділи, численна аудиторія [47]. Логічним буде зазначити, що слово з протилежним щодо терміна «масовий» значеннями «немасовий» можна тлумачити як: той, що не стосується широких верств населення; що виробляється у невеликій кількості.

Надалі ми вживаємо термін «масовий» щодо характеру інмутації суспільства. Разом із значенням терміна «інмутація суспільства» будемо вживати термін «масовий» в основному значенні – «той, що стосується широких верств населення». Отже, термін «масовий характер інмутації суспільства» визначаємо як *процес формування негативних установок особистості й суспільства та їхніх аксіологічних систем і моделей (сценаріїв) поведінки через усі можливі соціальні канали, або такі, що стосуються широких верств населення.*

10.2. Інмутація масової комунікації (інмутовані інмутанти)

10.2.1. Розрізнення понять

«масова комунікація» і «психологічний вплив»

Відомо, що визначення «масовий» стосується й терміну «комунікація». Часто терміни вживаються разом як одне семантичне ціле. У суспільній практиці, в університетах, на факультетах журналістики, політології і соціології, історії і культурології, філософії і права під час викладання лекцій активно вживається термін «масова комунікація». Визначимо для себе його значення.

Масовою комунікацією (англ. mass communication) пропонують називати «процес передачі інформації групі людей одночасно за допомогою спеціальних засобів – мас-медіа (ЗМК) [19].

На думку В. В. Різуна, масова комунікація є «процесом встановлення і підтримання контактів у суспільстві, процесом його консолідації». Такий процес – це:

- «1) виробництво інформації як продукції;
- 2) використання технічних засобів для виробництва інформації;
- 3) масова культура (масові цінності, типові для мас моделі поведінки), яка обумовлює цілі виробництва інформаційної продукції, її призначення;
- 4) специфічне суспільне середовище, для якого властива масова культура і яке є замовником та споживачем інформаційної продукції» [27].

Автор вважає, що «масова комунікація, яка за характером і формою є видом соціальної взаємодії, а саме впливом комуніканта на комуніката у

вигляді маси, завжди обслуговувала й обслуговує штучні маси». І додає: масова комунікація має пряме призначення – «бути середовищем для лідерів, вождів, керівників, які «працюють» з народом, звісно, «заради його блага та процвітання!»». Різун В. В. стверджує, що через останнє «масова комунікація виступає особливою формою соціального регулювання і є окремим видом соціальних комунікацій» [27, с. 22].

Термін «масова комунікація» частіше вживається в однині, але іноді зустрічаються термін «масові комунікації» (наприклад, С. Квіт вживає термін у множині). На думку дослідника, під масовими комунікаціями розуміють «складний процес представлення і взаємодії через мас-медію поглядів та інтересів різних соціальних верств суспільства» [17.1, с. 12].

Поняття «масова комунікація» одна група дослідників ототожнює з поняттям «масова інформація» (наприклад, С. Квіт), інші – розгалужують згадані поняття і вважають, що масова комунікація включає в себе поняття «масова інформація» (наприклад, В. Іванов, О. Коновець, В. Різун, О. Холод).

Наприклад, В. Іванов пропонує називати масовою комунікацією «процес збирання, обробки й розповсюдження соціальної інформації (тобто інформації поза генетичної, семантичної, яка фіксується в знаках) за допомогою спеціальних каналів (преса, радіо, телебачення, відео, кіно й тому подібне) на велику аудиторію, що розташована на різних місцях» [13, ч. 1, с. 104–105].

Певна група дослідників ототожнює поняття «масова комунікація» і «масова інформація». Звідси підлягають ототожненню й поняття «засоби масової комунікації» (ЗМК) і «засоби масової інформації» (ЗМІ).

ЗМК є «спеціалізованими установами для відкритого, публічного передавання будь-якої інформації будь-яким особам за допомогою спеціального технічного інструментарію» [16; 23]. До ЗМК належать

друкована, аудіовізуальна, електронна преса, масові довідники, кіно-, відео-, аудіоносії інформації, супутникові, кабельні, комп'ютерні мережі – усе, що може нагромаджувати й передавати важливу для суспільного життя інформацію.

Даниленко Н., а також Назаров М., вважають, що «засоби масової комунікації є соціальним інститутом, який регулює цей процес» [9-10; 20].

Шарков Ф. пропонує вважати засоби масової комунікації такими, що використовуються для означення засобів масової інформації (комунікацій) і включає до їхнього складу пресу, кіно, телебачення, аудіо й відео-касети, плакати тощо [48].

У свою чергу, соціолог Т. В. Науменко, розгалужує поняття «комунікація» і «інформація», що тягне за собою необхідність розгалуження й понять «масова комунікація», «засоби масової комунікації», з одного боку, та поняття «масова інформація» і «засоби масової інформації», з другого боку [21, с. 46].

Наприклад, Т. В. Науменко, вважає, що «поняття «інформація» і «комунікація» не співпадають і навіть не перетинаються, вони характеризують комунікативний процес з різних боків» [21, с. 46]. Автор підкреслює: інформація «існує практично повсюди – як у природі, так і в соціумі». Така інформація існує без волі на те людини. Комунікація є «суто соціальним явищем і реалізується завдяки різним видам інформації» [21, с. 46].

Слід занотувати, що поняття «комунікація» і «спілкування» іноді розрізняють (наприклад: [34, с. 8]). Автор вважає, що причиною такого розгалуження є переклад з англійської мови, де відбувається зсув двох рівнів мовної комунікації – лінгвістичного (який включає висловлювання, що функціонують у галузі розмовного мовлення) і мета лінгвістичного (який

включає терміни спеціальних мов різних наук) [34, с. 8]. Ми не вважаємо за доцільне зараз висувати власні доведення неправоти О. Г. Філатової. Зауважимо тільки, що з психолінгвістичної точки зору поняття «мови» і «мовлення» є різними і їхня плутанина тягне за собою апріорі помилкові висновки, що й робить дослідниця.

Повертаючись до пошуку витоків поняття «масова комунікація», ми звертаємось до думки соціолога Алли Черних, яка занотовує, що «складність чіткого, тобто наукового, вживання поняття «масова комунікація» пов'язано з великою кількістю конотацій (смислів), якими навантажений кожний із складників терміна. Термін «комунікація», вважає А. Черних, досі не має «загальноприйнятого визначення, хоча нині більшість дослідників приймають дефініцію, яку запропонував керівник Анненберзької школи (США) професор Дж. Гербнер, – «соціальна інтеракція за допомогою повідомлення»» [46, с. 15].

Далі авторка пропонує власне визначення поняття «масові комунікації», а саме: «процес передавання інформації великим групам людей за допомогою спеціальних засобів – мас-медіа (mass-media) або засобів масової інформації» [46, с. 15]. Зауважимо, що А. Черних пропонує визначення поняття «масова комунікація» з позицій соціолога, або, як автор сама занотовує: «використаний автором підхід може визначатися як соціально орієнтований» [46, с. 15]. Саме тому ми у подальшому дослідженні не можемо повною мірою покладатися на наведену дефініцію.

Визначенню масового характеру інмутації нам допоможе перелік характеристик масової комунікації, запропонований А. Флейшером (A. Fleischer) [51, с. 4], А. Василевецким [4] і Г. Почепцовим [24, с. 28–29].

По-перше, масові комунікації розглядаються авторами як особливий тип комунікації. По-друге, автори характеризують масові комунікації як такі, що мають специфічний набір ознак.

Дослідник А. Флейшер пропонує виокремити такі ознаки масової комунікації:

- 1) повідомлення спрямовуються на велику, гетерогенну, анонімну аудиторію;
- 2) повідомлення передаються публічно, досягають аудиторії одночасно, носять нестійкий характер;
- 3) комунікатор оперує всередині складної організації, яка потребує витрат (цит. за: [24, с. 28]).

Враховуючи характеристики особистісної комунікації, запропоновані А. Василевським [4], ми формуємо характеристики масової комунікації і продовжуємо список А. Флейшера:

- 1) не включаються декілька почуттів, що не дає можливості перехресної перевірки інформації, яку повідомляють;
- 2) не виникає миттєвого зворотного зв'язку.

Позиція Г. Почепцова щодо характеристик інструментарію масової комунікації, висловлена ним [24, с. 28–29], дозволяє нам ще раз доповнити перелік характеристик масових комунікацій такими пунктами:

- 1) спрощення пропонованого продукту, який розрахований на «більш занижені реакції» аудиторії;
- 2) утворення різних соціальних та інтелектуальних ніш аудиторії;
- 3) притягування цільових сегментів аудиторії за рахунок їхнього «виховання».

Узагальнюючи точки зору А. Флейшера, А. Василевського й Г. Почепцова, сформуємо остаточний трансформований перелік основних

характеристик масових комунікацій, що дозволить нам нівелювати їх як дефініцію для переходу до пояснення масового характеру інмутації суспільства.

Характеристики масової комунікації (спроба трансформованої дефініції):

- 1) вид комунікації (хоча ми не погоджуємось із тим, що масова комунікація вважається видом комунікації);
- 2) гетерогенність (однотипність),
- 3) анонімність,
- 4) публічність під час транслявання,
- 5) одночасність у досягненні адресату,
- 6) нестійкий характер,
- 7) висока витратність трансляції повідомлень,
- 8) неможливість перевірити інформацію,
- 9) відсутність фіксації миттєвого зворотного зв'язку (ніхто не фіксує, не бачить реакції і почуттів аудиторії, яка знаходиться вдома, сам на сам з телеприймником, друкованим ЗМІ або інтернетом);
- 10) спрощеність продукту масової комунікації,
- 11) утворення різних соціальних та інтелектуальних ніш аудиторії,
- 12) «виховання» аудиторії,
- 13) протягування цільової аудиторії.

Повертаючись до першого пункту дефініційної характеристики масових комунікації, яка стверджує, що «масова комунікація вважається видом комунікації», ми занотуємо непогодження.

Масова комунікація не може вважатися видом комунікації з простої однієї причини. Комунікація передбачає зворотний зв'язок. Масова комунікація, ознаки якої наводяться раніше, не відповідає згаданій ознаці

«наявність зворотного зв'язку». Ані телебачення, ані друковане періодичне видання не мають можливості, зафіксувавши реакцію аудиторії, таким самим чином миттєво відреагувати. Наприклад, сайт інтернету автоматично може «відреагувати» на реакцію аудиторії. Але й він (сайт) не є живою мислячою істотою, яка здатна миттєво і влучно відреагувати. Отже, ані телевізійні ЗМІ, ані друковані, ані інтернет не відповідають основній характеристиці процесу комунікації.

Окрім того, комунікація – це не тільки передавання інформації, але й ще співпереживання її сутності, наявність обміну інформацією. Масова комунікація не передбачає співпереживання відправника інформації і отримувача. Масова комунікація також не передбачає обміну інформацією в режимі он-лайн (тут і тепер). Отже, масова комунікація не витримує критики і за названими критеріями.

Нарешті, від спілкування (комуніціювання) учасники комунікації отримують користь (нові знання). Від так званої масової комунікації користь отримують тільки в тому випадку, коли аудиторія дізнається про введення нових соціальних санкцій, про прогноз погоди чи тоді, коли міська влада повідомляє про зміну руху потягів, літаків, міського транспорту або про їхній новий маршрут. У такому випадку ми можемо з натягом погодитися з тим, що масова комунікація відповідає критеріям комунікації.

Підсумовуючи думку про невідповідність ознаки «масові» для терміну «комунікації», ми можемо зауважити: нині поняття «масова комунікація» майже не відповідає тому, що називається комунікацією.

Ми пропонуємо вважати те, що дослідники називають «масовою комунікацією», іменувати впливом, адже саме визначення терміна «психологічний вплив» дає право погодитись із сутністю тих процесів і

явищ, які характеризують так звану «масову комунікацію». Порівняймо (див.: табл. 1 далі).

Таблиця 1

Порівняння

характеристик «масової» комунікації [4; 24; 51] і психологічного впливу

[17]

«масова» комунікація	Співпадіння («+»)/ неспівпадіння («-») (кільк. / %)	психологічний вплив
Спрямованість на іншу особу, особи	+	Спрямованість на іншу особу, особи
гетерогенність (однотипність)	+	гетерогенність (однотипність)
анонімність	≈	анонімність (відсутність такої при бажанні адресата)
дія на стан людини, його дії, думки і почуття виключно психологічними засобами, з наданням права і часу відповідати на дію	+	дія на стан людини, його дії, думки і почуття виключно психологічними засобами, з ненаданням права і часу відповідати на дію
масова комунікація – це "проникнення" в чужу психіку	+	психологічна дія – це "проникнення" в чужу психіку
метою і, одночасно, результатом цього психологічного впливу є: зміна, перебудова поглядів, стосунків, мотивів, установок, станів людини	+	метою і, одночасно, результатом цього психологічного впливу є: зміна, перебудова поглядів, стосунків, мотивів, установок, станів людини
публічність під час транслювання	+	публічність під час транслювання
переконання	+	переконання
одночасність у досягненні адресату	-	неодночасність у досягненні адресату

відсутність самопросування	-	самопросування
нестійкий характер	+	нестійкий характер
прохання	+	прохання
висока витратність трансляції повідомлень	-	невисока витратність трансляції повідомлень
відсутність очевидного характеру примусу	-	наявність очевидного характеру примусу
неможливість перевірити інформацію	+	неможливість перевірити інформацію
ігнорування	+	ігнорування
відсутність фіксації миттєвого зворотного зв'язку	≈	іноді відсутність фіксації миттєвого зворотного зв'язку
зараження	+	зараження
спрощеність продукту масової комунікації	+	спрощеність продукту психологічного впливу
утворення різних соціальних та інтелектуальних ніш аудиторії	+	утворення різних соціальних та інтелектуальних ніш аудиторії
спонукання	+≈	спонукання (іноді до наслідування)
«виховання» аудиторії	+	«виховання» аудиторії
завоювання симпатії	+	завоювання симпатії
притягування цільової аудиторії	+	притягування цільової аудиторії
управління	+	управління
розповсюдження чуток	+	розповсюдження чуток
	+ / 20 / 77 % - / 4 / 15 % ≈ / 2 / 8 % Усього:	

	26/100 %	
--	----------	--

Аналіз показників табл. 1 дозволяє фіксувати такі особливості:

- 1) масові комунікації і психологічний вплив у 77 % випадків близькі,
- 2) не співпадає значення згаданих понять у 15 % випадків,
- 3) де у чому співпадають і не співпадають обговорювані поняття у 8 % випадків.

Зазначені особливості свідчать, на наш погляд, про те, що поняття «масові комунікації» і «психологічний вплив» є досить близькими і можуть певною мірою вважатися синонімами. У подальшому викладі ми будемо звертатися до поняття «психологічний вплив» тоді, коли будемо вважати, що мова йде про неодноразовість у досягненні адресату, самопросування, невисока витратність трансляції повідомлень та наявність очевидного характеру примусу. Відсутність перелічених ознак буде означати, що мова йде про масові комунікації.

10.2.2. Види інмутації масової комунікації

За словами Г. Г. Почепцова, «виникнення системи масових комунікацій є результатом виникнення масового суспільства і масової людини» [24, с. 29]. Звідси, оскільки інмутації підлягає масове суспільство, такої ж участі підлягає й масова комунікація. Значить масова комунікація інмутує. Іншими словами, масова комунікація піддається зміненню власних моделей поведінки і провокує змінення поведінки індивідів у суспільстві.

Пропонуємо розрізнявати такі види інмутації масової комунікації:

- 1) інмутація масової комунікації (суто власна інмутація),
- 2) інмутація під впливом масової комунікації (інмутація суспільства).

Інмутація масової комунікації, або суто власна інмутація, – це процес формування негативних установок, аксіологічних систем і моделей (сценаріїв) поведінки осіб, що причетні до виробництва продукції масової комунікації, з одного боку, і сукупність факторів, що ведуть до зміни на гірше методів, прийомів, форм, каналів, засобів, технологій, технічного обладнання масової комунікації.

Інмутацією під впливом масової комунікації (або інмутацією суспільства) слід називати зміну поведінки на гірше тієї маси людей (аудиторії), яка безпосередньо чи опосередковано пов'язана із сприйняттям продукції або її обговоренням і оцінкою; процес зміни на гірше аксіологічних систем і моделей (сценаріїв) поведінки учасників масової комунікації під впливом її продукції.

Отже, головною рисою, яка відрізняє інмутацію масової комунікації від інмутації під впливом масової комунікації є те, що, аналізуючи першу, ми звертаємось тільки до процесів виробництва продукції масової комунікації. Піддаючи аналізу другу (інмутацію під впливом масової комунікації), ми звертаємось до процесів сприйняття, рефлексії, обговорення й оцінки згаданої продукції.

10.2.3. Інмутація масової комунікації,

або власне інмутація

Оскільки інмутація масової комунікації стосується тільки тих, хто причетний до виробництва продукції масової комунікації, є необхідність деталізувати деякі поняття.

Далі ми аналізуємо специфіку двох груп інмутації масової комунікації, а саме:

- 1) тих, хто причетні до виробництва масової комунікації;
- 2) того, що є сукупністю технологічних і технічних факторів.

Аналізуючи тих, хто причетні до виробництва масової комунікації (перша група), ми звертаємо увагу на негативні:

- установки,
- аксіологічні системи,
- моделі поведінки.

При аналізі того, що є сукупністю технологічних і технічних факторів інмутації масової комунікації (друга група), ми звертаємося до негативних:

- методів,
- прийомів,
- форм,
- технологій,
- каналів,
- засобів,
- технічного обладнання.

Перша група інмутації масової комунікації включає установки.

З позицій Д. Н. Узнадзе, установкою слід вважати «психологічний стан схильності суб'єкта до певної активності в певній ситуації» [33, с. 218.]. Апологети теорії установки Д. Н. Узнадзе, його учні Т. Т. Іосебадзе, Т. Ш. Іосебадзе, розширюють тлумачення поняття і вважають, що установкою слід

називати «конкретний стан цілісного суб'єкта, його модус, певну психофізіологічну організацію, його модифікацію в тій або іншій конкретній ситуації, готовність до здійснення певної діяльності, спрямованість на задоволення актуальної потреби» [3, с. 37]. На думку авторів, установкою вважається певна опосередкована ланка, яка пов'язує видиме (об'єкти і відчуття реальності) і невидиме (підсвідоме, мрії, бажання, фрагменти пам'яті, образи, асоціації). Цікавим є в установці те, що, на думку Т. Т. Іосебадзе, Т. Ш. Іосебадзе, вона слугує для особистості й нерозгорнутою «моделлю майбутньої діяльності». Установка «спрацьовує» як механізм: асоціативно, під впливом актуальних дій теперішнього, пов'язуючись з минулим досвідом, образами, оцінками, установка «вмикається» і «веде» особистість завдяки вже готовим сценаріям (моделям) поведінки.

Відносно до інмутаційних процесів масової комунікації установка «спрацьовує» автоматично, без перешкод з боку як психічних процесів, так і позапсихічних. Отже, установку слід вважати «досвідомим». Нашу думку підтверджує позиція самого Д. Н. Узнадзе, висловлена його учнем М. А. Сакварелідзе, який визнає установку як "досвідоме". Автор повідомляє: "Установка - це попереднє досвідоме віддзеркалення об'єкту в стані суб'єкта як єдиного цілого, здійснене на основі взаємовідношення живої істоти – носія усіх своїх психічних і біологічних можливостей, усього вже закріпленого у нього досвіду, і тих об'єктивних умов, у яких він має потребу для реалізації наявних у нього в даний момент потреби» [28, с. 70]. На думку автора, «установка є не суб'єктивним станом на кшталт, скажімо, емоційного стану, а станом суб'єкта або, як вказує Д. Н. Узнадзе, "не суб'єктивним", а "суб'єктивним" станом, і саме як така не може усвідомлюватися» [28, с. 70].

Зважаючи на врахування «досвідомого» характеру установки, наприклад, під час створення продукції масової комунікації, ми змушені погодитися з думкою про несвідомий складник в структурі установки. Як

повідомляє М. А. Сакварелидзе, «є форми психічної активності, які можуть протікати і носити спрямований характер без участі свідомості, і є форми психічної активності, які вимагають активної участі свідомості», – і додає: «проте немає таких форм психічної активності, які можуть здійснюватися окрім участі несвідомої, а саме: окрім попереднього, досвідомого віддзеркалення об'єкту» [28, с. 70]. Виходячи з досліджень грузинської школи установки, ми стверджуємо, що процеси установки активно «діють» в інмутації масової комунікації. Доведенням наших думок є декілька прикладів, які подаємо далі.

Приклад 1: інмутація масової комунікації з боку тих, хто є її виробником (приклад, наведений відомим телевізійним ведучим «5 каналу» Олегом Дейнеко).

Протягом півроку в Київському зоопарку почергово вмирили тварини (слон, верблюд, бізон). Для підготовки сюжету з приводу смерті верблюдиці на місце події виїжджає телевізійна група. Для зйомок стислого сюжету репортажу кореспондентові потрібно зафіксувати відеоряд, у якому буде говорити дитина, розповідаючи зі сльозами на очах про те, як вона гарно ставилася до померлої тварини і як жалкує з приводу втрати улюбленої істоти. Оператор, разом із кореспондентом, знаходять дитину, яку мама на момент зйомки проводить повз вольєру, у якому лежить тіло верблюдиці. Кореспондент питає дівчинку восьми років про те, як вона ставиться до смерті верблюдиці. Дівчинка не висловлює особливих емоцій. Кореспондентові замало простих слів дитини про те, що їй жаль верблюдицю. Для більшого впливу на аудиторію за розрахунком телевізійників мало б бути «сльоза дитини». Сльози немає. Тоді кореспондент відводить дитину в бік і розповідає про те, що верблюдицю отруїли погані хлопці. Дівчинка починає «хлюпати носом», на обличчі з'являється довгоочікувана сльоза. У цей час оператор «ловить» момент і знімає потрібний кадр.

Сама ситуація «зарядженості» «сльози дитини» на екрані новинарного сюжету про смерть верблюдиці в Київському зоопарку є інмутацією виробників продукту масової комунікації. Поведінка дитини штучно «псується» кореспондентом, який «вимагає» емоцій від героя сюжету. Поведінка кореспондента нами розглядається як факт інмутації виробника продукції масової комунікації. Мова не йде про те, щ перед нами відверта брехня (дівчинка не збиралася плакати; їй, чесно говорячи, все одно було: чи є у вольєрі тварина, чи її там немає). Але виробники продукції масової комунікації цілеспрямовано змінили модель поведінки дитини. Тим самим цілеспрямовано змінили модель поведінки аудиторії, яка, можливо, розчулиться смертю верблюдиці і вийде на вулиці міста протестувати проти жорстокого поводження працівників зоопарку щодо тварин. Маємо соціальну активність суспільства. Отже, масові комунікації мають вплив, силу, соціально необхідні.

Де в наведеному прикладі ми вбачаємо елемент установки як складника інмутації виробників продукції масової комунікації? У тому, що кореспондент (оператор у тому числі) підсвідомо налаштований на «резонансний результат» виходу сюжету в ефір. До того ж, інмутація (зміна поведінки на гірше) працівника засобів масової комунікації не засуджується колегами (хоча вони розуміють негативний характер вчинку кореспондента), суспільством (воно просто не знає про штучність «сльози дитини»). Відбувається фіксація інмутації працівників масової комунікації, які випускають інформацію на загал, у суспільство.

Приклад 2. З практики виробництва новин на телебаченні.

Журналіст-міжнародник, який не виїжджає на зйомку сюжетів репортажу, не готує аналітичні матеріали, не збирає інформацію для творчого портрету або нарису чи памфлету, старанно підбирає матеріали з повідомлень інформаційних агентств світу. Здійснюючи такий відбір

міжнародної інформації, журналіст-міжнародник користується певними критеріями, серед яких:

- ✓ актуальність події,
- ✓ сенсаційність,
- ✓ доцільність щодо концепції новинарної програми.

Є ще й підсвідомий критерій: журналіст-міжнародник відбирає ті новини, які йому подобаються. Останній критерій суб'єктивний, інмутаційний. Про нього журналіст-міжнародник майже не здогадується. Відбір здійснюється автоматично, завдяки установці фахівця. Тут виникає питання про таку установку: чи здорова така установка? Не слід проводити спеціального дослідження з метою з'ясувати долю ефірного часу новин, яка присвячена показу мікросюжетів, що розповідають про вибухи, смерті, терористичні акти, поховання, захоплення суден піратами, скандали, сварки політиків і таке інше. Можна констатувати, що нині дев'ять із десяти новинарних випусків на телебаченні грішать підбором міжнародних новин саме такого – негативного (інмутаційного) – характеру. Знову виникає питання про відповідність статусу «нормальна» психіки журналіста-міжнародника.

Отже, інмутаційний характер виробника продукції масової комунікації є очевидним.

Далі, аналізуючи тих, хто причетні до виробництва масової комунікації (перша група) ми звертаємось до їхніх аксіологічних систем. Згаданий термін може інакше формулюватися, наприклад, «система цінностей», «аксіологія».

Автори електронної енциклопедії «Вікіпедія» пропонують визначення терміна «аксіологія» (від греч. αξία - цінність) як «теорія цінностей, розділ філософії, що вивчає питання, пов'язані з природою цінностей, їхнього місця в реальності, і про структуру ціннісного світу, тобто про зв'язок різних

цінностей між собою, з соціальними і культурними чинниками і структурою особи» [1].

Відомо, що існує п'ять аксіологічних теорій у межах таких філософських напрямів:

1) натуралістичний психологізм (А. Мейнонг, Б. Перрі, Дж. Дьюї, К. Льюїс), який передбачає джерело цінностей у біопсихологічних потребах людини;

2) трансценденталізм (В. Віндельбанд, Г. Ріккерт), представники якого вважають цінності породженням «чистого», або трансцендентного розуму, свідомості; цінності не залежать від людини;

3) персоналістичний онтологізм (М. Шелер, М. Гартман), який захищає ідею цінностей, що відбиваються в Богові через структуру людської особистості; ієрархія цінностей особистості визначає її онтологічне підґрунтя;

4) культурно-історичний релятивізм (В. Дільтей), наближується до думки про аксіологічний плюралізм, або множинність рівноправних ціннісних систем, які залежать від культурно-історичного контексту і можуть бути пізнані тільки в межах такого контексту;

5) соціологізм (М. Вебер, Т. Парсонс), вказує на цінність як значиму для суб'єкта норму, яка є засобом виявлення й опису соціальних взаємин і інститутів; така соціальна норма приймається усіма членами суспільства.

На думку авторів електронної енциклопедії «Вікіпедія», «проблема цінностей гостро виникає в суспільстві, де культурна традиція та ідеологічні установки знецінені й дискредитовані» [1].

Аналізуючи інмутаційні процеси масової комунікації, або тих, хто причетні до виробництва масової комунікації (перша група) ми змушені

визначитися з позицією, до якої варто пристати і яка найбільше відповідає об'єктивному вивченню явища.

На наш погляд, об'єктивним слід вважати соціологістичний (М. Вебер і Т. Парсонс) підхід до визначення аксіологічної (ціннісної) системи тих, хто причетний до виробництва масової комунікації. Нагадаємо про те, що, згідно із згаданим підходом, досвід соціальних взаємин визначає систему цінностей індивідів, які комунікують.

Ті, хто причетний до виробництва масової комунікації, мають дві групи цінностей, серед яких:

- 1) професійні цінності,
- 2) загальножиттєві цінності.

Серед основних, на нашу думку, *професійних цінностей* тих, хто причетний до виробництва масової комунікації, є такі:

- 1) *сенсація* (пріоритет сенсаційної інформації),
- 2) *гонорар* (оплата за журналістський продукт),
- 3) *егоїзм* (пріоритет егоїстичних оцінок, орієнтованих на власну систему цінностей),
- 4) *керівник* (орієнтація на вказівки власників та редакторів),
- 5) *журналістські принципи* (чесність, правдивість, об'єктивність, незаангажованість),
- 6) *кар'єризм* (перспектива подальшого професійного і службового росту),
- 7) *свобода слова* (можливість висловлюватися згідно власних поглядів),
- 8) *гарне технічне обладнання, необхідне для здійснення професійних обов'язків* (комп'ютер, фотоапарат, кінокамера, мікрофон).

Виходячи з положень соціологістичного підходу, визначимо характерні *ознаки інмутації професійних цінностей* тих, хто причетний до масової комунікації. До таких ми відносимо:

- *«сенсаційний постріл»* (бажання будь-якою ціною дістати «вибухову» для суспільства інформацію, зробити її публічною, вказати власне ім'я і свою пряму причетність до «здобування» інформації; очікувати й отримати службові, професійні пільги, похвалу, честь, славу),
- *оплата за журналістську діяльність повинна бути високою* (неважливо, що вона може не відповідати реальній праці);
- *власні егоїстичні позиції* мають пріоритет і *не можуть бути піддані сумніву або критиці колег, керівників* тощо;
- *прагматична орієнтація* на вказівки власників та редакторів у тому випадку, якщо така підлеглість буде винагороджена у подальшому в будь-якій формі, вигідній для того, хто причетний до виробництва масової комунікації;
- при відсутності достойної, на думку виробника продукції масової комунікації, оплати за працю *нехтування журналістськими принципами* (чесність, правдивість, об'єктивність, незаангажованість);
- *просування на верх службовими «сходінками» за рахунок симпатій, знайомств, протезе, родинних чи інтимних стосунків;*
- *переконання в тому, що свобода слова – це можливість безвідповідально і неетично висловлювати власну точку зору;*
- *впевненість у тому, що* гарне технічне обладнання, необхідне для здійснення професійних обов'язків (комп'ютер, фотоапарат, кінокамера, мікрофон) – це «ключ» і панацея для підготовки якісного продукту масової комунікації.

На наш погляд, до *загальножиттєвих цінностей* тих, хто причетний до виробництва масової комунікації, слід назвати такі:

- 1) *життя,*
- 2) *вітальна (життєва або екзистенційна) безпека,*
- 3) *власні діти,*
- 4) *харчування і відпочинок,*
- 5) *гроші,*
- 6) *творча самореалізація,*
- 7) *сексуальна задоволеність,*
- 8) *безконфліктність,*
- 9) *мати, батько; сестри, брати;*
- 10) *вільний вибір.*

Процес інмутації загальножиттєвих цінностей тих, хто причетний до виробництва масової комунікації, відбувається непомітно. Наприклад, життя як цінність піддається інмутації через інтенсивну напружену щоденну роботу журналіста, який змушений заради забезпечення власного існування писати, знімати, коментувати, діставати інформацію, домовлятися про обмін нею на інші професійні або побутові цінності. Щільний графік щоденної активності журналіста фізично й психічно виснажує людину і, як результат, на побутові домашні справи він не має достатньо часу. Не приділяючи належної уваги дружині і дітям, забуває про їхні дні народження. Поступово інмутація (зміна моделей поведінки на гірше) «заганяє» журналіста в глухий кут, виходом із якого є тільки припинення співіснування з сім'єю, тобто – розлучення.

Інмутація іншої загальножиттєвої цінності («творча реалізація») тих, хто причетний до виробництва масової комунікації, полягає в тому, що з роками, маючи незадоволення у самореалізації, у реалізації творчих здібностей, особистість перестає бачити смисл життя. Поступово в результаті втрати смислу життя людині стає не цікаво жити. Вона втрачає друзів, колег, родичів, які не бажають спілкуватися з нереалізованою людиною. Інмутація

псує життя. Інмутація наведеної цінності знищує стрижень особистості – її систему цінностей.

Не примножуючи приклади, пропонуємо виокремити *ознаки інмутації загальножиттєвих цінностей* тих, хто причетний до виробництва масової комунікації.

Інмутація *життя* відбувається через ставлення до нього як до засобу реалізації творчого задуму, а не як до найвищої цінності людства; звідси життя перестає бути цінністю як такою: воно може лише «служити» працівнику масової комунікації.

Така цінність як *«вітальна (життєва або екзистенційна) безпека»* інмутує через втрату відчуття страху перед небезпекою позбутися як самого життя, так і засобів для існування (води, їжі, сну, здоров'я), а також через втрату квартири, можливості бути вільним (пересуватися і приймати рішення самостійно, не залежати від когось і чогось).

Цінність *«власні діти»* також підлягає інмутації у тих, хто причетний до виробництва масової комунікації. Інтереси і потреби дітей перестають згодом бути головними. Замість виконання обіцянки приділити синові, наприклад, восьми років увагу і піти з дитиною до зоопарку або до кінотеатру дорослий сідає у неділю за комп'ютер і працює до пізнього вечору. Дитина звертається декілька разів до папи, але чує лише: «Зараз-зараз, синок. Я тільки закінчу і ми підемо». Описане «спілкування» продовжується між сином і тим, хто причетний до продукту масової комунікації, протягом всього дитинства, потім юнацтва і, нарешті, коли син виростає до дорослого фахівця іншої справи, коли він повторює захопленість власною фаховою справою і не звертає уваги на своїх дітей – онуків того, хто причетний до продукту масової комунікації, тато-журналіст дивується: «Господи, ну чому мій син такий жорстокий: не приходять до тата в гості, навіть не показав онука».

Інмутація відбувається непомітно, протягом всього життя, протягом всієї професійної справи, разом із зауваженнями: «Зараз-зараз, тільки закінчу».

Вітальні цінності «харчування і відпочинок» тих, хто причетний до продукту масової комунікації постійно інмутують. Харчування один раз на день (бутерброд або пиріжок) і 6-8 чашок неякісної кави, 15-20 цигарок на день, випалені «зі смаком» як додаток до професійного спілкування під час підготовки сюжетів до ефіру або публікації в день здавання журналу до типографії – результат нехтування цінністю «харчування». Інмутації підлягає й цінність «відпочинок». Навіть вирвавшись у відпустку до Криму один раз за три роки, той, хто причетний до продукту масової комунікації, обов'язково знайде цікавий (а краще, сенсаційний) сюжет або тему для майбутньої публікації. Наприклад, фотокореспондент не може поїхати у відпустку без фотокамери, адже у відпустці може бути «пійманий» унікальний кадр. Під час відпочинку той, хто причетний до продукції масової комунікації обов'язково знайде своїх знайомих по галузі і буде вести постійні розмови про невдалі або вдалі продукти масової комунікації, про майбутні проекти, про недовершеність фахових вимог та несправедливість керівників. Інмутація як зміна моделей поведінки на гірше спрацьовує непомітно, стабільно й точно вражаючи об'єкти своєї спрямованості.

До загальножиттєвих цінностей тих, хто причетний до виробництва масової комунікації, слід назвати й «гроші». Наприклад, редактор столичної відомої газети, кожний день працюючи над втіленням політики видання в життя, стабільно отримує від власника високу зарплату. Одного разу успішному редакторові пропонують суму, яка перевищує його річний дохід вдвічі. Такою сумою добродії пропонують покрити послугу редактора: публікувати з інтервалом у тиждень протягом місяця перед виборами сенсаційний матеріал про одного з кандидатів на посаду мера столиці. Редактор розуміє, що така послуга може коштувати йому не тільки посади,

але й подальшої професійної «дискваліфікації», презирства і, нарешті, забуття. Редактор вагається. Радиться з друзями, дружиною. Всі відмовляють редактора. Той не погоджується на грошову пропозицію. Рішення редактора залишається непохитним: він відмовляється від пропозиції. Честь і совість редактора залишаються чистими, але двічі-тричі на рік темними ночами він згадує пропозицію і бавиться думкою про те, як би він відкрив власну незалежну від усіх газету й друкував би там всі матеріали, які б захотів. Інмутацією цінності «гроші» слід вважати у нашому прикладі не самі гроші (їхню велику суму), а те, що пропозиція, попри того, що вона була відхилена, зіпсувала хід думок редактора, змінила його погляд на реальні речі, процеси, події й оцінки.

«Творча самореалізація» вважається також загальножиттєвою цінністю тих, хто причетний до виробництва масової комунікації. Згадана цінність підлягає інмутації найшвидше за всі відомі нам. Сутність інмутації творчої реалізації як загальножиттєвої цінності полягає в тому, що ті, хто причетний до виробництва масової комунікації, поступово перетворюють творчість на процес не нових й оригінальних проектів впливу на масову свідомість, а «творять» за штампом, повторюючи однакові й вже нецікаві прийоми і форми подавання інформації. Наприклад, телевізійні ведучі новин кожного дня повторюють одні й ті самі фрази на кшталт «І, нарешті, про погоду». Кожного разу, коли починається річний цикл святкових подій, інформаційні програми переповнюються клішованими висловленнями, наприклад:

- «Українці зустрічають різдвяні свята ...»,
- «Напередодні жіночого свята у столичному палаці «Україна» відбулися урочисті збори ...»,
- «День прикордонника традиційно відзначився ...»,
- «У Міжнародний день захисту дітей українці ...»,

– «Сьогодні Україна відзначає День прапора України. На вулицях багатьох міст країни ...»»,

– «Українська міліція вкотре святкує своє професійне свято ...».

Під час творчої реалізації формулювання думок тих, хто причетний до виробництва продукту масової комунікації, інмутує також і за рахунок високої інтенсивності і щільного графіку підготовки до, наприклад, радіоефіру. Нині діджей ранкового ефіру не працює один перед мікрофоном, оскільки його монологічне мовлення не викликає ефекту реакції від слухачів. Ефективнішими виявляються діалогічні пари ведучих (або діджеїв), які працюють за законами драматургії: розігруючи, наприклад, у прямому ефірі сварку між чоловіком і дружиною, або між хлопцем та його нареченою. Діалогічні форми ведення прямого радіоефіру слід розглядати як реалізацію творчості, але, на жаль, досить часто такі діалоги вкрай зіпсовано вживанням клішованих мовленнєвих витворів, які називати літературною мовою неможна. Прикладом інмутації мовлення в ранковому радіоефірі є такий:

Ведучий – чоловік (Ч): «Інно, давай зараз пограємо з нашими радіослухачами у таку веселу гру. Ми будемо пропонувати їм фрагменти музичних творів, а вони будуть відгадувати авторів цих творів.

Ведучий – жінка (Ж): Давай, Сашко.

Ч.: Постривай, Інно, а як же слухачі будуть вгадувати, якщо вони знаходяться по той бік радіоефіру?

Ж.: Боже мій, Сашко, які ж ви – чоловіки все таки нездогадливі.

Ч. От такої!

Ж.: Слухай і вчись – чоловіче. Ти зараз назвеш номери телефонів нашої студії. Слухачі почують, запишуть і будуть телефонувати. А наш

звукооператор та наші помічники оператори, які вже готові приймати дзвоники чекають.

Ч.: А-а-а! Зро-озу-умі-ів! Дякувати Інноцці Сороці, нашій гарній ведучій у студії, ми, шановні наші слухачі, тепер знаємо як починати гру...».

У наведеному діалогові ми можемо фіксуємо досить наївну ситуацію: в ефірі для багатомільйонної аудиторії розмовляють дві дорослі людини, які обговорюють прості речі, зрозумілі величезній масі слухачів. На слуху у мільйонів прихильників або випадкових слухачів радіоефіру здійснюється семантично пуста вербальна діяльність (ми називаємо її інмутацією творчої реалізації). Радіоведучі хочуть наблизити свій діалог до реального, але знаходяться у смішній ситуації, коли вони змушені заповнювати ефірні паузи розмовами. Замість цілісного й цікавого тексту ми, слухачі, змушені слухати досить примітивний незначимий, або малозначимий текст.

Отже, ми змушені констатувати таке:

- 1) семантично пусті діалоги між ведучими є амбівалентними (такими, що виконують протилежні функції),
- 2) амбівалентність радіодіалогів між ведучими пояснюється, на наш погляд, прагненням максимально наблизитися до слухачів і бути для них зрозумілими;
- 3) у той же час, постійне часте (майже щоранку) звучання семантично пустих діалогів у радіоефірі тягне за собою прагнення слухачів знайти нову хвилю або передачу, яка не буде завантажувати сприйняття слухача пустими й незначимими діалогами ведучих;
- 4) отже, прагнення радіоведучих бути цікавими через дозвіл у своїй професійній діяльності використання семантично пустих діалогів (у наведеному прикладі) веде до інмутації такої *загальножиттєвої цінності*

тих, хто причетний до виробництва масової комунікації, як «творча самореалізація».

До *загальножиттєвих цінностей* тих, хто причетний до виробництва масової комунікації, слід віднести й *сексуальну задоволеність*. Нині у світі розповсюджені три, якнайменше, позиції щодо того, що таке сексуальна задоволеність. Першу позицію висловлюють представники пуританської частини населення Землі, які вважають сексуальну задоволеність досить «брудною річчю». Друга позиція захищається активними шукачами сексуальних втіх і смислу життя. На їхню думку, сексуальна задоволеність – це невід’ємна і значима частина людського існування, навіть – смисл життя. Представники третьої позиції майже індиферентні до питань сексу і сексуального задоволення. Зазначені три позиції диференціюють не тільки все населення Землі, але й тих, хто причетний до виробництва масової комунікації та до формування їхніх загальножиттєвих цінностей, до позитивних (мутація) і негативних (інмутація) процесів, що відбуваються з такими цінностями протягом життя.

Сексуальна задоволеність тих, хто причетний до виробництва масової комунікації, нами розглядається як позитивна (мутаційна) сутність. Порушення сексуальної задоволеності, або наявність сексуальної незадоволеності тих, хто причетний до виробництва масової комунікації, ми кваліфікуємо як негативну (інмутаційні) сутність. На жаль, ми змушені констатувати, що за даними сексологів (наприклад, К. Імелінського [15], З. Старовича [31]) та фахівців із соціальних комунікацій (наприклад, О. Холода [41, с. 115–393]) порушення сексуальної діяльності будь-якої людини відбивається на її професійній діяльності. Очевидним прикладом такого негативного – інмутаційного – впливу може бути такий. Вночі ведучому новин одного з провідних телеканалів, неодруженому тридцятирічному чоловікові, наснилась його кохана жінка – співпрацівниця телеканалу, на

якому працює ведучий. Вона одружена, але прихильно ставиться до ведучого, вважаючи його своїм коханцем. Один-два рази на місяць коханці мали інтимні стосунки й отримували сексуальне задоволення від близькості. Останнім часом зустрічі стали нечастими, сексуальні стосунки і сексуальне задоволення для ведучого теленовин стало бажаним на стільки, що він наважився запросити кохану одного вечора до ресторану з наміром відвести її до себе додому і провести разом ніч. Запрошення було відхилено. Настрій телеведучого був зіпсований на весь день. Через дві години після відмови коханої телеведучий у прямому ранішньому ефірі повинний брати інтерв'ю у відомого політика. Під час підготовки до ефіру ведучий відчув як текст розпливається перед очима, руки тремтять, починає боліти голова, ведучий зривається на колегах: не так наклали грим, не те освітлення, питання сформульовані «не так, к хочеться». Результатом такого стану під час ефіру стають мовленнєві помилки ведучого, неправильне називання гостя на ім'я та по батькові, блідий колір обличчя, неухважність, нездатність зосередити погляд на гостеві тощо. Після невдалого прямого ефіру випусковий редактор висловив свою недовіру ведучому.

Аналіз описаної ситуації дозволяє констатувати те, що:

- 1) порушення психічного стану і врівноваженості ведучого як того, хто причетний до виробництва масової комунікації, відбулося як наслідок тривожності, яка з'явилася після відмови у побаченні з боку коханої жінки;
- 2) така відмова була розцінена ведучим як натяк на руйнування постійних і сталих, вже звичних стосунків між ним і коханою жінкою;
- 3) думки про «крах» стосунків між ним і коханою жінкою стимулювали в нього глобальні роздуми про припинення у майбутньому постійних сексуальних стосунків і сексуального задоволення, що потягнуло «збій» у звичній поведінковій програмі ведучого, потягнули за собою порушення сценарію його поведінки;

4) сексуальна незадоволеність телеведучого потягнула за собою вироблення ним неякісного інформаційно-телевізійного продукту, що помітили телеглядачі і що при повторенні подібних випадків буде додатковим стимулом у «переході» глядача на інші телеканали для пошуку якісного інформаційного продукту;

5) появу подібної сексуальної незадоволеності у телеведучого, наявність подібного «збою» сценарію його поведінки ми розглядаємо як інмутацію *загальножиттєвих цінностей* тих, хто причетний до виробництва масової комунікації.

Достатньо важливою загальножиттєвою цінністю тих, хто причетний до виробництва масової комунікації, є *безконфліктність*. Останню ми тлумачимо як відсутність конфліктних ситуацій і конфліктів у працівника масової комунікації. Причому слід зауважити, що розрізняючи конфліктні ситуації і конфлікти, ми також диференціюємо й на дві великі групи таку загальножиттєву цінність, як *безконфліктність* працівників масової комунікації і вважаємо, що слід виокремлювати:

1) *безконфліктність міжособистісна* (коли працівники масової комунікації не мають конфліктів і конфліктних ситуацій у спілкуванні між собою);

2) *безконфліктність об'єктна* (коли працівники масової комунікації не утворюють своєю творчістю конфліктів і конфліктних ситуацій через створений продукт).

Перша група інмутає непомітно для учасників щоденного як побутового, так і фахового спілкування. Міжособистісна *безконфліктність* ззовні має вигляд тихого і повільного процесу спокою і миру між працівниками, які причетні до вироблення продукту масової комунікації. За змістом своїм міжособистісна *безконфліктність* тягне за собою з часом такі негативні явища і процеси, що свідчать про інмутацію:

- 1) звичку працівників один до одного і, як результат, появу не здатності критично оцінювати вчинки та поведінку колеги;
- 2) втрату оригінальності у творчості,
- 3) втрату здатності бути чесним один до одного у фаховому ставленні,
- 4) застійні явища у стосунках (небажання щось змінювати),
- 5) апатію,
- 6) прагматичність у вчинках (прорахування заздалегідь реакцій на те або інше цікаве явище, процес, продукт, сенсацію).

Друга група – об’єктна безконфліктність (коли працівники масової комунікації не утворюють своєю творчістю конфліктів і конфліктних ситуацій через створений продукт) – також має підґрунтя для появи інмутаційних явищ, а саме:

- 1) постійне, пролонговане, створення безконфліктних сюжетів, наприклад, у теленовинах за часи СРСР у свою чергу утворювало у телеглядача відчуття тиші й спокою у соціальному житті, а відчуття сталості і впевненості у завтрашньому дні переконувало радянських людей у тому, що все, що відбивається журналістами у новинах і телепередачах, у пресі тощо, повинно таким і бути; разом із таким відчуттям потроху перекручувалась реальність, аудиторія поступово у масовому масштабі інмутовала, оскільки моделі поведінки не відповідали реальності: реакції людей, обманутих «спокійною» інформацією в чутках про негаразди в соціалістичному житті, сприймалась як анекдот або жарт, як казка або неправда;

- 2) вибух від газу й пожежа на заводі або завали в шахті, загибель моряків підводного човна «Курськ», або розстріл робочих у Чебоксарах, загибель радянських солдат в Афганістані, або криваві події в Чехословаччині чи в Угорщині – все перелічене і не перелічене, що мало негативний вектор розвитку подій, ретельно приховувалось; чутки про замовчане поширювались і тим самим давали радянським телеглядачам

можливість не вірити засобам масової інформації і, найголовніше, не реагувати, що за фактом вже можна називати процесом інмутації, або зміною на гірше моделей поведінки аудиторії;

Слід диференціювати об'єктну безконфліктність як загальнолюдську цінність тих, хто виробляє продукт масової комунікації, на два види:

- 1) навмисно (суб'єктивно) утворена об'єктна безконфліктність,
- 2) природно (об'єктивно) сформована об'єктна безконфліктність.

Перший вид об'єктної безконфліктності фіксується у випадку, коли працівники масової комунікації навмисно створюють продукт, який не тягне за собою конфліктів і конфліктних ситуацій. Індивіди, сприймаючи такий «спокійний» продукт (публікації в пресі, теле- та радіопередачі, документальні фільми тощо), що не спричиняє в суспільстві сварок, бойкотів, страйків, революцій чи війн, спокійно реагують (або не реагують), продовжуючи не звертати уваги на реальні соціальні загрози.

У другому виді об'єктної безконфліктності, сформованій природно (об'єктивно), відсутність конфліктних ситуацій і конфліктів у соціумі пояснюється аморфністю і неготовністю мас реагувати адекватно на несправедливість і соціальні негаразди. По суті маси не вміють адекватно реагувати, вони апатичні й асоціальні, вони не є соціально активними акторами. Описане явище природно (об'єктивно) сформованої об'єктної безконфліктності пояснюється або соціальною незрілістю суспільства, або відсутністю яскравого й харизматичного лідера, який би зміг проголосити соціально цікаву ідею і зародити до неї (і до себе) симпатії мас.

Обидва види можуть тягнути за собою інмутовану поведінку аудиторії.

Варто тут розглядати соціальний спокій не як гарантію прогресу, а навпаки, як симптоми занепаду суспільства, його інмутації.

Важливими *загальножиттєвими цінностями* тих, хто причетний до виробництва масової комунікації, є мати, батько, сестри, брати. На жаль, згадані цінності виробників масової комунікації також піддаються інмутації.

Гіпертрофоване почуття батьківської любові до сина або доньки, які виробляють продукт масової комунікації, тягне за собою підвищений контроль за вчинками та рішеннямилюбих дітей. Соціально зрілу особистість виробника продукту масової комунікації таке дбайливе ставлення батьків до себе дратує, виводить із себе. Якщо піклування батьків фіксується протягом усього життя, психіка спочатку дитини, потім юнака або дівчини потихеньку руйнується, інмутує. Виростаючи до фахівця з дипломом, набуваючи фахові навички і формуючись як повноцінна особистість, така соціально опікувана «великовікова дитина» або капітулює перед опікою батьків і дозволяє їм бути тягарем у творчості, або адаптується і грає роль того, хто дозволяє себе опікувати, розуміючи любов батьків, або протривить такій опіці з боку батьків і протестує і не дозволяє продовжувати «позорити» себе перед колегами по цеху. У будь-якому з описаних трьох випадках психіка особистості, яку прагнуть опікувати батьки протягом життя, потерпає і поведінка її змінюється на гірше, тобто інмутує. Як результат, фахова діяльність виробника масової комунікації інмутує і продукт, який пропонує такий виробник, стає гіршим, псується, не може зацікавити аудиторію.

Варто продовжити ланцюг інмутації: псування продукту виробників масової комунікації з часом потягне за собою псування і соціальну деформацію системи цінностей прихильників, аудиторії. Суспільство, не підозрюючи про те, що процеси інмутації охоплюють величезні маси, продовжуватимуть споживати інмутовану продукцію виробників масової інформації і, як результат, продовжуватимуть самі інмутувати. Описаний ланцюг інмутації, на наш погляд, є сталим явищем у суспільстві і

відбувається постійно. Прикладом такої сталої інмутації суспільства є постійне змінення норм слововживання в українській мові. Кожна історична епоха несе з собою багато новацій, частка з яких виживає, вконструюється в структуру і функції суспільства і з часом перетворюється на соціальний закон. Нові покоління сприймають такий соціальний закон як такий, без якого суспільство не може існувати, не знаючи, що те, що нині є соціальним законом, колись було під заборонаю, було асоціальним. Час змінює моделі поведінки індивідів, індивіди впливають на смаки та переконання мас, маси сприймають інмутовані моделі поведінки як соціальну норму і приймають її у процесі соціалізації. Стаючи нормою, інмутація перестає виконувати свою функцію порушника соціальних принципів і законів і втрачає статус інмутації. Те, що було інмутованим, стає нормативним.

Повертаючись до таких *загальножиттєвих цінностей* тих, хто причетний до виробництва масової комунікації, як мати, батько, сестри і брати, разом із випадками гіпертрофованої любові до дітей від батьків, ми змушені констатувати і другий бік соціального явища інмутації згаданих цінностей. Мова йде про зворотний процес – батьківської нелюбові до власних дітей.

За результатами досліджень, здійснених у руслі фрейдизму і неофрейдизму [28; 36-40; 43-44], відомо, що дитячі негативні сильні враження міцно «чіпляються» в пам'яті й, підкріплюючись протягом невеликого проміжку часу, закріплюються у свідомості й переростають у психічні комплекси. Той педагогічний стиль виховання, який практикували батьки в нашому дитинстві, обов'язково повторюється (але ще й трансформується особливостями нашого дискурсу існування) під час виховання нами власних дітей. Всі позитиви й негативи дитинства і ставлення до нас наших батьків ми старанно копіюємо, самі того не бажаючи та й не віддаючи собі звіту. Працівник, дотичний до виробництва продукту

засобів масової інформації, підсвідомо відбиває в такому продукті як підсвідоме позитивне, так і підсвідоме негативне. Те, що відбувається з дітьми тих, хто причетний до виробництва продукту засобів масової інформації, також підсвідомо відбивається на продукті ЗМІ. Наприклад, гарний настрій, утворений приємними інтимними стосунками з чоловіком, здоровими дітьми, гарячим сніданком, приготовленим для дітей і чоловіка не на поспіх, свіжою власною блузкою, сорочками, шкільною формою, власними новими туфлями тощо, стимулюватимуть працівника ЗМІ, який виробляє телепродукт для масового споживача. Інший приклад: у того, хто виробляє продукт для ЗМІ, звечора зіпсований настрій вчительськими публічними зауваженнями на батьківських зборах дитини, яка отримує протягом чверті низькі оцінки; хвора мати, яка потребує постійного догляду і знаходиться одна дома, телефонуючи через кожні дві години до сина – працівника ЗМІ і яка перепитує кожного разу про те, де лежать її окуляри або про те, скільки потрібно накапати в склянку лікарського розчину для підтримки нормального самопочуття, не зможуть утримати будь-якого творчого працівника від нервового зриву. За результатами підсвідомого впливу з боку перерахованих як приклад факторів такі загальножиттєві цінності, як «батько, мати, діти, брат, сестра» піддаються серйозній моральній корозії і деформації, об'єктивно тягнучи за собою інмутацію як поведінки працівника ЗМІ, так й інмутацію у поведінці аудиторії.

Наступною загальножиттєвою цінністю того, хто причетний до виробництва продукту засобів масової інформації, є *вільний вибір*.

За даними авторів вільної енциклопедії «Вікіпедія», вибором слід вважати «стадію волі, що має на увазі селекцію однієї з двох або більше альтернатив, інколи після періоду обмірковування» [5]. Вільним ми називаємо непримусовий вибір, або той, який не залежить від волі іншої людини, власний вибір.

Працівник, який займається виробництвом продукту ЗМІ, має постійно вільно й без примусу вибирати те, що йому до смаку і що він вважає оригінальним, гарним і таким, що є достойним уваги аудиторії. Особливу роль відіграє фактор вільного вибору, наприклад, або під час утворення власної авторської програми на телебаченні, або підписання до друку розлогого журналістського матеріалу, який розвінчує злочинну владу, або при створенні інформаційної палітри для інтернет-сайту. У перелічених випадках вільний вибір є концептуальним, таким, що формує уявлення аудиторії про сам продукт, про його автора. Відсутність вільного вибору (але наявність прояву волі завідувача відділом у редакції друкованого засобу інформації або продюсера на телебаченні, або випускового редактора) формує симптоматику інмутаційної поведінки автора. Поступово симптоматика (набір нестійких ознак) формує синдром (стійкі ознаки) ненормальної поведінки автора журналістського матеріалу, що об'єктивно завершується соціальною адаптацією і поступовим просуванням кар'єрними сходинками або руйнуванням соціальних стереотипів і звільненням з місця роботи, професійним забуттям тощо.

Отже, ознаки інмутації у поведінці того, хто причетний до виробництва продуктів засобів масової інформації, при відсутності вільного вибору є очевидними, що ми й прагнули довести.

Раніше ми виокремили дві групи інмутації масової комунікації, а саме інмутацію:

- 1) тих, хто причетні до виробництва масової комунікації;
- 2) того, що є сукупністю технологічних і технічних факторів.

Оскільки першу групу ми розглянули, є необхідність проаналізувати сутність другої групи інмутації масової комунікації.

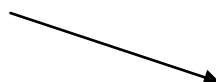
Тим, що є сукупністю технологічних і технічних факторів інмутації масової комунікації, ми називаємо органічне поєднання:

1) технологічних факторів як вміння фахівців вибудувати процес інмутації масової комунікації таким чином, щоб сама інмутація відбулась завдяки чіткому упорядкованому наслідуванню певних шаблонів поведінки і запрограмованим діям щодо досягнення псування моделей поведінки суспільства;

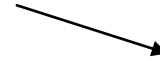
2) технічних факторів як використання людиною спеціальних засобів, пов'язаних із технікою (електронні пульти управління звуком і записом у діяльності журналістів, гучномовці, мікрофони, фотоапарати, автомобілі, кінокамери, телевізори, радіоприймачі, комп'ютери, сканери, телефони, факси тощо); завдяки техніці можна здійснити технологічні прийоми і дії, що можуть привести до інмутації масової комунікації.

Прикладом сукупності (поєднання) технологічних і технічних факторів інмутації масової комунікації є такий. Український репортер відомого телеканалу отримав від редактора завдання висвітлити перебіг подій на площі, де зібралась велика кількість людей із закликами не підкорятись проросійській владі. Репортер знає про те, що власник телеканалу належить до людей, які є з політичної точки зору російсько-орієнтованими в моделях власної поведінки. Прагнучи не втратити роботу на престижному телеканалі, репортер обирає позицію зйомок таку, яка дозволяє не «бачити» операторові антиросійські гасла, написані на плакатах мітингувальників. Очевидно, що фіксується потрійна інмутація поведінки репортера, яка утворює інмутацію суспільства за такою схемою:

Фахова інмутація репортера



Інмутація продукту ЗМІ



Інмутація масової комунікації

Те, що репортер налаштований зберегти свою роботу, ухиляючись від трансляції правдивої інформації, є фаховою інмутацією, яка тягне за собою технологічну інмутацію – вибір позиції зйомок (використання технічних засобів: камера, мікрофон). У свою чергу, відзнятий матеріал під час підготовки його до ефіру не можна буде змінити на користь виправлення ситуації і наближення зображення до правди. Нарешті, аудиторія отримає з ефіру інмутований телевізійний репортаж, який здійснено репортером-інмутантом. Сама аудиторія починає інмутовати, оскільки, не знаючи правди, починає обговорювати/не обговорювати ситуацію, бути задоволеною-незадоволеною, пропускати/не пропускати повз вуха інформацію.

Отже, ланцюг інмутації сукупності технологічних і технічних факторів інмутації масової комунікації тягне за собою інмутацію аудиторії, або інмутацію суспільства.

Нами аналізовано специфіку двох груп інмутації масової комунікації: 1) тих, хто причетні до виробництва масової комунікації, і 2) того, що є сукупністю технологічних і технічних факторів. Як результат такого аналізу ми набули право стверджувати, що:

1) інмутація тих, хто причетний до виробництва масової комунікації, базується на соціальній корозії стрижневих сутностей аксіологічної шкали особистості;

2) сукупність технологічних і технічних факторів є лише наслідком соціальної корозії (інмутації) суспільства.

10.2.4. Інмутація суспільства під впливом масової комунікації

Те, що погіршення поведінки суспільства (за нашим визначенням – інмутація) відбувається під впливом масової комунікації, говорять, починаючи з відомого і вже крилатого висловлення Волтера Ліпмана, який зазначив, що під впливом масмедій людина сприймає навколишній світ як картинку [50, с. 29]. Чи варто нині нагадувати про те, що майже через дев'яносто років після згаданого висловлення В. Ліпмана дослідники здійснили тисячі спроб довести як думку автора висловлення, так і спростувати її.

До критеріїв, які допоможуть нам визначити форми інмутації суспільства під впливом масмедій, слід віднести такі:

- 1) цілі інмутації суспільства,
- 2) сутність,
- 3) очікування,
- 4) наслідки.

За критерієм *«цілі інмутації суспільства під впливом масмедій»* ми розрізняємо такі:

✓ сталі ідеологічно-пропагандистські (як результат постійної підтримки виховання прихильності до політичного режиму; здійснюються представниками спеціальних служб тієї країни, у якій вони проживають),

- ✓ ворожі пропагандистські (для підриву існуючого політичного режиму; здійснюються представниками розвідувальних служб супротивної країни),
- ✓ несталі пропагандистські (як результат політичних виборчих кампаній; здійснюються фахівцями з паблік рилейшнз),
- ✓ фрагментарні рекламні (як результат рекламної кампанії; здійснюються фахівцями з рекламної справи і паблік рилейшнз),
- ✓ схожі на системні (здійснюються для налагодження зв'язків із громадськістю),
- ✓ мобілізаційні (на випадок війни або термінового вирішення економічних задач з поновлення господарства).

Наведемо приклади з метою деталізації й уточнення наведеної класифікації форм інмутації суспільства за критерієм *«цілі інмутації суспільства під впливом масмедій»*.

Приклад 1.

Сталі ідеологічно-пропагандистські цілі інмутації суспільства.

Більшою мірою такі цілі наслідуються в тоталітарному суспільстві для постійної підтримки прихильності громадян до політичного режиму. Наприклад, в СРСР постійно діяли агітаційні майданчики, що розташовувались у кожному дворі і на яких ввечері, після робочого дня (від 18.00 до 19.00) виступали або професійні лектори з промовами-лекціями на злободенні теми, пов'язані з критикою капіталізму або з тлумаченням того або того явища, події, що відбувались на політичному поприщі.

Такі виступи оплачувались як запланована праця лектора вишу. Серед лекторів зустрічались і непрофесійні промовці, які отримували меншу зарплату за свої виступи. У будь-якому разі така лекторська пропагандистська робота була оплачувана і, найголовніше, вона була

постійною, системною. Остання характеристика (системність) підтверджувалась тим, що теми ретельно відбирались і складені плани затверджувались спеціальними комісіями і відділами, які відповідали за партійно-агітаційну роботу.

Приклад 2.

Пропагандистська робота велась постійно і в стінах учбових закладів. Кожний піонер, комсомолец і член КПРС повинен був проводити (за чергою один раз на два-три місяці) підготовлену заздалегідь політінформацію. Частіше такі політичні інформації відбувались перед заняттями, перед уроками або лекціями, іноді – на початку занять. Ті, хто не підготували виступ на політінформацію суворо карались: позбавлялись привілей піонера і комсомольця, а члени КПРС викликались на засідання спеціальних комісій-бюро, члени яких пильнували за ідеологічним вихованням молоді.

Приклад 3.

Системний і прихований нагляд (контроль) за станом ідеологічної повсякденної і кропіткої підготовки молоді і робочих мас здійснювали представники спеціальних служб безпеки. За кожним колективом був закріплений штатний працівник спецслужби (КДБ), який приховано вів активну роботу, спрямовану на вербування «ідеологічно нестійких елементів» соціалістичного суспільства. Суть вербування полягала у тому, що нестійкі елементи повинні були щотижня доповідати кадебістові про тих спів службовців, які вели ідеологічно ворожі розмови, слухали ворожі радіоголоси, були прихильними до капіталістичного образу життя. Виявлені «елементи» підлягали додатковій обробці і в разі, якщо така обробка була безуспішною, спецслужби планували спеціальні операції, спрямовані на «вилучення» ідеологічно нестійких елементів. «Вилучення» відбувалося органічно: чи то за п'ятику на виробництві (хоча товариші «п'янички»

ніколи не помічали, щоб їхній співслужбовець зловживав спиртним), чи то за спекуляцію (хоча оточуючі достеменно знали, що перепродані речі обвинуваченим були придбані для себе під час поїздки за кордон, але не підійшли за розміром чи кольором), чи то за читання забороненої літератури, наприклад, роману «Майстер і Маргарита» М. Булгакова або «Один день Івана Денисовича» О. Солженіцина (хоча спецслужби гарно були освічені у тому, що майже кожний громадянин СРСР вже потайки читав згадані твори).

Наступні форми інмутації суспільства під впливом масмедій – ворожі пропагандистські цілі, що пов'язані з підривом існуючого політичного режиму. Такий вплив масмедій здійснюється представниками розвідувальних служб супротивної країни. У нинішній Україні немає зовнішнього ворога, який би відверто декларував свої хижацькі пріоритети. Але у період від 2005 року до зими 2010 року, коли при владі були В. Ющенко і Ю. Тимошенко, російські ЗМІ вели інтенсивну роботу, що наслідувала пропагандистські ворожі цілі. Наприклад, коли адміністрація одного з приватних кафе міста Львова не рекомендувала до прослуховування пісні, що виконувались російською мовою, у російському випуску новин «Время» було повідомлено про те, що в Західній Україні, у Львові, зафіксовано спалах націоналізму і русофобії.

В іншому випадку, коли Степанові Бандері указом президента В. Ющенка було присвоєне звання Героя України, російські спецслужби за допомогою масмедіа виставили цей факт у негативних тонах. В унісон спецслужбам прозвучали й публікації в електронних ЗМІ. Наприклад, на сайті «ForPost» знаходимо антибандеровський матеріал за підписом «к.ф.н., писатель В. Иванов» [14]:

Чем тогда отличается от героя Украины Степана Бандеры своими замыслами и поступками главный террорист планеты Усама бен Ладен, который тоже борется за справедливость и чистоту своей веры? Он, что тоже национальный герой?

Несомненно, героизация на государственном уровне тех, кто долгие годы у нормальных людей считались предателями, бандитами и убийцами, вызывает не просто недоумение, она вызывает категорический протест и естественную реакцию отторжения. Зачем оскорблять святое для всех поколений понятие - ГЕРОИЗМ!

Героизм – самоотверженность, мужество, способность совершить подвиг. (Комплексный словарь русского языка)

Севастопольский городской Совет, выражая волю жителей города-героя, выступил категорически против присвоения Степану Бандере звания Героя Украины. В заявлении, принятом на пленарном заседании 26 января, говорится, что депутаты «осуждают действия Президента Виктора Ющенко по героизации пособников фашистов, таких как Шухевич, Бандера и им подобных», и никогда не будут воспринимать их как героев.

Отменить указ - НЕМЕДЛЕННО!

к.ф.н., писатель В.Иванов

Підтвердження фактів втручання спецслужб Росії у внутрішню політику України знаходимо у такій формі інмутації суспільства під впливом масмедій, як ворожі пропагандистські цілі, фіксується відверто і в доповіді на 26-й Конференції з української проблематики (передрук тексту можна знайти на сайті «Радіо Свобода» та на сайті «Хата скраю» - Часопис українців Німеччини) Мойсея Фішбейна – видатного українського поета і перекладача, лауреата премії імені Василя Стуса, члена Українського Центру Міжнародного PEN-клубу та Національної спілки письменників України [35]:

«29 січня 2009 року, виступаючи на розширеному засіданні Федеральної служби безпеки в Москві, президент Російської Федерації Дмитрій Медведєв буквально однією фразою розкрив спецоперацію ФСБ (цитую мовою оригіналу): «В ряде соседних государств сохранялась нестабильная социально-политическая обстановка, не прекращались попытки расширения НАТО, в том числе и за счёт так называемого ускоренного вступления в альянс Грузии и Украины. Всё это, разумеется, потребовало чёткой и слаженной работы всех специальных силовых структур, правоохранительных органов и весьма высокого уровня координации их деятельности. Должен сразу сказать, что Федеральная служба безопасности в целом успешно выполнила поставленные перед ней задачи».

Себто – президент Російської Федерації відкритим текстом заявив, що зрив інтеграції України до Північноатлантичного альянсу – це заслуга російських спецслужб, наслідок проведених ними спецоперацій. А заявивши, подякував Федеральній службі безпеки. Це пряме визнання того, що російські спецслужби провадять спецоперації проти України, спрямовані на підрив її суверенітету й незалежності. Це брутальне порушення не лише міжнародного права. Це брутальне порушення й російських законів: законодавча база Російської Федерації, що регулює діяльність ФСБ, не дозволяє цій спецслужбі проводити такі спецоперації. У «Федеральному законі про Федеральну службу безпеки», ухваленому Державною Думою Російської Федерації 22 лютого 1995 року (з усіма подальшими редакціями) про жодні спецоперації проти суверенітету інших держав і «коригування» їхньої зовнішньої політики не сказано анічогісінько. Значимо: цей документ 1995 року підписав президент Російської Федерації. В цьому документі немає нічого бодай подібного на спеціальну операцію проти України, що з нею президент Медведєв привітав ФСБ. Натомість у прямих завданнях ФСБ є інше конкретне визначення: щодо припинення, унеможливлення витоку державних та військових таємниць. Спецоперація ФСБ, спрямована на недопущення вступу України до НАТО, є однією з найбільших таємниць Кремля. І витокові саме цієї таємниці сприяв пан Дмитрій Медведєв».

Останній приклад яскраво свідчить про нинішні досить інтенсивні темпи розповсюдження однієї з форм інмутації суспільства за критерієм *«цілі інмутації суспільства під впливом масмедій»* – ворожі пропагандистські цілі, що спрямовані на підрив існуючого політичного режиму, які здійснюються представниками розвідувальних служб супротивної або сусідньої країни.

До форм інмутації суспільства, які ми розгалузили за критерієм *«цілі інмутації суспільства під впливом масмедій»*, слід віднести й несталі пропагандистські цілі, які досягаються завдяки проведенню політичних виборчих кампаній і нині здійснюються фахівцями з паблік рилейшнз.

Несталі пропагандистські цілі, досягнення яких тягне за собою форми інмутації суспільства, ми розподілили на ті, досягнення яких відбувається протягом:

- 1) виборів до місцевих рад;
- 2) виборів до парламенту,
- 3) президентських виборів.

Зазначимо, що несталі пропагандистські цілі саме тому несталі, що мають тимчасову соціальну дію (вплив). Як правило, після виборів пропагандистські цілі перестають бути такими і їхній результат – інмутація суспільства – нівелюється, сходить нанівець.

Приклад 1.

Під час президентських виборів 2004 року в Україні у другому турі залишилися Віктор Ющенко і Віктор Янукович, які, кожний у свою чергу, щиро обіцяли народові країни різке поліпшення економічної ситуації, нові робочі місця й виважені тактику співіснування з Росією, США і Європейським Союзом. На хвилі обіцянок і незадоволення результатами першого туру виборів, коли різниця голосів виборців зіграла на користь Віктора Януковича, народ України, обурений нахабним використанням діючою владою адміністративного ресурсу і грубих соціально-комунікаційних виборчих технологій, вийшов на вулиці міст і селищ і висловив свій соціальний і політичний протест. Згадані події увійшли в історію України як «помаранчева революція». Саме в ті листопадно-грудневі 18 днів 2004 року найяскравіше фіксувалась інмутація суспільства: суспільство змінило на гірше звичні моделі поведінки. Народ не підкорився основному закону України, претендент на посаду президента країни – Віктор Ющенко – також порушив основний закон країни і попри оголошених результатів не на його користь прийняв присягу президента країни. Інмутація суспільства тоді відбулася за такими напрямками:

- 1) конституційним,
- 2) юридичним,
- 3) соціальним,
- 4) економічним,
- 5) психологічним,

- б) військовим,
- 7) культурним,
- 8) ментальним.

Суть інмутації суспільства за конституційним напрямком полягала в тому, що на очах у всього світу відбулось масове порушення Конституції України, що привело до краху майже всього суспільного ладу.

Інмутація суспільства за юридичним напрямком полягала в тому, що й нині є дивним і погано піддається тлумаченню. З одного боку, під час подій листопада–грудня 2004 року в Україні у глобальному масштабі було порушено юридичні норми: за законом про вибори президента України передбачалось оголошення результатів другого туру виборів як остаточне визнання перемоги одного кандидата над іншим, але такого визнання не відбулося. Отже, була порушена норма права. Причому вперше. Удруге норму права в Україні порушили восени 2010 року, коли за ініціативою нової влади вже унормовані положення й статті закону, прийняті спонтанно 2004 року, були скасовані рішенням Конституційного суду України. Відбулася інмутація суспільства за юридичним напрямком.

Інмутація суспільства на соціальному рівні відбулась також помітно під час подій помаранчевої революції, коли народ відчув в собі сили покинути свої оселі і робочі місця і вийти на вулиці міст і селищ країни. Соціум діяв як суб'єкт, активна сила, не розуміючи однак, що чинить дії, що входять у протиріччя здоровому глузду: чим більше безладу в країні, тим довше буде потребуватися часу для налагодження соціального порядку.

Інмутація суспільства в економічному напрямку відбулась як очевидний факт і виявилась трохи згодом, коли соціологи й політологи, й особливо, економісти почали констатувати різке падіння економічних показників, спричинених подіями 2004 року.

З психологічних позицій інмутація суспільства восени–взимку 2004 року фіксувалась у формі відчуття вседозволеності і протесаного настрою народу: люди відчували «свободу», хоча мало хто в народі розумів до кінця те, що відбулось і до чого «революція» може привести. Психологи констатували, що в описуваний період українці відчували ейфорію, насолоду визволення від гніта та тягаря «кучмізму».

Інмутація суспільства відбулася під час подій 2004 року в Україні й у військовому напрямку. Керівники Збройних сил України відмовлялись спрямовувати важку техніку й іншу зброю проти свого власного народу. Хоча, як свідчать очевидці тих подій, керівники тодішнього уряду вимагали від президента Л. Кучми дати команду на висадку з неба на вул. Хрещатик десантних підрозділів з метою придушення народних хвилювань і для наведення ладу. Фактом інмутації армії слід вважати невиконання військовими керівниками прямих вказівок від Адміністрації президента України.

У культурному напрямку інмутація суспільства під час подій помаранчевої «революції» і після них відстежувалась появою нових «творінь» відомих співаків, артистів, кінорежисерів, сценаристів, вчених, письменників тощо. Основним стрижнем літературно-мистецьких і наукових творів, а також зображально-видовищної продукції були або прискіпливий (тенденційний) аналіз соціологів і психологів, істориків і фахівців із соціальних комунікацій того, що відбулось на майдані Незалежності в листопаді-грудні 2004 року в Києві. Виступи зі сцени, наприклад, Таїсії Повалій і Руслани Лижичко супроводжувались вигуками і зазивами голосувати за певного кандидата в президенти України. Сам по собі такий факт не є ознакою політичної незаангажованості артистів і співаків. Відомий сценарист Юрій Рогоза (автор сценарію до художнього фільму «День народження Буржуя») «заплямував» себе в авторстві книжки «Вбити Юлю»,

яка стала взірцем пасквілю і заангажованості (суб'єктивності і неправди). Історик – кандидат історичних наук – Данило Яневський видав книжку під назвою «Хроніка Помаранчевої революції», де також тенденційно й однозначно показав роль представників як колишнього (на 2004 рік) кандидата в президенти України Віктора Януковича, так і колишнього (на 2004 рік) кандидата в президенти України Віктора Ющенка.

Зазначене підтверджує нашу думку про те, що соціальні потрясіння в Україні восени-взимку 2004 року стали певним культурним «фільтром» (вже не говориться про те, що такий фільтр можна називати і політичним, і соціальним, й економічним, і філософським тощо). У той час, коли митці, представники культури могли б спокійно, якісно і продуктивно працювати над створенням високих зразків мистецтва, вони на поспіх і терміново «виписували», «витанцьовували», «виспівували», «видосліджували» нав'язвані з боку політиків ідеї. Найганебнішою (з моральної точки зору), але й найяскравішою ілюстрацією політичної заангажованості (тобто інмутації як зміни моделі поведінки на гірше) є вчинок «українця» народного артиста СРСР Йосипа Кобзона, який у скрутний час соціальної розбалансованості країни, у якій він жив багато років, у країні, яка дала можливість йому сформуватися як артистові і співакові, дозволив собі «наспівувати» слова «Только бы не было войны», якими представники кандидата в президенти (на 2004 рік) Віктора Януковича з пропагандистської точки зору вдало вмонтували як фоніві для відеоролика. Останній демонстрував запеклі бійки депутатів Верховної Ради України в залі пленарних засідань, демонстрував бійку опозиційних сил на вулицях міста Києва, сутички на вулицях Донецька тощо. З позиції нашого аналізу слід зробити висновок про те, що слова пісні, яку співав Й. Кобзон, і якою супроводжували пропагандистський відеоролик, є інмутацією культури як соціального інституту.

Нарешті, варто говорити й про те, що у ментальному напрямку під час помаранчевої революції 2004 року в Україні також відбулась інмутація. Слід зазначити, що події листопада–грудня 2004 року в Україні потягнули за собою цілу низку скарг, за перебігом розгляду яких у судових засіданнях спостерігали телеглядачі всієї країни. До помаранчевої революції такого масштабу публічних судових засідань не було. Кожний пересічний українець, не знаючи процедур розгляду скарг політичного забарвлення, дивувався тому, як прискіпливо й терпеливо судді вчитувались у тексти скарг, вислуховували обидві конфліктуючі сторони і виносили рішення. Під час такого наочного правового телевізійного уроку українці дорослішали у юридичному смислі, ставали на ноги у процеси визрівання своєї ментальності (образу мислення). Кожний виборець розумів, що він також може подати скаргу на неправомірні дії політиків і, можливо, виграти справу. Саме телевізійна трансляція судових засідань початку 2005 року «зробила» свою позитивну дію і ментально змінила українців. Отже, слід було б говорити про мутацію (зміну моделей поведінки на краще), а не про інмутацію. Але досвід спостереження за розвитком подальших змін у ментальності українців не дозволяє фіксувати тільки позитивні зміни (мутацію).

Після згаданих подій, які потягнули мутацію українського суспільства, ми відслідковуємо його інмутацію (зміну моделей поведінки на гірше). Доведенням нашого логічного посилення є твердження про те, що соціальне визрівання в ментально-правовому полі набуло протягом періоду після 2005 року інмутаційного характеру. Розуміючи те, що закон може захистити спаплюжені права громадянина, останній став звертатись до органів правопорядку з кожної дрібнички. У судах стали накопичуватись справи, у яких позивачі вимагали, наприклад, суворого покарання у вигляді стягнення моральних збитків у сумі двадцять мільйонів гривень. Суттю справи були

необачні слова (не лайливого характеру), які, з погляду заявника, наносили йому моральний збиток (реальний приклад, коли кандидат у депутати Криворізької міської ради угледів у словах журналіста образу власної гідності). По-перше, не варто було б карати таким чином (вимагаючи 20 млн. грн.) відповідача (журналіста), по-друге, не варто було б суду підтримувати депутата в його претензії на моральні збитки, у такий спосіб надаючи чудову можливість претендентові на політичний міський олімп укріпити власний імідж порядної людини.

Про той час, після судових засідань 2005 року, які розглядали у прямому ефірі (вплив масмедій) скарги політиків один до одного, у народі говорили так: «Тепер у кожному дворі своя революція». Малося на увазі, що кожний пересічний українець знає свої права і може затягати по судам будь-якого нахабу чи політика. Описана ситуація має два боки: позитивний і негативний. Про позитивний говорилось раніше. Негативним боком слід вважати те, що робота прокуратури і судів України й досі майже паралізована, оскільки подібних заяв, які гальмують розгляд тих справ, які дійсно вимагають справедливих рішень, накопичилось стільки, що вистачить на багато років вперед. Конструктиву в таких дрібних заявах мало, а клопоту – більше ніж суті справи. Отже, зміна моделей поведінки українців у ментальному напрямку під впливом масмедій має амбівалентний характер: як позитивні (мутація), так і негативні (інмутація).

Нагадаємо, що до критеріїв, які допоможуть нам визначити форми інмутації суспільства під впливом масмедій, ми віднесли чотири таких: цілі інмутації суспільства, сутність, очікування, наслідки. Розглядаючи форми інмутації за критерієм *«цілі інмутації суспільства під впливом масмедій»* ми виокремили, зокрема, й фрагментарні рекламні цілі (як результат рекламної кампанії) і вказали на те, що вони здійснюються фахівцями з рекламної справи і паблік рилейшнз.

Доведенням нашої думки є приклад 1.

Рекламні кампанії шоколадних батончиків «Снікерс», «Баунті», «Марс» (виробник компанія Mars, Inc) в Україні відзначили свій апогей на початку 90-х років ХХ століття. Тільки но з'явилися на ринку згадані шоколадні батончики, кожний українець віком від чотирьох–п'яти років до вісімдесяти хоч один раз захотів скуштувати рекламований продукт, хоча оцінка самої реклами не завжди є позитивною. Наприклад, дослідник Т. В. Смирнова назвала рекламу шоколадного батончика «Снікерс» «вульгарною» [29], що підкреслює нашу ідею щодо інмутаційних процесів. Через певний час рейтинги реклами шоколадних батончиків падають, зацікавленість у продукції кампанії-виробника Mars, Inc знижується. Ефект нестійкості інтересу споживачів очевидний. Чи можна назвати цілі рекламної кампанії шоколадних батончиків «Снікерс», «Баунті», «Марс» фрагментарними. Вірніше назвати фрагментарними, по-перше, результат рекламної кампанії, по-друге, інмутаційні дії рекламної кампанії. Нині про шоколадні батончики компанії Mars, Inc знають усі українці, які хоч іноді дивляться телевізор. Особливо, коли на екрані з'являється відома колись балерина російських театрів Анастасія Волочкова і на багатомільйонну аудиторію вимовляє сакраментальне російське «Поцелуй мене в пачку». Однією тільки такою фразою здійснюється інмутація суспільства (тинейджерів зокрема), для якого зразком виступає вислів авторитетної особи. Із часом слова рекламної А. Волочкової забудуться так, як і забулися слова перших рекламних роликів шоколадного батончика, а саме: «Баунті – райська насолода!», а пізніше – слова «Не гальмує, снікерсує!». Отже, рекламна продукція має тимчасовий вплив і тому названа нами інмутацією з тимчасовий характером.

Критерії, які допомагають нам визначити форми інмутації суспільства під впливом масмедій, визначають цілі інмутації суспільства, сутність, очікування і наслідки, які тягнуть за собою певний ступінь інмутації

суспільства. До списку форм інмутації за критерієм *«цілі інмутації суспільства під впливом масмедій»* ми віднесли цілі, схожі на системні, які здійснюються для налагодження зв'язків із громадськістю. За своєю сутністю згадані форми інмутації суспільства фіксуються тоді, коли фахівці паблік рилейшнз, прагнучи виконати замовлення клієнта (наприклад, виробника автомобілів), подають через масмедії певну дозу інформації або рекламного, або іміджевого характеру. На початку третього етапу PR-кампанії (у системі RACE: дослідження – акція – комунікація – оцінка) [19.1; 41.1] – комунікації, фахівці, маючи узгоджений бюджет кампанії по зв'язкам з масмедіями і витративши його, вбачають необхідність інтенсифікації зусиль, збільшення публікацій у ЗМІ, спрямованих на промоутовання (просування) автомобілів наприклад, на українському ринку. Керівництво автомобільної компанії-виробника відмовляє рекламникам у збільшенні бюджету PR-кампанії і те, що називалося раніше системою в PR-кампанії, перестає бути таким. Втрачається смисл всієї PR-кампанії і рекламна кампанія в ЗМІ набуває хаотичного і непослідовного характеру, що й веде до утворення інмутації суспільства як з боку споживача реклами, так і з боку рекламодавця. Отже, такі незавершені дії ми називаємо «дії, що схожі на системні». Саме вони утворюють ситуацію несистемності, інмутаційності суспільства.

Ще одним видом, який визначає форми інмутації суспільства за критерієм *«цілі інмутації суспільства під впливом масмедій»*, є мобілізаційні цілі, які частіше фіксуються у випадку війни або термінового вирішення економічних задач, спрямованих на поновлення зруйнованих економіки, господарства. Наприклад, після Другої світової війни 1939–1945 років, після Великої Вітчизняної війни 1941–1945 років народам відповідно Європи і СРСР знадобилось багато зусиль для того, щоб здійснити поновлення економіки, налагодити зруйновані міста і села, підприємства тощо. Уряди постраждалих від війни країн завдяки масмедіям досить швидко здійснили

мобілізаційні програми відновлення господарства завдяки встановленню тимчасових норм споживання електричної енергії, харчових продуктів тощо. Населення постраждалих країн світу сприйняло повідомлення в медіях про такі заходи урядів як необхідні й тимчасові. Згодом, коли поновлення економіки і господарства відтягувалося у часі, суспільства постраждалих від війни країн почали звикати до тимчасових заходів як до постійних. Відбулася інмутація суспільства.

Інший приклад форми інмутації суспільства через масмедії знаходимо у випадку п'яти публічних оголошень, або настанов Імператорського уряду часів реставрації Мейдзі населенню Японії, які були видані 7 квітня 1868 року і мали силу закону. Як повідомляє сайт «Вікіпедії», сутність п'яти публічних оголошень зводилася до оприлюднення на наступний день після прийняття П'ятистатейної присяги рішень нового керівництва Японії. Оголошення написали на дерев'яних таблицях у стилі народних настанов сьоґунату Токуґава. Оголошення склалися з п'яти пунктів.

1. «Дотримання п'яти конфуціанських принципів: батьківської і синівської любові, справедливості між начальником і підлеглим, гідності між чоловіком і дружиною, порядку між старшими і молодшими та вірності між друзями».

2. «Заборону на формування антиурядових товариств і партій, застосування силових методів вирішення судових суперечок, втечу селян з сіл для протесту проти дій влади».

3. «Заборону на сповідування і проповідання християнства та інших еретичних вчень».

4. «Дотримання міжнародного права та заборону завдавати шкоду іноземцям».

5. «Заборону покидати батьківщину без дозволу місцевої влади» [26].

Автори сайту занотовують, що «публічні оголошення засвідчили, що Імператорський уряд продовжуватиме традиційну політику «заборон» сьогунату Токугава щодо населення Японії». Дослідники повідомляють, що заборона викликала «критику з боку іноземних держав» і додають: «зокрема, заборона християнства і свободи переміщень суперечили міжнародному праву, дотримання якого декларував японський уряд. Через це в лютому 1873 року п'ять публічних оголошень були скасовані» [26].

Встановлення японським урядом обмежень, спрямованих на мобілізація суспільства, прописаних й опублікованих у масмедіях, потягнуло за собою інмутацію суспільства: народ не сприйняв вимоги керівництва і почав чинити спротив. Інмутація суспільства була очевидною.

Отже, ми проаналізували функціонування шести форм інмутації за першим критерієм «цілі інмутації суспільства», а саме: сталі ідеологічно-пропагандистські цілі, ворожі пропагандистські, несталі пропагандистські, фрагментарні рекламні, схожі на системні, мобілізаційні цілі.

Раніше ми називали чотири критерії, за якими виокремлюються різні форми інмутації суспільства під впливом масмедій. Другим критерієм визначення форм інмутації суспільства ми вважаємо її «сутність». Пропонуємо розгалужувати за визначеним другим критерієм «сутність» такі форми інмутації суспільства під впливом масмедій:

- 1) профанаційна,
- 2) нагадувальна,
- 3) яка насторожує,
- 4) лячна,
- 5) мотлохова,
- 6) руйнівна інмутація,
- 7) «вбивча».

Проаналізуємо кожну форму детально.

Профанаційна форма інмутації суспільств під впливом масмедій – це така форма зміни моделі поведінки суспільства на гірше, при якій відбувається профанація, або «спотворення, опошлення чого-небудь неосвіченим, образливим зверненням» [25] за допомогою масмедій. Оскільки профанація частіше відбувається як результат неосвіченості, незнання, з одного боку, і, з другого боку, як результат нездатності психіки адекватно реагувати на партнера по комунікації, який робить зауваження, виправляючи профанатора (того, хто викривляє суть предмету обговорення), слід говорити про різні підформи профанаційної форми інмутації суспільства під впливом масмедій. До того ж, варто додати, що людина (наприклад, журналіст або політик, у якого журналіст бере інтерв'ю) може виступати профанатором навмисне, спеціально. У такому випадку ми виокремлюємо не дві підформи, а три такі:

- 1) профанація неосвіченості,
- 2) психічна профанація,
- 3) навмисна профанація.

Далі проілюструємо різновиди перелічених підформ профанаційної інмутації суспільства під впливом масмедій.

Профанація неосвіченості як підформа інмутації суспільства під впливом масмедій, полягає в тому, що зміна моделей поведінки суспільства на гірше відбувається під впливом активності людей (журналістів, політиків, редакторів, власників ЗМІ тощо), які не мають елементарних знань щодо предмету обговорення. Наприклад, під час обговорення якості фотографії, яку фотограф запропонував розмістити на обкладинці журналу, випусковий редактор висловлює поради щодо доречності поєднання на кольоровій світлині чорного і синього кольорів замість поєднання чорного і жовтого. Фотограф, який моделював гаму кольорів, звертаючись до власних фахових знань, впевнений у правоті свого варіанту. Випусковий редактор наполягає

на власному варіанті. У випадку, якщо фотограф підкориться випусковому редакторові, кожний читач журналу, який інтуїтивно відчуває гаму кольорів, висловиться щодо низького професійного рівня фотографа видання. Ставлення читачів до видання зміниться, черговий випуск журналу можуть купляти неохоче. Якщо порушення й надалі будуть фіксуватися (випусковий редактор, не знаючи специфіки впливу поєднання різних кольорів на аудиторію, буде наполягати на власних волонтаристських рішеннях) відбудеться профанація, яка потягне прояв профанації неосвіченості, що дозволить фіксувати інмутацію суспільства під впливом масмедій.

Психічна профанація як підформа профанаційної інмутації суспільства під впливом масмедій ілюструється таким прикладом. Дві жінки-журналістки модної телепередачі «Високий стиль» обговорюють зміст журналістського матеріалу (телезвіту про тиждень високої моди, який пройшов у Києві). Журналістка 1 робить зауваження журналістці 2 щодо помилкової структури телезвіту: замість того, щоб почати матеріал розповіддю (у супроводі яскравого відеоряду) про феєричний фінал, що, на думку журналістки 1 одразу зацікавить глядачів, журналістка 2 – авторка матеріалу – розпочала телезвіт, з'являючись у кадрі сама, одягнена у розкішній сукні. Журналістка 1 докладає масу зусиль, аби переконати колегу. Журналістка 2 (авторка) не погоджується з колегою, починає нервувати, доходить до стану психічної нездатності адекватно сприймати критику і в результаті вибігає з редакції у сльозах. Наступного дня колеги-журналісти дізнаються про те, що їхня колега, журналістка 2 (автор телезвіту) захворіла і потрапила до лікарні. Поведінка журналістки 2 засмучує журналістку 1, яка звертається до випускового редактора з проханням пропустити відеозвіт до ефіру саме у тій формі і з такою структурою, яку запропонувала журналістка 2 (автор телезвіту). Під впливом умовлянь журналістки 1 (критикині) випусковий редактор умовляє головного редактора і продюсера телеканалу пустити в ефір відеозвіт журналістки 2 в оригіналі, тим самим загладити провину перед

авторкою телезвіту, яка лежить у лікарні. Адміністрація телеканалу погоджується, телезвіт йде в ефір без змін, але аудиторія-шанувальниця телепередачі «Високий стиль» помічає фахову недолугість авторки телезвіту про тиждень високої моди в Києві і перемикає канал. Тим самим суспільство інмутує, змінює модель поведінки на гірше. Хоча слід розібратись із тим, для кого вийшло гірше, хто (журналісти й адміністрація телеканалу) постраждав більше, хто змінив поведінку, яка потягла негативні зміни суспільства. З одного боку, поведінка аудиторії не була змінена на гірше (тобто факт інмутації суспільства не був зафіксований). Інмутовала адміністрація телеканалу. З другого боку, адміністрація телеканалу і тележурналісти також складають частку суспільства. Отже, інмутація таки відбулась. Але мова повинна йти про те, що профанаційна інмутація суспільства відбулась під впливом медій. У першому випадку, коли ми аналізували випадок з боку аудиторії, яка перемикнула канал, негативний вплив на суспільство (інмутація) таки був зафіксований. Питання постає в тому, чи саме суспільство відчуло власну інмутацію. Аудиторія зробила вибір на краще для себе. Думка адміністрації і колективу журналістів не хвилює телевізійну аудиторію Рейтинг телеканалу також.

Будь-яке тлумачення прикладу про нездатність журналістки 2 (авторки телезвіту) адекватно сприйняти критику колеги веде до твердження про те, що існує така підформа профанаційної інмутації суспільства як психічна профанація.

Навмисна профанація розглядається нами як підформа профанаційної інмутації суспільства під впливом масмедій і фіксується у цілеспрямованому провокаційному спотворенні початкового смислу предмету обговорення. Частіше такі люди уважно вислухають партнера по комунікації, будуть підкивувати головою на знак погодження, але після висловлення думки іншої людини висловлять власну протилежну думку або й зроблять наперекір партнерові по комунікації.

Наступною формою інмутації суспільства під впливом масмедій є нагадувальна інмутація. Суть останньої полягає в періодичному подаванні і сприйнятті журналістських матеріалів, які, на думку авторів, повинні асоціативно нагадувати суспільству про певні проблеми і шляхи їхнього вирішення. Ми розрізняємо дві підформи нагадувальної інмутації суспільства під впливом масмедій:

- 1) навмисна інмутація,
- 2) ненавмисна (природна).

При навмисній нагадувальній інмутації суспільства під впливом масмедій здійснюється спеціально спланований вплив на аудиторію через ідеологічно-пропагандистські операції, агітацію, рекламу, паблік рилейшнз тощо. Наприклад, з метою постійної підтримки «високого морального духу» радянської людини керівництво СРСР (Союзу Радянських Соціалістичних Республік) постійно друкувало рішення КПРС (Комуністичної партії Радянського Союзу) й уряду СРСР у центральних друкованих ЗМІ, як то: «Правда», «Известия», «Труд», «Комсомольська правда», «Литературная газета» тощо. Нині факти навмисної нагадувальної інмутації суспільства під впливом масмедій фіксуються в регулярних щоденних новинах, автори яких спеціально утворюють підбір тих відомостей (як з України, так зі всього світу), які ведуть аудиторію до асоціацій з поняттями, які нав'язує провідний політико-економічний режим, головна ідеологія провладної партії або опозиційного політичного суб'єкту. У будь-якому випадку ми повинні констатувати цілеспрямований вплив на аудиторію з боку масмедій, що й тягне за собою зміну моделей поведінки суспільства на гірше. Поступово суспільство починає вірити в те, що завтра почнеться благоденство і порядок, достаток і справедливість. Під впливом навмисних нагадувань вустами правлячої політичної сили через масмедії суспільство перестає бути соціально активним: заспокоюється, відходить від вуличних протестів, не

закликає до зміни політичного режиму, можливо, й економічної формації. Суспільство атрофується.

Описаний стан суспільства дає підґрунтя для твердження про активне існування і функціонування такої підформи інмутації суспільства під впливом масмедій, як навмисна нагадувальна інмутація.

Супроти навмисної нагадувальної інмутації суспільства під впливом масмедій стоїть ненавмисна, або природна, нагадувальна інмутація суспільства. Суть останньої полягає в тому, що регулярне (або нерегулярне) розміщення інформації в інформаційному просторі відбувається не завдяки спланованим операціям, акціям чи кампаніям, а через випадкове (природне) розміщення інформації, несистемні (природні) асоціації аудиторії щодо проаналізованих інформаційних матеріалів масмедій. Причому аналіз аудиторії також є природним, тобто неспланованим, неочікуваним, випадковим, вірогіднісним. Наприклад, у серпні–вересні 1982 року хвороба генерального секретаря центрального комітету КПРС Леоніда Брежнєва породила чутки про близьку смерть політика. Неспеціальні чутки, природний стан прихованості інформації про стан здоров'я генсека спровокували коливання в народі, змінило моделі їхньої поведінки. Мусувались розмови про кончину генсека, які заважали суспільству зосереджуватись на виконанні виробничих завдань, відволікали народ від актуальних власних проблем виживання. Аби спростувати негативні природні чутки, офіційні масмедії змушені були розміщувати в інформаційному просторі неприродні, штучні, сплановані античутки про нібито неправдивість чуток про близьку кончину Л. Брежнєва. Офіційні масмедії розповсюджували неприродну нагадувальну інформацію про те, що ворожі підступи капіталістів, які хотіли повалити радянську владу і нав'язати своє світове панування капіталізму. Суспільство реагувало невірою, сумнівами і продовжувало відволікатись від виробничих завдань. Наочний приклад того, як природне нагадування через масову комунікацію спотворило інмутацію суспільства під впливом масмедій.

Наступною формою інмутації суспільства під впливом масмедій (за критерієм «сутність інмутації») ми називаємо таку, яка *насторожує*. Пропонуємо вважати інмутацією, яка *насторожує*, зміну моделей поведінки на гірше під впливом масмедій у ситуаціях, коли інформація масмедій, нагадуючи про суспільну небезпеку, провокує напружено-уважний стан суспільства щодо очікування чогось частіше неприємного. Прикладом інмутації, що *насторожує* і відбувається під впливом масмедій, є інформація, подана в ефір журналістами «5 каналу» і політиками, які постійно в режимі нон-стоп працювали цілодобово, висвітлюючи події ночі проти 28 листопада 2004 року в Києві. Пропонуємо ознайомитись із матеріалами журналістів Богдана Ганжи (Центр журналістських розслідувань) і Олексія Степури (електронний сайт «Тема»), що подано далі.

Ганжа Б. Чорторий

[Електронний ресурс]. – Режим доступу :

<http://clipnews.info/newstopic.htm?id=9390>

«Ніхто не говорив і про те, що на Майдані, де безтурботно співала "революційні" пісні і просто улюблені шлягери обдурена молодь з Києва та різних регіонів держави, ховалися серед натовпу дійсно озброєні до зубів бойовики з автоматами і вінчестерами під спортивними куртками. І командував ними великий "демократ" та "борець за народ" пан Євген Червоненко. Після "революції" він сам охоче розповідав про це журналістам. Не приховував навіть того факту, що особисто створював та озброював НЕЗАКОННІ ЗБРОЙНІ ФОРМУВАННЯ і керував їхніми діями на Майдані. Тобто, наш "великий демократ" і віце-президент всіх євреїв України пан Червоненко готовий був щомиті віддати наказ своїм "ахтунгам" відкрити вогонь на Майдані, ховаючись за спинами молоді, ним же й обдуреної? Виходить, що так... Але про це ще й тепер НІХТО не розповів українцям. А даремно! Можете уявити собі, скільки наших дітей, наших товаришів, земляків, колег по роботі і просто наших співвітчизників лягло б трупами на отому Майдані, якби "заговорив" бодай один із тих схованих автоматів? Більше того, після перемоги "майданного чорторію" деякі "польові командири" навіть вихвалялися тим, що мали певні домовленості з командирами танкових підрозділів в учбовому центрі "Десна", що біля Чернігова. І ці "домовлені" командири нібито готові були ввести до Києва танки, які пішли б на штурм Адміністрації Президента і Кабінету Міністрів. Ну, такі заяви "польових командирів" свідчать, по-перше, про те, що вони тямлять у сучасній військовій справі не більше, аніж барани у балеті. По-друге, це ще один доказ того, що "вожді революції" готові були влаштувати народу

справжнісіньку м'ясорубку! Адже цілком зрозуміло, що "революційні" танки було б миттєво знищено на вулицях Києва: повну неефективність танків в умовах вуличних боїв продемонстрували криваві події у столиці Чечні – місті Грозному. Але разом з танками загинули б і їхні екіпажі. А екіпажі склалися не з "домовлених" офіцерів і не з "польових командирів" Майдану, а з простих українських хлопчаків, які чесно служили не Майдану, а Українській державі, і яких вдома чекали батьки, наречені та друзі. І, можливо, хтось із цих наречених чи друзів загинув би під "революційними" танками, якби "вожді революції" втілили б свій кривавий план до кінця. На щастя, не сталося... А якби у "диктатора" Леоніда Кучми, який чудово знав про підготовку ЗБРОЙНОГО заколоту, не витримали нерви? Якби він наказав був міліції та військам навести лад у центрі столиці, на що, до речі, мав всі права і підстави? Що сталося б тоді? А тоді б "заговорив" не один автомат, а всі стволи "ахтунгів" Червоненка водночас. І вкрили б трупом Майдан від Хрещатика і аж до святої Софії! І горіли на вулицях Києва "революційні" танки з "Десни" разом зі зрадженними екіпажами. А Україна була би проклятою навіки державою в очах всього Божого світу. То що ж це було? Готовність до "революційної самопожертви"? Ні! Це була свідома готовність принести в жертву ні в чому не винних, беззахисних та довірливих наших людей, обдурених "помаранчевою чумою". **ЦЕ БУЛА СВДОМА І ЦЛЕСПРЯМОВАНА ПДГОТОВКА СТРАШЕННОГО ЗЛОЧИНУ ПРОТИ НАРОДУ: МАСОВОГО ББИВСТВА ЛЮДЕЙ ЗАРАДИ УЗУРПАЦІЇ ВЛАДИ В ДЕРЖАВІ!** І лише за те, що "диктатор" Кучма не піддався на провокацію і не пролив ЖОДНОЇ краплини людської крові тієї буремної осені, йому вже було б варто поставити пам'ятник на Майдані. Йому, а не штатним "провокаторам демократії". Але правди про це НІХТО з наших політиків та журналістів, які так щедро поливали Кучму і його команду лайном, а "революціонерів" – слесм, досі ще НЕ СКАЗАВ. Соромно, мабуть...»

Степура О. У ніч, коли внутрішні війська крокували на майдан...

[Електронний ресурс]. – Режим доступу :

<http://www.tema.in.ua/article/2513.html>

«Під час трансляції виступу Тимошенко по ТБ, близько 22:20 відбулася телефонна розмова між Медведчуком і керівником МВС Білоконем. Голова АП поцікавився у міністра, чи готові підпорядковані йому сили до спроби захоплення адміністративних будинків.

Через п'ять хвилин підлеглий Білоконя, командувач Внутрішніх військ Попков підняв за сигналом «тривога» частини, які дислокувалися біля села Нові Петрівці та у місті Василькові (спецназ із Криму). Особовому складу було видано спецзасоби та вогнепальну зброю, почалася посадка в машини та формування колон.

Приблизно о 22:30 керівник МВС поінформував Голову СБУ Смешка, що до Києва направляються Внутрішні війська. Мета – запобігти можливому захопленню будинків Адміністрації президента і Кабінету міністрів. Білоконь повідомив, що прийняв таке рішення на

підставі розмови з Медведчуком, оскільки із самим Президентом не можна зв'язатися – у нього якась важлива зустріч.

Смешко порадив відмінити наказ командуючого Внутрішніх військ, бо рух озброєних бійців у бік Майдану може призвести до непрогнозованих наслідків. Він також повідомив, що у СБУ немає свідчень про наміри демонстрантів захопити адмінбудівлі.

Поспілкувавшись із Білоконем, Голова СБУ передзвонив послу США в Україні Джону Гербсту і закликав його вплинути на «помаранчевих» лідерів, аби запобігти провокаціям, котрі можуть дати привід для застосування сили. У відповідь на запитання Гербста, з ким варто говорити із представників влади, Смешко порадив йому зв'язатися з Медведчуком, а комусь із найвищого керівництва США – безпосередньо з Президентом Кучмою.

Згодом в резиденції Кучми у Конча-Заспі пролунав дзвінок Держсекретаря США, однак його розмова з Президентом України не відбулася.

Віктор Медведчук стверджує, що телефон державного зв'язку у Президента тоді був відключений. В інтерпретації колишнього голови АП події розгорталися наступним чином:

«...пізно ввечері я сидів у кабінеті (не в адміністрації президента), обговорювали питання... І тут лунає дзвоник. Це був Пінчук, який повідомляє: «Мені дзвонить Гербст і говорить, що на Майдан спрямовані війська. Я телефоную Леоніду Даниловичу, а він не відповідає». Я кажу, звичайно, тому що телефон відключений, він уже відпочиває. Кажу, що все нормально. Мені буквально перед цим дзвінком Білоконь розповів, що все спокійно, яка обстановка, що поміняли спецназівців, погодували їх, і ніяких надзвичайних подій. Усе це я переказав Пінчуку. Через якийсь час знову дзвонить Пінчук і говорить, що Гербст знову дзвонив і сказав, що Пауел хоче зв'язатися з Президентом з цього приводу - що нібито на Київ ідуть війська. Я кажу, що нехай дзвонить, все рівно телефон відключений».

Чим саме займалися на той час Кучма, Ющенко, Литвин і Плющ приблизно зрозуміло. Проте залишається невідомим, чи були учасники застілля в Конча-Заспі поінформовані про події, що розгорталися навколо. Якщо ж так, то – наскільки, і з яких джерел? Адже окрім президентського державного зв'язку існують мобільні телефони.

Близько 23:30 Білоконь знову зв'язався із шефом СБУ та повідомив, що не зміг переговорити з Президентом, тому що в того йде важлива зустріч із Ющенком. Натомість він знову обговорював ситуацію з Медведчуком, виклавши йому позицію СБУ. У відповідь той заявив приблизно таке: робіть, що хочете, зрештою – це ваша відповідальність.

Підсумовуючи, Білоконь запропонував Смешку наступне: якщо СБУ гарантує йому, що демонстранти не штурмуватимуть адміністративні будівлі, Внутрішні війська припинять рух на Київ і повернуться до місць дислокації. Згодом, приблизно о 23:58 Попков віддав своїм підлеглим команду «відбій повної бойової готовності».

Загроза розгону минула, але самим демонстрантам про це не повідомили. Лише наступного вечора Тимошенко заявила, що завдяки «чесним офіцерам» вночі вдалося «запобігти силовому сценарію», а «події розгорталися надзвичайно небезпечно».

Політики три роки не афішували факт кулуарної зустрічі між колишнім і майбутнім Президентом у ніч, коли могли розігнати Майдан.

Найбільш відвертою людиною виявився сам Кучма. Наступного дня він чесно повідомив, що провів переговори з Ющенком, Плющем і Литвином «щодо розв'язання політичної кризи».

«Я не почув агресії з боку, так би мовити, головної особи цього всього, Віктора Ющенка, але бачу, що всіма процесами там уже керують інші люди», - сказав Кучма.

Для повноти картини залишається додати, що Юлія Тимошенко провела критичний вечір 28 листопада 2004 року у кабінеті керівника військової розвідки (ГУР МО) Олександра Галаки. Вона вирушила на Рибальський півострів відразу ж після виступу на Майдані та, на відміну від майбутнього Президента, ретельно відстежувала розвиток подій».

У поданих двох уривках із журналістських матеріалів наочно фіксується інмутацією, яка насторожує. Такою її слід вважати тому, що зміна моделей поведінки на гірше під впливом масмедій відбулась у соціально піковій ситуації. Інформація масмедій постійно нагадувала про суспільну небезпеку, що провокувало напруження суспільства. Очікувалась кривава драма на Майдані, розправа над мирними протестами суспільства проти свавілля тогочасної влади. Інмутаційні процеси дозволили фіксувати насторогу, напругу, яка, за словами очевидців, «висіла у повітрі».

За визначеним другим критерієм («сутність») розгалуження інмутації суспільства під впливом масмедій ми виокремили таку форму, як *лячна інмутація*. Суть останньої ми вбачаємо в зміні моделей поведінки суспільства на гірше під впливом медійної інформації, яка викликає переляк, страх, відчуття незахищеності й безсилля. Прикладом лячної інмутації ми вважаємо наслідки виступу по радіо заступника голови РНК СРСР, наркома іноземних справ СРСР В. М. Молотова у зв'язку з нападом гітлерівської Німеччини на СРСР 22 червня 1941 (текст подається далі мовою оригіналу).

"Граждане и гражданки Советского Союза! Советское правительство и его глава товарищ Сталин поручили мне сделать следующее заявление: Сегодня, в 4 часа утра, без предъявления каких-либо претензий к Советскому Союзу, без объявления войны, германские войска напали на нашу страну, атаковали наши границы во многих местах и подвергли бомбёжке со своих

самолётов наши города - Житомир, Киев, Севастополь, Каунас и некоторые другие, причем убито и ранено более двухсот человек. Налёты вражеских самолетов и артиллерийский обстрел были совершены также с румынской и финляндской территорий.

Это неслыханное нападение на нашу страну является беспримерным в истории цивилизованных народов вероломством. Нападение на нашу страну произведено, несмотря на то, что между СССР и Германией заключён договор о ненападении и Советское правительство со всей добросовестностью выполняло все условия этого договора. Нападение на нашу страну совершено, несмотря на то, что за всё время действия этого договора германское правительство ни разу не могло предъявить ни одной претензии к Советскому Союзу по выполнению договора. Вся ответственность за это разбойничье нападение на Советский Союз целиком и полностью падает на германских фашистских правителей.

Уже после совершившегося нападения германский посол в Москве Шуленбург в 5 часов 30 минут утра сделал мне как Народному комиссару иностранных дел заявление от имени своего правительства о том, что германское правительство решило выступить с войной против Советского Союза в связи со сосредоточением частей Красной Армии у восточной германской границы.

В ответ на это мною от имени Советского правительства было заявлено, что до последней минуты германское правительство не предъявляло никаких претензий к Советскому правительству, что Германия совершила нападение на Советский Союз, несмотря на миролюбивую позицию Советского Союза, и что тем самым фашистская Германия является нападающей стороной.

По поручению правительства Советского Союза я должен также заявить, что ни в одном пункте наши войска и наша авиация не допустили нарушения границы и поэтому сделанное сегодня утром заявления румынского радио, что якобы советская авиация обстреляла румынские аэродромы, является сплошной ложью и провокацией. Такой же ложью и провокацией является вся сегодняшняя декларация Гитлера, пытающегося задним числом состряпать обвинительный материал насчёт несоблюдения Советским Союзом советско-германского пакта.

Теперь, когда нападение на Советский Союз уже совершилось, Советским правительством дан нашим войскам приказ - отбить разбойничье нападение и изгнать германские войска с территории нашей Родины.

Эта война навязана нам не германским народом, не германскими рабочими, крестьянами и интеллигенцией, страдания которых мы хорошо понимаем, а кликой кровожадных фашистских правителей Германии, поработивших французов, чехов, поляков, сербов, Норвегию, Бельгию, Данию, Голландию, Грецию и другие народы.

Правительство Советского Союза выражает непоколебимую уверенность в том, что наши доблестные армия и флот и смелые соколы советской авиации с честью выполнят долг перед Родиной, перед советским народом и нанесут сокрушительный удар агрессору.

Не первый раз нашему народу приходится иметь дело с нападающим зазнавшимся врагом. В свое время на поход Наполеона в Россию наш народ ответил Отечественной войной и Наполеон потерпел поражение, пришёл к своему краху. То же будет и с зазнавшимся Гитлером, объявившим новый поход против нашей страны. Красная Армия и весь наш народ вновь поведут победоносную Отечественную войну за Родину, за честь, за свободу.

Правительство Советского Союза выражает твёрдую уверенность в том, что всё население нашей страны, все рабочие, крестьяне и интеллигенция, мужчины и женщины, отнесутся с должным сознанием к своим обязанностям, к своему труду. Весь наш народ теперь должен быть сплочен и един, как никогда. Каждый из нас должен требовать от себя и от других дисциплины, организованности, самоотверженности, достойной настоящего советского патриота, чтобы обеспечить все нужды Красной Армии, флота и авиации, чтобы обеспечить победу над врагом.

Правительство призывает вас, граждане и гражданки Советского Союза, ещё теснее сплотить свои ряды вокруг нашей славной большевистской партии, вокруг нашего Советского правительства, вокруг нашего великого вождя товарища Сталина. Наше дело правое. Враг будет разбит. Победа будет за нами!" [6, с. 1].

Аналіз ситуації, яку спричинило радіоповідомлення В. М. Молотова, зроблене ним 22 червня 1941 року о 12 годині 15 хв., можна описати тільки терміном лячна інмутація, або така, яка фіксувала переляк народу перед небувалою загрозою їхнього життя, життя їхніх дітей і близьких, батьків і друзів. Чисельні спогади очевидців, які пережили той момент переляку і страху, свідчить про початок в суспільстві паніки і хаосу, безладу і мародерства. Поведінка всіх без виключення громадян СРСР різко змінилась на хаотичне пересування по країні у пошуках захисту від навали. Розмірені щоденні сценарії поведінки людей змінились на несплановані дії, метою яких стало спасіння від смерті. Лячна інмутація у всій повноті проявила себе.

Розгалужуючи форми інмутації суспільства під впливом масмедій за критерієм «сутність інмутації», ми виокремили таку форму, як трешінмутація (від англ. trash – мотлох), або мотлохова інмутація. Значення терміну «трешінмутація» ми пропонуємо в такому трактуванні: трешінмутація – це циркуляція масмедійної інформації, яка не є актуальною, важливою, яка виконує роль забруднення інформаційного простору, яка тягне за собою утруднення сприйняття іншої важливої інформації, втому суспільства від другорядних повідомлень і, як результат, породжує такі зміни моделей поведінки суспільства на гірше, при яких суспільство перестає сприймати будь-яку інформацію (навіть і важливу) як таку.

Аналіз форм інмутації суспільства під впливом масмедій за критерієм «сутність інмутації» дає підґрунтя ідентифікувати й такий вид, як *руйнівна інмутація*. Останню визначаємо як таку зміну моделей поведінки суспільства на гірше, при якій масмедійні повідомлення руйнують моделі поведінки суспільства, розбалансовують їх і суспільство починає деградувати. Прикладом руйнівної інмутації ми визначили випадки, описані археологами, які здійснювали розкопки на території міста Помпея, що загинула 24 серпня 79 року нашої ери протягом декількох годин від виверження вулкану Везувій, що на півдні Італії. Разом із Помпеєю загинуло ще одне місто Геркуланум. Залишки загиблих міст були знайдені у 1594 році [12].

Спроби психологів реконструювати події тієї жахливої доби доводять, що про певні моделі поведінки як сценарії психічної діяльності не доводиться говорити. Поведінка людини, яка бачить стовпи і річки вогню, що блискавично рухаються назустріч, не прораховується, не підкоряється штампованим і звиклим сталим моделям: вони просто відсутні у таку секунду. Жах і безсилля перед стихією ламають моделі поведінки людей. Відбувається руйнівна інмутація суспільства. Але в такому випадку не відслідковується вплив масмедій. На той час, момент загибелі Помпеї, масмедій як таких ще не було. В іншому випадку руйнація моделей поведінки відбувається під впливом масмедій. Дослідник М. Галамба, описуючи теракт в Іспанії 4 березня 2004 року, свідчить про те, що: «демонстрація катастрофічних результатів терактів через ЗМІ (зокрема, контрольовані терористами) значно посилюють ефективність самих актів насильства» [7]. Автор вважає: «галас, що роздмухується в деяких ЗМІ щодо даних подій, повтори одних і тих самих жахливих епізодів, об'єктивно сприяють досягненню цілей тероризму: залякуванню населення і влади...» [7]. Невластиві моделі поведінки фіксувались на вулицях міста, де було

підірвано потяг метро. Люди метушились, рятуючись самі, не звертали уваги на інших, частіше завдаючи їм шкоди.

Схожа поведінка спостерігалась після теракту 11 вересня 2001 року в США. Працівники Поштові різних міст і країн світу було виявлено «білий порошок», поява якого викликала масову зміну поведінки людей. Як повідомляє М. Галамба, фіксувались і «жарти» з фальшивим білим порошком. «Кількість таких злочинів-імітацій різко зросла після теракту у Нью-Йорку 11 вересня 2001 року, і в цьому додатковий виграш терористів» [7]: населення світу було залякане, поведінка багатьох змінилась на руйнівну, такі, що веде до безсистемного пересування по країні з міста в місто, недовіра й підозра щодо всіх можливих «небезпечних» предметів, що залишаються на вулиці без догляду. Знову ми фіксуємо таку форму інмутації суспільства, як руйнівна інмутація.

Наступною формою інмутації суспільства під впливом масмедій слід назвати «вбивчу інмутацію» суть якої ми визначаємо як зміну моделей поведінки суспільства на гірше через повідомлення в ЗМІ про смерть коханих, близьких рідних, або про руйнацію осель, у яких мешкали слухачі, читачі, глядачі, що сприймають таку інформацію. За результатами вбивчої інмутації суспільства під впливом масмедій відбувається злам особистості, її ціннісної системи, переоцінка цінностей і чеснот, добродіїв і життєвих правил та принципів існування аудиторії.

Отже, описані і наведені приклади різних форм інмутації суспільства під впливом масмедій підштовхують нас до висновків про те, що:

- 1) інмутація суспільства різноформна,
- 2) форми інмутації суспільства за критерієм «сутність» мають різні підформи.

Ми продовжуємо розгляд критеріїв, які допоможуть нам визначити форми інмутації суспільства під впливом масмедій. Раніше ми розглянули

критерії «цілі інмутації суспільства» і «сутність». Наразі переходимо до розгляду критерію «очікування» від інмутації. За зазначеним критерієм пропонується виокремити такі види інмутації суспільства під впливом масмедій:

- 1) за часом (короткотривале, нетривале, довготривале);
- 2) за результатом очікування (результативне, нерезультативне);
- 3) за очікуванням масмедій (очікування від масмедій, очікування від аудиторії до подавання інформації, очікування від аудиторії після подавання інформації);
- 4) за якістю очікування (позитивне, нейтральне, негативне).

Далі ми здійснюємо детальний опис кожного з підвидів різних форм інмутації за критерієм «очікування від інмутації».

Очікування інмутації суспільства під впливом масмедій за критерієм «за часом» може бути:

- 1) короткотривале,
- 2) нетривале,
- 3) довготривале.

Короткотривалим очікуванням інмутації суспільства під впливом масмедій слід вважати такий вид інмутації суспільства, який продовжується миттєво або протягом від митті до одного-двох днів. Під час дії короткотривалої форми інмутації суспільства очікування негативних змін моделей поведінки людей фіксуються як нестале й нетривале. Наслідки такого очікування можуть бути й не згадуваними через певний час, забуваються і не фіксуються в історії суспільства. Прикладом таких ми вважаємо негативну реакцію суспільства від оголошення в ЗМІ про «погані» для людей погодні умови. Наприклад, очікування випадіння місячної норми

снігу за один день змінить ненадовго наміри людей, скоро забудеться і не буде мати суттєвих наслідків.

Нетривалим очікуванням інмутації суспільства під впливом масмедій слід вважати таку зміну моделей поведінки суспільства на гірше, при якій фіксується плекання руйнівних для оточення надій на погані зміни в суспільстві протягом невеликого проміжку часу від одного-двох днів до 30 днів. Наприклад, після оголошення надзвичайного стану в СРСР у серпні 1991 року Державним комітетом із надзвичайних ситуацій стан і поведінка суспільства змінилися: люди очікували неприємностей, напруження й страх «повисли» у повітрі, але таке очікування фіксувалось недовго, тобто вже через певний час (шість днів від 19 серпня 1991 року – дня оголошення надзвичайного стану в СРСР до 24 серпня 2010 року – дня проголошення Україною незалежності) напруження зменшилось, з'явилась впевненість у тому, що все, що відбувається, дасть позитивний результат.

Довготривале очікування інмутації суспільства під впливом масмедій проявляється як зміна моделей поведінки суспільства на гірше при очікуванні змін протягом від тридцяти днів і більше. Суспільство довго очікує негативні зміни, що суттєво впливає на поведінку і змушує міняти образ життя, місце проживання, звички тощо. Довгий час перебування мешканців Західної України під тиском радянської влади, неможливість бути самостійними від СРСР змісили українців чинити спротив, непокору. Отже, моделі поведінки суспільства змінилися у результаті довгої негативної дії однієї частини суспільства на іншу.

Критерій «за результатом очікування» інмутації дозволяє виокремити такі види інмутації суспільства під впливом масмедій:

- 1) результативне,
- 2) нерезультативне очікування.

Результативним очікуванням інмутації суспільства під впливом масмедій ми вважаємо здійснення на 66–100 % очікувань у зміні моделей поведінки суспільства на гірше. Нерезультативним очікуванням у такому випадку слід називати здійснення менш ніж на 66 % очікувань зміни поведінки суспільства на гірше. Прикладом результативного очікування вважаємо перший етап (період після 01 січня 2008 року й до 01 квітня 2008 року) повернення 1000 грн. на одного українського вкладника грошей, які громадяни розмістили на рахунках Ощадбанку України за часи СРСР. Населення України довгі роки після розпаду СРСР очікувало повернення своїх заморожених у державному банку коштів. Після оголошення тодішнім (2008 рік) прем'єр-міністром України Ю. Тимошенко про повернення боргів Ощадбанку СРСР українці середнього і старшого віку почали розраховувати на те, що величезна кількість людей утворить натовпи біля дверей відділень Ощадбанку України (правонаслідника Ощадбанку СРСР) і гроші буде важко отримати, а то й неможливо. Перші дні після святкування Нового (2008) року, дійсно, так і було: люди, переважно пенсійного віку, юрбилися біля дверей відділень Ощадбанку України, самостійно складали списки, чергували вночі, регулювали ситуацію так, як могли. Іншими словами, очікування інмутації були результативними (на 100 % підтвердились гіркі опасіння українців). Побачивши неприємну ситуацію з чергами біля відділень Ощадбанку, уряд України повідомив у масмедіях про те, що коштів у бюджеті вистачить на кожного і що не слід штучно утворювати ажіотаж навколо повернення 1000 грн. Суспільство не повірило урядові й обіцянкам прем'єра Ю. Тимошенко: черги не зменшувались. Отже, на той момент фіксувалось результативне (майже на 100 %) очікування інмутації суспільства під впливом масмедій. До того ж, слід занотувати, що разом із погіршенням ситуації з поверненням боргів Ощадбанку СРСР і пов'язаним із тим результативним очікуванням інмутації суспільства під впливом масмедій, було зафіксоване падіння довіри населення до уряду України [30].

Ілюстрацією нерезультативного очікування інмутації суспільства під впливом масмедій слід вважати серію повідомлень в ЗМІ про те, що 30 жовтня 2010 року під час виборів до місцевих рад в Україні відбулась перемога представників «Партії регіонів» у більшій частині України. Оскільки нерезультативними очікуваннями інмутації суспільства слід вважати нездійснені опасіння на зміну ситуації на гірше під впливом масмедій, ми можемо стверджувати, що саме після 30 жовтня 2010 року опасіння частки українського суспільства про те, що до влади в країні можуть повернутись представники «помаранчевих», можна вважати не результативними: іншими словами, до влади прийшли «синьо-білі», або представники «Партії регіонів» і видимого очевидного погіршення ситуації в країні не відбулось.

Наведені два приклади ілюструють результативні й нерезультативні очікування інмутації суспільства під впливом масмедій, які ми ідентифікували за критерієм «за результатом очікування».

Подальший аналіз суспільних явищ, що пов'язані з інмутацією суспільства під впливом масмедій, здійснюємо за критерієм «за очікуванням інмутації». За згаданим критерієм слід виокремити такі види інмутації суспільства під впливом масмедій:

- 1) очікування від масмедій (прогнозування медіями суспільної ситуації, прогнозування медіями рішень суспільства),
- 2) очікування від аудиторії до подавання інформації в масмедіях,
- 3) очікування від аудиторії після подавання інформації.

Очікування від масмедій у свою чергу ми диференціювали на:

- 1) прогнозування медіями суспільної ситуації,
- 2) прогнозування медіями рішень суспільства.

Прогнозування медіями суспільної ситуації як форма інмутації суспільства під впливом масмедій відбувається тоді, коли ЗМІ, масмедії стають причиною власного прогнозу. Наприклад, повідомивши (повідомлення 1) про те, що на суспільство очікують неприємні зміни податкового кодексу, ЗМІ прогнозують соціальний резонанс (інмутацію): підприємці, яких стосуються зміни в податковому кодексі, активно включаються в обговорення, висловлять свій протест виходом на вулицю, страйками, виступами в ЗМІ. Після страйків масмедії повідомляють (повідомлення 2) про інформаційну подію 2. Такий прогноз ми називаємо *«прогноз першої хвилі»* (див. схема 1 далі).

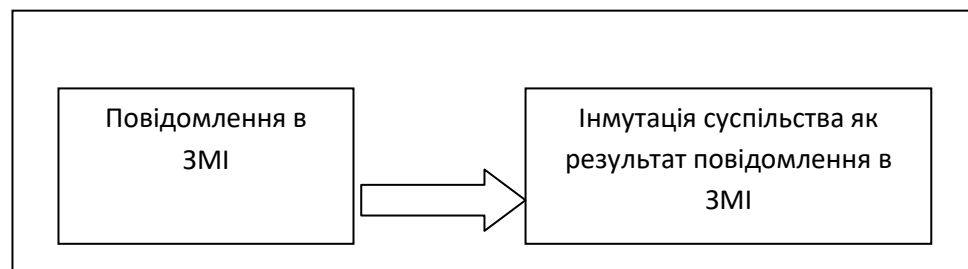


Рис. 1. Масмедійний прогноз першої хвилі.

Прогнозування медіями суспільної ситуації як форма інмутації суспільства під впливом масмедій відбувається тоді, коли ЗМІ, стимулювавши реальну подію, яка відбулась під впливом попереднього (нереальної події – масмедійного повідомлення 1, пропонують власний прогноз (журналіст, що досліджував проблему, пропонує суб'єктивну оцінку ситуації і прогнозує розвиток подій). Повідомлення 1, яке потягнуло за собою інмутацію 1, дозволяє журналістові повідомляти вдруге (повідомлення

2) і, до того ж, коментувати реальні події викликані нереальними прогнозованими подіями. Таким чином з'являється повідомлення 2 як відгук на подію 1 (інмутацію 1 в суспільстві). Повідомлення 2 тягне за собою реальну подію 2 і відбувається мутація 2 в суспільстві (назвемо такий перебіг подій «прогноз другої хвилі»). Описуючи в подальшому у повідомленні 3 про мутацію 3 в суспільстві, журналіст знову пропонує прогноз розвитку подій (форм мутації; назвемо це «прогноз третьої хвилі»). Результатом таких інмутаційно-мутаційних процесів є позитивні зміни у суспільстві.

Схематично можна таким чином зобразити описувану форму інмутації суспільства з очікуванням від масмедій (див. рис. 2 далі).

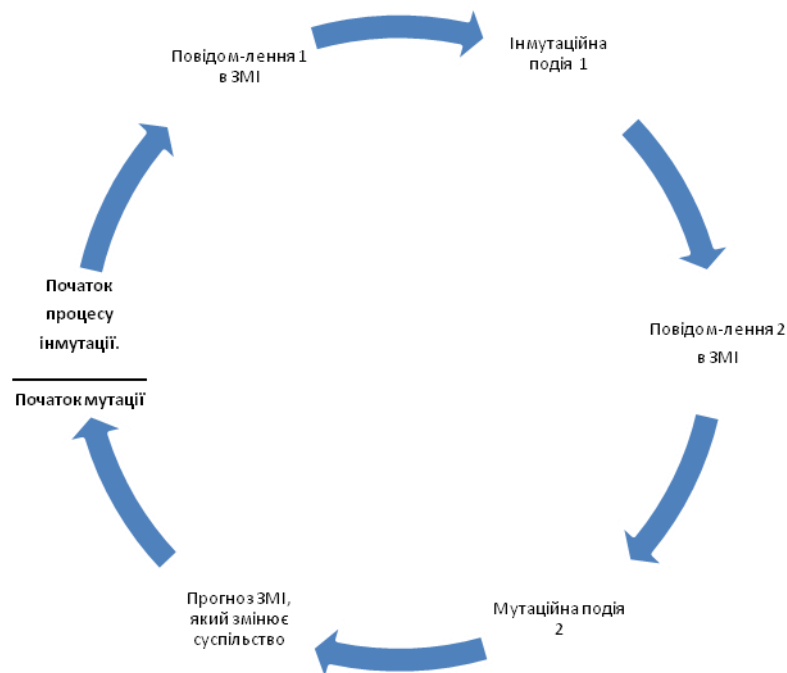


Рис. 2. «Прогнози трьох хвиль» або прогнозування медіями суспільної ситуації як форма інмутації суспільства, що веде до мутації суспільства

Прикладом прогнозування медіями суспільної ситуації як форми інмутації суспільства може слугувати обговорення проекту податкового кодексу в Україні урядом М. Азарова (2010 рік). Спочатку масмедії оголосили (повідомлення 1) про підготовку проекту податкового кодексу України. Підприємці середнього і малого бізнесу відреагували обіцянками протестувати (інмутаційні подія 1) проти прийняття нового кодексу. Прогноз журналістів (повідомлення 2) у подальших матеріалах стосувався необхідності обговорення податкового кодексу України. Від підприємців були направлені до парламенту більш як 5 000 поправок (мутаційна подія 2). Масмедії повідомили аудиторію про поправки (повідомлення 3). Збираючись врахувати поправки, парламент України почав обговорення кодексу (мутаційна подія 3). Як результат: позитивні зміни в суспільстві.

Очікування від масмедій як критерій ідентифікації форм інмутації суспільства під впливом масмедій має другу форму, а саме *«прогнозування масмедіями рішень суспільства»*. Суть згаданого процесу полягає в тому, що працівники медій, аналізуючи суспільну ситуацію, пропонують прогноз тих рішень, які суспільство може прийняти для себе. При цьому процеси інмутації відбуваються на рівні «диктату» від медій не властивих для суспільства рішень. Саме тому, після прийняття нав'язаних медіями рішень, суспільство погіршує власну поведінку (частіше проти власної волі). Прикладом таких змін є обговорення Конституції України 1996 року. Масмедії розмістили проект Конституції України на шпальтах газет. Громадськість, на думку керівництва країни, повинна була добровільно подавати свої зауваження і пропозиції щодо основного закону України. Суспільство під тиском політичних суб'єктів (президента України, уряду і Верховної Ради України) при активній підтримці провідних ЗМІ змушене було на підприємствах «обговорювати» проект Конституції країни. Примусовість такого обговорення фіксувалась на рівні загальних зборів

«працівників трудових колективів», під час роботи яких «активісти» виробництва зачитували з трибуни заздалегідь підготовлені не ними і перевірені керівництвом тексти виступів. Такі виступи майже ніхто не слухав. Наприкінці зборів, після «активного» громадського обговорення приймалось рішення про те, що трудовий колектив «у цілому» приймає проект і має зауважити щодо деяких поправок. На прийняття рішень суспільства впливали політично активні суб'єкти, наприклад, партії (на 1996 рік в Міністерстві юстиції України було зареєстровано 27 партій, серед яких активними були, наприклад, такі: Українська республіканська партія "Собор", Партія Зелених України, Соціалістична партія України, Селянська партія України, Християнсько-демократична партія України, Конгрес Українських Націоналістів, Народний Рух України, Соціал-демократична партія України, Комуністична партія України, Народно-Демократична партія, Соціал-демократична партія України (об'єднана), Прогресивна соціалістична партія України, Народна Партія [11]). Активність партій коментувалась масмедіями, але, оскільки медії на той час почали відчувати присмак свободи, не всі з них повторювали офіційні виступи і думки відомих політичних чи громадських діячів (лідерів думки). Медії, аналізуючи рішення і думки щодо рішень, лідерів громадської думки, пропонували свої рішення. Такі рішення, запропоновані медіями, підштовхували суспільство до дій, не завжди мутаційних, іноді – інмутаційних.

Раніше ми здійснили аналіз суспільних явищ, що пов'язані з інмутацією суспільства під впливом масмедій, за критерієм «за очікуванням інмутації». Нами проаналізовано перший із трьох видів інмутації, а саме – «очікування від масмедій (прогнозування медіями суспільної ситуації, прогнозування медіями рішень суспільства)». Критерій «за очікуванням інмутації» дозволяє нам виокремити другий вид інмутації суспільства під впливом масмедій – *очікування від аудиторії до подавання інформації в масмедіях*. Суть

згаданого виду полягає в тому, що моделі поведінки суспільства змінюються на гірше до очікуваної появи в масмедіях інформації, яка здатна це зробити. Іншими словами, медіі повинні були б за своїм соціальним призначенням подати очікувану суспільством інформацію. Але медіі мовчать. Виникає інформаційний вакуум у суспільстві, і воно починає саме реагувати на таке мовчання від ЗМІ. Назвемо відсутність в ЗМІ очікуваної суспільством інформації соціально значущим медійним мовчанням. Виникає необхідність коментування такого мовчання як вичікування з боку масмедій: нібито медіі чекають на реальні події, спричинені мовчанням журналістів. Останнє обов'язково тягне за собою природну компенсуючу реакцію суспільства: соціальні дії і взаємодії, які без направляючої сили перетворюються на інмутаційні форми і види реагування (розузгодження, безлад, соціальний хаос, зрадництво, відсутність орієнтирів, розбалансування правлячої ідеології тощо). Прикладом очікування від аудиторії до подавання інформації в масмедіях, або ілюстрацією соціально значущого медійного мовчання ми вважаємо невисвітлення в ЗМІ подій, пов'язаних із вибухом 26 квітня 1986 року на Чорнобильській АЕС (м. Чорнобиль Київської області). Медіі, чітко підпорядковані Політбюро УРСР і Політбюро СРСР, не мали права оголошувати інформацію про аварії з ядерним реактором. Від 26 квітня, дня вибуху, до 3 травня 1986 року, дня оголошення в ЗМІ про аварію, пройшло сім днів. Медіі мовчали, суспільство почало діяти самостійно, без оголошень і коментарів з боку керівництва КПРС (м. Москва) і КПУ (м. Київ). Для суспільства мовчання з боку масмедій стало значущим, стало поштовхом до самостійних неупорядкованих дій-реакцій на таке значуще мовчання. Від м. Києва у напрямку до м. Сімферополя потягнулась череда автомобілів, у яких більш освічені у питаннях ядерних катастроф прагнули вивезти своїх дітей якнайдалі від м. Чорнобиля, яке розташоване неподалік від м. Київ. Спонтанні, мало продумані реакції суспільства утворили безлад і напруження в житті людей. Звичні моделі поведінки індивідів піддалися інмутації.

У наведеному прикладі мовчання з боку масмедій потягнуло природну реакцію суспільства, але не завдяки кращим вчинкам і діям (мутації), а через погіршення смислу вчинків людей щодо соціальної організації суспільства (інмутації).

Аналізуючи суспільні явища, що пов'язані з інмутацією суспільства під впливом масмедій, щодо критерію «за очікуванням інмутації», ми змушені звернутись до третьої форми, а саме – *очікування від аудиторії після подавання інформації*. Згадану форму інмутації суспільства ми тлумачимо як зміну моделей поведінки суспільства на гірше внаслідок констатації журналістами очікування такої зміни. Наприклад, масмедії, коментуючи падіння польського літака і загибель керівництва Польщі, яке летіло до Росії з нагоди участі у відзначенні подій Катиньської трагедії весни 1940 року (відповідно до висновків німецької комісії Г. Бутца і міжнародних комісій 1943 року, розстріли й поховання проводилися органами НКВС у Катиньському лісі, що під м. Смоленськ, Росія, як у 1940 році, так і раніше – в 1920–і–1930–і роки [22]), очікувало шоків стан суспільств світу, прагнення співпереживання, подальшого розслідування обставин і причин трагедії. Усі перелічені види суспільної реакції відбулись: аудиторія відреагувала на сенсаційні повідомлення в ЗМІ, але не до кінця. Про ступінь істинних причин авіатрагедії так і не було оголошено слідчою комісією. Неелектронні ЗМІ лише повідомили: слідча група дійшла висновку про те, що пілоти польського літака помилились, що й призвело до трагедії. Електронні ЗМІ навпаки після трагедії довго повідомляли про неістинність висновків слідчої комісії, доводячи свої сумніви і твердження відеозаписом, демонстрованим в u-toub, на якому в диму уламків літака рухаються фігури людей і нібито дострілюють тяжко поранених пасажирів. Інмутаційною формою суспільства слід вважати, на нашу думку, мовчазну реакцію суспільства. Представники ЗМІ очікували збурення людей, прояв тенденції

до соціального протесту польського народу проти таємних дій спецслужб Росії. Але суспільство не відреагувало належним очікуваним чином. Воно забуло про трагедію. Саме таке забування є однією з форм інмутації суспільства під впливом масмедій.

Ми завершили розгляд трьох видів інмутації суспільства під впливом масмедій за критерієм «очікування інмутації» і довели свою думку про реальність існування процесу інмутації суспільства під впливом масмедій.

Далі аналізуємо четвертий, останній, вид інмутації суспільства під впливом масмедій за критерієм «за якістю очікування» і вважаємо, що таких видів слід назвати три:

- 1) позитивне,
- 2) нейтральне,
- 3) негативне.

Позитивним очікуванням інмутації суспільства під впливом масмедій слід вважати те, яке свідчить про прояв очікуваних негативних змін у суспільстві: очікування погіршення було, очікування справдилися.

Нейтральним очікуванням інмутації суспільства ми вважаємо таку зміну моделей поведінки суспільства, яка відбулась не надовго і є тимчасовою. Причому слід занотувати, що негативні зміни моделей поведінки суспільства при нейтральному очікуванні не потягнули за собою сутнісних змін суспільства.

Негативне очікування інмутації суспільства фіксується тоді, коли очікування негативної зміни не виправдовуються: очікувались негативні зміни під впливом масмедій, але вони не відбулись, або відбулись нейтральні чи позитивні зміни суспільства.

З метою прискіпливого й деталізованого викладу положень про форми інмутації суспільства ми вдаємось до уточнення наріжної ідеї нашої теорії інмутації суспільства. Для цього звернемося до рис. 3 (див. далі).

На рис. 3 ми бачимо деталізовану структуру маніпуляційних процесів суспільства і характеристики її складових.

Як й раніше, ми стверджуємо, що процеси маніпуляції суспільства диференційовані на мутаційні (позитивні зміни моделей поведінки) та інмутаційні (негативні зміни моделей поведінки). Позитивні і негативні зміни (мутація й інмутація) мають власну градацію, але паралельну.

Мутація (позитивні зміни моделей поведінки) суспільства має ступінь прояву від 0 через + 0,5 до + 1. Ступінь прояву від 0 до + 0,5 ми називаємо неповною нейтральною зміною моделей поведінки суспільства, від + 0,5 до + 1 – повною нейтральною зміною моделей поведінки суспільства, яка є тимчасовою зміною. Від + 1 через + 1,5 до + 2 ми називаємо тенденцією до постійних, незворотних позитивних змін. Показник + 2 є свідомством досягнення фінальної частини процесу мутації, тобто можна говорити про те, що процес формування постійних, незворотних, константних характеристик завершено.



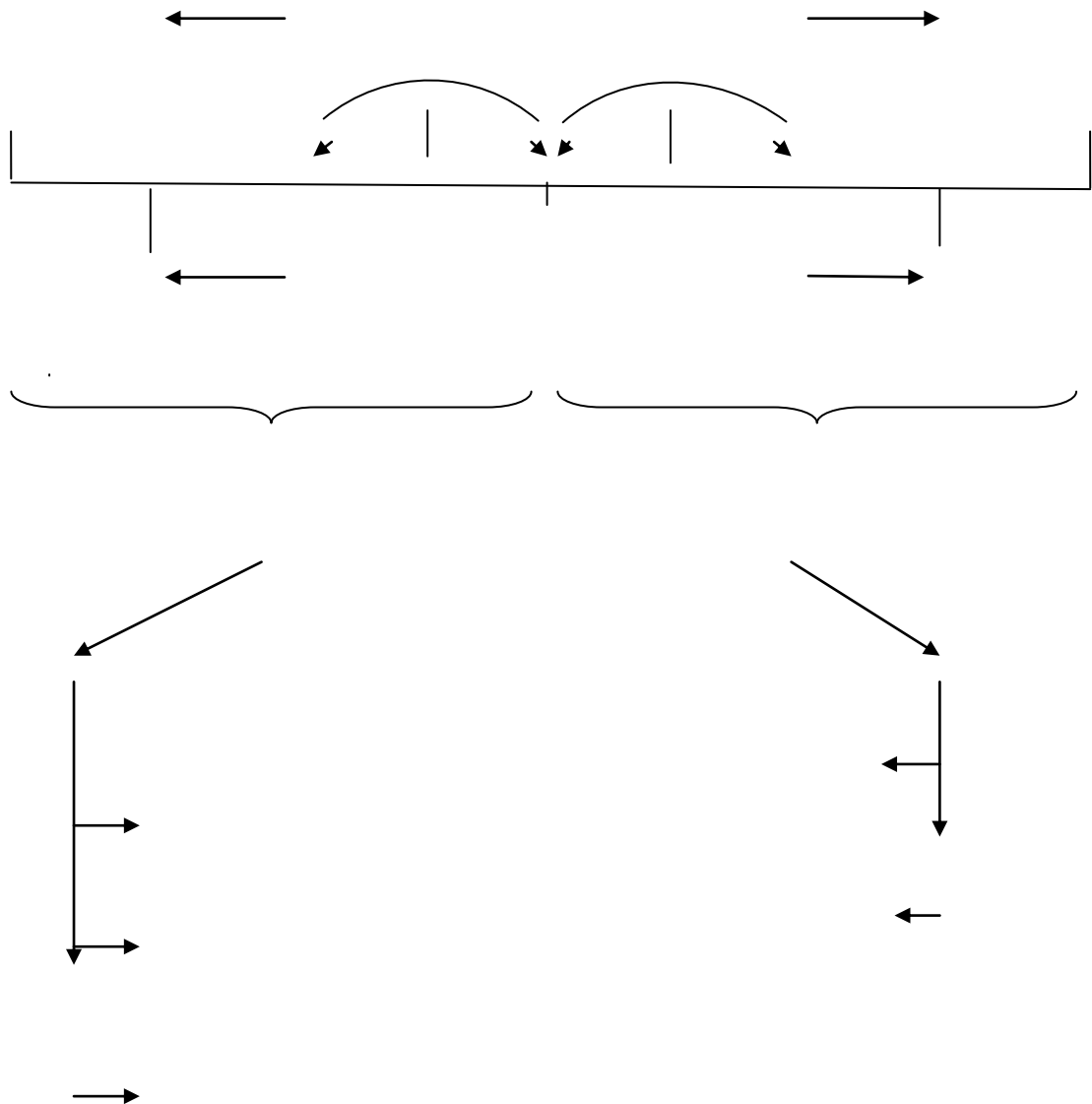


Рис. 3. Структура маніпуляції суспільства і характеристики її складових

Інмутація (негативні зміни моделей поведінки) суспільства також має ступінь прояву від 0 через - 0,5 до - 1. Якщо відстань від 0 до -0,5 називається неповна нейтральна негативна зворотна зміна, відстань від -0,5 до -1 – повна нейтральна негативна зворотна зміна, яка є тимчасовою зміною і може «повернути» свій вектор назад, тобто стан моделі поведінки суспільства може повернутись до початкового, «стартового». Від показника -

І через -1,5 до -2 фіксуємо тенденцію до постійної незворотної негативної зміни. Від -1 до -1,5 – ми називаємо неповною тенденцією, від -1,5 до -2 – повною. На відмітці -2 процес формування інмутації вважається завершеним. І в мутації, і в інмутації є види. Мутація має три види, а саме: додавання, модифікація, трансформація, інмутація – два види: знищення і руйнування.

Враховуючи відкореговану й деталізовану модель маніпуляції, ми можемо повернутись до подальшого пошуку й аналізу форм інмутації.

На початку підрозділу ми визначили чотири критерії, які дозволяють ідентифікувати форми інмутації суспільства під впливом масмедій. Серед таких критеріїв ми назвали 1) цілі інмутації суспільства, 2) сутність, 3) очікування, 4) наслідки. Перші три ми піддали аналізу. Залишився четвертий критерій – «наслідки», який ми аналізуємо далі.

За наслідками ми виокремили такі види інмутації суспільства під впливом масмедій:

- 1) ті, що ведуть до знищення,
- 2) ті, що ведуть до руйнування.

Зазначені види інмутації описала Т. Клінкова [18, с. 7–68] і О. Холод [42, с. 89].

Здійснюючи опис видів і форм інмутації суспільства, ми ставили мету уточнення і деталізації складових теорії інмутації суспільства в частині розгляду її масового характеру. Констатуємо, що поставленої мети ми досягли, при цьому винайшовши й описавши багато додаткових деталей, які тільки укріпили наше переконання у правоті і реальності функціонування такого явища, як «інмутація суспільства».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аксиология [Электронный ресурс]. – Режим доступа :
<http://ru.wikipedia.org/wiki/Аксиология>
2. Бессознательное: природа, функции, методы исследования / Прангишвили А. С., Шерозия А. Е., Бассин Ф. В. и др. – В 5 т. – Тбилиси : Мецниереба, 1978–1985. – . –
Т. 1 : Основные критерии рассмотрения бессознательного в качестве своеобразной формы психической деятельности / Прангишвили А. С., Шерозия А. Е., Бассин Ф. В. [вступ. ст. редакции]. – 1978. – С. 71–83.
3. Бессознательное: природа, функции, методы исследования / Прангишвили А. С., Шерозия А. Е., Бассин Ф. В. и др. – В 5 т. – Тбилиси : Мецниереба, 1978–1985. – . –
Т. 4: Бессознательное. Природа, функции, методы исследования [под общ. ред. А. С. Прангишвили, А. Е. Шерозия, Ф. В. Бассина]. – 1985. – С. 37.
4. Василевецкий А. Саудовцы обиделись, что их король не самый богатый / А. Василевецкий // Известия в Украине. – 2007. – 31 октября. – С. 3.
5. Вїбір [Электронный ресурс]. – Режим доступа :
<http://uk.wikipedia.org/wiki>
6. Выступление по радио зам. председателя СНК СССР, наркома иностранных дел СССР В.М. Молотова в связи с нападением гитлеровской Германии на СССР 22 июня 1941 // Правда. – 23 червня 1941. – С. 1.
7. Галамба М. Інформаційно-психологічна складова терористичної діяльності / Галамба М. [Электронный ресурс]. – Режим доступа :

<http://www.justinian.com.ua/article.php?id=2464>

8. Ганжа Б. Чорторий [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
<http://clipnews.info/newstopic.htm?id=9390>
9. Даниленко Н. Засоби масової комунікації і політична соціалізація особистості / Н. Даниленко // Соціальна психологія. – 2004. – № 4 (6). – С. 61–70.
10. Даниленко Н. Засоби масової комунікації і політична соціалізація особистості [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
<http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=6&n=28&c=423>
11. Єдиний реєстр громадських формувань [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
<http://www.minjust.gov.ua/0/499>
12. Загибель Помпеї [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
<http://improvisus.com/ua/history/32.htm>
13. Иванов В. Ф. Аспекты массовой коммуникации. Часть 1. Информация и коммуникация : монографія / В. Ф. Иванов. – К. : ЦВП, 2009. – С. 104–105.
14. Иванов В. Герой какой Украины Степан Бандера? / Иванов В. [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
http://sevastopol.su/author_page.php?id=18689&parent=1034
15. Имелинский К. Сексология и сексопатология / Имелинский К. [пер. с польск.]. – М. : Медицина, 1986. – 424 с.
16. Інформаційна влада. Засоби масової комунікації [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
<http://www.br.com.ua/referats/ Politologiya/24884.htm>

17.Какие бывают виды психологического воздействия? [Электронный ресурс]. – Режим доступа :

<http://vozdeistvie.ucoz.ru/publ/1-2-2>

а. Квіт С. М. Масові комунікації : підручник. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – С. 12.

18.Клінкова Т. О. «Розповідь про потворного карлика» як засіб негативізації українських політиків у ЗМІ / Т. О. Клінкова // Масмедійна інмутація суспільства: монографія / Клінкова Т. О., Козаченко В. В., Кравченко Н. О. та ін. [за ред. О. М. Холода]. – Кривий Ріг–Запоріжжя, 2009. – С. 7–68.

19.Масова комунікація [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

<http://uk.wikipedia.org/wiki>

а. Моисеев В. А. Паблик рилейшнз. Теория и практика. – К. : ВИРА–Р, 1999. – 376 с.

20.Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. – М., 2002.

21.Науменко Т. В. Социология массовой коммуникации : учеб. пособ. – СПб. : Питер, 2005. – С. 46.

22.Отчет профессора медицины доктора Бутца [Электронный ресурс]. – Режим доступу :

<http://katyn.codis.ru/butz.htm>

23.Почепцов Г. Теорія комунікації. –М. : Рефл-бук, К. : Ваклер, 2001. – С. 31–34.

24.Почепцов Г. Г. Медіа: теорія масових комунікацій : навч. посіб. – К. : Альтерпрес, 2008. – С. 28–29.

25.Профанація [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

<http://uk.wikipedia.org/wiki/>

26.Реставація Мейдзі [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

<http://uk.wikipedia.org/wiki/>

27. Різун В. В. Теорія масової комунікації : підруч. / В. В. Різун. – К. :

Просвіта, 2008. – 260 с.

28. Сакварелидзе М. А. Проблема бессознательного на международном симпозиуме "Бессознательное" / М. А. Сакварелидзе // Бессознательное: природа, функции, методы исследования / Прангишвили А. С., Шерозия

А. Е., Бассин Ф. В. и др. – В 5 т. – Тбилиси : Мецниереба, 1978–1985. – . –

Т. 4 : Сакварелидзе М. А. Проблема бессознательного на международном симпозиуме "Бессознательное" / М. А. Сакварелидзе. – 1985. – С. 70.

29. Смирнова Т. В. Когнітивні механізми формування рекламного іміджу :

автореф. дис... канд. філол. н. : спец. 10.01.08 – журналістика / Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – К., 2003. – 24 с.

30.Сорока С. Ющенко: хроніка зростання і падіння [Електронний ресурс]. –

Режим доступу :

http://www.pravda.com.ua/articles/2010/01/8/4589410/view_print/

31. Старович З. Судебная сексология. – М. : Юридическая литература, 1991.

32. Степура О. У ніч, коли внутрішні війська крокували на майдан...

[Електронний ресурс]. – Режим доступу :

<http://www.tema.in.ua/article/2513.html>

33. Узнадзе Д. Н. Общая психология / Д. Н. Узнадзе. – Тбилиси, 1940. – С.

218.

34. Филатова О. Г. Социология массовой коммуникации : учеб. пособ. / О. Г. Филатова. – М. : Гардарики, 2006. – С. 8.
35. Фішбейн М. Російські спецслужби провадять спецоперації проти України, спрямовані на підрив її суверенітету й незалежності / Фішбейн М. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ukrajinciberlinu.wordpress.com/>
36. Фрейд А. Введение в технику детского психоанализа / Фрейд А. – Одесса, 1927.
37. Фрейд А. Психология «я» и защитные механизмы / Фрейд А. – М., 1993.
38. Фрейд А. Теория и практика детского психоанализа / Фрейд А. – В 2 т. – М., 1999.
39. Фрейд З. О психоанализе. Я и Оно / Фрейд З. // Соч. – М., Х., 1998. – 324 с.
40. Фромм Э. Иметь или быть / Фромм Э. – М., 1986.
41. Холод О. М. Зібрання наукових праць : У 10 т. / О. М. Холод. – Кривий Ріг, 2008 – . –
Т. 1 : Психолінгвістика статі : монографії. – Розд. 2 : Мовленнєві картини світу чоловіків та жінок : монографія. – 2008. – С. 115–395.
- 41.1. Холод О. М. Основи публік рилейшнз : курс лекцій, методичні рекомендації; Примак Т. О. Публік рилейшнз у бізнесі. – Кривий Ріг: Інститут ділового адміністрування, 2009. – 188 с.
42. Холод О. М. Теорія інмутації суспільства / Холод О. М. // Засоби масової комунікації: формування інформаційного суспільства : монографія. – К. : КиМУ, 2010. – С. 89.
43. Хорни К. Невротическая личность нашего времени. Самоанализ / Хорни К. [пер. с англ. В. В. Старовойтова; общ. ред. и послесл. Г. В. Бурменской]. – М. : Прогресс: Универс, 1993.

44. Хорни К. Женская психология: сборник / Хорни К. [пер. с англ.]. – СПб. : Восточно-Европейский институт психоанализа, 1993.
45. Хорни К. Собрание сочинений / Хорни К. – В 3 тт. [пер. с англ.]. – М. : Смысл, 1997.
46. Черных А. И. Социология массовых коммуникаций [текст] : учеб. пособ. / А. И. Черных ; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М. : Изд. Дом ГУ ВШЭ, 2008. – С. 15.
47. Численный, масовий, чисельний, багаточисельний, багаточисленний [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
<http://slovopedia.org.ua/30/53415/25909.html>
48. Шарков Ф. И. Основы теории коммуникации : учеб. / Ф. И. Шарков. – М. : Соц. отношения, Перспектива, 2003. – 248 с.
49. Юнг К. Г. Архетип и символ / Юнг К. Г. – М., 1991.
50. Lipmann W. Public Opinion. – New York : Macmillan, 1922. – P. 29.
51. Fleischer A. Taking heat. The president, the press, and my years in the White House. – New York, 2005. – P. 4.

10.2.5. Інмутовані інмутанти як результат інмутації масової комунікації

Раніше нами було з'ясовано, що інмутація суспільства має масовий характер. Логічним тепер є гіпотеза про те, що суспільство *потерпає* від інмутації масової комунікації через появу інмутованих інмутантів.

Декларовану гіпотезу далі ми доводимо, звертаючись до уточнення поняття «масова комунікація». На думку авторів електронної вільної енциклопедії «Вікіпедія», масову комунікацію (англ. mass communication) слід розглядати «мінімум у двох аспектах: 1) як процес передачі інформації групі людей одночасно за допомогою спеціальних засобів – мас-медіа; 2) як дисципліну, яка вивчає різні засоби, за допомогою яких окремі люди й організації передають інформацію через засоби масової інформації великим сегментам населення одночасно» [6]. Аналіз визначення дає нам право стверджувати, що основною характеристикою масової комунікації є передавання інформації великій кількості людей одночасно.

У визначенні, яке запропонував В. В. Різун (представник соціальних комунікацій), ми знаходимо, що масовою комунікацією слід вважати «здатність людей володіти особливою формою соціального зв'язку, який дозволяє окремим людям, що виражають інтереси або політичних сил, або бізнесу, або релігійно-культурних осередків, або влади чи інших суспільних інститутів, впливати на інших людей, які є представниками різних соціальних груп чи є окремими індивідами, для масифікації їхньої свідомості й керування поведінкою мас» [8, с. 55]. Автор послуговується термінами і поняттями соціології, аби розтлумачити значення обговорюваного поняття «масова комунікація». При цьому головним елементом визначення є процес масифікації свідомості представників різних соціальних груп.

Бориснев С. В. (представник соціології) пропонує вважати масовою комунікацією «процес повідомлення соціальної інформації за допомогою засобів комунікації великій кількості людей, що розташовані у просторі (масовій аудиторії)» [2]. Наведене визначення масової комунікації також має головну ознаку – велику кількість людей просторово розташованих. Така ознака збігається у трьох визначеннях, наведених раніше.

Представник літературознавства і журналістикознавства І. Л. Михайлин пропонує визначати масову комунікацію через вказування на те, що вона є «широким (у яке втягнуте все населення) і всебічним (яке стосується усіх соціально важливих тем) спілкуванням», і називає масову комунікацію «масовим діалогом, здійснюваним через журналістику» [7, с. 240]. На думку Н. Лумана, масовими медіа можна вважати тому, що «тільки машинне виробництво носіїв комунікації потягнуло за собою розвиток масмедій» [4, с. 8; 5]. Аналізуючи обидва визначення, ми зазначимо, що визначальним фактором ідентифікації комунікації як масової є наявність здатності транслювати (множити) інформацію через технічні засоби й розповсюджувати її на велику масу споживачів (слухачів, користувачів, телеглядачів тощо).

Як повідомляють автори електронної енциклопедії «Вікіпедія», «наприкінці XIX – початку XX століття Чарльз Кулі засобами масової комунікації (далі – ЗМК) називав *газети, пошту, телеграф, залізні дороги, освіту* [6]. Нині діапазон ЗМК змінився. До числа ЗМК відносять «*друкована, аудіовізуальна, електронна преса, масові довідники, кіно-, відео-, аудіоносії інформації, супутникові, кабельні, комп'ютерні мережі* – усе, що може нагромаджувати й передавати важливу для суспільного життя інформацію». Самі ЗМК є «спеціалізованими установами для відкритого, публічного передавання будь-якої інформації будь-якими засобами за допомогою спеціального технічного інструментарію» [3]. Отже, значення поняття

«засоби масової комунікації» змінилось із часом. Разом із згаданими змінами змінилися і процеси формування, трансляції інформації через ЗМК, їхні види і форми. Змінилися форми і темпи впливу ЗМК. Згадані реалії і поняття, форми, види і процеси ЗМК нині достатньо активно вивчаються. На жаль, сучасні дослідники недостатньо уваги приділяють вивченню й опису процесів не стільки негативних змін і їхніх наслідків щодо суспільства. Маловивченими є проблеми сутності негативних змін суспільства, що відбуваються під впливом ЗМІ та ЗМК. Зовсім не досліджуються проблеми, пов'язані з утворенням і закріпленням, укоріненням й інституалізацією негативної інформації, що змінює поведінку суспільства (інмутація). Інмутація відбувається не як бажання однієї або декількох осіб, інмутація й не ідентифікується об'єктивно. Вона не вимірюється об'єктивними параметрами, але тільки суб'єктивними критеріями й одиницями (оцінками, визначеннями, думками, позиціями, твердженнями, питаннями, сумнівами, перевагами, домінаціями, висловленнями лідерів думки тощо). Нині наукове товариство не приділяє уваги тому, що на початку ХХІ століття виникли так звані інмутовані інмутанти, або люди, інформаційний та інтелектуальний фонди яких формуються переважно іншими людьми (частіше фахівцями, які відповідають за інформаційну політику суспільства), число яких є невеликим, суб'єктивним. Такі особи здійснюють підсвідомий відбір інформації, формують її та, компілюючи, дають дозвіл на трансляцію гіпертрофованого (або гіпотрофованого) інформаційного утворення. Іншими словами, аудиторія (споживачі інформації), сотні мільйонів простих людей, отримують вже відібрану гіпертрофовану (або гіпотрофовану) інформацію. Автори такого відбору є продуктом процесів інмутації суспільства. Будучи інмутованим, «відбивальники» подають суспільству інмутовану інформацію (таку, яка є результатом сприйняття і рефлексії людей, моделі поведінки яких вже змінені процесами інмутації суспільства в певну епоху, історичний період). Отже, інмутовану інформацію отримують члени інмутованого

суспільства і виходить, що відбувається напластування: інмутація інмутованих індивідів веде до нової хвилі інмутації аудиторії (суспільства). Пропонуємо називати тих, хто сприймає інмутовану інформацію *інмутованим інмутантами*. Далі наводимо три приклади, які ілюструють нашу думку (приклади наводимо за принципом «від простого до складного», від побутового і зрозумілого всім до системно-наукового, складного і зрозумілого, можливо, тільки фахівцям соціальних комунікацій, соціологам, філософам).

Приклад 1: простий, побутовий, «на пальцях».

Хлопчик Олесь, віком 15 років, збирає камінці зі всього світу. Як тільки він дізнається про те, що хтось із його знайомих від'їжджає до якоїсь країни або міста України, Олесь просить привезти йому дрібний камінець. Неважливо, у якому саме місці країни виконавець його прохання знайде камінець (на дорозі, на березі моря, в аеропорті, у пустелі, на ранчо тощо). Важливо, щоб камінець був справжній и насправді з далеких країн або міст. Юнак, який був не спроможний мандрувати, але дуже хотів того, з роками сформував уявлення про країни світу саме за формами і кольором, навіть за запахом, камінців, які ретельно зберігав дома в своїй чудернацькій колекції. Адже кожний, хто привозив з далеких країн світу камінці для Олесь, розповідав де саме лежав камінець. Олесь підписував камінці і запам'ятовував їхню стислу «історію» (хто, звідки привіз камінець і де він знаходився на той час, коли камінець підібрали). Через багато років у Олесь назбиралась велика колекція камінців зі 124 країн світу.

Про його незвичайну колекцію одного разу дізнався сусід, який працював кореспондентом програми новин на відомому в країні телеканалі. Журналіст запропонував Олесеві, на той час вже дорослому чоловікові, показати його колекцію в новинах і взяти у колекціонера інтерв'ю. Олесь з

радістю погодився: адже його покажуть по телевізору, і він зможе розповісти про своє захоплення всій країні.

Під час зйомок інтерв'ю Олесь захоплено розповідав про «сірий із лоском камінець із Нью-Йорку, який підібрали біля місця скоєння терористичного акту 11 вересня 2001 року», про «білий камінець із червоною прожилкою з одного із вулканів Камчатки», про «сріблясті лінії на камінці, який взято біля бараку № 5, з місця розстрілу полонених-євреїв у концентраційному таборі Аушвіц, що знаходиться біля польського міста Ошвенцим»... Олесь під час інтерв'ю розповідав проникливо, впевнено й емоційно. Він свято вірив у те, що назбирані ним камінці дійсно привезені з тих місць і пов'язані з тими подіями і місцями, про які знає весь світ. Ніхто, ані сам Олесь, ані ті, хто давно вже й забули про те, що привезли з далеких країн світу камінці для Олеся, не могли підтвердити того, що те, про що чоловік-колекціонер розповідає, є правдою. Олесь був впевнений у власній правоті. Він вірив!

Аналіз прикладу 1.

Олеся могли обманювати протягом його життя ті, хто привозив для нього камінці зі всього світу. Наприклад, дехто Н., після прильоту з Нью-Йорку випадково згадав про прохання Олеся. Говорити про те, що Н. забув про Олеся і не виконав його прохання, не хотілось. Тому камінець було взято біля будівлі аеропорту, у тому ж самому місті, де й жив Н. і Олесь. Тобто камінець не був привезений з Нью-Йорку. Коли Н. передавав камінець Олесеві, останній не здогадувався, що камінець насправді не з Нью-Йорку. Олесь не знав про те, що його обманули. Але той, хто дарував, розповів Олесеві захопливу історію про те, як працівники митниці не хотіли пропускати Н. через кордон із камінцем у кишені, сам тому, що камінець «принижував» гідність служби безпеки США, яка не змогла гарантувати

спокій країни. Таку неправдиву історію камінця Олесь запам'ятав, не підозрюючи про те, що історія видумана спеціально для нього. Олесь інмутував. Його поведінка змінилась на гірше, хоча сам він про неправдивість історії камінця з Нью-Йорку й не знав.

Через багато років Олесь в інтерв'ю натхненно переказав брехливу історію камінця з Нью-Йорку. Олесь несвідомо інмутований, свідомо інмутував телеглядачів. Телеглядачі новин побачили і почути Олесь. Сприйняли історію камінця з Нью-Йорку як правдиву. Отже, відбулась інмутація інмутації.

Приклад 2: середній, ускладнений, зорієнтований на предмет обговорення (інмутація масової комунікації).

Журналістка К. одного з рейтингових каналів України звернулась до професора Д., який її навчав в Інституті журналістики Київського міжнародного університету. Під час навчання майбутньої журналістки К. в університеті професор Д. серед декількох навчальних дисциплін читав лекції з прикладних соціально-комунікаційних технологій. Розповідав про те, як завдяки, наприклад, вмілим діям по налагодженню зв'язків із громадськістю під час політичних виборів в Україні можна утворити імідж такого кандидата в депутати Верховної Ради України, який буде потрібний на певний час певному соціальному прошаркові населення країни. Журналістка К. надовго запам'ятала лекції професора Д. і через два роки після закінчення університету вирішила звернутись до професора Д. з проханням взяти участь у створенні телевізійного проекту в жанрі журналістського розслідування. Професор повинен був дати інтерв'ю журналістці К., яка збиралась вмонтувати його в майбутню телевізійну передачу, присвячену тому, як нинішні політики обманюють людей завдяки соціально-комунікаційним технологіям. До того ж, була чудова нагода: телеканалу, на якому працювала

журналістка К., виповнювалось 14 років. На розсуд журналістки К., інформація, про яку вона хотіла розповісти, повинна була стати сенсацією-викриттям деяких нинішніх політиків.

Домовившись із професором Д. про зустріч і про зйомки програми, у яку буде вмонтовано інтерв'ю, журналістка К. приїхала зі знімальною групою на місце зйомок, взяла інтерв'ю у професора Д., його студентів і колег. Змонтувала матеріал і подала редакторові. Останній після ознайомлення з поданим матеріалом залишився незадоволеним змістом і акцентами, які запропонувала журналістка К. Як результат, готовий матеріал журналістки К. піддався подальшій критиці в кабінетах головного редактора і продюсера телеканалу. Журналістський матеріал у вигляді готової передачі на 44 хвилини був заборонений до ефіру.

Аналіз прикладу 2.

У наведеному прикладі 2 ілюструється інмутація системи ЗМІ в Україні, яка була зафіксована в таких фрагментах:

1) прикладні соціально-комунікаційні технології, про які професор Д. розповідав під час лекцій за два роки, після закінчення студенткою-журналісткою К. Інституту журналістики змінились, трансформувались у нові форми; журналістка К. не вивчала згадані технології і коли їй на думку спала інформація дворічної давнини, ситуація з передвиборчими соціально-комунікаційними технологіями змінилась; отже, уявлення журналістки К. про передвиборчі соціально-комунікаційні технології залишилось на попередньому рівні, що й доводить зміну моделей поведінки на гірше у суспільстві, тобто доводить факт наявності інмутації суспільства (можна говорити й про інмутацію моделі поведінки самої журналістки К., яка є часткою суспільства і яка постійно транслює через новини змінені зразки поведінки інших членів суспільства);

2) отримавши соціальне замовлення на інформацію, якою професор Д. володів (прохання журналістки К. дати інтерв'ю для відомого телеканалу), сам професор Д. почав готуватись до інтерв'ю: згадав результати останніх своїх досліджень щодо використання передвиборчих соціально-прикладних технологій, перечитав роботи колег по фаху, звернувся до деталізації нинішньої ситуації; замість щоденного перегляду новин на 5-6 телеканалах і по 2-3 радіостанціям професор Д. прискіпливо почав переглядати новини й політичні ток-шоу на всіх відомих йому телеканалах, цілеспрямовано декілька днів приділяв час аналізу новин, які розміщені на 8–12 провідних українських та англомовних сайтах; очевидним є у такому випадку зміна моделі поведінки професора Д. на гірше, який не приділяв час домашнім справам, сім'ї, новій монографії, яку він писав, магістерським роботам, якими він керував тощо: іншими словами в поведінці професора Д. відбулись зміни на гірше, тобто інмутація;

3) знаючи про те, що інформація про використання передвиборчих соціально-комунікаційних технологій під час останніх виборів в Україні може стати сенсаційним вибухом, професор Д. не став «фільтрувати» те, про що можна розповідати в інтерв'ю і те, про що не варто інформувати суспільство; ergo, професор Д. цілеспрямовано прагнув інмутації суспільства;

4) записавши інтерв'ю з професором Д., почувши те, про що відверто говорили студенти, які були присутні на імпровізованому занятті, оцінивши їхню критику існуючої влади і нечистих методів, які використала влада під час останніх політичних виборів, журналістка К. не стала цензурувати отриманий і записаний матеріал, а навпаки, вип'ятила його, прагнучи зробити матеріал більш сенсаційним, чим цілеспрямовано досягла того ступеню порушення етики, який погіршив моделі поведінки керівників проекту і каналу (вони відмовили журналістці Д. і її журналістському продукту у праві на вихід до ефіру); ergo, відбулась інмутація як моделі

поведінки журналістки К., так і моделі поведінки головного редактора проекту, продюсера і генерального директора телеканалу.

5) здійснений нами аналіз яскраво ілюструє думку про те, що *інмутація професора Д.*, який прискіпливо й необ'єктивно аналізував ситуацію з використанням передвиборчих соціально-комунікаційних технологій на останніх виборах в Україні, «напластувалась» на *інмутацію журналістки К.*, яка, по-перше, мала «стару», тобто необ'єктивну інформацію про передвиборчі соціально-комунікаційні технології, що використовувались під час останніх виборів в Україні; відбулась інмутація уявлень журналістки К. під впливом інмутації прискіпливості професора Д., тобто – інмутація інмутації;

б) подальший аналіз дає підґрунтя стверджувати, що інмутація інмутації спровокувала *третю хвилю інмутації*, а саме: змінена під впливом професора Д. модель поведінки журналістки К., яка відбила в своєму матеріалі інформацію, що могла б змінити моделі поведінки аудиторії телеканалу, змінила модель поведінки редактора проекту, головного редактора і генерального продюсера телеканалу; іншими словами маємо приклад потрібної інмутації (*інмутація інмутації, що потягла нову інмутацію*);

7) нарешті, продовжуючи ланцюг інмутацій описаного випадку, слід занотувати, що наступною ланкою такого ланцюгу стала інмутація колег журналістки К.: вони вислухали розповідь останньої про випадок цензури на каналі, змінили свою поведінку; частина журналістів телеканалу злякалась за свої посади і перестала шукати інформацію і знімати матеріал про політиків та їхню важку, але «брудну» роботу; інша частина колег журналістки К. після почутої історії, яка відбулась з журналісткою К., посилили пошуки компроматної інформації про діючих політиків і прагнули майстерно «вмонтувати» провокаційний матеріал в свої сюжети, репортажі, нариси; ergo, у ланцюгу зміни моделі поведінки членів суспільства (тобто ланцюгу

інмутацій суспільства) відбулась чергова «ланкова» інмутація, або, йдучи за логікою нашого викладу, *інмутація суспільства четвертої хвилі*.

Приклад 3 – системно-науковий, складний і зрозумілий, можливо, тільки фахівцям соціальних комунікацій.

Аспірантка Д., що навчалась в аспірантурі за спеціальністю «теорія і історія соціальних комунікацій», завершила працю над написанням наукового твору – кандидатської дисертації, присвяченої аналізу електронних щоденників – блогів, які писали люди, що живуть із ВІЛ/СНІД (далі – ЛЖВ). Дисертантка доводила припущення про те, що блоги мають ознаки засобів масової комунікації (ЗМК) і виконують роль засобів масової інформації (ЗМІ). За встановленою процедурою подала текст дисертації на розгляд своєму науковому керівникові, який зробив зауваження як фахівець із соціальних комунікацій. У робочому порядку назвемо їх «зауваження першого рівня».

Після виправлення зауважень першого рівня аспірантка Д. подала дисертацію до спеціалізованої вченої ради, у якій збиралась захищатися. Для здійснення наукової експертизи текст кандидатської дисертації було віддано трьом докторам наук, професорам, двоє з яких вивчали проблеми журналістики. Один із професорів був фахівцем у галузі соціології. Перші два висловили свої зауваження і просили аспірантку усунути їх, що вона й зробила. Такі зауваження назвемо «зауваження другого рівня».

Третій професор, соціолог, знайшов у тексті дисертації стільки зауважень, що в результаті висунув аспірантці умову: або вона повністю змінить тему дисертації, або він відмовиться від підпису експертного висновку. Такі зауваження ми назвали «зауваження третього рівня».

Після розгляду дисертації аспірантки Д. членами експертної комісії спеціалізована вчена рада із соціальних комунікацій призначила офіційних

опонентів, серед яких були доктор наук із соціальних комунікацій – фахівець з проблем електронних засобів масової комунікації. Зауваження останнього ми назвемо «зауваження четвертого рівня». Їх аспірантка Д. також врахувала й усунула.

Після зауважень чотирьох рівнів дисертаційна робота набула зовсім іншого вигляду, не такого, який був спочатку: ідея дослідження була змінена, акценти, які дисертантка вважала головними, стали другорядними, а деякі думки взагалі були усунуті разом із зауваженнями критиків.

Аналіз прикладу 3.

Приклад 3 яскраво ілюструє зміну моделей поведінки (інмутацію) тієї людини (аспірантки Д. – майбутнього фахівця з теорії та історії соціальних комунікацій), яка підпала під вплив інших людей – фахівців із соціальних комунікацій, зокрема і з медіазнавства (наукового керівника аспірантки Д., членів експертної комісії спеціалізованої вченої ради, офіційного опонента). Останні, у свою чергу, вже були інмутовані раніше шляхом засвоєння істин, прописаних у багатьох наукових джерелах із медіазнавства (дисертаціях, монографіях, наукових статтях, рефератах, доповідях тощо). Аспірантка Д. потерпала від інмутації вже інмутованих фахівців і після багаторазової правки тексту дисертації з проблеми медіазнавства набула статус інмутованого інмутанта, або того, чия вже змінена модель поведінки ще декілька разів змінилася.

Цікаво зазначити, що, аналізуючи приклад 3, ми «виходимо» на інший рівень усвідомлення як ролі інмутованих інмутантів під впливом науки про медіа, так і інмутації методологічних принципів та законів, якими послуговується представник будь-якої галузі знань. Мова йде про соціолога-експерта спеціалізованої вченої ради. Назвемо його соціолог Х.

Маючи величезний досвід соціологічних досліджень, будучи провідним фахівцем у своїй галузі, соціолог Х., здогадуючись про існування методологічної бази в соціальних комунікаціях, але не знаючи їх, не захотів аналізувати дослідження аспірантки Д. із синтетичних позицій соціальних комунікацій і соціології.

До детального аналізу складного прикладу 3 з методологічних позицій ми звернемося у наступному підрозділі.

Отже, не детальний, а побіжний аналіз трьох прикладів, які зазвані були довести висунуту нами на початку дослідження гіпотезу про те, що суспільство *потерпає* від інмутації масової комунікації через появу інмутованих інмутантів, було повністю доведено. Дійсно, вплив на суспільство масової комунікації, яка вже є інмутованою, породжує явище, яке в робочому порядку було нами названо «інмутація інмутації». Індивіди, що складають суспільство, яке потерпає від згаданого явища, перетворюються у такому випадку на інмутованих інмутантів.

У подальшому, після доведення висунутої нами гіпотези, з'являється необхідність прискіпливого аналізу генези явища інмутації інмутації, перш за все з методологічних позицій.

Список використаних джерел

1. Бессознательное: природа, функции, методы исследования / Прангишвили А. С., Шерозия А. Е., Бассин Ф. В. и др. – В 5 т. – Тбилиси : Мецниереба, 1978–1985. – . –

Т. 1 : Основные критерии рассмотрения бессознательного в качестве своеобразной формы психической деятельности / Прангишвили А. С., Шерозия А. Е., Бассин Ф. В. [вступ. ст. редакции]. – 1978. – С. 71–83.

2. Бориснев С. В. Социология коммуникации : учеб. пособ. / С. В. Бориснев. – М. : ЮНИТИ, 2003. – 270 с.
3. Засоби масової комунікації: поняття, концепції діяльності, функції [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
<http://ukrref.com.ua/?id=MTAxMjY%3D>
4. Иванов В. Ф. Аспекты массовой коммуникации. – В 3 ч. – Ч. 2 : Массовая коммуникация. – К. : Академия Украинской Прессы, 2009. – С. 8.
5. Луман Н. Реальність мас-медіа [за ред.. Іванова В. та Мінакова М.]. – К. : ЦВП, 2010. – 158 с.
6. Масова комунікація [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту :
http://uk.wikipedia.org/wiki/Масова_комунікація
7. Михайлин І. Л. Комунікація масова / Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики. – Х. : Прапор, 2009. – С. 240.
8. Різун В. В. Теорія масової комунікації : підруч. для студ. Галузі 0303 «журналістика та інформація» / В. В. Різун. – К. : Видавничий центр «Просвіта», 2008. – С. 55.

Олександр ХОЛОД

ЗІБРАННЯ НАУКОВИХ ПРАЦЬ

ТОМ ДЕСЯТИЙ

Теорія інмутації суспільства

X 71 Холод О.М.

Зібрання наукових праць: У 10-ти т. – Т. 10: Теорія інмутації суспільства. – К. : КиМУ, 2011. – 352 с.

ISBN 978-966-8299-59-1

Монографія присвячена оригінальній теорії інмутації, яка вперше описана детально, хоча термін «інмутація» автор запропонував ще 2007 року в монографії «Інмутація у мас-медіа».

У праці приділяється увага тлумаченню соціально-комунікаційних технологій. Визначається опис діапазону поняття «соціально-комунікаційні технології». Розглядаються процеси маніпуляції суспільства: мутація й інмутація як концепції соціально-комунікаційних технологій, критерії розгалуження соціально-комунікаційних технологій. Пропонується опис структури соціально-комунікаційних технологій та їхніх видів і функцій. Інмутація тлумачиться як система артефактів сучасного суспільства. Визначаються місце інмутації в класифікації систем, структура й види інмутаційних процесів. Приділяється увага інмутації свідомості особистості в життєвому просторі у межах професійної та непрофесійної інмутації, або інмутації дозвілля. Аналізу піддаються й дифузні зони інмутації (синергетика професійного та непрофесійного видів інмутації як інмутація інмутації).

Книга буде цікавою студентам, аспірантам і докторантам, які досліджують проблеми соціальних комунікацій.

X 4602000000-074
2010

ББК 88я73+70.79+74я73+74.913+

X 71

УДК 16(075.8)+101(075.8)+159.946.3 + 81'27 + 81'23+659.3

ISBN 978-966-8299-59-1

Монографія

Українською мовою

Редактор Піскова Р. В.

Коректор – Передерій Г. М.

Комп'ютерний набір – Холод О. М.

Комп'ютерна верстка, дизайн, архітектоніка видання –

Багірова Н. В.

Технічне забезпечення – Багіров Б. С.

Видавництво «Київський міжнародний університету»

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців,
виготовників і розповсюджувачів видавничої продукції

ДК № 978 від 08.07.2002 р.

03179, Україна, м. Київ, вул. Львівська, 49

Т. (044) 424 64 88

Видруковано у типографії Київського міжнародного університету

03179, Україна, м. Київ, вул. Львівська, 49

Т. (044) 424 64 88



ХОЛОД Олександр Михайлович

Доктор філологічних наук, професор.

Фахівець у галузі соціальних комунікацій.

Автор 230 публікацій, до числа яких входять

13 монографій і 16 навчальних посібників.

Засновник наукового фахового

журналу «Психолінгвістика».

Співголова Української

асоціації психолінгвістів.