

Міністерство освіти і науки України

Державний заклад «Південноукраїнський національний  
педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»

Кваліфікаційна наукова  
праця на правах рукопису

**Новицький Олександр Олександрович**

УДК 32: 32.019.5

## **ДИСЕРТАЦІЯ**

**Тригери в ЗМІ, як засіб соціально-політичної конфліктності.**

052 – політичні науки

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії в галузі  
політології.

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання чужих  
ідей, результатів і текстів мають посилання на відповідне джерело

---

(підпис, ініціали та прізвище здобувача)

**Науковий керівник**  
кандидат політичних наук, доцент  
Каменчук Тетяна Олегівна

Одеса – 2021

### **Анотація**

**Новицький О. О. Тригери в ЗМІ як засіб соціально-політичної конфліктності. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії, спеціальність 052 – Політологія. – Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», Одеса, 2021.

Медіа найбільш ефективно формують уявлення про політичне життя, громадянську активність, яка є важливим аспектом нашого життя, про структури влади, мету створення суспільства та держави, політичної ситуації в країні тощо. У цьому контексті потенціал інформаційного впливу залежить від рівня довіри або недовіри до джерела інформації, прийняття та неприйняття представленої інформації. Дослідницький інтерес викликає не тільки сам процес зародження та поширення тригерів у медіа просторі як елементів інтерпретації умовно нейтральних подій, але й спрямованість цих дискурсів та характер впливу на аудиторію.

Метою дисертаційного дослідження є визначення ролі тригерів в ЗМІ як засобу соціально-політичної конфліктності. Об'єктом дослідження є вплив засобів масової інформації на соціально-політичну конфліктність. Предметом дослідження є формування та прояви тригерів в ЗМІ, як засобів соціально-політичної конфліктності.

Безпосередньо увага стосується його застосування тригеру в політичному житті, в політичній діяльності, рекламі тощо. Визначено, що потреба у введенні тригерів обумовлена необхідністю аналізу подій, які безпосередньо не пов'язані з політикою, але можуть інтерпретуватися в політичному ключі.

Здійснено бібліографічний аналіз за темою взаємодії в напрямку медіапростору. Проаналізовано публікації, які спрямовані на аналіз впливу медіа на суспільство та дослідження медіаефектів. Визначено, що в цих

роботах представлений аналіз різних форм процесу впливу (навіювання, переконання, інформування, маніпуляція та ін.); доробки щодо моделей та мотивів використання ЗМІ, які пов'язані з різними соціальними, психологічними та демографічними характеристиками читачів, слухачів, глядачів; різні елементи комунікативної структури: джерела інформації, медіатекстів, канали ЗМІ, аудиторія та ін. Є публікації, які присвячені аналізу конкретним технікам впливу (пропаганда, реклама, PR) та дисертаційні дослідження, починаючи з 2000 року за різними спеціальностями з проблематики ЗМІ – журналістика, філософія, право, соціологія, політологія, державне управління, комунікації тощо. Визначено, що дослідження тригерів в політичній науці знаходиться на початковому стані, теоретичний аналіз даної проблематики наразі не досить активний в Україні. Є публікації, які лише торкаються цього питання, але вони мають поверхневий характер.

Проаналізовано теоретико-методологічну базу дослідження та визначено, що для вирішення поставлених завдань слід застосувати філософський, комунікативістський, мистецтвознавчий, літературознавчий, естетичний, критичний, культурологічний, лінгвістичний, семіотичний, політологічний, організаційно-управлінський, історичний, психологічний та соціологічний підходи. Розглянуто методологічні підходи до аналізу медіа систем, зокрема: типологічний і так званий «екологічний». Визначено наявність кореляції між типом політичної організації суспільства та моделлю медіа системи.

В якості теоретичних засад роботи визначено теорії інформаційного суспільства, нормативні теорії журналістики, критична теорія Ст. Холла, теорії щодо впливу масової комунікації (прямого впливу повідомлення) на реципієнта, концепцію Л. Фестінгера щодо когнітивного дисонансу, теорія користі від споживання медіа, теорії медіапсихологічного дослідження, теорію дискурсу, теорію соціального навчання, теорію «спіраль мовчання», теорія постановки порядку денного тощо.

Проаналізовано категоріальний апарат дослідження, а саме: тригер, політичний тригер, засоби масової інформації, дискурс, медіа дискурс, політичний дискурс, соціально-політична активність (конфліктність) та інш.

В роботі представлено аналіз технік виробництва, обробки та поширення інформації в медіапросторі. Представлено характеристику саме тих технік, які визначають можливості впливу ЗМІ на масову аудиторію. Відбувається це в поєднанні з соціальними, інформаційними та когнітивними технологіями. Обґрунтовано, що для більш повної характеристики політичного тригеру найбільший інтерес викликає теорія політичного праймінгу, яка заснована на принципі активації. Саме в ментальній моделі індивіда, який користується ЗМІ, активується не один смисловий вузол, а цілий ланцюжок.

В дослідженні здійснено аналіз ролі інформаційно-комунікативних ресурсів в конфліктних відносинах. Обґрунтовано, що сучасна динаміка сучасних конфліктних відносин залежить саме від таких інформаційно-комунікативних ресурсів, як технологічні та технічні засоби забезпечення політики, тому що учасники сучасних конфліктів, незважаючи на свою підготовленість та агресивність, не покладаються лише на силу зброї. Проаналізовано типологізацію конфліктного сприйняття і визначено, що причиною багатьох конфліктних історій та військових дій (великих воєн) може стати не тільки дійсна, а й уявна, помилкова недовіра сторін, упереджене ставлення один до одного.

Зазначено, що саме інформаційна політика держави повинна стати тим інструментом, який дає можливість вирішення, урегулювання конфліктних протиборств. Ефективність формування та реалізації інформаційної політики органами державної влади може бути досягнута тільки в разі, коли вона формується на системній основі.

Досліджено прояви тригер-події у національному медіа просторі та визначено, що коли відбувається тригер-подія одночасно створюється формування дискурсу у медіапросторі. Це може статися тоді, коли в

реальності є інтерес до неї з боку суб'єктів комунікативного медіа простору. Вони наповнюють цей простір змістом в процесі осмислення події. Саме такі інтерпретації породжують дискурси та задають конкретне значення тригер-подіям. Визначено, що вплив домінуючих смислів може бути маніпулятивним і в значній мірі відрізнятися від реальної ситуації та початкового значення тригер-події.

Зазначено, що медіапростір політизує особистість, забезпечує її відповідними практиками, придатними для реалізації у політичному просторі. Огрунтовано, що особливу роль відіграє виділення великих дискурсів провідних інформаційних ресурсів в контексті актуальних тригер-подій національного значення.

Представлено характеристику пандемії коронавірусу в якості тригеру соціально-політичних змін. Визначено, що пандемія дійсно зараз є тригером соціально-політичних змін не тільки в Україні, а й всьому світі, а це вимагає діалогу між країнами за для подолання пандемії. Цей тригер стимулює високий рівень громадської активності та конфліктності. Обгрунтовано, що COVID-19 спрацював як політичний тригер, який впливає на більшість населення світу.

Здійснено опис ознак держав, які мають можливість виконувати функції тригерів в світі та зазначено, що країни, які можуть бути тригерами повинні володіти відповідними характеристиками. Слід зазначити, що така ознака країни як тригер - це не постійна характеристика, яку країна може набувати, а може й втрачати. Це може відбуватися, наприклад, за допомогою таких особливостей, як кліматичні умови, географічні чи економічні показники, які дають поштовх до дій (як локального, так й глобального рівня). Ці країни запускають механізм послідовних дій, які змінюють ситуацію.

Проаналізовано вплив тригерів на політизацію масової свідомості в Україні. Обгрунтовано, що тригери здійснюють вплив на процес формування політизації масової свідомості в Україні. Представлено та проаналізовано

тригери політизації (з 2001 року) і визначено, що практично завжди політичні тригери все ж таки мали форму політичних інтриг. Визначено, що зараз спостерігається перехід на іншу форму (прояви) тригеру – це є суспільні вимоги соціального характеру (тарифи, продаж землі тощо). Трансформація та деформація суспільства є результатами зміни масової свідомості і тригер є саме тим механізмом, який запускає всю систему змін в дію.

Досліджено етапи створення та політизації тригерів на сучасних прикладах. Зроблено висновок, що тригер формується протягом декількох етапів і включає в себе уможливлені процес, потім настає перехідний етап перетворення події в тригер. Наступним йде процес тиражування та акумуляції контексту, і надалі, відбувається визначення дискурсу. У цілому, формування тригеру може мати різні швидкість та об'єм розповсюдження, цьому сприяє безліч природних, соціальних, економічних та політичних факторів. Також, представлено опис та аналіз проявів суспільно-політичних тригерів в Україні. Зроблено висновок, що одна і та ж подія може буди одночасно тригером, і результатом дії іншого тригеру.

*Ключові слова:* тригер, політичний тригер, конфліктність, активність, політичний процес, ЗМІ, медіасистеми, медіапростір, технології, медіаефекти, дискурс, політика, суспільство, взаємодія.

## SUMMARY

**Novitsky O. O. Triggers in the media as a means of socio-political conflict. – Scientific qualification thesis retaining manuscript rights.**

Dissertation for the degree of Doctor of Philosophy, specialty 052 –Political Science. – State Institution «South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushinsky», Odessa, 2021.

The media most effectively form ideas about political life, civic activity, which is an important aspect of our lives, the structures of power, the purpose of

society and the state, the political situation in the country and so on. In this context, the potential of information impact depends on the level of trust or distrust in the source of information, acceptance and rejection of the information provided. Research interest is caused not only by the process of origin and dissemination of triggers in the media space as elements of interpretation of conditionally neutral events, but also by the direction of these discourses and the nature of the impact on the audience.

The purpose of the dissertation research is to determine the role of triggers in the media as a means of socio-political conflict. The object of the study is the influence of the media on socio-political conflict. The subject of the study is the formation and manifestations of triggers in the media as a means of socio-political conflict.

Direct attention is paid to its application of the trigger in political life, in political activity, advertising, etc. It is determined that the need for triggers is due to the need to analyze events that are not directly related to politics, but can be interpreted in a political way.

The bibliographic analysis on the topic of interaction in the direction of media space is carried out. Publications aimed at analyzing the impact of the media on society and researching media effects are analyzed. It is determined that in these works the analysis of various forms of the process of influence (suggestion, persuasion, informing, manipulation, etc.) is presented; works on models and motives for the use of the media, which are related to various social, psychological and demographic characteristics of readers, listeners, viewers; various elements of the communicative structure: sources of information, media texts, media channels, audience, etc.

There are publications devoted to the analysis of specific techniques of influence (propaganda, advertising, PR) and dissertation research since 2000 in various specialties in the field of media – journalism, philosophy, law, sociology, political science, public administration, communications and more. It is determined that the study of triggers in political science is in its infancy, the theoretical

analysis of this issue is currently not active enough in Ukraine. There are publications that only touch on this issue, but they are superficial.

The theoretical and methodological basis of the research is analyzed and it is determined that philosophical, communicative, art, literary, aesthetic, critical, culturological, linguistic, semiotic, political, organizational and managerial, historical, psychological and psychological approaches should be used to solve the set tasks. Methodological approaches to the analysis of media systems are considered, in particular: typological and so-called «ecological». The presence of a correlation between the type of political organization of society and the model of the media system is determined.

The theoretical foundations of the work are theories of the information society, normative theories of journalism, critical theory of St. Hall, theories on the impact of mass communication (direct impact of the message) on the recipient, L. Festinger's concept of cognitive dissonance, the theory of media consumption, theories of media psychological research, the theory of discourse, the theory of social learning, the theory of the «spiral of silence», the theory of setting the agenda, etc.

The categorical apparatus of the research is analyzed, namely: trigger, political trigger, mass media, discourse, media discourse, political discourse, socio-political activity (conflict) and others.

The paper presents an analysis of production techniques, processing and dissemination of information in the media space. The characteristic of those techniques which define possibilities of influence of mass media on a mass audience is presented. This is done in combination with social, information and cognitive technologies. It is substantiated that the theory of political priming, which is based on the principle of activation, is of the greatest interest for a more complete description of the political trigger. It is in the mental model of the individual who uses the media that not one semantic node is activated, but a whole chain.

The study analyzes the role of information and communication resources in conflict relations. It is substantiated that the modern dynamics of modern conflict relations depends on such information and communication resources as technological and technical means of policy support, because participants in modern conflicts, despite their preparedness and aggression, do not rely solely on weapons. The typology of conflict perception is analyzed and it is determined that the cause of many conflict histories and military actions (great wars) can be not only real, but also imaginary, false distrust of the parties, prejudice against each other.

It is noted that the information policy of the state should become the tool that provides an opportunity to resolve and resolve conflict conflicts. The effectiveness of the formation and implementation of information policy by public authorities can be achieved only if it is formed on a systematic basis.

The manifestations of the trigger event in the national media space are studied and it is determined that when a trigger event occurs, the formation of discourse in the media space is created at the same time. This can happen when in reality there is interest in it from the subjects of the communicative media space. They fill this space with meaning in the process of understanding the event. Such interpretations generate discourses and give specific meaning to trigger events. It is determined that the influence of dominant meanings can be manipulative and differ significantly from the real situation and the initial value of the trigger event.

It is noted that the media space politicizes the individual, provides him with appropriate practices suitable for implementation in the political space. It is substantiated that the allocation of large discourses of leading information resources in the context of current trigger events of national importance plays a special role.

The characteristics of the coronavirus pandemic as a trigger of socio-political changes are presented. It is determined that the pandemic is really now a trigger of socio-political changes not only in Ukraine but also around the world, and this requires a dialogue between countries to overcome the pandemic. This

trigger stimulates a high level of social activity and conflict. It is justified that COVID-19 worked as a political trigger that affects the majority of the world's population.

A description of the characteristics of states that have the ability to perform the functions of triggers in the world and states that countries that can be triggers must have the appropriate characteristics. It should be noted that such a feature of the country as a trigger is not a permanent characteristic that a country can gain or lose. This can be done, for example, through features such as climatic conditions, geographical or economic indicators that give impetus to action (both local and global). These countries are launching a mechanism of consistent action that is changing the situation.

The influence of triggers on the politicization of mass consciousness in Ukraine is analyzed. It is substantiated that triggers influence the process of formation of politicization of mass consciousness in Ukraine. Triggers of politicization are presented and analyzed (since 2001) and it is determined that almost always political triggers still took the form of political intrigues. It is determined that now there is a transition to another form (manifestation) of the trigger - these are social requirements of a social nature (tariffs, land sales, etc.). The transformation and deformation of society are the result of a change in mass consciousness, and the trigger is precisely the mechanism that triggers the whole system of change in action.

The stages of creation and politicization of triggers on modern examples are investigated. It is concluded that the trigger is formed over several stages and includes a speculative process, then comes the transitional stage of converting the event into a trigger. Next is the process of replication and accumulation of context, and further, there is a definition of discourse. In general, the formation of the trigger can have different speed and volume of distribution, this is facilitated by many natural, social, economic and political factors. Also, a description and analysis of the manifestations of socio-political triggers in Ukraine are presented. It

is concluded that the same event can be both a trigger and the result of another trigger.

**Key words:** *trigger, political trigger, conflict, activity, political process, political activity, mass media, media systems, media space, technologies, media effects, discourse, politics, society, influence, interaction.*

## Список публікацій здобувача за темою дисертації

### Праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації

1. Новицький О. (2020) Концепти застосування праймінгу та триггеру ЗМІ в політичному житті. *Політичне життя*. 4, 69-74.
2. Новицький О. (2021) Пандемія COVID 19 як тригерсоціально-політичних змін. *Европейский политический и правовой дискурс*, 8, 3, 115-122.
3. Новицький О. (2021) Формування та прояви політичного триггеру «Крим». *Політичне життя*. 3.

### Праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації

1. Новицький О.О. Віртуалізація образу політика. *Людина має право: соціально-гуманітарний дискурс у контексті реформаційних процесів України. Матеріали круглого столу*. м. Одеса, 21 листопада 2019 р. Одеса: Астропринт, 2019. С. 125–126.
2. Новицький О. (2020) Ефективність інформаційної політики. *Актуальні питання державотворення в контексті сучасних цивілізаційних викликів всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція. Збірник тез доповідей*. (26-27 листопада 2020 року, м. Черкаси), 140-142.
3. Новицький О. (2020) Політичний тригер: розуміння, підходи та види. *VII Методологічні читання – Сучасна політична наука: нові виклики та контексти (пам'яті професора Валерія Миколайовича Денисенка): Матеріали сьомої Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Львів, 11 грудня 2020 р.)* / За наук. ред. д. політ. н., Г. В. Шипунова; відп. за вип. А. М. Сабара, Г. В. Іленьків. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 223 (160-163).

4. Новицький О.(2021) Сучасні цілі медіаосвіти. Весняні наукові читання – 2021, *LXIII Міжнародна науково-практична інтернет-конференція*. (м. Суми, 15 березня 2021 року) , 168, 93-97.
5. Новицький О.(2021) Держави-тригери: ознаки та особливості. *Priority directions of science and technology development. Proceedings of the 11th International scientific and practical conference. SPC «Sci-conf.com.ua»*. Kyiv, Ukraine, 2021, Pp. 535-540 URL : <https://sci-conf.com.ua/xi-mezhdunarodnaya-nauchno-prakticheskaya-konferentsiya-priority-directions-of-science-and-technology-development-11-13-iyulya-2021-goda-kiev-ukraina-arhiv/>.

## Зміст

<b>ВСТУП</b> .....	<b>15</b>
<b>РОЗДІЛ 1 СТАН НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ АНАЛІЗУ ПОЛІТИЧНОГО ТРИГЕРУ</b> .....	<b>23</b>
1.1 Історіографія та джерельна база дослідження. ....	23
1.2 Теоретико-методологічні підходи до розуміння тригеру як засобу соціально-політичної активності (конфліктності).....	33
Висновки до Розділу 1.....	65
Список використаних джерел до розділу 1. ....	67
<b>РОЗДІЛ 2 ТРИГЕР У МЕДІАПРОСТОРІ: СПЕЦИФІКА ТА ПРОЯВИ</b> .....	<b>75</b>
2.1 Техніки впливу на суспільство в сучасному медіапросторі. ....	75
2.2 Роль інформаційно-комунікативних ресурсів в конфліктних відносинах. .... Error! Bookmark not defined.	
2.3 Тригер-подія у національному медіа просторі: характеристики дискурсу. .... Error! Bookmark not defined.	
Висновки до Розділу 2.....	112
Список використаних джерел до розділу 2. ....	114
<b>РОЗДІЛ 3 ТРИГЕРИ СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ЗМІН ГЛОБАЛЬНОГО ТА ЛОКАЛЬНОГО РІВНІВ</b> .....	<b>119</b>
3.1 Пандемія COVID 19 як тригер соціально-політичних змін.....	119
3.2 Держави, як тригери суспільно-політичних змін. ....	137
3.3 Вплив тригерів на політизацію масової свідомості в Україні.....	143
Висновки до Розділу 3.....	156
Список використаних джерел до розділу 3. ....	157
<b>РОЗДІЛ 4 ВПЛИВ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ТРИГЕРІВ НА АКТИВНІСТЬ (КОНФЛІКТНІСТЬ) СПІЛЬНОТ МЕРЕЖЕВИХ ЗМІ</b> .....	<b>161</b>
4.1 Процес створення та політизації тригеру (на сучасних прикладах).....	161
4.2 Формування та прояви суспільно-політичних тригер-подій «Майдан» та «Крим».....	179
Висновки до Розділу 4.....	195
Список використаних джерел до розділу 4. ....	196

**ВИСНОВКИ .....199**

## Вступ

**Актуальність теми дослідження.** В умовах стрімкого розвитку суспільства та постійних інформаційних впливів незаперечну значимість набуває дослідження життєвих практик суспільства з урахуванням соціальної мобільності та мінливості особистісних пріоритетів. Сучасний етап розвитку суспільства характеризується активним включенням в повсякденне життя людини засобів масової інформації та інформаційно-комунікаційних технологій. Практика використання медіа в якості невід'ємного елемента повсякденності нашого життя набуває нових форм, поведінкових установок, ціннісних орієнтацій та життєвих стратегій. Ми сьогодні маємо вивчати особливості та специфіку впливу медіа та мережевих ресурсів на формування різних компонентів особистісного свідомості.

Медіа найбільш ефективно формують уявлення про політичне життя, громадянську активність, яка є важливим аспектом нашого життя, про структури влади, мету створення суспільства та держави, політичної ситуації в країні тощо. У цьому контексті потенціал інформаційного впливу залежить від рівня довіри або недовіри до джерела інформації, прийняття та неприйняття представленої інформації. Дослідницький інтерес викликає не тільки сам процес зародження та поширення тригерів у медіа просторі як елементів інтерпретації умовно нейтральних подій, але й спрямованість цих дискурсів та характер впливу на аудиторію.

Медіа-простір сучасного суспільства є своєрідним медіатором, який рекурсивно інкорпорує в свою структуру імпульси всіх сфер життєдіяльності людини. Суспільство та медіа-простір виступають залежними конструктами, діалектичний взаємозв'язок яких формує реальний медіа соціальний континуум. Можливості нових ЗМІ володіють безліччю засобів, за допомогою яких в медіа просторі зростає рівень не тільки ефективності реальної проєкції образів соціального та політичного простору у віртуальному інформаційному полі, скільки конструювання тих смислів, які хочуть донести політичні актори, щоб здійснити свідомий стимулюючий

вплив на певні цільові групи. Медіа-простір є особливим конструктом політичного простору та включає до свого складу категорії, символічні імперативи та утворюють цілісність сприйняття політичної події. Тому звернення до аналізу інструментів ЗМІ, які впливають на різні соціально-політичні зміни є актуальним на даний час. Тригер є одним з засобів, який не досліджений політичною наукою.

**Зв'язок із науковими програмами, планами, темами.** Тема і зміст дисертаційного дослідження є складовою частиною комплексної науково-дослідної теми кафедри політичних наук і права Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського» в межах науково-дослідної теми «Сучасні виклики соціально-політичного розвитку: політико-правові та соціально-економічні виміри (№ державної реєстрації 0120U002016), одним із виконавців якої є дисертант.

**Мета та завдання дослідження.** Метою дисертаційного дослідження є визначення ролі тригерів в ЗМІ, як засобу соціально-політичної конфліктності

Для досягнення мети були поставлені такі **завдання**:

1. дослідити історіографію й джерельну базу дослідження та визначити проблемні аспекти, які не були досліджені раніше чи потребують більш глибокого вивчення;
2. визначити теоретико-методологічну базу дослідження для досягнення головної мети роботи: розкрити зміст категоріальної бази дослідження та визначити підходи і методи, які будуть сприяти досягненню мети;
3. охарактеризувати специфіку та прояви тригеру у медіа просторі шляхом аналізу різноманітних сучасних технік, які застосовуються у медіа просторі та здійснюють вплив на суспільну й особисту свідомість;

4. проаналізувати та визначити роль інформаційно-комунікативних ресурсів в конфліктних відносинах та визначити, від яких інформаційно-комунікативних ресурсів залежить сучасна динаміка конфліктних відносин;

5. дослідити прояви тригер-події у національному медіа просторі та визначити, який вплив здійснюють домінуючі смисли в аспекті маніпуляції та змісту тригер-події;

6. охарактеризувати пандемію коронавірусу в якості тригеру соціально-політичних змін та визначити як COVID-19 спрацював в якості політичного тригеру;

7. визначити ознаки держав, які мають можливість виконувати функції тригерів в світі та здійснювати вплив як на локальні, так й на світові політичні процеси;

8. проаналізувати вплив тригерів на політизацію масової свідомості в Україні на основі тригерів політизації (з 2001 року), зокрема, акцентувати увагу на політичних інтригах, скандалах тощо;

9. визначити та дослідити етапи створення та політизації тригерів на сучасних прикладах. Зокрема, звернутися до аналізу тригерів Росії, Білорусі, України тощо;

10. виявити та проаналізувати прояви суспільно-політичних тригерів в Україні на прикладі тригерів «Крим» та «Майдан». Визначити суттєві характеристики и форми прояву.

*Об'єктом дослідження є вплив засобів масової інформації на соціально-політичну конфліктність.*

*Предметом дослідження є формування та прояви тригерів в ЗМІ, як засобів соціально-політичної конфліктності.*

**Методологія дослідження** включає в себе загально-філософські (дедукція/індукція, перехід від простого до складного, діалектика, системний підхід, синергетичний підхід); загально-наукові (об'єктивність, відтворюваність, евристичність, конкретність); приватно-наукові (збір та аналіз інформації). Для аналізу даних був використаний метод ілюстрування.

Зібрані емпіричні данні дали можливість підтвердити або спростувати вже існуючі теорії, парадигми, концепції. В даному аспекті було застосовано такі види емпіричних досліджень: вивчення телеперегляду, вивчення ринків мовлення; вивчення ефектів впливу різного типу змісту, вивчення споживчої поведінки, контент-аналіз інформації.

При дослідженні поставлених завдань були використані основні методи наукового аналізу: нормативний та емпіричний. Застосовано дві основні течії: політичний фікціоналізм та політичний реалізм. Протягом дослідження враховуються фактори генералізуємості та реактивності. Для формулювання висновків було застосовано метод інтерпретації результатів. Емпіричні результати піддаються нормативній або ціннісній інтерпретації. Така інтерпретація здійснюється в рамках загально-методологічних підходів, що лежать в основі сучасної політичної науки. До них належать такі типи аналізу: структурно-функціональний, системний, інформаційно-кібернетичний, комунікативний, політико-культурний тощо.

**Наукова новизна одержаних результатів** зумовлена як сукупністю завдань, так і способами їх розв'язання. В межах здійсненого автором дослідження отримано результати, що мають наукове значення.

***Уперше:***

- в українській політичній науці здійснено дослідження формування та прояв тригерів в ЗМІ як засобів соціально-політичної конфліктності. Історіографія та джерельна база дослідження дають можливість актуалізувати даний напрямок дослідження та стверджувати, що в сучасному науковому процесі в рамках політичної науки відсутні дослідження, які направлені на розуміння, аналіз тригеру в ЗМІ, як засобу соціально-політичної конфліктності;

- представлено термін «політичний тригер» та охарактеризовано процес формування та політизації тригеру в ЗМІ. Політичний тригер є частиною дискурсу, він формується конкретними акторами в процесі побудови та сприйнятті текстів та конституює певну модель соціально-політичної

реальності суспільної свідомості. Політичний тригер сприяє редукції значень елементів з метою перетворення їх в знаки, які характерні для відповідного дискурсу. Таке перетворення відбувається за допомогою встановлення оціночних зв'язків між елементом і ціннісно-політичною системою індивіда. Політичний тригер може мати форму негативно-оціночних суджень; форму пропозицій до органів влади; викликає індивідуальну або громадську реакцію та реакцію владних структур; виконує функцію аксіологічного модусу;

- запропоновано застосовування терміну «тригер-подія» та методу тригер-аналізу соціально-політичних змін, конфліктності суспільства. Обгрунтовано, що в процесі тригер-події в реальному світі відбувається створення дискурсу саме тоді, коли є інтерес до події з боку комунікативного медіа простору. Головна мета формується в рамках встановлення дискурсу щодо інтерпретації тригер-події інформаційного поля, причому посилення медіапростору в подальшому успішно конвертується у позамедійну громадську активність. У зв'язку з цим, особливу роль відіграє оперативне виділення великих дискурсів провідних інформаційних ресурсів в контексті актуальних тригер-подій національного значення. Метою є визначення їх інтерпретаційного поля щодо предмету формування смислових значень, які спотворюють сутність початкового інформаційного приводу та провокують на деструктивну соціально-політичну активність. Тригер-аналіз дає можливість спостерігати зміни різних соціально-політичних груп або події щодо політичних ідей, думок та рухів; аналізувати агітаційні та пропагандистські прийоми щодо ідеологічних тригер-подій.

***Удосконалено:***

- категоріальний апарат комунікативної діяльності: визначення таких термінів як тригер (типи тригерів), засоби масової інформації, мереживі спільноти, розуміння медіаефектів, медіасистеми, медіа простору тощо. Охарактеризовано мереживі спільноти, які є неklasичними соціальними спільнотами де можуть співіснувати і навіть конфліктувати різні дискурси.

Визначено, що вплив політичного чинника на конфігурацію медіасистеми на показує цільові завдання та орієнтованість самих моделей: плюралістична відповідає потребам і запитам демократичного суспільства; контрольована забезпечує соціальний контроль правлячих груп; плюралізовано орієнтується на інтереси правлячої політичної еліти та частково громадянського суспільства.

- розуміння конфліктності та активності (співвідношення з розумінням конфлікту): здійснюється завдяки таким підходам: мотиваційному, когнітивному, діяльнісному та організаційному; феномени конфліктного сприйняття (образ ворога, дзеркальні образи тощо); поняття трансформації та деформації суспільства в рамках впливу тригерів. Обгрунтовано, що деформації та трансформації різних рівнів взаємопов'язані та існують завдяки причино-наслідковим зв'язкам. Політичні або державні деформації можуть стати тригером для трансформації системи політичного управління.

#### ***Отримали подальший розвиток:***

- розуміння впливу пандемії коронавірусу (як тригеру) на розвиток суспільства та на політичний процес, на свідомість громадян тощо. визначено, що саме коронавірус є тригером щодо підвищення авторитету політичних лідерів в світі та підвищення рівня консолідації суспільства у напрямку діяльності соціальних та політичних інститутів;

- аспекти застосування технік впливу на суспільство в сучасному медіа просторі. Досліджено різні форми та прояви застосування дизайну, ефекту цифрової конвергенції, ефекту фреймінгу, процесу ефективної побудови історії, праймінгу тощо;

- визначення ролі інформаційної політики органами державної влади в аспекті регулювання конфліктних відносин. Доведено, що ефективна інформаційна політика може сформуватися лише в рамках системності на всіх рівнях державного та політичного управління.

**Практичне значення одержаних результатів** в тому, що висновки, ідеї роботи можна використовувати в різних сферах діяльності. Особливий

інтерес робота представляє для політиків, політологів, політичних діячів, політичних технологів, журналістів, блогерів, маркетологів, рекламистів тощо. Саме в цих сферах діяльності найбільш доцільні результати роботи. Теоретичні викладки та практичні рекомендації будуть корисними в діяльності суб'єктів політичної діяльності різних рівнів, представників політичних партій, рухів та інш. Результати роботи важливі для розробки виборчих кампаній, регулювання політичного процесу, здійснення впливу на ті або інші політичні події.

Матеріали дисертації можна використовувати в навчальному процесі, при розробці курсів та спецкурсів з політичних технологій, з політичної психології, політичної реклами, теорії журналістики тощо.

**Апробація результатів дисертації.** Концептуальні положення, ідеї, дискусії та висновки дисертаційного дослідження представлялися та обговорювалися на круглах столів, на міжнародних, всеукраїнських наукових та науково-практичних конференціях. Зокрема, на круглому столі «Людина має право: соціально-гуманітарний дискурс у контексті реформаційних процесів України» (Одеса, 2019 року); на науково-практичній інтернет-конференції «Актуальні питання державотворення в контексті сучасних цивілізаційних викликів всеукраїнська» (м. Черкаси, 2020 року); на всеукраїнській науково-практичній конференції «VII Методологічні читання – Сучасна політична наука: нові виклики та контексти (пам'яті професора Валерія Миколайовича Денисенка)» (м. Львів, 2020 року); на LXIII Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Весняні наукові читання – 2021» (м. Суми, 2021 року); на міжнародній конференції «Priority directions of science and technology development». Proceedings of the 11th International scientific and practical conference. SPC «Sci-conf.com.ua» (Kyiv, Ukraine, 2021).

**Публікації.** Основні ідеї, положення та висновки дисертаційного дослідження викладені автором у 8 публікаціях, 2 з яких надруковані у фахових наукових виданнях із політичних наук та 1 – у міжнародному

виданні, 5 – тези виступів науково-практичних конференціях та «круглих столах».

**Структура та обсяг дисертації.** Проблеми, які потребують вирішення, обумовили логічну побудову дисертаційного дослідження. Вона складається зі вступу, чотирьох розділів, які поділяються на підрозділи, в роботі маються висновки до кожного розділу та загальні висновки. Використані джерела представлені у вигляді списку посилань після кожного розділу. Загальна кількість використаних джерел складає 178 джерел. Загальний обсяг дисертаційного дослідження складає 204 сторінок, з них обсяг основного тексту – 189 сторінки.

## Розділ 1

# СТАН НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ АНАЛІЗУ ПОЛІТИЧНОГО ТРИГЕРУ

### *1.1. Історіографія та джерельна база дослідження.*

Пошук відповідей на поставлені завдання починається з аналізу раніше отриманих в науці результатами, висновками, ідеями тощо. Предмет, мета та завдання дослідження задають і вибір засобів отримання нового знання. Тут увага стосується літератури, яка містить теоретичні концепції та парадигми, досвід емпіричних досліджень в цій сфері. До кола такої літератури можна віднести наукові монографії, статті, звіти про проведені дослідження, офіційну, відомчу та наукову статистику, професійну періодику, матеріали конференцій з відповідної теми тощо. В даному випадку аналіз літератури вимагає дисциплінарного підходу. Це дасть можливість визначити напрямок парадигм і фреймів для визначення більш конкретних рамок дослідження.

Почнемо з бібліографічного аналізу за темою взаємодії в напрямку медіапростору. В данному напрямку мається досить велика кількість публікацій, особливо нас цікавить напрямок впливу медіа на суспільство та дослідження медіаефектів. В наявних роботах аналізуються різні форми процесу впливу (навіювання, переконання, інформування, маніпуляція та ін.), вивчаються різні елементи комунікативної структури: джерела інформації, медіатекстів, канали ЗМІ, аудиторія та ін. Є публікації, які присвячені аналізу конкретних технік впливу: пропаганда, реклама, PR тощо. Слід зазначити, що це стосується не тільки профільних досліджень, а й міждисциплінарних напрямків, наприклад, медіафілософії.

Варто почати з монографії Г. Спаркса «Дослідження медіаефектів: загальний огляд». У дослідженні представлено не тільки ґрунтовне вивчення впливу засобів масової інформації на суспільство, а й актуальні приклади. Вчений здійснює реконструкцію різних теорій ЗМІ в контексті поточних результатів досліджень, показує ступінь впливу мас-медіа на життя

суспільства. Також в роботі представлений аналіз впливу електронних засобів масової інформації на скорочення сну, зв'язок перегляду телевізора з ожирінням, насильство в ЗМІ, дослідження теорії встановлення порядку денного, вплив нових медіа на вчинення самогубств, залежність міжособистісного спілкування від часу, проведеного біля телеекрану та ін. [45] .

Надалі варто відзначити колективну працю «Медіаефекти: досягнення в теорії і дослідженнях» (Дж. Брайан, М. Б. Олівер, А. Раней [71], яка має довідниковий характер, застосовує нові уявлення про можливості теоретичної реконструкції медійного впливу на масову аудиторію. Особливості впливу автори розкривають при аналізі таких проблем, як медіаспоживання та сприйняття соціальної реальності, расові та етнічні стереотипи, рольові моделі та сексизм в рекламі, індивідуальна та колективна ідентичність по відношенню до власного тіла та здоров'я, імідж в маркетингових та політичних комунікаціях, насильство та агресія в медіаконтенті. Дані питання розглядаються крізь призму впливу на аудиторію як традиційних ЗМІ, так і нових медіа.

Наступне дослідження, яке слід відзначити, це робота «Основи медіаефектів» (Дж. Брайан, С. Томпсон, Б. Фінклей) [70]. В даному дослідженні автори здійснюють критичний аналіз вже існуючих уявлень про ступінь впливу ЗМІ на аудиторію, роблять систематизацію існуючої літератури щодо медіавзаємодії тощо. В роботі міститься теоретичний матеріал про історію, основи та аналіз сучасного впливу ЗМІ. Дослідження містить аналіз впливу Інтернету, сайтів соціальних мереж та різноманітних гаджетів на зміну нашого життя.

Увагу заслуговує робота Е. Персі та Дж. Ламбе «Медіаефекти та суспільство» [81], в якій аналізується зв'язок між засобами масової інформації та впливом, який вони чинять на суспільство в цілому. Дослідження містить опис того, як створюються відносини між людьми та ЗМІ, що допомагає пом'якшити їх шкідливі наслідки та посилити позитивні.

Автори представили різні теоретичні підходи до розуміння медіаефектів та надали практичний матеріал щодо таких медіаефектів, як поширення новин, освітній потенціал ЗМІ, соціалізацію дітей та підлітків, вплив на громадську думку та голосування, а також насильницький та відверто сексуальний медіаконтент. Крім того, робота демонструє, як теорії можуть направляти майбутні дослідження впливу нових технологій в процесах масової комунікації.

Цікавий матеріал міститься в роботі Е. Раддока «Вплив цифрових медіа: підхід культивування» [84], де розглядаються ключові проблеми сучасної медіаіндустрії та можливості їх вирішення з позицій теорії культивування. Вплив цифрових або нових медіа вчений пов'язується з такими темами, як популізм, політичні меми, ісламофобія, кібербулінг і втрата довіри до традиційних ЗМІ. Автор показує, як ці явища народжуються з медійних практик, які теорія культивування почала аналізувати в середині ХХ сторіччя.

Систематизація та масштабування великого масиву даних здійснена в роботі У. Джеймса Поттера «Ефекти медіа» [83]. В ній автор показує, як засоби масової інформації постійно та методично впливають на окремих індивідів, колективи та суспільство в цілому. Вчений здійснює спробу аналізу впливу ЗМІ з двох сторін: на окрему людину та на великі соціальні структури та інститути. Висуваючи на перший план різні типи впливів на поведінку, ставлення та переконання приватних осіб і установ, автор намагається зрозуміти, як проявляється вплив ЗМІ в різних комунікативних практиках, з урахуванням певних умов і факторів, які дозволяють реалізувати цей вплив та актуалізувати ті чи інші ефекти медіавзаємодії в конкретних ситуаціях.

Заслуговує на увагу дослідження деякою мірою іншого напрямку, але й воно цікаве для даної роботи – це книга С. Купера «Насильство в ЗМІ і його вплив на кримінальну практику» [72]. Автор спробував пояснити ступень впливу засобів масової інформації на мотивацію та поведінку молоді, а також намагався переосмислити роль насильства, яке демонструється на екрані.

Робота має соціологічний та юридичний напрямки, містить сучасну юридичну практику перевірки впливу засобів масової інформації. У книзі на матеріалі відомих судових справ показано, що криміналісти схильні вважати вплив ЗМІ приводом для вчинення злочинів, в той час як інші супутні фактори часто ігноруються.

Важливими для нашого дослідження є доробки щодо моделей та мотивів використання ЗМІ, які пов'язані з різними соціальними, психологічними та демографічними характеристиками читачів, слухачів, глядачів. В цьому аспекті класичною є монографія У. Ліппмана «Громадська думка» [24], де здійснено спробу теоретичного поглиблення та емпіричного підтвердження ідей про вплив ЗМІ на формування (культивацію) сприйняття соціальної реальності. Такі спроби здійснюються й досі, особливо це стосується теорії конструювання реальності зусиллями медіа. Вони стосуються друку, радіо та телебачення. Логіка таких досліджень – зіставлення медійного контенту та інтерпретації реципієнтами явищ навколишньої дійсності. З середини ХХ століття кілька десятиліть емпіричної перевіркою теорії займався колектив під керівництвом Г. Гербнера (Анненбергська школа журналістики в США). Головна з виявлених закономірностей: чим більше людина проводить часу біля телевізора, тим швидше виявиться, що її сприйняття реальності залежить від того, як вона відноситься саме до цих медіа. Концепція перевіряється на різних групах аудиторії.

Що стосується саме дослідження тригеру в різних сферах життя, то слід зазначити, що теоретичний аналіз даної проблематики не досить активний в Україні. Є публікації в рамках філософії, соціології, психології, лінгвістики, журналістики, з аксіології тощо. На думку автора роботи, цей напрямок лише розвивається, і сьогодні ми маємо можливість спостерігати за різноманітними дискусіями щодо впливу тригерів на політичні процеси, на розвиток суспільства, країни, політичної системи тощо. Як було визначено в одній з публікацій автора роботи, «для більш повної характеристики даної

ситуації слід використовувати знання в різних галузях науки, зокрема, це й медицина, біологія, географія, соціологія, психологія, право, політологія, міжнародні відносини тощо» [31]. Якщо говорити про психологію, то тут слід відзначити доробки таких вчених як Т. Ткаченко, С. Шаха, М. Супотницького. Так, на думку автора роботи, «в аспекті філософії, права, міжнародних відносин та політології цікавими є публікації І. Яцик, В. Луканової, Н. Гуменюк, П. Клімкина, Г. Шелест, С. Сидоренко, С. Герасимчук, М. Міщенко, Н. Хамітова» [31].

Серед українських дослідників слід відзначити публікацію О. Кузнецової (2017), яка в своїй роботі «Психологічні тригери в ЗМІ: поняття, особливості, види, протистояння їх впливу» акцентувала увагу на проблемі психологічних тригерів в російських засобах масової інформації. Увага концентрується на інформаційній війні Росії про України. Авторка говорить про «запланований маніпуляторами цілеспрямований обман з психологічною, політичною, військовою метою зацікавлених в його впливі політичних, військових, державних, фінансових інституцій Росії» [21]. Дослідниця визначає, що це «травмує психічний стан людини, може викликати «негативні емоції, видозмінювати свідомість, почуття людини, змінювати орієнтири, породжувати неконтрольовану поведінку» [21]. Авторкою визначено, що люди «втрачають рівновагу, конструктивне сприйняття контенту, стають неспроможними самостійно врегулювати свій стан» [21].

Цікавим є висновок авторки, що така «психологічна ретравматизація – повторне введення людини в психологічний травматичний стан через усний чи мас-медійний контент - може не лише погіршити психічне здоров'я, а й призвести до захоплення свідомості аудиторії російськими телеканалами, російськими газетними, журнальними виданнями, Інтернет-ЗМІ, як це сталося в Криму, на Донбасі, й політичного панування Росії в душах багатьох людей України, навіть без повної її окупації». І тут слід погодитися з вченою, що «найголовніше завдання ... гігієна мас-медіа та стимулювання

продуктивного пізнання, когнітивного потенціалу особистості, загартовування волі людей, підвищення емоційної стійкості, позитивний вплив на емоційно-вольову сферу, формування української державницької ідентичності у людей різних національностей, які живуть у нашій державі. Для протистояння впливу мас-медійних психологічних тригерів важливо здійснювати за допомогою мас-медіа психологічну просвіту, вчити не піддаватися маніпулюванню ворожих мас-медіа, саморегулювати поведінку, вчинки, прийняття рішень кожною людиною» [21].

Також слід відзначити доробок Т. Білецької (2018), яка досліджувала «ЗМІ як тригер соціальної конфліктності». Напрямок її дослідження направлений «найбільш розповсюджені механізми маніпуляції ЗМІ масової свідомості, визначено конструктивні та деструктивні наслідки їх впливу на свідомість громадян та їх конфліктогенний потенціал». Розглянуто окремі аспекти зміни характеру соціальних конфліктів під впливом ЗМІ, зафіксовано умови (ступінь напруги між суб'єктами конфліктів, їх характер), фактори політизації соціальних конфліктів: перехід в стадію публічного обговорення, масштабність» [4].

Дослідження тригеру «Крим» є новим для науки. В цьому аспекті слід звернутися до загального дослідження ситуації в Криму. «Початок активного дослідження становища Криму в світі, дослідження процесів анексії, військової агресії Росії по відношенню до України пав на 2014 рік. Саме 2014–2016 роки були найбільш активними в аспекті дослідження цих подій. Безумовно, це й історичний напрямок, але з часом все більше з'являється публікацій суто політичного руху» [32]. Слід звернути увагу на «статті та монографії П. Гай-Нижника, Р. Кополовця, Г. Жирова, О. Задорожного, О. Марусяка, С. Кульчицького, Л. Якубової, Я. Миколаєнка тощо» [32]. Дуже цікавим для нашої роботи є дисертаційне дослідження М. Туранського на тему; «Інформаційно-психологічне забезпечення операції з анексії Криму Російською Федерацією: історичні передумови та практична реалізація»

(2020). І хоча воно виконано за спеціальністю 032 «Історія та археологія», але представляє значний науковий інтерес й для політології» [52].

Аналіз дисертаційних досліджень показав, що тригери, як предмет дослідження поки що залишаються поза увагою вчених. Але є дослідження, які розкривають різні аспекти досліджуваного явища. Зокрема, С. Даниленко в своїй роботі «Відкритість та прозорість влади: механізм регулювання взаємодії зі ЗМІ на регіональному рівні» (Одеса, 2018) пропонує рішення актуального наукового завдання щодо теоретичного обґрунтування механізму регулювання взаємодії влади зі ЗМІ на регіональному рівні у процесі забезпечення відкритості та прозорості й розробці рекомендацій щодо його запровадження в практичну діяльність органів публічної влади України» [8]. Авторка представляє «теоретичні підходи до сутнісних характеристик принципів відкритості та прозорості у взаємодії органів публічної влади зі ЗМІ» [8]. Аспект, який є цікавим для нашої роботи, це дослідження «медіа-простору в Україні та встановлення сутнісних аспектів функціонування сучасної моделі інформаційної взаємодії органів публічної влади та ЗМІ» [8].

Цікавим є аналіз засобів масової інформації в конструюванні політичної реальності представлено в дисертаційному дослідженні Д. Яковлєвим. Автор присвятив своє дослідження аналізу ЗМІ «в структурі політичної влади, визначається роль ЗМІ в комунікативному формуванні демократичних інститутів, комплексно досліджуються внутрішні та зовнішні фактори розвитку ЗМІ в Україні» [63]. Автор розглядає ЗМІ «виключно як діючий суб'єкт, який за допомогою комунікацій конструює політичну реальність. Зроблено політологічний аналіз процесу конструювання реальності і ролі ЗМІ в ньому, розглянуто комунікативний аспект політичної влади» [63].

Заслуговує увагу і дослідження А. Русиняк «Регіональні ЗМІ в політичній системі України: політологічний аналіз», в якому автор проаналізував «роль цих ЗМІ у формуванні громадянського суспільства і

дотичних функцій інтеграції та соціалізації місцевих спільнот, архівування локальної історичної пам'яті як чинника територіальної самоідентифікації населення» [34].

Дослідження дискурсів в аспекті цифровізації державної політики здійснено в дисертаційному дослідженні Н. Стеблини «Цифровізація державної політики як дискурс сучасності» (2021) [46]. Дослідниця в своїх багаточислених публікаціях робить акцент на аналізі політичних текстів, політичних промов, на аспекті емоційності тощо.

Що стосується соціологічних досліджень, то тут можна привести роботу А. Каверіної «Довіра до конвергентних медіа в Україні [17]. Дослідження направлене на вивчення «проблеми довіри до конвергентних медіа у сучасному українському медіапросторі» [17].

Культурологічний напрямок можна представити дослідженням Ю. Кокарча «Соціальні мережі як чинник політичного впливу в умовах розвитку демократичної політичної культури» [18].

В рамках психології слід відзначити дисертаційне дослідження Д. Ярового «Психологічні практики громадянського протистояння в соціальних медіа» [64].

Українські автори також активно досліджують різноманітні аспекти діяльності ЗМІ в суспільстві та політичному процесі України. Слід відзначити низку монографій, які представлені групою вчених під керівництвом О. Онищенко та В. Горового. Виділемо декілька з них. Так, в праці «Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства» автори досліджують «соціальні інформаційні мережі як новітні форми інформаційних обмінів, що набувають зростаючого значення в житті сучасної України у зв'язку з успішним перебігом інформатизації, процесом зміцнення внутрішньосупільних зв'язків на новій технологічній основі» [37]. В монографічному дослідженні «Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс» науковці акцентують увагу на «соціальних інформаційних комунікаціях, їх змісті, особливостях розвитку в

процесі еволюції суспільства» [9]. Інформаційну складову соціокультурної трансформації українського суспільства та основні напрями розвитку інформаційної діяльності в політичній сфері досліджено в монографії «Інформаційна складова соціокультурної трансформації українського суспільства» [36].

Окремо слід виділити дослідження цієї групи вчених, які стосуються єдності українського народу, проблем інформаційних потоків тимчасового окупованих територій України [12; 35]. Особливо цікавим є аналіз «інформаційної культури постіндустріального суспільства, деструктивний вплив на цей процес гібридної війни, розв'язаної РФ проти України, та шляхи нейтралізації негативних інформаційних впливів на вітчизняний інформаційний простір, пов'язані з удосконаленням організаційних, правових та технологічних аспектів сучасної інформаційної діяльності» [35]. «Суперечності, пов'язані з утвердженням інформаційного суспільства в глобалізованому світі, їх прояв у російсько-українському протистоянні» проаналізовані в роботі «Технології розвитку і захисту національного інформаційного простору» [38]. І тут слід згадати О. Кузнецову, яка представляє свої доробки в цьому аспекті в публікації «Викриття і нівелювання російської пропаганди в ЗМІ проти України» [23].

Актуальним для України залишаються проблеми національного рівня, які науковці дослідили в рамках «ментального імунітет та проблеми його збереження і зміцнення в умовах російсько-української інформаційно-психологічної війни, посилення впливу маніпулятивних технологій в інформаційних протистояннях і розвиток методик їх нейтралізації», що знайло відображення в роботі «Соціокультурні механізми формування ментального імунітету проти зовнішніх маніпуляцій свідомістю населення України» [10].

Проблеми, що стосуються інформаційної сфери на окупованих територіях України, наприклад, аспекти щодо «...взаєморозуміння і толерантності, які сприятимуть поверненню територій Донбасу і Криму в

політико-правовий і соціокультурний простір України та консолідації українців», було розглянуто в колективній праці «Інформаційні чинники системи інтеграторів Донбасу і Криму в загальноукраїнській єдності» [11].

Цікавою для нашого дослідження є монографія Ю. Половинчак «Сучасне інформаційно-комунікаційне середовище як простір трансформації української національної ідентичності». Автор роботи акцентує свою увагу на «соціальних інформаційних мережах, новітніх формах інформаційних обмінів, що набувають зростаючого значення в житті сучасної України у зв'язку з успішним перебігом інформатизації, процесом зміцнення внутрішньосупільних зв'язків на новій технологічній основі» [40].

Ще один напрямок зодо діяльності ЗМІ, який слід вказати, це дослідження «Інтернет-ЗМІ» з різних позицій: політичної науки, журналістики, філософії, лінгвістики тощо. Тут слід відзначити публікації М. Чебаненка [58]; І. Тонкіх (блоги, новини) [48; 49; 50]; К. Сіріньок-Долгарьова (новинні дискурси) [44]; О. Кузнєцова (блоги) [22] та ін.

Окремо варто виділити лінгвістичний напрямок, який представлений дослідженням М. Навальної «Лексика українських мас-медіа» [27], публікації Л. Дускаєвлі [15], О. Кирилюка [18], Л. Шевченка [60] та інш.

Безумовно, в рамках даного дослідження не варто перераховувати всі дослідження українських та зарубіжних вчених щодо ЗМІ, в роботі лише представлено окреслення даної проблематики. Але, слід зазначити, що дослідження тригерів в аспекті ЗМІ, політичного процесу, політичного розвитку, дискурсу – практично не проводяться, тому дана тематика є актуальною та своєчасною. Загалом, слід сказати, що в розглянутій сфері не додалося нових визнаних концепцій: раніше встановлені в дослідженнях загальні закономірності взаємин відтворюються і в сучасний час. Найчастіше проводяться дослідження, які уточнюють раніше виявлені закономірності в прив'язці до умов країни та для різних ситуацій. Найбільш помітний тренд розвитку – в бік нових медіа з їх можливостями, що відкрилися в результаті транскордонних, гіпертекстуальних, мультимедійних та оперативних

можливостей пов'язувати людей, залучати їх до процесу синхронного обміну інформацією, знаходити схожих собі за інтересами та духом, домовлятися про участь в спільних акціях, поповнювати інтелектуальний досвід за рахунок користування електронними бібліотеками та сховищами.

### *1.2. Теоретико-методологічні підходи до розуміння триггеру як засобу соціально-політичної активності (конфліктності).*

У цьому підрозділ характеризуються дослідницькі завдання щодо визначення теоретичного поля дослідження. Тут варто зупинитися на концепціях, підходах та методах, які дають можливість більш повно та ґрунтовно вирішити поставлені завдання.

Для вирішення поставлених завдань було застосовано такі підходи:

- філософський (застосований в аспекті дослідження природи інформації та інформаційних процесів, дослідження функціонування інформації в суспільстві, знакових систем, природи комунікативної дії, аналізу зв'язку розвитку засобів комунікації з етапами розвитку цивілізації);
- комунікативістський (застосовано при аналізі ЗМІ в ряді засобів соціальної комунікації; при дослідженні ЗМІ як інституалізованого виду комунікації; вивченні особливостей структури комунікації в ЗМІ та комунікації в Інтернеті та тенденції їх розвитку);
- мистецтвознавчий, літературознавчий, естетичний, критичний (застосовано при аналізі ЗМІ як творців та трансляторів в різних засобах інформації);
- культурологічний (застосований у аспекті вивчення продуктів ЗМІ як явища культури, використання каналів ЗМІ в культурах, в рамках аналізу архетипів та повторюваних сюжетів в текстах ЗМІ тощо);
- філологічний, лінгвістичний, семіотичний (застосований при аналізі теорії та практики створення і функціонування текстів ЗМІ, мови ЗМІ,

мовленнєвої взаємодії в дискусіях та обговореннях; особливостей дискурсу в різних типах видань і каналів);

– політологічний (використаний при вивченні ролі ЗМІ в системі політичних відносин; медійних засобів політичного впливу на аудиторію; можливостей ЗМІ у встановленні зв'язків між владою та суспільством; ролі ЗМІ в електоральному процесі, впливі ЗМІ на політичну культуру суспільства; ролі ЗМІ у становленні громадянського суспільства; політичного впливу нових медіа; ЗМІ та формування політичної нації тощо);

– організаційно-управлінський (представлений при аналізі процесу виробництва та розповсюдження масової інформації, досягнення ефективності ЗМІ як учасника медіаринку);

– історичний (застосований при вивченні зміни станів, пов'язаних із зародженням, становленням, розвитком, зникненням ЗМІ, подій, явищ тощо);

– психологічний (використаний у разі вивчення закономірностей сприйняття масової інформації; впливу ЗМІ на свідомість і поведінку особистості та груп);

– соціологічний (використаний в разі аналізу соціального змісту обміну інформацією в процесі комунікації; ролі ЗМІ у функціонуванні соціальних груп; репрезентації соціальної реальності в контенті ЗМІ; соціальної ефективності ЗМІ).

Окремої уваги заслуговують методологічні підходи до аналізу медіасистем. Сучасні медіасистеми, що розвиваються у відкритому глобальному інформаційному просторі, знаходяться у зв'язку з нормами регулювання до держави, на території якого вони створені та набувають спільних фундаментальних рис. Так, А. Тофлер виділив контури майбутнього для засобів масової інформації: «інтерактивність, мобільність, оборотність, можливість взаємозв'язку, повсюдність та глобалізація» [38, с. 435].

Дослідження медіасистеми в країні, її організації, структурних частин, стійкості функціонування передбачають проведення перевірки, яка необхідна для опису стану об'єкта. Вирішення цього завдання забезпечується

статистичним матеріалом, або інформаційною базою, що включає засоби масової інформації різних видів і типів, що потрапляють до реєстру ЗМІ після проходження юридичної процедури реєстрації. Такий статистичний матеріал дозволяє встановити кількість легалізованих ЗМІ і отримати уявлення про самоідентифікацію кожного з них. Однак зафіксоване в реєстраційному документі (заяві) самовизначення окремого ЗМІ із зазначенням цілей діяльності на практиці часто не відповідає декларованій місії та реальному формату.

Опис медіасистеми з усіх боків її функціонування не може обмежуватися фіксуванням лише кількісних параметрів, він вимагає розгорнутої інформації про її структуру, кількісні та якісні особливості підсистем. Осмислення якісних сторін багато в чому є результатом впливу на медіасистему середовища, в якому вона знаходиться, та вимагає іншого підходу, налаштовує дослідницьку оптику на виявлення причинно-наслідкових зв'язків між станом середовища та станом медійної системи. Дослідження медійної системи з урахуванням середовища її існування є екологічним підходом. Фрейм логічної схеми дослідження на основі екологічного підходу є нескладним. І для нашого дослідження важливим питанням в рамках цього підходу є визначення: що грає першу роль в розвитку медіасистеми – політика, економіка або техніко-технологічна сфера.

Особливо у цьому аспекті цікавить саме політика. Медіасистеми створюється на платформі принципів, конструюють систему політичну. Різні типи політичної організації суспільства є домінуючою умовою формування відповідних їм моделей медіасистеми. Відкритість, відносна закритість або повна закритість політичного устрою (демократія, авторитаризм, тоталітаризм і їх модифікації) практично ізоморфно відтворюються у медіасистемі. ЗМІ завжди набувають форму та забарвлення тих політичних структур, де вони функціонують.

Кореляцію між типом політичної організації суспільства та моделлю медіасистеми добре видно при розгляді реалізації/не реалізації принципу

політичного реалізму. Якщо політичне життя суспільства будується на основі цього принципу, то конкуренція політичних сил є правилом. Що стосується ЗМІ, то це означає плюральність медіасистеми, яка виявляється в різноманітті засобів масової інформації, свободи позиціонування та виборі позиції, широкому спектрі думок і поглядів, контенті та проблематиці, що не нав'язується якоюсь групою.

Демократичний режим формує плюралістичну модель ЗМІ. Залишаючи осторонь проблему спотворення навіть в умовах демократії місії відповідальної журналістики як діяльності, спрямованої на громадянську взаємодію та широку політичну участь, ця місія має потенціал реалізації тільки в рамках демократичного устрою. Якщо легальна політична система сформована на базі універсального принципу політичного плюралізму і на інших базових постулатах демократії (свобода слова, незалежність суду, поділ влади), то і медіасистеми знаходять відкритість, плюральність, здатність здійснювати функції двосторонньої масової політичної комунікації і орієнтованість на суспільну дискусію. Публічна дискусія є індикатором демократичності суспільного життя та є гарантією існування публічної політики.

Інколи авторитаризм маскується під політичний устрій, який забезпечує стабільність, конкурентну економіку та дозволяє вибори і свободу під контролем влади. І це дало можливість політикам та звичайним людям говорити про конкурентний авторитаризм та його привабливості. Але, що важливо – в такому авторитаризмі не можна сформувати плюралістичну модель медіасистеми. Оскільки політична сфера залишається під контролем з боку пануючого політичного класу, модель ЗМІ, комерційно успішна, діюча в умовах вільної економіки, залишається збитковою. Це відбувається тому, що в ній не має сектора суспільно-політичної преси. Якщо він і є, причому у вигляді вкрай невеликої кількості друкованих ЗМІ, які зачіпають реальні політичні проблеми, то аудиторії там є невеликою. Вони маргіналізуються, стаючи гетто і декорацією такого режиму. Це стосується, наприклад, Криму

та Білорусь. Соціально-політичний контроль перешкоджає формуванню універсальних ЗМІ з місією організації інформаційного обміну між владою та суспільством.

У суспільствах, які є перехідними у структурі медіа системи, є невелика група засобів масової інформації з порядком денним, що відбиває актуальну реальну політику, є критика влади та її головних акторів. Але це не плюралізм у повному обсязі.

Неможливо обійти увагою метатеорії інформаційного суспільства. Ф. Уебстер в своїй роботі «Теорії інформаційного суспільства» поділив громадські метатеорії на дві великі групи. До першої групи потрапили концепції, які «стверджували перехід суспільства до нової, інформаційної епохи, тобто до інформаційного суспільства. Це концепції постіндустріалізму, гнучкої спеціалізації, інформаційного засобу розвитку; постмодернізму тощо». До другої групи були віднесені «неомарксизм, регуляційна теорія, теорія гнучкої акумуляції, теорія рефлексивної модернізації, концепція публічної сфери» [44].

В роботі використані і теорії журналістики, які прийнято називати нормативними. Вони оперують модальністю «належного» і виводяться дедуктивно з громадських метатеорій відповідно до їх телеології. Вони дають уявлення про призначення журналістики, її функції, ідеальних алгоритмах практичної діяльності. Нормативні теорії журналістики, засновані на методі глобальної типологізації, де критерієм класифікації є форма політичної системи та державного правління. Викладені ці положення в колективній роботі «Чотири теорії преси» (Ф. Сібертом, Т. Петерсоном і У. Шраммом). Автори виділяли чотири теорії: «авторитарну, лібертаріанську, соціальної відповідальності та радянських ЗМІ» [43].

Важливими для цієї роботи є теорії щодо впливу масової комунікації (прямого впливу повідомлення) на реципієнта. Так, на думку Е. Каца існують психологічні бар'єри комунікації. Заснував свою теорію Д. Кац на уявленні У.Ліппмана про «механізм стереотипів, який визначає сприйняття

інформації» [24, с. 67]. Пізніше Е. Кац зробив висновок, що «процес отримання масової інформації знаходиться під впливом оточення, мікросередовища реципієнта, зокрема так званих лідерів думок, і має двоступеневий характер» [80].

Тут не можна не згадати про концепцію Л. Фестінгера, яка розглядає явище так званого когнітивного дисонансу – «селекцію (відбір, прийняття-неприйняття) інформації споживачем в залежності від того, наскільки вона відповідає раніше сформованим психологічним установкам. Це виявилось одним з проявів так званого селективного процесу відбору і сприйняття інформації аудиторією» [54].

Найбільша кількість концепцій в даній сфері пов'язані з дослідженням аудиторії та соціальними ефектами комунікації. Найбільш поширеною є парадигма теорії користі від споживання медіа, яка популярна й досі. Саме з нею пов'язують перехід з акценту на медіа та їх вплив – до розгляду комунікативної ситуації з боку аудиторії. Так, Б. Берельсоном були встановлені основні мотиви читання газет для читачів: «отримання інформації, престиж, відволікання, інструментальне читання та орієнтація в соціальній реальності» [68].

Для більш глибоких досліджень використовуються додаткові, якісні методики. Зокрема, аудиторія може вивчатися за такими групами показників: демографічними, психографічними. Це так звані VALS-дослідження (Values – цінності, Attituds – відносини, Life Styles – стилі життя), геодемографічними. Окрема, в залежності від потреб: NEW NeedScore – дослідницька система для вимірювання потреб аудиторії в якісному та кількісному рівнях, сегментації ринку на основі цих потреб і розуміння того, як позиціонувати бренд, щоб ці потреби задовольнити. Виявляються складові іміджу (персоніфікований і візуальний), асоціації та образи з приводу каналу / програми в сприйнятті аудиторії, тестування таких програм, вибудовування ідеального профілю каналу виходячи з уявлень аудиторії [27].

Також було застосовано аналітичне порівняння: методу згоди (подібності) та методу відмінності, аналіз доменів (сфер, галузей).

Окремо слід виділити теорії медіапсихологічного дослідження. Поняття «медіапсихології» з'явилося нещодавню. З розвитком електронних засобів масової комунікації стало зрозуміло, що вони змінюють психотехніку сприйняття, мислення та поведінки, розширюють і трансформують психічні можливості людини. У структурі глобальних інформаційних процесів мислення набуває нових властивостей як Net-мислення. Це особлива форма психіки, досить автономна та незалежна, з власною системою саморегуляції, феноменами та парадоксами. Перехід психіки на новий рівень в умовах глобального інформаційного простору дозволив побачити ряд механізмів, що залишалися в тіні в минулому.

Ще однією теорією, яка є необхідною для нашого дослідження є дискурс-аналіз, привабливість якого полягає в можливості отримувати більш повні, в порівнянні з контент-аналізом, якісні характеристики сукупності текстів, що висвітлюють актуальні суспільні проблеми та оцінювати конкуруючі дискурси.

Переходимо до категоріального апарату дослідження, а саме до таких категорій як тригер, політичний тригер, засоби масової інформації, дискурс, соціально-політична активність (конфліктність) та інш.

Почнемо з розуміння тригеру. Сам термін перекладається з англійської мови як «спусковий гачок» і, відповідно до різних галузей науки, може мати різне значення. З початку цей термін застосовувався у «радіоелектроніці та у комп'ютерному програмуванні для позначення кодованої процедури автоматичного виконання певної дії за наявності певних умов. В такому контексті принциповими стають функції «до» (before) та «після» (after), які власне й визначають певний стан з перебігом часу. Якщо перенести цей термін у сферу теорії складних систем, то можна його інтерпретувати як певну причину або фактор, який викликає подальші дії та відповідні їм зміни стану системи» [65].

В рамках психології цей термін означає «автоматичну реакцію людського мозку на подразник будь-якого типу. Таким подразником може виступати ситуація, дія, звук, текст і навіть картинка. Тригери працюють на підсвідомому рівні, вони вводять людину в певний стан, викликають конкретні емоції – від радості до гніву, від страху і подиву до жадібності і нестримного бажання» [30, с. 161]. Тобто, з точки зору психології, тригером може бути «будь-який предмет, явище, подія або дія, що викликає емоційну відповідь. При цьому причина реакції – не самий стимул, а саме ставлення до нього. Тригер і реакція припускають безперервну послідовність від стимулу до реакції без будь-якого простору для сумнівів, рефлексії або вибору» [30, с. 161].

Тригерами можуть стати якийсь «предмети та події, що мають відношення до минулого життєвого досвіду або пов'язані з сильним емоційним переживанням/ це можуть бути слова та фрази, почуті або сказані в період емоційного потрясіння або мають інше ставлення до особистості. Крім того, до тригерів можна віднести запахи та інші сенсорні подразники, які також викликають спогади» [30, с. 161].

М. Голдсміт представляє тригер таким чином: Тригер → Імпульс, Усвідомлення, Вибір → Поведінка». Автор виділяє «три миті – спочатку імпульс, потім усвідомлення, потім вибір. Вони заповнюють найважливіше місце між тригером та нашою поведінкою. Ці моменти так швидкоплинні, що ми іноді не можемо відокремити їх від того, що вважаємо шаблоном поведінки. Але досвід і здоровий глузд говорять нам, що вони реальні. Коли діє пусковий механізм, в нас з'являється імпульс поводитися певним чином. Саме тому деякі пригинають голову, щоб захиститися, коли чують гучний звук позаду. Ми чуємо звук і озираємося, щоб перевірити, чи немає небезпеки. Один і той же тригер, різні реакції – одна рефлекторна та стрімка (імпульсивна, тобто мимовільна), інша – зважена, яка дозволяє взяти паузу, подивитися навколо та відсіяти погані варіанти. Адже ми не примітивні молюски, які смикаються у відповідь на укол голкою. У нас є нервові

клітини. Ми можемо думати. Ми можемо змусити будь-який імпульс на мить зупинитися, поки зробимо вибір: підкоритися або ігнорувати його. Ми робимо вибір не тому, що того вимагає наш інстинкт. Наш вибір – свідчення наявності інтелекту і відповідальності. Іншими словами, ми беремо участь в такому процесі» [8].

На думку дисертанта, «політичний тригер характеризується наявністю дискурсивності. Він функціонує в мові, але спрямований від мови до політичного контексту». Можна сказати, що «тригер не може існувати поза політичним контекстом. Якщо зв'язок буде іншим, то оцінка не зможе відбутися. Будучи частиною дискурсу, політичний тригер конституюється конкретними акторами в процесі побудови та сприйнятті текстів і конституює певну модель соціальної реальності у свідомості суспільства. Політичний тригер веде читача до елементів в їх постструктуралістському розумінні – тобто, до полісемічності знаків». Тобто, «політичний тригер сприяє редукції значень елементів з метою перетворення їх в знаки-моменти, які характерні для даного дискурсу. Перетворення елементів ведеться за допомогою встановлення оціночних зв'язків між елементом і ціннісно-політичною системою індивіда» [30, с. 161].

Щодо характеристик політичного тригеру, то тут слід відзначити насамперед, таку ознаку, як «ситуативність... це пояснюється тим, що наявність або відсутність тригеру пояснюється відповідною політичною ситуацією» [30, с. 161]. Але, сама природа тригеру «не дозволяє йому бути тільки ситуативним – практично завжди проявляється актуальний рівень дискурсу. Подальша активація ціннісних зв'язків призводить до того, що індивід апелює й до історико-культурного та гносеологічного рівнів. Тобто, тригер спрямований до функціонування ментальної моделі світу кожного індивіда» [30, с. 161].

Ще одна ознака політичного тригеру це його повторюваність. На думку автора роботи, політичний тригер «регулярно зустрічається в текстах, що сприяє його фіксації в свідомості індивіда та активації подальшого сценарію.

Він повинен бути пізнаваний, інакше активація не відбудеться, і найпростіший спосіб домогтися впізнаваності - повторення його не тільки в рамках одного тексту, а й в сукупності текстів різних тематик, часом не відносяться безпосередньо до самого політичному тригеру або до політики» [30, с. 162].

Можна виділити одну з обов'язкових функцій (ознак) політичного тригеру: він «обмежує сприйняття та підштовхує індивіда до інтерпретації політичної події в особливому напрямку. Тут мова йде про маніпулятивний потенціал тригера – його можна використовувати для відволікання уваги від будь-якої проблеми, створюючи момент переривання історичної лінійності» [30, с. 162]. Крім того, слід відзначити, що політичний тригер є активатором не лише політичних та оцінюючих сценаріїв, а й, наприклад, різноманітних культурних сюжетів. Тобто, він є своєрідним механізмом відповідного сценарію, як в якихось частинах, так і у цілому.

Для даної роботи цікавим є звернення до аналізу політичних тригерів в дискурсі влади. В цьому випадку вони представлені в якості відповідних висловлювань, щодо адресантів. Таким адресантом може бути представник будь-яких владних структур, чи, наприклад, якась група осіб, яка має відношення до влади. Політичний тригер може мати «форму негативно-оцінних суджень; форму пропозицій до органів влади (висновки ймовірності); співвідносяться з певним репертуаром мовних жанрів; викликають гостру індивідуальну або громадську реакцію, а також реакцію владних структур; в якості сфери-мішені держава в цілому, окремі групи людей, окремі сфери-діяльності; аксіологічний модус (трансляція антицінностей)» [30, с. 163].

З точки зору автора роботи, слід вести мову про наступні типи тригерів, коли ми говоримо про владу:

– «Тригери-думки – висловлювання представників органів влади. Під думкою слід розуміти судження – форму думки, в якій стверджується або заперечується що-небудь щодо предметів і явищ, їх властивостей, зв'язків і

відносин і яка має властивість виражати істину або брехню. Диференціація тригерів-думок пов'язана з їхньою метою, тобто з тим, на кого тригер націлений: на державу, на окремі категорії людей, сфери діяльності (комерційну, соціальну і т. д.).

– Тригери-пропозиції. Під пропозицією традиційно розуміються умови від ймовірності. Ці пропозиції коментуються ЗМІ, як правило, за допомогою такого мовного жанру, як осуд, або авторська позиція журналіста, яка виражається в іронічній формі.

– Тригери-реакції. Тригер можна розглядати як діалогічний жанр, який має свою жанрову модель. Обов'язковим компонентом цієї моделі є реакція. У тригера інша суб'єктна організація, ніж у побутового або ділового діалогу, але схожість їх полягає в зв'язку між реплікою-стимулом і реплікою-реакцією. Реакцією на тригер є не тільки індивідуальна інтерпретація висловлювання, але й групова думка» [30, с. 163 ].

Крім того, класифікація тригерів може буде різною, за різними підставами, наприклад, за «інтенціональністю та за жанром, а також за ступенем прояву агресії». На думку автора роботи, тут слід враховувати рівень освіти та осмислення суспільних явищ спільнотою, по відношенню до якої застосовується тригер. Тому правильно зазначає О. Кузнецова, «... для протистояння впливу мас-медійних психологічних тригерів важливо здійснювати за допомогою мас-медіа психологічну просвіту, вчити не піддаватися маніпулюванню ворожих мас-медіа, саморегулювати поведінку, вчинки, прийняття рішень кожною людиною» [21].

Для даного дослідження слід також розібратися з поняттям конфліктність. Напрямок в науці актуальний, маємо багато досліджень з цього приводу, але сучасність диктує нові умови, що вносить корективи до вже сформульованих концепцій та підходів. Усвідомлюється необхідність створення механізмів та інститутів регулювання конфліктів, усвідомлення контролю над самим конфліктним процесом.

Особливо цікавим уявляється, на думку автора, співвідношення понять конфлікт та конфліктність. У більшості науковців ці терміни тотожні. Це пояснюється тим, що конфліктність найбільш яскраво проявляється саме в ситуації конфлікту. Тому доцільно зосередитися саме на конфліктності і більш ґрунтовно розглянути це поняття. Найбільш дослідженим напрямком є розуміння конфліктності по відношенню до особистості. Конфліктність на суспільному рівні – практично не досліджена.

Загальне розуміння конфлікту – це зіткнення протилежно спрямованих, несумісних один з одним тенденцій у свідомості суспільства або індивіда, в міжособистісних відносинах індивідів або групи людей, пов'язаних з гострими почуттями. Інколи в цьому процесі приймають участь люди, які загалом не характеризуються конфліктністю. І тут слід зазначити, що конфліктність – як явище, супроводжує людину чи суспільні відносини завжди.

На науковому рівні конфліктність розглядається: як стан готовності особистості чи суспільства до конфліктів та ступінь залученості до процесу конфлікту; як кількість і інтенсивність конфліктних діадних взаємодій; як несвідома або частково усвідомлювана установка на конфлікт. Е. Ільїн представляє свою позицію на дану проблему і говорить, що «...конфліктність, це не визначена емоційна якість людини, а сукупність емоційних властивостей, що включає в себе запальність, образливість та мстивість» [15, с. 766]. Автор зазначає, що «запальність зазвичай носить короткочасний характер, а уразливість одне з найбільш руйнівних почуттів» [15, с. 818]. Е. Корнєєва вважає, що «уразливість підсилює негативні переживання, зовнішні події перестають існувати, стають малозначущими, а відповідні реакції на них вражають оточуючих ворожим, конфліктним ставленням. І внаслідок не прощення образ розвивається мстивість, причиною якої є уразливість» [20, с. 9].

Важливим, з точки зору дослідження конфліктності, є аналіз учасників конфліктного протистояння і, зокрема, конфліктних особистостей або груп та

спільнот. Конфліктною є особистість, яка є ініціатором негативних і деструктивних конфліктів. Конфліктність частіше зустрічається в ті періоди, в яких відбувається оволодіння людиною нових соціальних ролей.

Конфліктність – це складний феномен, який може проявлятися на різних рівнях взаємодії, складається з компонентів, переважання одного з яких визначає варіативність її прояви. Вивчення підходів до структури конфліктності, виділенню її компонентів дає можливість сказати, що на даний момент немає якогось певного, чіткого погляду. Вивчення робіт дозволяє припустити, що дослідження конфліктності здійснюється завдяки таким походам: мотиваційному, когнітивному, діяльнісному та організаційному.

Одним з засновників мотиваційного підходу є М. Дойч, який вивчав моделі кооперативної та конкурентної поведінки. Кооперативну поведінку М. Дойч характеризував як спрямовану на сприяння та зацікавленість в успішному вирішенні проблеми для сторін, які знаходяться в стані конфліктності. У взаємовідносинах при такому підході переважає дружелюбність, позитивні установки, готовність до розуміння. При конкурентній поведінці, навпаки, встановлюється атмосфера недовіри, підозрливості, відчуження, а то й ворожості. Формуються негативні установки у відносинах [14].

Когнітивний підхід зосередився на дослідженні конфлікту в аспекті впливу когнітивного, суб'єктивного світу особистості на її поведінку. Взаємодії суб'єктів у соціальній ситуації можна зрозуміти інтегровано з позиції їх суб'єктивного відображення, тобто завдяки аналізу їх сприйняття, усвідомлення, рефлексії, оцінки тощо. Аналіз конфліктності з позиції когнітивного змісту дозволяє вивчити емоційну сторону взаємин в конфлікті, виявити суб'єктивне сприйняття того, що відбувається.

Діяльнісний підхід до аналізу конфліктності дозволяє представити рівень ефективності діяльності індивідів. Дослідники, які вивчають активність суб'єктів відзначають, що якщо в групі домінують ділові

суперечності, конфлікт завершується без розриву міжособистісних відносин і не переходить до особистісних зіткнень. Об'єктивні умови впливають на міжособистісні відносини. Вони опосередковують розвиток когнітивних процесів, в яких відбувається взаємодія індивідів.

Організаційний підхід досить широко застосовується дослідниками щодо аналізу конфліктів, перш за все коли вивчаються конфлікти в сфері управлінських відносин. Також такий підхід є виправданим та ефективним при вивченні виробничих конфліктів, конфліктів, що виникають в колективах тощо.

До компонентів конфліктності належать:

1. когнітивний або інформаційний компонент, який включає в себе всі психічні процеси, пов'язані з пізнанням оточення та самого себе (наприклад, відчуття, сприйняття, уявлення, пам'ять, мислення, уява), і найбільш яскраво проявляється у феномені розуміння та взаєморозуміння партнерів по спілкуванню. При конфліктності даний компонент включає рівень сприйняття провокаційних дій опонента, суб'єктивність, невміння аналізувати та прогнозувати ситуацію;

2. афективний компонент проявляється в різноманітних емоційних станах і реакціях, які можуть бути зафіксовані у вигляді позитивних та негативних емоцій, емоційної чутливості, конфліктності тощо. Даний структурний компонент конфліктності визначає стан особистості в ситуації міжособистісної взаємодії, невміння управляти своїм емоційним станом в передконфліктних та конфліктних ситуаціях;

3. поведінковий компонент – це результати діяльності та вчинки, міміка, жестикуляція, пантоміма, мова. Певне поєднання експресивних елементів в структурі поведінки партнерів надає зовнішній малюнок конфліктним взаєминам.

Таким чином, в результаті дослідження конфліктності можна сказати, що зараз в дослідженнях приділяється велика увага теорії конфлікту, і менше вивченню особливостей конфліктності, хоча, найчастіше, як показує

практика, саме підвищена конфліктність є основою деструктивних соціально-політичних конфліктів; конфліктність – це дійсно складний феномен, який може проявлятися на різних рівнях взаємодії, складається з компонентів, перевага одного з яких визначає варіативність її проявів; наявні в науці данні дозволяють вибудувати деяку загальну концепцію, де можна визначити своєрідність проявів конфлікту та конфліктності.

Ще один термін, який потребує уточнення, – це дефініція «активність», яка має досить широкий зміст. Класичною теорією соціально-політичної активності визнана модель участі, створена С. Вербою і Н. Наєм. [85]. У наукових дослідженнях соціально-політична активність розглядається як ступінь прояву можливостей та здібностей людини як члена соціуму, це стійке активне ставлення особистості до окремих спільнот чи до суспільству в цілому та відображає перетворення особистості з об'єкта в суб'єкт відносно суспільних відносин.

На формування соціального середовища, що впливає на суспільну свідомість, ідеологію, стереотипи, які породжують сукупність факторів, що спонукають людей (групи) до активності, готовності взяти на себе відповідальність і визначають напрямок їх ініціативної самоорганізованої діяльності, впливають суспільно-економічні формації та їх інститути, які є зовнішніми детермінантами, що задають вектор соціально-політичній активності.

Разом з тим ступінь та характер ініціативності, організованості, готовності та здатності приймати рішення визначаються інтелектуальним, культурним, інформаційно-енергетичним, моральним, духовним та іншими потенціалами соціальних суб'єктів, які є внутрішніми детермінантами громадянської активності. Суперечливість людей, парадоксальність їх свідомості та поведінки, що відбивається на складності та неоднозначності людської діяльності, вказує на значущість впливу внутрішніх факторів, що обумовлюють не тільки різноманіття форм соціально-політичної активності, а й конструктивний або деструктивний характер її впливу.

Серед форм соціально-політичної активності, спрямованих на реалізацію значущих інтересів, важливе місце займає діяльність соціальних груп або індивідів, яка пов'язана з формулюванням та виразом власних потреб та інтересів, з прагненням змінити існуючий політичний або соціально-економічний порядок і відповідні політичні інститути. Соціально-політична активність формується під впливом спеціально створених або природно сформованих організацій, установ і осіб, функціонування яких направлено на соціально-політичну свідомість людини та суспільства.

До видів соціально-політичної активності можна віднести такі: розумова, електоральна, стихійно-масова, структурна та професійна. Щодо рівнів, то тут можна виділити індивідуальний та колективний рівні соціально-політичної активності. Останній, можна поділити на груповий, організаційний та масовий. Це загально прийнята класифікація і для нашої роботи вона цілком придатна.

В існуючій ієрархічній будові соціуму держава намагається встановлювати контроль над формами громадянської активності людей. Досить часто реформи та перетворення здійснюються не з ініціативи самих людей, які були в цьому зацікавлені, а нав'язуються «зверху» без урахування громадської думки. Процес управління здійснюється не демократичними засобами взаємодії держави та суспільства, відбувається обмеження громадян в можливості самоорганізації та самоврядування в процесі життєдіяльності. Сукупність зазначених причин сприяє виникненню розчарування та апатії, які є формами неприйняття існуючої формації та її інститутів з боку населення.

Досить виражена пасивність громадян як антипод соціально-політичної активності, що характеризується байдужістю людей та соціальних груп до суспільного життя та управління, або це відбувається у вигляді участі з примусу, «за компанію», але без власної ініціативи та певної позиції. Це проявляється, насамперед, у виборчих компаніях, в діяльності громадських організацій, партій, рухів, асоціацій, фондів, в зборах та референдумах. Люди

не відчують внутрішньої єдності, не усвідомлюють один одного як співгромадяни однієї держави, нації тощо. У такому положенні людина виступає не суб'єктом, але лише об'єктом соціально-політичних відносин. Основними причиною пасивності є незатребуваність людей як результат зайвої заорганізованості суспільства. Низька ефективність механізмів взаємодії влади з громадянським суспільством породжує недовіру, проблеми функціонування інституту самоврядування, недосконалість системи місцевого самоврядування, дефіцит знань про його сутність і можливості, низький рівень соціального, економічного, культурного розвитку, знижує самоорганізацію громадян.

Стимулювання соціально-політичної активності, конструктивних форм її вираження, засноване на вирішенні завдань щодо об'єднання населення, направлення активності людей на спільне творче вирішення муніципальних і загальнодержавних проблем. Це сприяє генезису суспільства, формуванню соціальної справедливості, солідарності та високій активності громадян у всіх сферах життєдіяльності. Системне знання про причини розвитку громадських ініціатив сприяє здійсненню управлінської політики, яка заснована на первинності людини, її значущості, з урахуванням властивих їй потенційних і реальних можливостей та протиріч в розвитку та стійкості держави.

Окремо слід зупинитися на питанні про вплив ЗМІ на соціально-політичну активність (конфліктність) в суспільстві. Масова комунікація – особливий вид соціальної комунікації. Одне з ключових понять досліджень ЗМІ – медіа. Це технічно опосередковані канали, за якими поширюється інформація і тим самим здійснюється комунікація. В західній традиції до кола медіа відносять не тільки пресу, телебачення, радіо, Інтернет, мобільні засоби, а й книги, фільми, поп-музику, відео продукцію, інформаційні агентства, рекламу тощо.

ЗМІ – особливий вид масової комунікації, причому інституціоналізованої, тобто такої, що знаходиться в умовах правового та

етичного регулювання та має організаційну інфраструктуру. ЗМІ відрізняють від інших каналів масової комунікації (мас-медіа) ряд ознак: періодичність і регулярність поширення інформації; інституціоналізованість (організованість – наявність спеціальної інфраструктури та регулятивних механізмів і норм); застосування технічних засобів і технологій для поширення інформації (друк, теле– та радіомовлення, опосередковані комп'ютером медіа) і збереження (паперові, цифрові, інтернет-архіви); тематична універсальність контенту та різноманіття його форм / форматів / жанрів; спеціалізований (професійний), колективний (корпоративний) характер діяльності з виробництва та розповсюдження інформації; стійкість та відкритість координат для постійного зв'язку з аудиторією (адреса, можливість абонування – підписки тощо); націленість на відображення поточного життя соціуму; історично все більш розширюється можливість прийому інформації з боку масової – тобто відносно великої кількості та за різноманітністю по соціально-демографічному та географічному складу – аудиторії; здатність викликати різноманітні соціальні ефекти, і як результат, у разі накопичення ефектів ЗМІ можуть виконувати ряд соціальних функцій.

Необхідно визначити ключове для розглянутих областей досліджень поняття «маса». Кількісний аспект очевидний – це відносно велика сукупність людей. Маса утворюється за специфічними статистичними законами: вона має імовірнісні кордони (кожен номер видання або випуск теле-, або радіопередачі зацікавить невідому кількість людей, приблизно передбачити яку можливо лише за раніше проведеним вимірами. Склад глядачів (слухачів) можна передбачити лише на такій підставі. Ці люди є анонімними для комунікатора, розосереджені в просторі та гетерогенні відповідно до географічного, соціального та демографічного складу.

Масова аудиторія, або масовий контрагент комунікатора, має місце не тільки у випадку зі ЗМІ, а й, наприклад, в зовнішній рекламі, в веб-ресурсах різних організацій, у випадках з чутками та соціальними мережами в Інтернеті. В останньому випадку утворюються перехідні види комунікації та

її учасників – не тільки маси, групи, мережі, але й проміжні форми – наприклад, кристалізація ком'юніті в масовій аудиторії.

Теорія дискурсу М. Фуко є однією з головних щодо розуміння дискурсу. У М. Фуко було, чотири головних слова: знання, влада, практика, дискурс. «Дискурс – мова, не обов'язково навіть словесна» [55]. Для М. Фуко це, перш за все, звичайно, дискурс мовний. У широкому сенсі дискурсом може бути будь-яка справа, вчинок, мова, яка має вплив. Обмежитися можна й лінгвістичним розумінням дискурсу. Культура – перш за все простір дискурсу. М. Фуко акцентує увагу на фіксації смислів, які визначають його певне значення.

Медіадискурс, у широкому сенсі, за І. Мирошніченком, «функціонує в медіапросторі та являє собою складно структуровану систему мовленнєвої та технічної взаємодії. Крім власне висловлювання, учасників мовленнєвого акту, каналу спілкування, він поєднує велику кількість позамовних інтегральних складових, без яких не може функціонувати». І.Мирошніченко і зазначає далі, що «... всюдисущість ЗМІ полонила життя кожного індивіда окремо та всього суспільства разом: сучасна реальність невіддільна від медіапростору. Можна говорити про своєрідне зрощення буттєвої реальності людини та суспільства з медійною реальністю» [26]. Слід зазначити, що більшість фахівців в цій галузі говорять про негативний вплив мас-медіа. Наприклад, поінформованість виборців і їх поведінка не є наслідком їх прямого спілкування з політичними лідерами, а це відбувається через новини чи публікації, за допомогою різних політичних технологій. А це означає, що політичні комунікації сьогодні є віртуальними, тобто такими, які не завжди відповідають реальності. Люди дізнаються про конфлікти та про їх важливість саме з ЗМІ, які надають тій або іншій ситуації ознаки конфліктності, або навпаки, представляють конфлікт як нормальне, повсякденне явище в житті суспільства. Не стикаючись з цим явищем у реальному житті, сприйняття громадянами таких подій як конфлікт або

конфліктність як звичайного явища - визначається діяльністю медіатехнологій.

Крім медіадискурсу, слід також згадати про політичний дискурс. І як вважають А. Романюк та А. Заяць, «... політичний дискурс – це явище, з яким ми стикаємося кожного дня. Боротьба за владу є основною темою та рушійним мотивом цієї сфери спілкування. Оскільки ця боротьба реалізується за допомогою мови, а мова є проміжною ланкою між зовнішнім світом та людиною, то існування лінгвістичних досліджень в межах політичної науки стає неминучим» [34, с. 200].

Окремо слід зазначити про функції мас-медіа, особливо з точки зору дисфункції. Так, функції мас-медіа як дисфункції з точки зору масових комунікацій, їх ефективності, їх віддалення від об'єктивної реальності, а також віртуалізовані уявлення суспільства про найбільш важливі соціально-політичні явища деякі фахівці називають терміном «медіа-нездужання», або «громадянське нездужання», аналогією чого може бути масова помилка, віртуалізація реальних подій. Можна виділити наступні явища, які підпадають під «громадянське нездужання»:

1. Телебачення насаджує конфліктність, негативізм, цинізм, в результаті чого всі ці почуття проявляються в низькій політичній ефективності, тому що політичні кроки сприймаються негативно – відповідно до негативних моделей поведінки, які створені саме ЗМІ;

2. У більшості постіндустріальних країн медіа здійснюють деградуючий вплив на громадян та викликають політичну недовіру, зокрема, з приводу реальності демократії в цих країнах, тому що те, що представляється про демократію в ЗМІ, не відповідає тому, що відбувається в цих країнах;

3. ЗМІ, особливо телебачення, культивують кримінальну поведінку, конфлікти, насильство, секс, страх, відчуженість та міжособистісну недовіру, роблячи їх найбільш поширеними моделями поведінки;

4. ЗМІ стимулюють споживчі примітивні смаки;

5. ЗМІ не здійснюють професійний політичний аналіз, який вимагає знань високого рівня, ресурсів, специфічної аудиторії тощо; політичні дебати замінюються демагогією, непрофесіоналізмом, займаючи місце на рівні розваг;

6. Матеріали про політичні вибори представляють нам вибори виключно як «стрибки», фіксуючи нашу увагу лише на тому, хто є лідером;

7. Основний набір новин подається виключно негативно («погані новини»);

9. «Реальні» новини завжди «дорого коштують», коли як масова інформація є дешевою та неякісною.

Результатом подібних процесів є характеристика більшої частини суспільства як «неінформованих громадян», а саме вони в епоху демократії приймають участь в політичному житті своєї країни та висловлюють свої думки щодо світових політичних процесів. Наприклад, про конфлікти в Афганістані, Іраку, Секторі Газу, Лівані тощо. Виникає небезпека неадекватного сприйняття політичних процесів громадянами та їх участі, яка не відповідає реальній необхідності.

Однією з сучасних критичних теорій масових комунікацій, створеної для опису та пояснення взаємозв'язку між конфліктністю в суспільстві та діяльністю ЗМІ, є теорія соціального навчання. Ця теорія виникла в середині ХХ сторіччя, одним з її авторів є американський вчений українського походження А. Бандура. Він виділяв основний об'єкт дослідження в даній теорії – це є процес соціалізації. На думку представників даної теорії, те, наскільки поведінка людини є конфліктною та агресивною, залежить від того, наскільки агресивні та конфліктні ті моделі поведінки, які найбільш часто демонструються в ЗМІ, особливо по телебаченню. Крім того, перевірці у цій теорії піддається сам факт наслідування телегероїв, які вчиняють насильство на екрані телевізорів і тим самим викликають аналогічну поведінку телеглядачів. Процес засвоєння та наслідування поведінки телегероїв будується за наступною схемою: «щоб соціальне навчання мало

місце, увагу людини повинно бути спочатку залучено якимось прикладом в ЗМІ. Далі людина повинна запам'ятати модель поведінки і почати про неї думати (когнітивне програвання). Нарешті, людина повинна оволодіти когнітивними здібностями, моторними навичками та мотивацією, які є необхідними для здійснення певних дій. Мотивація спирається на внутрішнє або зовнішнє підкріплення (винагороду) того чи іншого роду, що підштовхує людину до скоєння цих дій. Наприклад, нестримну поведінку якоїсь людини може бути підкріплено, якщо вона справляє враження на інших людей, а також якщо вона приносить задоволення цій людині або приносить їй певну фінансову вигоду» [1, с. 46].

В подальшому проблема агресивної та конфліктної поведінки як наслідок діяльності мас-медіа була розвинена та досліджена більш системно, а результати наступних досліджень були спроектовані на систему внутрішньо-і зовнішньополітичних дій та рішень.

Цікавою є теорія культивуації, автором якої є американський вчений в галузі масових комунікацій та телебачення Дж. Гербнер. Однією з головних тез даної теорії є те, що роль ЗМІ і, особливо, телебачення, полягає в поширенні моделей поведінки, причому, саме від змісту основної кількості телевізійних передач залежить, яка поведінка буде найбільш ймовірною в результаті їх постійного перегляду. Дж. Гербнер вважає, що «телебачення - це розповідь, історія, текст, який містить певну оповідальну інформацію, що впливає на знання та поведінку телеглядачів» [74]. На думку вченого, «ми щодня по телебаченню бачимо насильство, саме воно є основним предметом аналізу телепередач» [74]. Насильство – це найпростіший та досить дешевий спосіб демонстрації того, хто перемагає в грі життя та правила гри. Тобто, телебачення не тільки культивує насильство як об'єктивну реальність, але й прив'язує глядачів саме до такого перегляду, нібито навчаючи глядачів, як вижити в цій складній та жорсткій реальності.

Дж. Гербнер визначає насильство як «неприкритий прояв фізичної сили (із застосуванням або без застосування зброї, проти себе або інших),

підпорядковуючи дії проти чужої волі за допомогою заподіяння болю, поранення і / або вбивства, або ж загрози бути жертвою як частини сюжету» [74]. Один тиждень восени на протязі 10 років група Дж. Гербнера записувала все передачі, що показуються в найпопулярніший ефірний час (20.00–23.00), а також дитячі передачі по суботах та неділях, з 8.00 до 14.00. Використовували вони контент-аналізу записаних передач і з'ясували наступне:

По-перше, щорічний індекс насильства на телебаченні виявився приблизно стабільним. Драматичні передачі (фільми, серіали) містили в середньому 5 сюжетів насильства протягом години. Дитячі передачі містили близько 20 інцидентів насильства протягом години.

По-друге, протягом тижня 2/3 головних персонажі телепередач проявляли певні види насильства. Насильство в основному проявляється молодими людьми та людьми середнього віку, рідше - дітьми та людьми похилого віку. Що стосується жертв насильства, то в передачах американського ефіру (які, як відомо, складають основну частину прокату по всьому світу), чорношкірі та іспанці (мексиканці) стають жертвами насильства набагато частіше, ніж білі. Крім того, жертвами насильства на ТБ дуже часто стають жінки. Дж. Гербнер робить висновок, що «небезпечно бути білим та жінкою» [75].

По-третє, Дж. Гербнер та його група паралельно провели опитування телеглядачів з метою їх класифікації та виявлення зв'язку між показом насильства та споживачами такого змісту. В результаті Дж. Гербнер класифікував телеглядачів у вигляді двох груп – групи «легких телеглядачів» і групи «важких телеглядачів». «Важкі телеглядачі» визначаються як такі, хто «щодня дивиться телебачення більше чотирьох годин поспіль, причому, головне для них не те, що саме вони дивляться, а сам факт перегляду телевізора». Такі люди також образно називаються «couch potato – що є характерним для американських, а зараз і для багатьох європейських та пострадянських глядачів визначення, що означає тих, хто сидить на дивані та

поїдає картопляні чіпси, втупившись в екран». «Легкі глядачі» дивляться телебачення вибірково, лише те, що їх цікавить, і вимикають телевізор, коли улюблена передача закінчилася [75].

Найголовніше в дослідженні Дж.Гербнера – це визначення того, наскільки телебачення культивує насильство. Гіпотезою Дж. Гербнера було те, що «важкі телеглядачі» набагато більше піддаються культивуванню насильства на телебаченні, світ здається їм більш небезпечним і страшним, ніж іншим. Дж.Гербнер демонструє підтвердження своєї гіпотези за наступними критеріями оцінки:

1. Імовірність бути залученим в злочин. «Легкі глядачі» вважають, що ймовірність небезпеки їх залучення до будь-якої кримінальної ситуації протягом тижня становить 1 з 100. «Важкі глядачі» вважають цю небезпеку набагато ймовірнішою, вона на їхню думку, становить 1 з 10. Однак реальна статистика пригод, що приводиться Дж. Гербнером, свідчить про те, що ця ймовірність становить 1 з 10.000. Виходить, що всі глядачі сприймають небезпеку гостріше, ніж вона є насправді, причому, найбільш гостро її сприймають ті, хто проводить багато часу за переглядом телевізора, отже, телебачення створює відчуття небезпечного світу навколо нас, культивуючи насильство.

2. Небезпека одному / одній прогулюватися вночі. Відомо, що вночі поодиноці бояться прогулюватися в основному жінки, проте результати опитувань «важких телеглядачів» показали, що всі вони незалежно від статі вважають цю небезпеку в 10 разів імовірнішою, ніж показує статистика.

3. Сприйняття діяльності людей. «Важкі телеглядачі» вважають, що близько 5 % суспільства знаходиться під судовим переслідуванням. Згідно їх сприйняттям, світ складається в основному з поліцейських, суддів, урядовців і лікарів. Поліцейські, на їх думку, використовують зброю щодня, що не відповідає реальності. «Легкі глядачі», на відміну від них, вважають, що ті, хто знаходиться під юридичним переслідуванням становлять близько 1 % суспільства.

4. Грунтовна недовіра до людей. «Важкі телеглядачі» в основному підозріло ставляться до мотивів людей, не довіряють їм. Всі ці явища Дж. Гербнер називає «синдромом недоброзичливого світу». Крім того, що телебачення культивує насильство, воно ще й обтяжує індивідуальний досвід. Люди, налякані телебаченням і вірять у високу ймовірність насильства по відношенню до них, які вважають світ небезпечним, стають більш залежними від політики, від влади, вони потребують постійного захисту влади та навіть можуть вітати репресивні дії влади нібито з метою їх безпеки [74; 75].

Також, важливим результатом досліджень групи Дж. Гербнера є, крім усього іншого, те, що суспільство демонструється на телебаченні як конфліктне, суперечливе, небезпечне, в результаті чого багато телеглядачів вважають себе учасниками конфліктів, війни, яка, якщо і не торкнулася їх сьогодні, то обов'язково торкнеться їх завтра, і це – є ефект культивування насильства, про який пише Дж. Гербнер.

Наступною концепцією, на якій хотілось би зупинися в рамках нашого дослідження є критична теорія Ст. Холла, це британський вчений в галузі соціології. Дана теорія заснована на тезах: реклама та новини, а також телефільми – відображають інтереси домінуючих груп суспільств; мас-медіа здійснює закріплення експлуатації одних груп інтересів іншими за допомогою символічних форм, які необхідно вивчати; мас-медіа підпорядковані панівній ідеології правлячих груп. На думку вченого, мас-медіа слугує утвердженню та здійсненню ідеології правлячих на даний час груп, яким вигідно збереження статусу-кво, відповідно, в ЗМІ прямим чи непрямым чином стверджується ідея правильності та вигідності даного порядку для всіх, хоча по суті цей порядок ініційований меншістю [57, с. 128].

Варто зазначити деяку схожість даної теорії з теорією марксизму, в якій, як відомо, засоби масових комунікацій вважаються засобом експлуатації трудящих в умовах капіталістичної економіки. Діяльність ЗМІ

автор називає «культурною гегемонією», яка діє не тільки всередині капіталістичних товариств та проявляється у вигляді культурного управління, а й є поширенням західних цінностей на країни «третього світу» і лише в одному напрямку.

Сьогодні, незважаючи на категоричність цієї теорії, дані питання вже не є таким актуальними, але проблема полягає не в наявності або відсутності культурного впливу промислово розвинених країн на країни, що розвиваються, а питання, скоріше, полягає у різному рівні цього впливу.

Наступною теорією щодо взаємовідносин ЗМІ та політичних комунікацій є теорія постановки порядку денного, яка заснована на аналізі сучасних значущих політичних подій та їх відображення в ЗМІ. Передумовами виникнення даної теорії є величезна кількість прикладів сприйняття телеглядачами та споживачами інших видів ЗМІ тих чи інших подій у відповідності з тим, як вони подаються в ЗМІ. Іншими словами, ми знаємо про світ саме те, що нам пропонується в ЗМІ. Визначення тематики новин, поширення тенденцій моди, напрямок інтересів громадян в тому чи іншому спрямуванні визначається саме в ЗМІ. Тобто, важливим для суспільства є те, медіа вважає важливим. Зокрема, те, наскільки буде сприйнято те чи інше явище як конфлікт, відповідно до теорії постановки порядку денного, визначається саме в ЗМІ.

Соціологічні опитування та контент-аналіз новин, а потім їх аналіз показують, що основні проблеми, які хвилюють населення, в основному збігаються з темами, визначеними в ЗМІ в якості найбільш важливих. Однак, якщо придивитися уважніше, цей факт може мати подвійне значення. З одного боку, можливо, що саме ЗМІ визначають порядок денний, тобто ті проблеми, про які людям варто задуматися. Причому, дуже важливо відзначити, що з теорії постановки порядку денного, ЗМІ визначають не стільки зміст того, про що будуть думати громадяни, скільки те, про які проблеми вони будуть думати: «чи завжди преса буде досягати успіху,

кажучи людям, що думати, однак однозначно (парадокс) буде успішною, коли буде говорити своїм читачам, про що думати».

З іншого боку, можлива й зворотна кореляція: можливо, саме громадська думка визначає порядок денний, тематику новин. В умовах ринкової економіки ЗМІ і, зокрема, преса, успішні настільки, наскільки реагують на громадську думку, відображають найбільш хвилюючі проблеми суспільства. Тому, взаємозв'язок і збіг громадської думки зі списком найбільш важливих проблем з тематикою проблем, відображених в ЗМІ, ще не говорить про те, чи визначається проблематика в мисленні та сприйнятті суспільства порядком денним, пропонованим ЗМІ.

Таким чином, на початковому етапі теорія постановки порядку денного була лише гіпотезою, яка потребувала перевірки, яку зробив дослідник проблем комунікації Р. Фанкхаузер, який протягом 10 років (1960-1970) щорічно проводив контент-аналіз основних, найбільш популярних американських журналів, виділяючи основні проблеми, які пропонувалися до уваги читачів. Потім, в кінці кожного року, Р. Фанкхаузер співставляв список виділених проблем з щорічними результатами. Виявилося, що до кінця року американці називають ті проблеми, які вказувалися в пресі протягом року в якості основних. Схоже, теорія постановки порядку денного підтверджувалася, однак, серед недоліків такого підтвердження було те, що Р. Фанкхаузер не був упевнений, чи дійсно результати опитування відображають реальну, особисту думку та сприйняття людей [73].

Щоб пов'язати громадську думку з порядком денним, пропонованим ЗМІ, було введено термін «потреба в орієнтації», що означає бажання читачів і глядачів, їх готовність бути поінформованими щодо основних проблем, що відбуваються в світі. Коли людина купує та читає пресу, коли дивиться телебачення – вона втрачає час і гроші, а це означає, що людина свідомо звертається до цих джерел інформації з метою отримання інформації про те, що відбувається в країні, в суспільстві та в світі, чого слід побоюватися, на що можна сподіватися, чим слід займатися тощо. юди свідомо дозволяють

ЗМІ визначати ту проблематику, на яку вони реагують та про яку вони думають. Більш того, люди обирають з великої кількості різних медіа-джерел ті, які здаються їм найбільш авторитетними, об'єктивними, яким вони довіряють, відповідно, люди вважають ці джерела цінними, звертаючись до них з метою отримання інформації про порядок денний. Виходить, що саме суспільство визначає функцію ЗМІ в постановці порядку денного, а не ЗМІ авторитарно та самостійно взяли на себе цю функцію.

Автори теорії приходять до висновку, що преса має більш відчутний вплив на визначення порядку денного, ніж радіо та телебачення. Причина полягає в тому, що проблематика обговорюється в пресі більш глибоко та ґрунтовно, преса обґрунтовує те, чому те чи інше питання є важливою проблемою, а преса аналізує проблеми. Тим часом, на телебаченні, зокрема в новинах, події, у більшості випадків лише перераховуються, пропонується безліч подій, але не представлено подробиць їх змісту. Зрозуміло, такий висновок авторів теорії слід сприймати з урахуванням історичного періоду та технологічного прогресу. Зараз ми бачимо вже іншу картину.

На сьогодні головними тенденціями розвитку телебачення є розширення багатоканального середовища, можливість відкласти час бачення, альтернативні традиційним аудіовізуальним ЗМІ платформи – значно зросла кількість каналів з невеликою аудиторією, масова аудиторія все більше групується з рухом до індивідуального та мобільного споживання. Проте, в ситуації вибору, більшість глядачів в Україні, все ж таки віддають перевагу традиційному телебаченню.

Зараз використовуються наступні методи вимірювання телеаудиторії: *peoplemeter* – вимір традиційного домашнього перегляду (модуль *Audio matching* для вимірювання аудиторії цифрового телебачення); *Portable PeopleMeter (PPM)* – вимір позадомашнього перегляду незалежно від засобу доставки сигналу; *Return – Path-Data* – вимір телеперегляду в умовах багатоканального середовища та поширення цифрового телебачення; *Virtual Meter* – вимір інтернет-перегляду.

Наступним питанням теорії постановки порядку денного є те, хто ж визначає порядок денний, тобто список основних питань, пропонованих в ЗМІ. Адже, якщо основний спектр найважливіших питань пропонується суспільству за допомогою друкованих та електронних ЗМІ, то існує система, або порядок визначення цих питань і їх представлення, що передбачає тих, хто цей порядок денний періодично визначає. Таким чином, відповідно до даної концепції «порядок денний», або список найбільш важливих проблем, пропонований ЗМІ, визначається двома джерелами – «зверху та знизу».

Джерелом, що визначає порядок денний в ЗМІ «зверху», є так звана медіа-еліта, тобто глави великих центральних інформаційних агентств, які задають тон іншим, більш дрібним ЗМІ. Члени медіа-еліти не тільки узгоджують порядок денний на своїх каналах і в газетах з експертами, не тільки проводять постійний моніторинг подій, а й виступають в якості експертів з питань економіки, політики, бізнесу, мистецтва, літератури тощо. Вони активно працюють з авторами, безпосередньо відстежують процеси та заздалегідь готуються до тієї чи іншої майбутньої події. Члени медіа-еліти постійно зустрічаються один з одним, беруть участь в різних форумах, банкетах, домовляючись про певну стратегію та тактику висвітлення подій, вирішуючи напрямки вибіркової уваги.

Джерелом, що визначає порядок денний в ЗМІ «знизу», є групи інтересів, – це групи людей з певними інтересами, які притягують до себе увагу преси, радіо та телебачення, а тим самим – суспільства, завдяки різним, спеціально спланованим для цього акціям – протестам, демонстраціям, мітингам, конференціям тощо [82, с. 178]. Наприклад, вимоги службовців, бюджетників щодо підвищення зарплати можуть залишитися непочутими, якщо їх не озвучать ЗМІ. Тобто, дана теорія відображає реальні механізми визначення масового сприйняття та поведінки засобами масової інформації. При цьому, слід враховувати, що функцією постановки основних питань можна зловживати, тобто постановка порядку денного в ЗМІ стає дисфункцією, зокрема, в умовах невизначеності, масової громадської участі в

різних соціально-політичних процесах. У більшості випадків, в якості найважливіших питань представляє масам різного роду конфлікти та надзвичайні ситуації, то, в разі відсутності таких, слід очікувати, що ЗМІ надають яскравих фарб якийсь звичайній ситуації. Це відбувається тому, що, у разі, якщо суспільство, яке впевнене в тому, що в світі не все добре та спокійно, в черговий раз не отримає інформацію, яка б підтверджувала це, то наступного разу вже не вважатиме джерело інформації достовірним. Відповідно, для підтримки свого статусу ЗМІ схильні постійно підтримувати певний рівень напруженості в суспільстві, що нерідко стає негативним фактором в моделюванні соціально-політичної поведінки.

Також, в теорії підіймається питання дослідження громадської думки щодо найбільш важливих соціально-політичних подій. Питання не стільки в методології, скільки - в структурі громадської думки. Структурні особливості громадської думки нерідко не дозволяють вченим отримати повну картину того, що думає суспільство, тому що, зокрема, в опитуванні відповідають на поставлене до них питання, коли як в дійсності хотіли б відповісти зовсім на інше питання, вірніше, на питання в цьому ж напрямку, але які сформульовані по іншому, і саме відповідаючи на питання, яке поставлено іншим чином, люди б дійсно висловилися. Рівень достовірності опитувань залежить саме від того, наскільки питання, за змістом і формою, насправді хвилює людину, тобто чи поставили вони це питання самі собі до того, як їм поставив їм дослідник.

Таким чином, структурні особливості громадської думки є дуже важливою проблемою, яку необхідно досліджувати в різних аспектах. Одному з цих аспектів присвячена теорія, яка називається Спіраль мовчання, заснована професором комунікацій Е. НоельНойманн, яка досліджувала громадську думку напередодні виборів і помітила, що більшість людей має двояку думку щодо результатів виборів: з одного боку, виборець бажає, щоб переміг його кандидат, за якого він / вона збирається проголосувати; з іншого боку, той же виборець приблизно уявляє собі, хто в дійсності переможе на

виборах, в кого є реальні шанси, і нерідко виборець усвідомлює, що це буде не його кандидат [29]. Виходить, що в залежності від того, як запитати, виборець назве різних людей, дасть різні відповіді на схожі, здавалося б, питання. «Ця теорія здебільшого стосується мас медіа, позаяк саме вони впливають на громадську думку. Зміни публічної думки відбуваються постійно, тож цю теорію використовують для пошуку пояснення поведінки (говорити чи мовчати)» [38].

Ще одне питання, на якому зосередила свою увагу авторка теорії, – чому і в яких умовах велика кількість людей вважає за краще не висловлювати власну думку. Може, це буває в тих випадках, коли власні бажання виборця, на його думку, не збігаються з його прогнозом щодо результатів виборів? Інакше кажучи, якщо виборець заздалегідь знає, що його кандидат не буде обраним, тобто якщо думка щодо цього кандидата залишається в меншості, є непопулярною, виборець віддасть перевагу її не висловлювати. Саме про цю особливість дослідження громадської думки, а також про вплив на мовчання різних ЗМІ, йдеться в теорії Спіралі мовчання. Отже, на думку Е. Ноель-Нойманн, бажання промовчати проявляється в тих випадках, коли опитуваний не впевнений в популярності своїх поглядів в суспільстві, інакше кажучи, якщо він / вона знає, що його / її думки дотримується меншість, коли як більшість в суспільстві вважає інакше. Для пояснення причин, що визначають те, чому людина з непопулярною в суспільстві думкою схильна мовчати, Е. Ноель-Нойманн вводить термін «ізоляція», визначаючи громадську думку як «думку щодо спірних питань, висловивши яку, людина не ізолює себе від суспільства» [29]. Тобто, «страх бути ізольованим», на думку Е.Ноель-Нойманн, спонукає людей не висловлювати точку зору, яка може бути негативно сприйнята в суспільстві: ніхто не бажає опинитися в меншості, тому що більшість завжди має переваги (недоліки демократії) [29]. Серед феноменів групового мислення індивіда можна виділити такі негативні особливості, як, наприклад, схильність погоджуватися з думкою більшості в групі, навіть якщо ця думка

є помилковою; прагнення погоджуватися з лідером групи; здатність піти на підвищений ризик, відчуваючи себе членом групи та поділяючи відповідальність з іншими, коли як поза групою поведінка людини була б менш ризикованою і т. д.

Саме страх ізоляції спонукає людину в групі проявляти конформізм з приводу групового мислення та поведінки, і якщо не погоджуватися з думкою більшості безпосередньо, то хоча б відкрито не висловлювати свої думки. Причому, ті, хто дотримується думки більшості, навпаки, прагнуть активно висловлюватися, проявляти підтримку більшості, тобто саме їхня думка пригнічує думку меншості: чим активніше висловлюється більшість, тим більше меншість схильна відмовчуватися. Саме в цьому феномен Спіралі мовчання.

Ще одне питання в контексті даної теорії – чи залежить структура громадської думки від типу суспільства, наприклад, чи впливає індивідуалістичний або колективістський тип суспільства на схильність меншини відмовчуватися? Авторка даної теорії заперечує такий вплив, ґрунтуючись на порівняльному дослідженні індивідуалістичних і колективістських товариств, яке було проведено американським вченим С. Мілграм, який співставив дослідження французького суспільства як характерно-індивідуалістського, з дослідженням норвезького суспільства яке відрізняється суспільно-колективістськими звичками. В результаті виявилось, що члени обох типів товариств схильні уникати тиску групи, погоджуючись з думкою більшості, як мінімум, не заперечуючи його [25]. Крім того, на думку Е. Ноель-Нойманн, люди, які намагаються уникнути ізоляції, схильні ідентифікувати себе з лідером, хоча це - лише гіпотеза, яка потребує подальшої перевірки [29]. «Завдяки головній ролі медіа та контролю над ними визначеної кількості олігархів, спіраль мовчання була і продовжує лишатися звичним інструментом промивання думок. Насадження і культивування домінантної думки, а також унеможливлення існування альтернативних думок лежить дуже близько до теорії порядку

денного (agenda setting), де медіа впливають на громадськість підбором висвітлюваних тем. Утім спіраль мовчання – це більш тонкий інструмент, і саме тому дослідники відзначили складність доведення цієї теорії (але не точність, бо якраз там, де спіраль можна довести, результати вражають). Так було в часи панування традиційної тріади медіа – радіо, ТБ і преси. Утім з появою Інтернету та нових медіа, сиріч соціальних мереж, теорію спіралі мовчання можна відстежити досить легко» [38].

Також в даній роботі було використано концептуальний підхід медіа, який дає можливість представити взаємозв'язок соціального простору та медіапростору. При наявності символічного, але цілком вимірного капіталу та моделі його розподілу формуються позиції та взаємовідносини не тільки в світі, але й в медіапросторі, від чого залежить рівень впливу медіаакторів на потенційну аудиторію. Позначений капітал має свій вимір на відповідному йому рівні впливу в символічному протистоянні тих смислів, які слід легітимізувати. В цій проекції мімікують соціальні суб'єкти та саме суспільство в просторі медіа.

### *Висновки до Розділу I/*

Таким чином, бібліографічний аналіз показує, що маємо на сьогодні досить багато публікацій щодо впливу ЗМІ на суспільство, щодо різних аспектів процесів медіавпливу тощо. Це дозволяє виявити, оцінити та використовувати різні техніки впливу на аудиторію в залежності від поставлених цілей. Але, можливості аналізу самих технік або технологій медіавпливу не вичерпані. Особливо це стосується міждисциплінарних розробок в рамках становлення нової парадигми досліджень, що поєднує вплив таких різних напрямків, як когнітивна психологія, поведінкова економіка, комунікаційний дизайн та соціальний і політичний інжиніринг. Недостатньо уваги наука та практика звертають на виявлення та аналіз особливостей трансформаційних змін технік медіавзаємодії. Це використання

в ЗМІ таких технологій впливу на аудиторію, як імпринтинг, праймінг, сторітеллінг, фреймінг, дизайнінг тощо. Особливо це важливо в аспекті застосування політичних тригерів на сучасному етапі. У наступних розділах ці питання будуть розглянуті більш докладно.

В цілому ж нове знання в наукових дослідженнях будується на основі зіставлення широкого теоретичного контексту (теоретичної моделі досліджуваного явища) і отриманого в ході дослідження емпіричного матеріалу (емпіричної моделі). Теорія служить інструментом інтерпретації емпіричних даних. При цьому важлива правильна постановка дослідницьких завдань і вибір конкретних методів аналізу, врахування ризиків і обмежень в їх використанні.

Методологія дослідження ЗМІ в зв'язку з виявленням глибинних змін буде доповнюватися та розвиватися. Проте не втрачають цінності традиційні підходи до вивчення медійної системи – типологічний і так званий «екологічний». Це дозволяє не тільки аналізувати всю сукупність ЗМІ, а й прогнозувати тренди її розвитку. Сьогодні ці тренди відображають, зокрема, прискорення процесів гібридизації - схрещування класичних видів преси (газет, журналів) з форматами, породженими новими медіа (наприклад, блогами).

Визначено, що вплив політичного чинника на конфігурацію медіасистеми показує цільові завдання та орієнтованість самих моделей: плюралістична відповідає потребам і запитам демократичного суспільства; контрольована забезпечує соціальний контроль правлячих груп; плюралізовано орієнтується на інтереси правлячої політичної еліти та частково громадянського суспільства.

Аналіз методогічних засад дослідження дає можливість зробити висновок, що контентно-технологічна середа українського суспільства викликає потребу більш точного вимірювального інструментарію та постановки більш складних дослідницьких завдань. Це пов'язано з необхідністю враховувати наступні вимоги до вимірювань в умовах нового

медіасередовища: вимір контенту, а не носія сигналу; дослідження невеликої аудиторії багатьох медіа; фіксування різних типів споживання контенту тощо.

*Список використаних джерел до розділу 1.*

1. Бандура А. (2008) Теория социального научения. Москва, 532.
2. Берковиц Л. (2007) Агрессия. Причины, последствия и контроль. Москва, 512.
3. Біденко А. (2011) Технологія праймінгу в дії. Українська правда. Блоги. URL : <https://blogs.pravda.com.ua/authors/bidenko/4db6904b57e44/>
4. Білецька Т. (2018) ЗМІ як тригери соціальної конфліктності: українські реалії. Вісник Прикарпатського університету, 12, 85-93.
5. Бласс Т. (2004) Человек, который шокировал мир: жизнь и творчество Стэнли Милгрэма – The Man Who Shocked the World: The Life and Legacy of Stanley Milgram. М., 282.
6. Брайант Дж., Томпсон С. (2004) Основы воздействия СМИ.: Пер. с англ. Москва, 432.
7. Винтерхофф-Шпурк П. (2016) Медиапсихология. Основные принципы. Харків, 268.
8. Голдсмит М., Рейтер М. (2016) Триггеры. Москва, 256.
9. Горовий В. (2010) Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс. Київ, 360.
10. Горовий В., Онищенко О., Попик В. (2015) Соціокультурні механізми формування ментального імунітету проти зовнішніх маніпуляцій свідомістю населення України. Київ, 228.
11. Горовий В., Онищенко О., Попик В. (2016) Інформаційні чинники системи інтеграторів Донбасу і Криму в загальноукраїнській єдності. Київ, 202.
12. Горовий В., Онищенко О., Половинчак Ю. (2017) Формування стратегічного нарративу інформаційного забезпечення реінтеграції

- тимчасово окупованих територій у загальноукраїнський контекст. Київ, 212.
13. Даниленко С. (2018) Відкритість та прозорість влади: механізм регулювання взаємодії зі ЗМІ на регіональному рівні. Автореферат дисертації. Спеціальність 25.00.02 – механізми державного управління, Одеса, 23.
  14. Дейч М., Шикман С. (1991) Конфликт: социально-психологическая перспектива. Социальный конфликт: современные исследования. Москва, 70-74.
  15. Дускаєва Л. (2013) Мовна структура новинних текстів мережевих видань. Вісник Львівського університету. Серія журналістика, 37, 390–396.
  16. Ильин Е. (2011) Эмоции и чувства. Санкт Петербург, 1340.
  17. Каверіна А. (2017) Довіра до конвергентних медіа в Україні. Дисертація кандидата соціологічних наук за спеціальністю 22.00.04 «Спеціальні та галузеві соціології» (054 – Соціологія). – Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Харків, 199. URL : <http://dissertations.karazin.ua/sociology/resources/584be0d7c6363cсаb8f3f958437c32233.pdf>
  18. Кирилюк О. (2014) Мовні реакції на суспільно-політичні процеси (на прикладі інтернет-дискурсу). Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 10. Проблеми граматики і лексикології української мови, 11,187-190.
  19. Кокарча Ю. (2020) Соціальні мережі як чинник політичного впливу в умовах розвитку демократичної політичної культури. Дисертація кандидата соціологічних наук. Спеціальність 23.00.03 – політична культура та ідеологія. Київ, 240. [https://npu.edu.ua/images/file/vidil\\_aspirant/dicer/D\\_26.053.12/Kokarcha.pdf](https://npu.edu.ua/images/file/vidil_aspirant/dicer/D_26.053.12/Kokarcha.pdf).
  20. Корнеева Е. (2001) Если в семье конфликт. Ярославль, 29.

21. Кузнецова О. (2017) Психологічні тригери в ЗМІ: поняття, особливості, види, протистояння їх впливу. Вісник Національного університету «Львівська політехніка», 833, 1, 33-38.
22. Кузнецова О. (2013) Ідентичність блога у ЗМІ. Теле- та радіожурналістика: Зб. наук.- метод. пр. кафедри радіомовлення і телебачення. Львів, 12, 117-123.
23. Кузнецова О. (2014) Викриття і нівелювання російської пропаганди в ЗМІ проти України. Захист прав і свобод людини та громадянина в умовах формування правової держави. Львів, 15-18.
24. Липпман У. (2004) Общественное мнение. Москва, 384.
25. Милграм С. (2002) Эксперимент в социальной психологии. Полтава, 368.
26. Мірошніченко І. (2016) Сучасні підходи до типології мас-медійного дискурсу. Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку. Вінниця, 227—231.
27. Навальна М. (2019) Лексика українських мас-медіа. Переяслав-Хмельницький, 212.
28. Надеин А. (2004) NeedScore следит за «лицом» вашего бренда. Рекламные идеи, 3, 12-17.
29. Наумкіна С. М. (2011) Політичний дискурс засобів масової інформації України як індикатор суспільних процесів. URL : [http://www.nbuv.gov.ua/old\\_jrn/Soc\\_Gum/Polzap/2011\\_3/11nsmisp.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Polzap/2011_3/11nsmisp.pdf).
30. Новицький О. (2020) Концепти застосування праймінгу та тригеру ЗМІ в політичному житті. Політичне життя. 4, 69-74.
31. Новицький О. (2021) Пандемія COVID 19 як тригер соціально-політичних змін. Європейський політичний та правовий дискурс, 8, 3, 115-122.
32. Новицький О. (2021) Формування та прояви політичного тригеру «Крим». Політичне життя. 3.

33. Новицький О. (2020) Політичний тригер: розуміння, підходи та види. Львів, 223 (160-163).
34. Ноель-Нойманн Е. (1996) Общественное мнение. Открытие спирали молчания. Москва, 352.
35. Онищенко О., Горовий В., Половинчак Ю. (2017) Розвиток інформаційної культури як умова єдності українського суспільства. Київ, 277.
36. Онищенко О., Горовий В., Попик В. (2012) Інформаційна складова соціокультурної трансформації українського суспільства. Київ, 254.
37. Онищенко О., Горовий В., Попик В. (2014) Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства. Київ, 260.
38. Онищенко О., Горовий В., Попик В. (2015) Технології розвитку і захисту національного інформаційного простору. Київ, 296.
39. Панченко О. (2020) Засоби масової комунікації як платформа державної інформаційної політики. Електронний журнал «Державне управління: удосконалення та розвиток», 4.
40. Половинчак Ю. (2017) Сучасне інформаційно-комунікаційне середовище як простір трансформації української національної ідентичності. Київ, 372.
41. Романюк А., Заяць А. (2012) Аналіз досліджень політичного дискурсу. Lviv Polytechnic National University Institutional Repository <http://ena.lp.edu.ua>, с.200-209.
42. Русиняк А. (2021) Регіональні ЗМІ в політичній системі України: політологічний аналіз. Дисертація кандидата політичних наук за спеціальністю 23.00.02 «Політичні інститути та процеси». – ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». ІваноФранківськ, 2021; Львівський національний університет імені Івана Франка, Львів, 253. URL : [https://lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/02/dis\\_rusynyak.pdf](https://lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/02/dis_rusynyak.pdf)

43. Сиберт Ф., Шрам У., Питерсон Т. (1998) Четыре теории прессы. Москва, 224.
44. Сірінюк-Долгарьова К. (2012) Глобальний новинний дискурс: тенденції функціонування англomовних інтернет-медіа. Київ, 183.
45. Спаркс Г. (2016) Исследование медиаэфектов: базовый обзор (массовые коммуникации и журналистика). Бостон, 349.
46. Стеблина Н. (2021) Цифровізація державної політики як дискурс сучасності. Автореферат дисертації доктора політичних наук за спеціальністю 23.00.02 Донецький національний університет імені Василя Стуса, МОН України. Вінниця, 35.
47. Теорія спіралі мовчання в медіа та в політиці. (2019) URL : <https://pidubny.com/>
48. Тонкіх І. (2012) Журналістські блоги як форма впливу на громадську думку в українських Інтернет-ЗМІ. Психолінгвістика, 11, 290-297.
49. Тонкіх І. (2016) Види мультимедійних форматів на сайтах українських інтернет-ЗМІ. Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку. Київ, 203-208.
50. Тонкіх І. (2012) Функції блогів на сайтах українських Інтернет-ЗМІ. Діалог, 15, 210-215.
51. Тоффлер А. (2001) Метаморфози влади. Москва, 435.
52. Туранський М. (2020) Інформаційно-психологічне забезпечення операції з анексії Криму Російською Федерацією: історичні передумови та практична реалізація. Дисертація доктора філософії за спеціальністю 032 «Історія та археологія». Національна академія сухопутних військ імені гетьмана Петра Сагайдачного. Інститут українознавства імені Івана Крип'якевича Національної академії наук України. Львів, 224.
53. Уэбстер Ф. (2004) Теории информационного общества. Москва, 400.
54. Фестингер Л. (2018) Теория когнитивного дисонанса. Москва, 256 .
55. Фуко М. (1996) Порядок дискурса. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. Работы разных лет. Москва, 47–97.

56. Харитонов О. (2018) Про ефективний спосіб маніпуляції свідомістю. 30 листопада. URL :<https://tokar.ua/read/29332>
57. Холл С. (1925) История одной кучи песку. Москва, 125–141.
58. Чабаненко М. (2011) Інтернет-ЗМІ як складова частина системи засобів масової інформації України. Запоріжжя, 183.
59. Шамаєва Ю. (2016) Прайминг и дефокусирование у лингвокогнитивной репрезентации интерсемиотичного континуума категории EMOTIONS. Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов, (84), 91-98.
60. Шевченко Л. (2019) Нові слова як маркери часу: медійна лексикографія сьогодні і в перспективі. Записки українського мовознавства, 1, 26, 11-19.
61. Шендеровський К. (2018) Права людини та медіадіяльність: Збірник навчальних програм викладачів і викладачок журналістики. Київ, 174.
62. Шнуровська Л. (2018) Лінгвоментальна сутність і класифікація видів праймінга. Science and Education a New Dimension. Philology, VI (44), Issue: 151.
63. Яковлев Д.(2003) Роль засобів масової інформації в конструюванні політичної реальності. Автореферат дисертації кандидата політичних наук за спеціальністю 23.00.02 - політичні інститути та процеси. Одеська національна юридична академія, Одеса, 17.
64. Яровий Д. (2019) Психологічні практики громадянського протистояння в соціальних медіа. Дисертація кандидата психологічних наук за спеціальністю 19.00.11 – політична психологія. Київ, 191.
65. 5 Using Triggers (2006) Oracle Database. URL : [http://docs.oracle.com/cd/B25329\\_01/doc/appdev.102/b25108/xedev\\_triggers.htm#BABGJFGH](http://docs.oracle.com/cd/B25329_01/doc/appdev.102/b25108/xedev_triggers.htm#BABGJFGH)
66. AG MARKETING TEAM. (2018) Тригери в маркетингу та продажах: що це таке і як їх використовувати. <https://ag.marketing/>
67. Bandura A., Dorothea Ross, Sheila A. Ross (1961). Вперше опубліковано в Journal of Abnormal and Social Psychology, 63, 575-582.

68. Berelson, Bernard R., Paul F. Lazarsfeld, and William N. McPhee. (1954) *Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*. Chicago:University of Chicago Press. 315.
69. Bourdieu P. (1982) *Ce que parler veut dire. L'économie des échanges linguistiques*. Paris, Fayard, 129.
70. Bryant J., Finklea B.W., Thompson S. (2012) *Fundamentals of Media Effects: Second Edition*. Long Grove, IL: Waveland Press.
71. Bryant J., Oliver M.B., Raney A. (2019) *Media Effects: Advances in Theory and Research*. New York: Routledge.
72. Cooper C. (2007) *Violence in the Media and Its Influence on Criminal Defense*. Jefferson, NC: McFarland.
73. Funkhouser G. (1973) *The Issues of the Sixties: An Exploratory Study in the Dynamics of Public Opinion*. *Public Opinion Quarterly*, 37, 62–75.
74. Gerbner, G., Gross, L., Jackson-Beeck, Jeffries-Fox, S., Signorielli, N. (1978). «Cultural Indicators: Violence Profile No. 9». In: *Journal of Communication*, Vol. 28, No. 3, pp. 176-207.
75. Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., S., Signorielli, N. (1986). *Living with Television: The Dynamics of the Cultivation Process*. In: J. Bryant and D. Zillmann (eds.). *Perspectives on Media effects*. Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, NJ, pp. 17-40.
76. Gerbner's General Model. *Communication Theory* <https://www.communicationtheory.org/gerbners-general-model/>
77. Hall S. (1986). *The Problem of Ideology - Marxism Without Guarantees*. In: *Journal of Communication Inquiry*, Vol. 10, no. 2, pp. 28-44.
78. Hall, S. (1982). *The discovery of Ideology: Return of the Repressed in Media Studies*. In: M. Gurevitch, T. Benett, J. Curran, J. Woollacott (eds.). *Culture, Society and the Media*. Methuen, London, pp. 56-90.
79. Hall, S. (1989). *Ideology and Communication Theory*. In: B. Dervin, L. Grossberg, B. O'Keefe, E. Wartella (eds.). *Rethinking Communication Theory*, Sage, Newbury Park, California, Vol. 1., pp. 40-52 .

80. Katz E., Gurevitch M., Hadassah H. (1973) On the Use of Mass-Media for Important Things. *American Sociological Review*, V. 38, 2.
81. Lambe J., Perse E. (2016) *Media Effects and Society*. New York: Routledge.
82. McCombs, M., Shaw, D. (1972). The Agenda Setting Function of the Mac Media. In: *Public Opinion Quarterly*, Vol. 36, pp. 176-187.
83. Potter W. (2012) *Media Effects*. Los Angeles; London: SAGE, 2012.
84. Ruddock A. (2020) *Digital Media Influence: A Cultivation Approach*. Los Angeles; London: SAGE, 130.
85. Verba S., Nie N. (1987) *Participation in America: Political Democracy and Social Equality*. New York, 452.

## Розділ 2 ТРИГЕР У МЕДІАПРОСТОРИ: СПЕЦИФІКА ТА ПРОЯВИ.

### *2.1. Техніки впливу на суспільство в сучасному медіапросторі.*

Класична модель комунікації передбачає наявність двох акторів: відправника та одержувача інформації. А будь-яка комунікація виступає лише в ролі посередника між ними. Ця модель багато що пояснює, проте не вловлює того, що медіа не лише переносить інформацію, а завжди накладає свій відбиток на сприйняття цієї інформації. Мас-медіа не тільки розважають і освічують.

Основною базовою процедурою організації інформаційного матеріалу в ЗМІ для його подальшої трансляції масовій аудиторії є техніка імпринтингу, впровадження деякої інформації у свідомість кожного реципієнта. Імпринтинг в ЗМІ здійснюється як процес створення медіа образу - форми подання інформації у вигляді комбінованих аудіовізуальних повідомлень, що конструюються та тиражуються в системі мас-медіа в масових масштабах, але сприймаються персонально кожним представником аудиторії відносно його індивідуальних особливостей. Конкретизація образів, їх технологічне втілення реалізується в медіа текстах, що створюються відповідно до таких базових принципів, як цілісність авторського задуму та зв'язність на рівні структурно-сислової організації.

Найбільш яскраво техніка імпринтингу представлена в креолізованих текстах або «ізовербах» (від англ. *isoverb*) – повідомленнях, які є складними знаковими утвореннями, що включають в себе системи природної людської мови та знаки інших мов (зображення, формули, нотні знаки та ін.). Термін «креолізованість» означає комбінований полікодовий текст, фактура якого складається з двох частин: вербальної (мовної / мовленнєвої) і невербальної, що належить до інших знакових систем, відмінних від природної мови. Важливо, що обидві частини створюються одним автором одноразово (на

відміну від ілюстрації, що додається до буквеного тексту), інакше порушується цілісність тексту. При цьому невербальна частина не може бути відділена від вербальної, оскільки вони утворюють візуальне, структурне, смислове та функціональне ціле, що стимулює комплексний вплив на адресата. В цілому, креолізований текст характеризується обов'язковою наявністю в своїй структурі образотворчого елементу, який інтегрований до вербального повідомлення в змістовно-композиційному та знаково-мовному аспектах. Іконічний компонент тексту може бути представлений ілюстраціями (фотографіями, малюнками), схемами, таблицями, символічними зображеннями, формулами і т. п. Вербальні та образотворчі компоненти пов'язані в тексті на змістовному, змістовно-композиційному та змістовно-мовному рівнях. Перевага того чи іншого типу зв'язку визначається комунікативним завданням і функціональним призначенням креолізованного тексту в цілому. Тут слід враховувати, що зображення в різній мірі бере участь в організації тексту. Так, вербальна частина порівняно автономна і образотворчі елементи тексту виявляються факультативними в художніх, науково-популярних і газетних текстах, що і необхідно враховувати при аналізі повідомлень ЗМІ.

Базовими семантичними одиницями креолізованного медіатексту є концепти (назви, поняття, образи), які використовуються в якості мінімальних структурних елементів, з яких формуються більші смислові конструкції (тексти і наративи). Ключові поняття і категорії лежать в основі діяльності будь-якого політичного та соціального інституту як протягом якоїсь певної кількості номінацій, що історично склалися, оформились і закріпилися в якості смислових універсалій – влада, закон, справедливість, свобода, рівність, незалежність і багатьох інших. При цьому прийти до загального трактування цих концептів досить складно, оскільки кожен з них володіє складною семантичною структурою.

Тому важливо здійснити прив'язку абстрактного поняття до предметного образу в процесі імпринтингу, що сприяє його сприйняттю,

розумінню та запам'ятовуванню. Для цього концепт співвідносять з перцепт, який представлений певним знаком або символом і використовується для конкретизації концепту з метою його прояснення, закріплення і включення в систему засобів масових комунікацій. Будучи використаний як центральний елемент в структурі текстового повідомлення, розтиражований та поширений за допомогою ЗМІ, перцепт вказує на певний концепт, який тепер може бути набагато легше засвоєний масовою аудиторією та використаний для формування громадської думки. І якості прикладу можна привести практику ілюстрування в ЗМІ новин про поширення коронавірусу яскравими образами COVID-19 за допомогою макрозйомки. Також використовуються супутні фотографії лікарів і медперсоналу, екіпірованих в герметичні захисні костюми, що підсилює відчуття небезпеки та стимулює мотивацію до дії - прийняття захисних заходів та боротьби з поширенням вірусу.

Попереднє налаштування на сприйняття того чи іншого концепту в ЗМІ здійснюється за допомогою такої процедури, як праймінг. Це техніка впливу на несвідомі або слабо усвідомлювані психічні процеси в свідомості реципієнта, які дозволяють зорієнтувати його на певні види діяльності.

Саме слово «праймінг» походить від англійського «to prime» (готувати, інструктувати заздалегідь, давати попередню установку і т. п.). Зазвичай «priming» перекладається як підказка, підготовка, ефект передумання тощо. Як зазначає О. Харитонов, «... наприкінці ХХ століття психологи помітили цікаву річ. Коли дві події відбуваються одна за одною, то враження від першої можуть сильно впливати на враження від другої – навіть якщо події логічно між собою не пов'язані. Такий ефект назвали фіксованими установками або праймінгом» [26].

За різними підходами «праймінг – це явище імпліцитної пам'яті, яке представляє собою або зміну швидкості або точності вирішення задачі (перцептивної, розумової), що спостерігається після представлення інформації, пов'язаної зі змістом чи з контекстом цього завдання, але не співвідноситься прямо з її метою та вимогами; або це підвищення

ймовірності спонтанного відтворення цієї інформації у відповідних умовах» [21, с. 69]. Відповідно, з іншої точки зору, «праймінг – це несвідома (недекларативна) форма пам'яті, яка полягає в зміні здатності людини ідентифікувати, відтворювати або класифікувати об'єкт в результаті попереднього нагадування про цей або про подібний об'єкт» [21, с. 69].

На думку Л. Шнуровської, слід «розмежувати два поняття: праймінг – факт досвіду попередньої дії, яка вплинула на вирішення актуальної задачі, та праймінг-ефект – якісна (наявність або відсутність) або кількісна (швидкість або точність) зміна параметрів реакції або дії людини у відповідь на появу об'єкта, який частково або повністю є елементом попереднього досвіду» [31, с. 62].

Ефект праймінгу передбачає, що під впливом медіа у реципієнтів формуються асоціації, що мають відношення до медіа-контенту, який був реципієнтами сприйнятий. Ефект праймінгу ґрунтується на тому, що, чим меншим є у реципієнта інформації безпосередній досвід взаємодій та пізнання об'єкта дійсності, тим більшою є ймовірність, що його уявлення про ці об'єкти будуть формуватися на основі повідомлень мас-медіа.

Як було вже визначено: «.....праймінг вводить сюди також проблему тимчасового розриву між контактом повідомлення з індивідом і пригадуванням. Чим коротший цей розрив між демонстрацією повідомлення, пригадування його теми і її використанням у ментальному процесі, тим вище ймовірність того, що уявлення споживача щодо цієї теми будуть пов'язані з отриманим повідомленням. Медіаподія викликатиме спогади та певну реакцію людини» [21, с. 70].

Безпосередньо до проявів праймінгу можна віднести «копіювання індивідами поведінки героїв на телевізійному екрані. Саме на таких очікуваних ефектах часто ґрунтуються будь-які заборони. Активовані за допомогою праймінга думки, в свою чергу, активують інші семантично пов'язані думки» [21].

Можна виділити наступні види праймінгу: концептуальний праймінг, який використовує пов'язані один з одним слова; семантичний праймінг, який використовує близькі за значенням слова; позаасоціативний семантичний праймінг, який використовує складні асоціації; перцептивний праймінг, який використовує уяву та впізнавання, коли за кількома ключовими штрихами ми розуміємо, що буде намальовано на картинці; асоціативний праймінг, який використовує близькі ідеї; повторний праймінг, який працює за рахунок повторів, закріплюючи у читача чи глядача фіксацію на головну думку; маскувальний праймінг, який демонструється швидко, щоб потрапити відразу у підсвідомість; зворотний праймінг, коли людина виявляє праймінг (маніпуляцію) і робить навпаки.

Дуже цікавим для розуміння нашого суспільства є дослідження А. Бандури, який говорить про те, що «віра в реальність подій, які ми бачимо у фільмах, активно сприяє застосуванню певної поведінки, яку ми бачимо на екрані» [36, с. 680]. Л. Берковіц та Дж. Аліото вивчали ефект праймінгу «від жорстоких видів спорту (футбольний матч чи боксерський поєдинок)» [3].

Ефект праймінгу не є стабільним і залежить не тільки від часу експозиції, але також від індивідуальних особливостей людини та її сприйняття медіаконтенту. Зокрема, ефект праймінгу посилюється в тих випадках, коли люди певним чином інтерпретують значення медіапродукту (наприклад, фільму); вірять, що існують певні причини, що виправдовують агресивні або жорстокі дії персонажів; ототожнюють себе з героями фільму; вірять, що те, що відбувається на екрані - не вигадка, а реальні події; бачать сцени насильства та згадують асоціативні думки або почуття, які відбулися з ними в минулому. Це можна перевірити на реальних психологічних експериментах різних вчених. Наприклад, ефект віри в реальність того, що відбувається на екрані був доведений Л.Берковіцем та Дж.Аліото на двох групах реципієнтів. Так «обом групам транслювався один і той же фільм, але одній групі говорили, що фільм заснований на реальних бойових діях, а іншим - що фільм вигаданий. Потім учасникам експерименту видавалися

електрошокери, якими вони повинні були покарати кривдників, і перша група демонструвала більшу жорстокість, ніж друга» [3].

В основі теорії праймінгу знаходиться модель потрібної взаємозумовленості. Відповідно до цієї моделі, три компоненти пояснюють когнітивні здібності людини: поведінка; когнітивні, біологічні та інші індивідуальні характеристики, та вплив зовнішнього середовища. Ці три компоненти взаємодіють і впливають один на одного на різних рівнях.

Дж.Брайант та С. Томпсон відзначають, що «теорія праймінгу виходить з трьох моделей роботи людської пам'яті: модель кошика, модель акумуляторної батареї та синаптична модель» [5]. Модель кошика передбачає, що «пам'ять працює, як велика кошик для сміття: елементи, що знаходяться зверху, пригадуються краще, ніж все, що знаходиться знизу. Модель акумуляторної батареї передбачає, що значущим є не час активації (наскільки давно вона сталася), а частота активації (наскільки часто вона відбувається). Таким чином, активація діє подібно зарядці акумуляторної батареї (важливим є не час розрядки, а частота підзарядки). Синаптична модель комбінує дві попередні та передбачає, що поняття, яке піддалося праймінгу має більш виражений вплив протягом короткого проміжку часу» [5].

Таким чином, на думку дисертанта, «праймінг - це вплив попередньої інформації на активацію специфічних асоціацій в пам'яті без активної участі людини. Він не залежить від намірів людини, здійснює мимовільний та неусвідомлюваний вплив на вирішення завдань» [21, с. 70]. На думку дисертанта, «...зміна здатності до опізнання або вилучення інформації про об'єкт відбувається в таких умовах, в яких людина або не усвідомлює зв'язок подій, або не усвідомлює, що перша подія загалом була відсутня. У зв'язку з цим праймінг може вплинути на рішення задачі як позитивно, так і негативно» [21, с. 71]. Тобто, можна виділити як позитивний так і негативний праймінг. У першому випадку праймінг покращує (прискорює) переробку стимулу, у другому - погіршує (уповільнює).

Що стосується застосування праймінгу у політичному житті, то варто зазначити, що на сучасному етапі реальність його використання не викликає заперечень. Ще в 2011 році в наукових колах вже йшла мова про його застосування «... багато наукових підтверджують реальність праймінгу, в тому числі в політичному житті. Як приклад, можна навести ситуацію, коли людина дивиться економічний репортаж – і саме ця інформація є для глядача базовою і первинною. Пізніше цей репортаж гратиме функцію праймінгу, і буде задавати тон подальшій рекламі, в тому числі політичній. Праймінг є перспективною технологією, адже його спрямування є стратегічним, і носить конструктивний характер» [4].

Теорія політичного медіапраймінгу фокусується на тому, яким чином індивід сприймає отримувану з медіа політичну інформацію. Мається на увазі, що ця інформація впливає на індивіда, причому такий вплив є короткостроковим. У цьому є головна відмінність теорії медіапраймінгу від теорії культивування, за допомогою якої вивчаються, головним чином, довгострокові ефекти медіа. Виходить, що ефекти медіа ситуативно обумовлені, оскільки сам медіадискурс є ситуативним.

В рамках теорії політичного праймінгу довгий час вивчалися ефекти, що виражаються через поведінку індивіда. Передбачалося, наприклад, що у разі перегляду передач, в яких чималу роль відіграють різні прояви агресії по відношенню до ідеологічних супротивників, аудиторія буде активувати відповідні асоціативні зв'язки та згодом реалізовувати схожу поведінку.

Наприклад, деякі дослідники відзначають, що ті, хто дивиться регулярно телевізійні передачі, «пов'язують з показаними політичними проблемами тих політиків і партій, які, на їх думку, більше підходять для вирішення цих проблем. Чим більший інтерес певна політична проблема викликає у публіки, тим серйозніші наслідки для політика, який пов'язаний з цією проблемою» [8, с. 222]. Практично такої ж думки Дж. Брайант та С. Томпсон, які вказують, що «виборці, які проводять багато часу перед

телевізором, швидше сприймають медіаобраз кандидатів, ніж їх партійну приналежність» [5, с. 113].

Такі результати говорять про те, що ефект праймінгу активно діє в політичному житті, зокрема, в політичній рекламі. Практично кожний політичний актор бажає впливати на процес активації пам'яті виборця. Автор роботи в одній в своїй публікації приводив приклад: «людина попередньо дивиться репортаж з якоїсь економічної проблеми, то в неї виникають відповідні асоціації цього початкового концепту, які активізують інформацію з даної теми і вона буде присутня на ближчому до свідомості рівні, ніж будь-яка інша інформація. В такому випадку телевізійний сюжет створюється таким чином, що ця проблема стає важливою, коли вона приєднується до іншої інформації, наприклад до політичного життя, до політичної реклами» [21]. Отже, така модель чи повідомлення виконують функцію праймінгу і здійснюють визначення тональності «інтерпретації подальшої реклами» [21]. У більшості випадків політичного діяча не задовольнить ситуація, коли рекламу про його діяльність буде трансльовано після репортажу, який за тематикою або напрямом не відноситься до політичного життя. Наприклад, політичний діяч, який не має достатніх знань в економічній сфері не погодиться щоб реклама про нього йшла саме після інформації про економічні проблеми.

Важливим додатковим елементом праймінгового процесу є застосування тригерів. Потреба у введенні тригерів обумовлена необхідністю аналізу подій, які безпосередньо не пов'язані з політикою, але можуть інтерпретуватися в політичному ключі. Тобто, необхідно описати природу асоціативних зв'язків не з позицій редукції значень або установки семантичних ланцюгів, а з позиції політичної аксіології.

Тригер рухає асоціативний ланцюжок по відношенню до певного знаку-моменту, який потім співвідноситься з політичною системою. Це не означає, що ціннісно-політичний тригер не може виступати в якості об'єкта оцінки, різниця лише в тому, що тоді він перестане бути тригером.

Тригер знаходиться в двох положеннях: оцінюваний тригер вже не є тригером, він стає об'єктом оцінки, а неоцінений тригер залишиться тригером і може запуснути ланцюжок асоціативних зв'язків, в результаті чого ми отримаємо оцінку індивідом явищ, більш широких, ніж сам тригер.

Слід зазначити, що у разі коли реакція на тригер є автоматичною, то й «... протидія має бути теж автоматичною, щоб людина сама керувала собою, своїм вибором, хоча не всі психологічні тригери є негативними, існують й позитивні», на це вказує О.Кузнецова, і далі продовжує, що «... тригери в мас-медіа, що викликають позитивні емоції, за впливом на аудиторію можна назвати конструктивними, а тригери, які викликають негативні емоції – деструктивними. За кількісною ознакою аудиторії впливу психологічні тригери поділяють на особові (впливають на особу) та масові (впливають на маси, прикладом є тригери в природних ЗМК (різних видах зборів) та технічних ЗМК (мас-медіа). За способом комунікації масові тригери поділяють на мас-медійні та усні тригери. Останні розповсюджуються через приватні розмови, промови на зборах, мітингах, демонстраціях та ін.)» [16].

Політичний тригер схильний до повторення. Він регулярно зустрічається в текстах, що сприяє його фіксації в свідомості індивіда та активації подальшого сценарію. Він повинен бути пізнаваним, інакше активація не відбудеться, і найпростіший спосіб домогтися впізнаваності – повторення його не тільки в рамках одного тексту, а й в сукупності текстів різних тематик, які часом не відносяться безпосередньо до цього політичному тригеру або зовсім до політики.

Одним з цікавих прийомів вибудовування та подачі інформації в ЗМІ є сторітеллінг, в основі якого є уявлення про наявність в будь-якому досить розгорнутому тексті певної оповідної структури, що дозволяє оформити його як історію або розповідь. Дослідженнями таких історій та розповідей в самих різних областях людської діяльності займається цікава дисципліна – нарратологія. Спираючись на порівняльний аналіз драматургічних творів, вона виділяє кілька ключових елементів, які присутні практично в будь-якій

схемі класичних сюжетів: тема (що сталося і чому), оповідач (вихідна точка зору автора), герої (учасники подій), події (те, що відбувається з героями), час (певна протяжність подій), місце (декорації, в яких розгортається історія) та причинно-наслідкові зв'язки (те, що поєднує всі елементи наративу між собою).

Крім традиційного використання в літературі, мистецтві та журналістиці, сторітеллінг все частіше застосовується в політичній рекламі. Цю технологію останнім часом використовують для визначення та включення спірних питань в інституційного, публічного або недійного устрою шляхом конструювання і трансляції стейкхолдерам різних історій для досягнення конкретних цілей. Історії конструюються і розповідаються для того, щоб працювати з аудиторією: інформувати, пояснювати, розважати, справляти враження, попереджати, залякувати, моралізувати, переконувати, порушувати симпатію, вселяти надію. Історія при цьому вибудовується як авторська інтерпретація розставлених в причинно-часовій послідовності реальних або вигаданих пригод за участю суб'єктів, сенс дій яких визначається цілісною конфігурацією розповіді та її єдиним значенням. Крім того, в рамках тієї чи іншої культурної традиції складаються шаблонні історії як канонічні інтерпретації найбільш значущих подій (наприклад, Друга світова війна).

Для ефективної побудови історії необхідні особливі властивості її конструкції: це впізнаваність історії, жанрова адекватність, «точність» щодо шаблонних історій, захопливість, емоційність тощо. Саме такі історії відповідають людській схильності породжувати яскравіші та стійкі образи в пам'яті. Історії допомагають організувати наше сприйняття та осмислення соціальної реальності за допомогою поєднання начебто незалежних і розрізнених фрагментів в співвіднесені один з одним частини цілого.

Разом з тим абсолютне панування будь-якої історії в публічному дискурсі неможливо, оскільки будь-яка соціальна група, що зуміла створити впливову дискурсивну коаліцію, може змістити таку історію на периферію.

За рахунок цього політики та політтехнологи, громадські активісти та неформальні лідери нав'язують іншим учасникам кращі когнітивно-оціночні та афективні координати сприйняття та інтерпретації соціальних проблем і пропонованих рішень. Політична історія драматизує ситуацію, коли «історії занепаду» пояснюють, як правильна політика може врятувати від катастрофи, а «історії контролю» пропонують способи відновлення спокою і порядку.

За рахунок маніпулювання рамками сприйняття тексту журналісти отримали можливість істотно варіювати смислові межі повідомлення, змінюючи можливості його інтерпретації в залежності від складу контексту.

Так виникає ефект фреймінгу в ЗМІ, який сьогодні все частіше застосовується для посилення впливу на аудиторію з метою формування громадської думки. Поняття фрейм використовується в концепціях різних авторів (Г. Бейтсон, М. Мінські, Дж. Брунер, І. Гофман) і пов'язане зі сприйняттям реальності та створенням упорядкованого, несуперечливого образу того, що сприйнято та засвоєно. Як правило, фрейм не усвідомлюється суб'єктом, а спроба його виявлення та пояснення призводить до дезорганізації сприйняття та діяльності. Подібно до того, як особистісні смисли породжують окремі слова і фрази в нашій мові, так і фрейми організують наше визначення реальності на емоційному та когнітивному рівнях, що сприяє більш простому (але далеко не завжди адекватного) розумінню ситуації та можливості сформулювати своє ставлення до неї для подальших дій. Аналогічним чином на рівні стереотипів діють ЗМІ, які здатні зібрати воедино безліч фрагментів емпіричної реальності та сконструювати з них несуперечливий образ події, відповідний уявленням аудиторії.

Під впливом інформації, яка подається в певному ракурсі, складається певний образ і перевага віддається на користь того чи іншого рішення. Форма подачі матеріалу застосовується як обрамлення, щоб підкреслити позитивний або негативний зміст. Тип обрамлення, який використовується для подання інформації, здійснює значний вплив на судження аудиторії і,

отже, є потужним фактором впливу на поведінку. Саме так фреймінг використовується в новинних ЗМІ, політичних виступах, пропаганді та рекламі.

Фреймінг активно використовується в вибудовуванні сюжетів новин про пандемію коронавірусу з метою досягти балансу в співвідношенні негативного та позитивного висвітлення подій.

Форма подачі матеріалу в ЗМІ завжди була так само важлива, як і його смисловий зміст, але в сучасних умовах набула більш важливого значення. Застосування та змішування, комбінування різних засобів виразності для оформлення матеріалу називається дизайнінгом або композітингом, який завжди обмежений рамками формату та жанру. Формат можна розуміти як технологічний засіб організації виробництва інформації та її обміну в рамках тієї чи іншої комунікаційної платформи (наприклад, електронних засобів телерадіомовлення, цифрових конверсій інформації для розміщення в Інтернеті і т. п.). Формат слід відрізнити від дискурсу та жанру як форм реалізації мовної практики, адже він є необхідною умовою її здійснення. Формат задає технологічні можливості створення повідомлення та визначає сам засіб його трансляції та донесення до адресата.

На іншому рівні можна виділити прийняту в ЗМІ систему конвенцій, що дозволяють ідентифікувати вироблений ними інформаційний продукт і класифікувати різні медіа тексти. Їх диференціація пов'язана з відмінностями в основних засобах вираження відношення до подій: повідомлення фактів, інтерпретація подій, образно-публіцистичне висвітлення фактів і подій. ці засоби визначають специфіку жанрів журналістики: інформаційні жанри (замітка, огляд, звіт, інтерв'ю, репортаж); аналітичні жанри (огляд, бесіда, коментар); документально-художні жанри (нарис, фейлетон). Кожен має свої структурно-композиційні та стилістичні особливості.

Найбільше жанрове розмаїття можна спостерігати в сфері інформаційних програм, де співіснують інформаційні, інформаційно-аналітичні, інформаційно-музичні, інформаційно-розважальні та

інформаційно-рекламні програми. При цьому жанри не ізольовані та впливають один на одного до рівня взаємопроникнення. Серед них особливе значення мають універсальні жанри, що поєднують різні види ЗМІ, але мають свою видову специфіку (інтерв'ю - радіоінтерв'ю - телеінтерв'ю). Жанр визначає форму подачі матеріалу в цілому. Для інформаційних жанрів характерна більш нейтральна, але ідеологічно заангажована наративна форма у прихованому вигляді (аналітична стаття, інформаційна замітка, інтерв'ю, репортаж). Публіцистичним текстам (шляховий нарис, фейлетон або памфлет, авторська замітка) властиво яскраво виражене авторське бачення, суб'єктивність та навіть упередженість, передбачено активне використання лексико-стилістичних елементів, характерних для художньої літератури.

Зараз об'єднуючий ефект цифрової конвергенції сприяє уніфікації інформаційних обмінів. За рахунок цього піддаються переосмисленню традиційні засоби класифікації інформаційної продукції ЗМІ за видами та жанрами, відбувається яскраво виражене змішання форматів і жанрів. Так щоб викликати довіру споживача, художнє кіно може імітувати документальне, рекламний текст підробляється під аналітичний репортаж, а в новинах поширюється фейкова інформація, що призводить до зміни класифікаційних вимог та появи гібридних жанрів.

Прикладом активного використання дизайнінгу в ситуації з пандемією коронавірусу може бути величезна кількість недостовірних повідомлень, чутоків, які маскуються під неупереджені та об'єктивні новини або, навпаки, представляють «особисту», суб'єктивно забарвлену інформацію на противагу офіційним ЗМІ, на жаль, характерно для соціальних мереж.

## *2.2. Роль інформаційно-комунікативних ресурсів в конфліктних відносинах.*

Політична сфера сучасної України бурхливо трансформується, а «суттєвими аспектами цих трансформації постають не лише владно-інституційні чинники політичної діяльності, а й розвиток комунікаційного

виміру української політики. Постійна конкурентна боротьба між провідними суб'єктами політики, загострює проблему вибору засобів та способів досягнення політичної переваги, набуття владного ресурсу» [6, с. 242]. А це зумовлює виникнення різноманітних конфліктних відносин. У конфліктних відносинах набувають особливої важливості так звані інформаційно-комунікативні ресурси. Під інформаційно-комунікативними ресурсами слід розуміти весь спектр даних, що стосуються конфліктних відносин, а також шляхи та засоби їх доставки, видозміни та напрямки. До інформаційних ресурсів відносяться дані про сторони конфлікту, їх конфліктний потенціал, інтереси, цілі, стратегія та тактика дій, їх мотивації, сприйняття, культура, внутрішня та зовнішня політика, традиції тощо.

На думку дисертанта, «рівень розвитку інформаційного простору вирішальним чином впливає на основні сфери суспільства – соціально-політичну, економічну, культурно-ідеологічну. Від цього рівня залежать поведінка людей, формування суспільно-політичних рухів, соціальна безпека». І тут слід відзначити, що дійсно ЗМІ мають можливість, з однієї сторони, «підтримувати, зміцнювати, розвивати політичну систему суспільства», а з другої сторони - «розхитувати та деформувати її» [22].

Як правильно зазначає Д. Яковлєв, «влада ЗМІ може бути спрямована на руйнування демократичних інститутів і процесів, а може бути використана для підтримки демократії» [30, с. 14]. З точки зору дисертанта, ЗМІ «створені для публічної та відкритої передачі різних відомостей за допомогою спеціального технічного інструментарію будь-яким особам чи групам. Практично про всі значущі події, що відбуваються в світі, аудиторія дізнається з матеріалів ЗМІ, сприймаючи реальність крізь призму їх думки. Вони характеризується безліччю складових елементів: змістом, властивостями, формами, методами та певними рівнями організації» [22, с. 140].

Конфлікт – це не тільки взаємодія та протиборство (інтеракція), але й комунікація, в першу чергу – взаємопредставлення учасників конфлікту,

взаємне вивчення, набуття досвіду альтернативних взаємин. Інформація має таку силу, як і інші стратегічні ресурси, її можна обміняти, продати, інформацією можна вгамувати інформаційний голод. В конфлікті інформація виступає одним з головних ресурсів, це є знання свого місця та місця суперника в цьому конфлікті; хибне уявлення або сприйняття, і розуміння того на якому шляху ми знаходимося.

Крім інформаційних ресурсів, необхідно виділити комунікативні ресурси як засіб доставки інформативних. Тобто, якщо є інформація, то цього ще не достатньо. Слід мати відповідні канали та засоби її доставки, відправника та споживача, інформація повинна бути адаптована відповідно до конкретного споживача та особливостям його сприйняття.

Комунікативні ресурси – це канали, засоби та методи отримання і відправлення інформації, її доставки адресату, її перевірки, зміни, навмисного спотворення, інтерпретації, нав'язування супернику, це – методи створення громадської думки та маніпуляції. Нарешті, комунікативні ресурси – технологічні та технічні засоби забезпечення політики, зокрема, в умовах конфлікту та кризи. Динаміка сучасних конфліктних відносин безпосередньо, більш ніж будь-коли раніше, залежить саме від таких інформаційно-комунікативних ресурсів, перш за все тому, що учасники сучасних конфліктів, незважаючи на свою войовничість та агресивність, не покладаються лише на силу зброї. Сучасний учасник конфлікту має вміти не тільки воювати, а й переконувати. І як відзначає Д.Яровий, «..оскільки весь континуум конфліктних соціально-політичних процесів, в тому числі громадянське протистояння, розгортається в комунікативній сфері, учасниками таких конфліктів стають всі члени суспільства, які беруть участь у відтворенні тих чи інших дискурсів. Розуміння та пояснення сутності дискурсу як такого допоможе пояснити, як саме дискурси взаємодіють у боротьбі за привілейоване становище і чому нарощування в дискурсі градієнту протистояння безпосередньо пов'язане із закріпленням та відтворенням ієрархії в соціально-політичних конфліктах» [34, с.40].

Крім того, сучасні науковці та практики вказують на те, що причиною відомих історій конфліктів та широкомасштабних воєн була не тільки дійсна, а й уявна, помилкова недовіра сторін, упереджене ставлення один до одного.

Загалом, слід зазначити, що проблеми сприйняття сторін в конфлікті є центральною темою багатьох сучасних досліджень в різних галузях знань. Проблеми та особливості сприйняття сторін конфлікту досліджуються поряд з такими політичними питаннями як «образ ворога» та його нагнітання, формування іміджу конфлікту та його зміна, фактори ризику в конфліктній поведінці та динаміка їх зміни, а також багато іншого. В основі більшості подібних досліджень є припущення про те, що найчастіше конфлікти розгортаються не з приводу реальних, дійсних протиріч в інтересах, цілях і цінностях сторін конфлікту і їх принципової несумісності, а з причини взаємосприйняття сторонами один одного як ворогів, що загрожують власним життєво важливим цінностям. Таке сприйняття може мати більш-менш ймовірний зв'язок з об'єктивною реальністю, однак, не виключено, що вороже сприйняття сторонами конфлікту роздуте, перебільшено (найчастіше навмисне) та є результатом нагнітання ситуації засобами масової інформації. У результаті не виключено, що подібне конфліктне взаємопротистояння може бути помилковим.

Так, наприклад, політичний психолог Р. Джервіс вважає, що «сторони конфлікту бачать лише те, що припускають побачити» [48, с. 35]. Такої ж думки дотримуються американські психологи І. Джейніс і Л. Манн [49, с. 85]. У подібних випадках мова йде не про об'єктивну, а про суб'єктивну картину конфлікту, яка інколи зовсім не відповідає реальності, що створена очікуваннями, припущеннями, бажаннями та страхами його учасників.

Проблема сприйняття в конфлікті може бути розглянута з різних позицій. Перш за все, це ряд досліджень присвячених «образу ворога». Згідно з результатами досліджень щодо конфліктних сприйнятів та уявлень, взаємосприйняття учасників конфлікту може бути охарактеризоване як «образ ворога», де кожен з учасників наділяє образ іншого

характеристиками, які властиві ворогові, і які з часом лише ще більше сприймаються у негативному світлі. Цікавим тут є приклад, щодо відносин України та Росії, СРСР та США тощо.

Практика дає можливість стверджувати, що кожен з учасників конфлікту наділяє іншого нелюдськими (надлюдськими) властивостями та якостями, перетворюючи його на щось абстрактне та страшне. Наприклад, відома історія щодо «хлопчика, який був розп'ятий в трусиках» українськими військовими під час війни на сході України [9].

Потрапляючи в світ образів, реальні характеристики суперника набувають гіперболізованої форми; його позитивні якості навмисне чи несвідомо замовчуються або не помічаються, у той час коли як негативні - роздуваються неймовірно, перетворюючись в якийсь цілісний образ з негативних зовнішніх і внутрішніх властивостей. В світі «образів ворога», учасники конфлікту сприймають будь-яку дію суперника як загрозу, відповідно, намагаються попередити агресивні дії суперника власними агресивними діями, які викликаються у відповідь, не менше, а часом з більш агресивною та хворобливою реакцією.

Правильно визначає з цього приводу О. Кузнецова, що «... у побуті деструктивним варіантом реагування на тригери в міжособовому спілкуванні є лайка, паління, зловживання алкоголем, вживання наркотиків. Під впливом психологічних тригерів людина починає шкодити собі та соціуму. Чимало людей після якихось слів, що їх зачепили за живе чи після події, що справила на них сильне враження, під дією психологічного тригера, миттєво переходять в стан некерованості, і згодом у більшості випадків не можуть чітко відтворити в пам'яті ту мить, коли їх опанував неконтрольований стан. Нерозпізані тригери спрацьовують автоматично, наче інтегровані в пам'ять людей» [16].

Такий реальний механізм ескалації конфлікту, в основі якого не реальна, а уявна загроза, помилкове сприйняття протиріччя інтересів, несумісність цілей. При цьому, вкрай негативне сприйняття суперника як

небезпечного ворога, вбивцю і тому подібне, – обов'язково співставляється учасниками конфлікту із власним позитивним образом. На тлі нелюдських якостей ворога, кожен з учасників конфлікту представляє себе у ролі жертви, яка несправедливо постраждала від навал, набігів, домагань та претензій суперника (найчастіше територіальних, політичних, економічних). Кожна зі сторін намагається виправдати власні вчинки, представивши їх як вимушені заходи оборони, захисту, відновлення справедливості. В сучасному світі наявно багато прикладів таких ситуацій, політичних криз тощо.

Варто нагадати, що конфліктне сприйняття не обов'язково є вигаданим та віртуальним. Практично завжди це сприйняття має за основу певні події чи конкретні факти. У певних випадках вони не суперечать тим образам, які створюються навколо них і на їх основі, більш того, ці події та факти постійно підкріплюють створений образ, відкладаючись в пам'яті учасників на довгі роки. Так, під час Другої світової війни і після неї виник певний образ німецько-фашистського загарбника (образ ворога), який наділений набором негативних якостей – дурістю (тупістю), агресивністю, жорстокістю, зарозумілістю, причому колір та інші атрибути військової форми фашистів лише сприяли такому негативному сприйняттю. Цей образ ворога - німецько-фашистського загарбника, міцно увійшов в радянський кінематограф, де на роль фашистів підбиралися артисти з грубими рисами обличчя та різкими голосами, які викрикують ряд стандартних німецьких закликів, команд чи лайок. В результаті виник ланцюг асоціативних, стереотипних сприйняття: Німець -> Фашист -> Агресор -> Ворог -> Об'єкт ненависті та боротьби. Причому, перша ланка даного ланцюгу «Німець – Фашист» має можливість помилкового сприйняття та є гіперболізованою, тому що не будь-який німець є фашист, а потім ворог, якого слід ненавидіти та з яким слід боротися. Проте, таким було ставлення до всіх без винятку німців довгий час. Ще один, більш сучасний приклад приводить О. Кузнецова: «на екрані російський телеканал відтворює події на Майдані під час Революції гідності, а саме учасників із фаєрами, а російський коментатор застосовує до них стереотип –

фашисти, що є психологічним тригером, який активізує в телеаудиторії почуття ненависті до фашистів, адже у всіх громадян колишнього СРСР, які пам'ятають самі або з розповідей старших, з фільмів, книг страшні часи німецько-гітлерівської окупації, це слово викликає не просто негативні емоції до фашистів, а й бажання захищатися від них, вбивати їх. Тригер – фашисти знімає у таких людей абу на вбивство, нівелює моральну цінність – не вбий» [16].

Саме на подібних випадках безпосередньо застосовна теорія створення «образу ворога». У сприйнятті сторонами інших конфліктів один одного також спостерігаються схожі об'єктивні та суб'єктивні механізми його конструювання. Наприклад, в карабаському конфлікті взаємосприйняття сторін повністю підпадає під дане визначення. Вірмени представляються азербайджанцям як агресори, які зайняли чужу землю, Вірменія сприймається як країна, яка підтримує та тримається за Росію і т. п. Дещо інший образ ворогу виник у вірмен щодо азербайджанців, які асоціюються у вірмен з турками (азербайджанці - молодші брати турок). Турки і, відповідно, азербайджанці асоціюються у вірмен з такими якостями, як «погані і небезпечні сусіди - прихильники ідей пантюркізму», «хитрі та підступні», «підкупують всіх своєю нафтою» і т. д.

Показовим є приклад кубинської (карибської) кризи 1962 року, яка була подолана завдяки зміні помилкового сприйняття як самого конфлікту, так і причин участі в ньому сторін. Даний приклад описується як успішний випадок вирішення міжнародної кризи шляхом налагодження адекватних і прямих каналів комунікації, по яким почала надходити оперативна, неспотворена особливостями сприйняття інформація.

Крім такого «образу ворога», який є результатом особливостей взаємосприйняття учасників конфліктів, є ще один феномен конфліктного сприйняття під назвою «дзеркальні образи» - це взаємопредставлення сторін конфлікту, які є взаємовідображеними. Тобто, якщо учасник конфлікту хоче дізнатися, що про нього думає інший учасник, то для цього найпростіше

перебрати в пам'яті все те, що ти сам про нього думаєш. Феномен «дзеркальних образів» конфліктного сприйняття небезпечний в тому плані, що сприяє нагнітання ситуації. Учасникам конфлікту здається, що їх інтереси та цілі прямо протилежні, що ще більше загострює конфлікт і ускладнює його вирішення мирними засобами. Зокрема, феномен «дзеркальних образів» характеризує взаємопредставлення громадян США і СРСР в епоху «холодної війни». Вони були дуже схожими, обидві сторони уявляли собі громадян протилежної супердержави як «однакових, односторонньо розвинених, примітивних, тупих та вкрай агресивних».

Схожі «дзеркальні образи» спостерігаються зараз у представників країн розвинених демократій та країн «третього світу». Саме визначення цих країн як розвинених та відсталих вже говорить про наявність між ними конфліктного потенціалу. Причому, «дзеркальні образи» конфліктних образів в цих країнах швидше за все підживлюються існуючим в політичній науці та риториці принципом поділу всіх країн на демократичні (позитивні), і недемократичні (відповідно, негативні). Подібний принцип поділу країн і політичних режимів є дуже сумнівним та спрощеним, проте ідеологічно ефективним і вигідним насамперед країнам, які вважають себе демократіями, щоб відокремити себе від інших «не демократичних». Така ситуація створює атмосферу взаємного заперечення, для якого знаходиться безліч приводів та виправдань.

В системі досліджень особливостей конфліктного сприйняття слід виділити напрям робіт, присвячених проблемі стереотипного сприйняття в конфлікті. Згідно з визначенням, стереотипи є певними переконаннями та звичними знаннями людей щодо якостей та рис характеру інших індивідів, а також подій, явищ, речей. Основними характеристиками стереотипу як соціального феномену є упередженість, спрощеність, емоційна насиченість та відносна стійкість. «Сутність стереотипізації полягає у перебудові складних для розуміння соціально-політичних фактів та явищ за певними схемами. У результаті у свідомості громадськості утворюються спрощені

образи, стійкі стандартизовані уявлення – стереотипи, які реалізуються у вигляді апріорних шаблонів сприйняття та судження, втілюються в готові формули – штампи, ярлики, установки й розповсюджуються через засоби масової комунікації» [17, с. 212].

До цього можна додати гіпотетичність уявлень, їх сильну детермінованість освітою, культурою, пропагандою, чутками; асиметричність інформаційних впливів, що проявляється у неадекватності, умисній або випадковій невідповідності отримання та сприйняття стереотипу тощо. В разі політичного стереотипу – це масштабність носія і сфери охоплення, ідеологізованість, інколи це й агресивність, особливо в умовах конфлікту.

Стереотипність уявлень носить як особистий, так і масовий характер. Стереотипність індивідуальних уявлень є більш детермінованою масовою свідомістю, ніж навпаки. Найбільшу силу стереотипи набувають саме на рівні масової свідомості. На думку В.Ліпмена: «...стереотип містить в собі оціночний аспект... який виступає у вигляді установки, емоційного спілкування тощо. Стереотип – це не лише спрощення. Він надзвичайно заряджений почуттями» [19, с. 128]. «Оціночний елемент стереотипу (установка) завжди свідомо детермінований, оскільки стереотип, висловлюючи почуття особистості, її систему цінностей, завжди поєднаний з груповими почуттями та груповими діями... стереотипи ефективно управляють всім процесом сприйняття, будучи етапом оцінки та відповідно захисту особистості, що входить до цієї групи. в кінцевому рахунку стереотипи сприяють процесу тлумачення соціально-політичної єдності групи» [20, с. 90].

Оціночний компонент стереотипної свідомості в тією чи іншою мірою визначає людську поведінку, в якій оцінка та вибір здійснюються на підставі стереотипних уявлень. У.Ільницька з цього приводу зазначає, що «..стереотип, який існує у формі певної оцінки або судження, як правило, абстрагований від деталей і лаконічно передає сутність суб'єкта, події, явища

одним словом, словосполученням, реченням, малюнком, що зрозумілі усім або більшості. Тобто, стереотип не може бути надто багатограним та ускладненим» [14, с. 98].

Стереотипи нерідко визначаються в зв'язку з особливостями сприйняття, яке, в свою чергу, схильне до конкретних соціально-індивідуальних факторів. Так, можна виділити повсякденний, побутовий, комунікативний, національний, етнічний стереотипи і т. д., які тією чи іншою мірою переплітаються зі стереотипним політичним сприйняттям. Наприклад, щодо національного стереотипу деякі науковці відзначають, що «нації, які знаходяться на високому рівні економічного розвитку, підкреслюють у собі такі якості, як розум, діловитість, підприємливість, а нації з більш відсталою економікою – доброту, щирість, гостинність» [5, с. 152].

Тут особливе значення має сприйняття історії свого народу, його національних традицій та звичаїв, ставлення своєї країни з іншими державами. Інколи уявлення про інші народи носить односторонній характер, тим більше що існує тенденція описувати інші нації схематично, позитивними або негативними рисами. Ці образи можуть бути позбавлені реальної основи, але тим не менше вони здійснюють значний вплив на суспільне сприйняття та свідомість. Сприймаючи ситуацію певним чином, політичний актор оцінює необхідність своїх дій, тому стереотип стає елементом оцінки, яка є суб'єктивною складовою сприйняття. І саме тут проявляються особливості стереотипного сприйняття в умовах політичного конфлікту.

Стереотипність властива не тільки для масової, а й для індивідуальної свідомості, що, відповідно, відбивається на масовому та індивідуальному рівні сприйняття політичного процесу. Конфліктне сприйняття не тільки є стереотипним, але й, що не менш важливо, є фактором звуження можливих альтернатив вирішення проблеми. І це приводить до формування мінімуму рішень, які, у більшості випадків, є безкомпромісними варіантами. Серед шляхів виходу з таких конфліктних відносин необхідно подолання

конфліктного сприйняття та зміни стереотипів. В умовах конфліктних відносин стереотипні сприйняття та уявлення здатні дуже швидко перетворюватися в забобони – упереджені ворожі настрої та уявлення, які не мають достатніх підстав. А забобони, в свою чергу, посилюють конфліктне сприйняття. І саме національні (етнічні) забобони є найбільш небезпечними. Саме упереджене, негативне ставлення до представників інших етнічних груп, підживлює негатив окремими випадками повсякденного життя і розповсюджується на весь народ.

Даний механізм розширення поля конфлікту дуже характерний для міжетнічних конфліктів. Одним з проявів подібних забобонів є ксенофобія. Зокрема, негативне ставлення до іноземців як результат забобонів може бути наслідком незнання, закритості по відношенню до зовнішнього середовища, а також проявом захисного рефлексу проти того, чого не розумієш. Забобони можуть проявлятися в різних дискримінаціях – етнічних, расових, вікових та ін. Дискримінація, яка підживлюється забобонами, може ґрунтуватися на різних упередженнях, страхах, тривозі, міфах, упередженому ставленні, пошуку «винного» (наприклад, етнічні забобони по відношенню до чеченців, кавказців, до чорношкірих і кольорових, до китайців тощо).

Подолання всіх видів дискримінації є критерієм цивілізованості. В умовах конфліктних комунікацій дуже важливою є адекватність та взаємопорозуміння учасників. Тобто, інформація, яка кодується одним з учасників комунікації та відправляється іншому учаснику, повинна бути отримана та декодована (зрозуміла) іншим учасником у повній відповідності до задуму відправника. Неадекватність інформації породжує помилкове сприйняття, відповідно, неадекватні, помилкові дії по відношенню до іншого учасника. В умовах конфлікту це вкрай небезпечно. Неадекватність отриманої інформації, її невідповідність початковому стану і задумом відправника може бути наслідком декількох причин, серед яких можна виділити збій та спотворення інформації в результаті поганої роботи каналу. Так, ЗМІ нерідко спотворюють первинні дані, трансформуючи їх у вигідному

або, навпаки, помилковому руслі. Крім того, відправлена інформація може бути перекручена внаслідок відсутності у одержувача вміння, навичок, здатності і навіть бажання зрозуміти відправника адекватно.

У стані конфлікту найбільш ймовірно ситуація, коли сторони не бажають зрозуміти один одного та адекватно сприйняти позицію іншого. З цієї точки зору актуальним залишається типологізація конфліктного сприйняття австралійського вченого Дж.Річардсона. Вчений виділяє такі типи взаємодії:

1. Сприйняття можливостей противника. Кожен з учасників конфлікту має певне сприйняття того, які можливості до дій має потенційний або реальний противник, якими ресурсами той володіє, що є найбільш виграшним для суперника і якою мірою той здатний скористатися своїм стратегічним потенціалом. Наприклад, супердержави і всі інші країни завжди сприймаються по різному, причому супердержави зазвичай сприймаються саме як військова міць, силові здібності.

2. Сприйняття намірів противника. В умовах конфлікту дуже важливо знати, який намір має противник, які його справжні цілі та прагнення. З точки зору вченого, «сприйняття намірів країни противника ґрунтується на створеному цією країною іміджі, образі дій в минулому. Це означає, що, намагаючись вгадати дії противника, припущення ґрунтуються на попередньому досвіді в аналогічних ситуаціях: те, як учасник конфлікту поведився в схожих ситуаціях в минулому, може означати ймовірність аналогічної поведінки сьогодні» [44]. Подібне сприйняття намірів противника є стереотипним, воно може бути корисним, проте, не виключена ймовірність помилки.

3. Сприйняття ефективності власних дій. Кожен з учасників конфлікту, певним чином сприймаючи наміри та дії противника, реагує власним сприйняттям ступеня адекватності та ефективності дій. Мета учасників конфлікту – не поступитися противнику, тому власні дії сприймаються в безпосередньому зв'язку з діями супротивника. Даний феномен може мати й

зворотний, негативний ефект. Якщо дії противника сприйняті неправильно, то відповідно неправильно будується власна стратегія, що може бути вигідно противнику. Так, Зб. Бжезінський вважав, що вступ радянських військ до Афганістану в 1979 році був помилкою СРСР. Але, більш важливим з його позиції було те, що ця помилка була навмисне інсценована США. Вчений вважав, що США підштовхнули СРСР до подібних дій, попередньо створивши у радянській еліті враження, що самі збираються заволодіти Афганістаном. Радянські війська увійшли в Афганістан, зазнали поразки, були деморалізовані. Як вважає Зб. Бжезінський, «Радянський Союз отримав свій «В'єтнам» [Цит. за : 28].

4. Сприйняття тенденцій розвитку ситуації. На думку Д. Річардсона, кожна з конфліктних сторін має власне розуміння щодо подальшого розвитку конфліктної ситуації я як дій слід робити надалі [44]. Відповідно, кожна зі сторін визначає свою націленість на вирішення конфлікту. Тут також може виникнути проблема в зв'язку з різним сприйняттям кожної зі сторін того, як буде розвиватися конфлікт.

5. Сприйняття ризику (ймовірності) війни. Загострення конфліктних відносин створює ймовірність силових та військових дій, причому кожна зі сторін може по різному оцінювати вірогідність війни. Це означає, що початок військових дій може бути більш імовірним для одного з учасників конфлікту і менш імовірним (навіть неможливим) для іншого. В результаті, той з учасників, який більш підготовлений до можливої війни, буде вести її більш успішно. Прикладом є відносини між Україною та РФ. Але, можна зробити й інше припущення: чим сильніше учасник конфлікту сприймає ймовірність війни, тим більш імовірною є його участь у військових діях, тобто, саме цей учасник інсценує початок військових дій в якості попереджувальної дії. Помилкове сприйняття ситуації може стати причиною початку конфлікту. Кожна зі сторін спробує звинуватити іншу сторону в подібному розвитку ситуації. І тут виникає питання: які комунікативні причини саме такого помилкового сприйняття учасників конфлікту. Головною причиною є

відсутність «прямих, безпосередніх каналів комунікацій між учасниками» [41, с. 149]. В таких ситуаціях учасники конфлікту отримують інформацію про дії та наміри іншого з додаткових, непрямих джерел. Так, в разі міжособистісного конфлікту неможливість чи небажання безпосереднього спілкування сторін змушує їх звертатися до якогось третьої особи, яка буде виконувати функцію непрямого джерела інформації для кожного з учасників.

У разі міждержавного конфлікту, за умови відсутності прямих адекватних комунікацій між урядами, кожна зі сторін заявляє власну позицію в конфлікті за допомогою власних ЗМІ, які для протилежної сторони є непрямими, другорядними джерелами інформації. Той же Р. Лебоу в якості прикладу приводить «корейську кризу 50-х років минулого століття, коли Китай, відчуваючи загрозу власним інтересам, всіяко намагався попередити США про свою готовність втрутитися в конфлікт, якщо Америка буде продовжувати свої агресивні і неприйнятні для Китаю дії. Через брак прямих каналів комунікації з Америкою, Китай відправляв відповідні повідомлення через свою пресу і радіо. У той же час для США китайські ЗМІ не були авторитетним джерелом інформації, більш того, американці вважали їх прокомуністичними та ідеологізованими, яким не модна довіряти. В результаті наміри Китаю, не були адекватно сприйняті американцями» [41, с. 149].

Інколи виникає ситуація, коли учасники конфлікту відтворюють комунікацію в односторонньому напрямку. Тобто, кожна сторона висловлює лише свою думку, не сприймає аргументи суперника. Таких випадків досить багато у внутрішньо-політичному житті, де влада та опозиція намагаються звинуватити один одного. Типові випадки, коли сторони конфлікту підтримують двосторонню комунікацію лише формально, заради демонстрації готовності вислухати іншого, бути справедливим до іншого, бути цивілізованим і т. д. Насправді реального обміну важливою інформацією, яка здатна вплинути на хід конфлікту, не відбувається.

Загалом, адекватному вирішенню таких ситуацій сприяє виважена інформаційна політика держави. На думку дисертантки, «... в системі регулювання соціальних і політичних відносин в сучасному інформаційному суспільстві центральне місце займає державна інформаційна політика – діяльність системи органів державної влади та управління в інформаційно-психологічній сфері, компетенція яких визначається чинним, інформаційним законодавством» [22].

Якщо ж говорити про сучасні умови, які характеризуються дуже високим рівнем складності то, сьогодні «інформаційна політика багато в чому сприяє формуванню та розвитку нової системи інформаційно-психологічних відносин, що дозволяють сучасному суспільству перейти на новий, революційний етап розвитку, забезпечує захист національних інтересів і інформаційно-психологічну безпеку особистості, суспільства та держави в умовах, які постійно змінюються» [22].

Як визначає О. Панченко, «такі відносини можна розділити на кілька моделей в залежності від типу політичного режиму, переважної форми власності ЗМІ та їхньої політичної позиції. Ці моделі відображають типи взаємовідносин суб'єктів інформаційної політики та засобів масової інформації: тоталітарна, яка передбачає жорсткий диктат з боку держави по відношенню до всіх об'єктів інформаційної сфери без винятку; плюралістична, передбачає наявність опозиційних, а також приватних, недержавних структур, що діють в даній сфері; тоталітарно-плюралістична, при якій ідеологічна багатоманітність номінально присутня, в той же час актори, дії яких суперечать позиції держави, не мають суттєвого; олігархічно-плюралістична, при якій розповсюджувачі інформації відстоюють інтереси бізнес-еліт і приватних корпорацій, а не держави або суспільства, зі збереженням ілюзії функціонування інститутів демократії. При цьому держава не має контролю над інформаційним простором» [23].

Саме «державна інформаційна політика повинна бути спрямована на реалізацію національних інтересів України в інформаційній сфері... вона в

такому ступені повинна задовольняти та захищати інтереси держави, якою мірою саме держава реалізує та захищає інтереси громадянського суспільства, кожної особистості. Стратегічна мета державної інформаційної політики – це є формування інформаційно-комунікативного суспільства» [22].

Таким чином, можна зробити висновок, що засоби масової інформації є необхідною умовою для нормального функціонування сучасного суспільства. Вони займають важливе місце в житті як окремої людини, так і великих соціально-політичних груп.

За останні кілька десятків років споживання повідомлень засобів масової інформації перетворилося в повсякденне заняття для більшої частини населення планети.

Ефективність формування та реалізації інформаційної політики органами державної влади може бути досягнута тільки в разі, коли вона формується на системній основі. Це передбачає використання системного підходу при формуванні та реалізації інформаційної політики на всіх рівнях державного управління.

Повинна бути чітко визначена методологія формування інформаційної політики; органи державної влади, що формують інформаційну політику; орган державної влади, який здійснює координацію між суб'єктами, які реалізують інформаційну політику; механізми взаємодії між органами, які реалізують інформаційну політику.

Не менш важливим є визначення засобів оцінки якості інформаційної політики; критерій оцінки ефективності реалізації інформаційної політики; технологій та механізмів формування інформаційної політики; змісту інформаційної політики відповідно до стратегії соціально-економічного розвитку держави; суб'єктів, що здійснюють моніторинг, контролю і оцінки ефективності реалізації інформаційної політики; зворотнього зв'язку (комунікація) між суб'єктами і об'єктами інформаційної політики.

### *2.3. Тригер-подія у національному медіа просторі: характеристики дискурсу.*

Будь яка соціальна комунікація з часом завжди опиняється у просторі медіа, де вона знаходить своє реальне відображення. Соціальні практики та віртуальні дискурси взаємопов'язані, тому що вони є смисловими конструктами, при цьому останні за допомогою контенту формують відповідний рівень стійкості на певний проміжок часу.

Як вірно зазначає С. Грицай, «..медіапростір можна позиціювати як особливу реальність, яка є частиною глобального простору людського буття, що генерує і організує виробництво та споживання інформації в будь-яких формах соціальної комунікації» [12]. С. Даниленко з цього приводу зазначає, що «... сучасний медіа-простір України є, за своєю суттю, не стільки ретранслятором інформації, а й її виробником, у зв'язку з цим медіа-простір постає як складна, глобальна система, що самоорганізується, містить усі складові, які здатні генерувати інформаційні передумови та запити, здатні забезпечувати потреби в інформації всіма можливими комунікаційним засобами. Рівень розвитку сучасних ЗМІ та специфіка їх впливу на соціальні процеси вказує на те, що вони є одним із факторів практичної реалізації суспільного діалогу» [13]. А. Русиняк виокремлює «специфічні риси українського медіаринку (концентрованість, комерціалізованість, політизованість, конкурентність, конвергентність, регульованість, сегментованість і структурованість) та чинники його політизації» [27, с. 211]. Автор акцентує увагу на: «потреба засобів масової інформації у фінансовій підтримці; активне включення місцевих ЗМІ у виборчі кампанії, де їхня участь полягала переважно у реалізації антитехнологій; нарощування власності і впливів місцевими економічними елітами; формування партійних структур та переформатування місцевих еліт, мотивованих децентралізацією влади. Засобами мінімізації перелічених впливів визначено запровадження реальної державної підтримки регіональних засобів масової інформації;

дотримання етичних норм журналістської діяльності та професіоналізація кадрів регіональних медіа; посилення державного контролю за дотриманням норм виборчого законодавства у частині залучення ЗМІ до електорального процесу; унеможливлення державою монополізації інформації та засобів впливу на її поширення; підвищення загального рівня медіакультури і медіа грамотності» [27, с. 211].

Велике значення має медіа-капітал акторів, які зацікавлені у впливі на маси. Саме такий капітал здатний вплинути на продукування смислів. Це може статися як за рахунок вкидання бота реакційного контенту, так і завдяки чіткому функціонуванню авторитетних платформ з професійними авторами на сервісах соціальної комунікації через створення монополії власної порядку на легітимацію. Наявність таких платформ, підтримання рівня їхньої популярності у користувачів і становить стійкий медіа-капітал. І тут слід сказати про наповнення медіа – смисловими значеннями, які контекстно пов'язані між собою. Тобто, мова йде про дискурс. Саме «...із зростанням ролі інформації у суспільстві, її здатності управляти настроями і станами людей, впливовості на різноманітні екстралінгвістичні явища і процеси, зокрема на політичну і соціальну сфери, особливої ваги набуває мас-медійний дискурс. Соціально важливими стають процедури його створення відповідно до професійних та етичних норм, правильної інтерпретації, класифікації патогенних проявів, дискримінаційних суджень та нейтралізації їх у випадку виявлення позанормативного контенту» [26].

Символічні значення в структурі загального для них дискурсу знаходяться у взаємодії та за своїм спрямуванням можуть бути як гомогенними, так і гетерогенними, тобто вони можуть претендувати на домінування щодо змісту. Формування дискурсу відбувається практично тоді, коли відбувається тригер-подія в реальному світі за умови наявності інтересу до неї у суб'єктів комунікативного медіапростору, які й наповнюють його змістом в процесі осмислення події. Саме такі інтерпретації породжують дискурси та задають конкретне значення таких тригер-подій в

процесі боротьби між собою, а це говорить про те, що вплив домінуючих смислів може бути маніпулятивним і значною мірою відрізнятися від реального положення та початкового змісту тригер-події.

Головна мета формується в рамках встановлення дискурсу щодо інтерпретації тригер-події інформаційного поля, причому посилення медіапростору в подальшому успішно конвертується у позамедійну громадську активність. Безумовно, медіапростір політизує особистість, забезпечує її відповідними практиками, придатними для реалізації у політичному просторі.

У зв'язку з цим, особливу роль відіграє оперативне виділення великих дискурсів провідних інформаційних ресурсів в контексті актуальних тригер-подій національного значення. Метою є визначення їх інтерпретаційного поля щодо предмету формування смислових значень, які спотворюють сутність початкового інформаційного приводу та провокують на деструктивну соціально-політичну активність.

Варто звернути увагу на провідні інформаційні ресурси, адже саме на їх платформах, виходячи з рівня охоплення, і розгортаються дискурси. В даному випадку слід постійно досліджувати інформаційний простір країни, здійснювати моніторинг національного інформаційного поля, що дозволить виділити етапи його трансформації. Це працює відповідно до будь-якої країни.

Специфіка впливу електронних медіа як провідного інформаційного джерела чітко простежується в періоди, коли інтернет-аудиторія стала стрімко збільшуватися, коли зростає популярність якогось каналу трансляції інформації. Зараз чітко визначений пріоритет інформаційних електронних ЗМІ, але й активно стали розвиватися засоби віртуальної комунікації як їх особливий вектор, що включає блогосферу, соціальні мережі, канали месенджерів, а також нові (в тому числі, соціальні) медіа.

Слід зазначити, що українці використовують інформацію, яка розміщується на сайтах агрегаторів новин. Пошукові системи, наприклад,

Google, ukr.net тощо, на своїх головних сторінках мають стрічку з постійним оновленням актуальних новин для конкретного регіону, які формуються на основі їх власних механізмів рівня релевантності контенту.

Як визначає сайт marketer.ua, «Google як і раніше залишається гігантом пошукової системи в 2020 році, маючи 91,38 % частки світового ринку. Визначальним фактором успіху Google є алгоритм, який вибирає для користувачів найбільш релевантні результати і дає користувачам неперевершений персоналізований досвід. Google популярний не тільки в своїй країні. Частка цього гіганта пошукових систем в Індії становить 95,47 %, і на його частку припадає більша частина світового ринку пошукових систем, випереджаючи інших конкурентів, таких як Yahoo, Bing, Yandex і Baidu» [32].

Алгоритми агрегації новинного контенту названих платформ різноманітні, однак свою роль для кожного з них грає SEO-оптимізація. Сайти, системи агрегаторів новин мають відчутний приріст користувачів, що свідчить про значущість даного чинника в процесі формування дискурсів.

Безумовно, сьогодні також слід згадати сервіси соціальної комунікації: месенджери Telegram, WhatsApp, Viber; соціальні мережі: Instagram, Twitter, Facebook. Деякі категорії українців й досі користуються соціальними мережами: «Однокласники» та «ВКонтакте» (хоча ці сервіси заборонені в Україні).

Такі соціальні сервіси вже перестали бути лише посередниками в передачі інформації, а перетворилися в самостійні майданчики для медіа, які здатні формувати порядок денний завдяки оперативній подачі та обговоренню контенту. Наявність таких платформ дозволяє значно підвищити рівень популярності інформаційних сайтів і, відповідно, символічного капіталу медіаакторів, а їх відсутність стає відчутним чинником його зниження.

Ю. Кокарча виділяє особливості, які характеризують соціальні мережі. Саме за цими особливостями, на думку вченої, соціальні мережі можна

«розглядати як різновид соціальних медіа» [15]. Це такі характеристики, як «технологічні та психологічні характеристики, їх взаємовплив; поєднання віртуальності та реальності; комунікаційний, соціалізаційний, мобілізаційний їх потенціал» [15]. Автор зазначає «амбівалентність впливу соціальних мереж на демократичні процеси...з одного боку, соціальні мережі – це спосіб, платформа для комунікації та зворотного зв'язку влади та громадян, кандидатів і виборців, політичних партій та їх електорату; чинник розвитку демократичних цінностей та традицій суспільного життя, визначення спільних позицій щодо вирішення актуальних проблем. З іншого боку, соціальні мережі є одним з інструментів маніпулятивного впливу, що позначається на цілісності суспільства, зумовлює протистояння у ставленні до окремих політиків, ідей та суспільно-політичних подій тощо» [15].

Слід також зазначити, що актуальні тригер-події національного інформаційного поля країни деформують суть початкового інформаційного приводу та провокують на деструктивну політичну активність. Важливо не те, як відбулася подія, а те, що є результатом для суспільства.

Для того, щоб виявити найбільш актуальні для України тригер-події у віртуальній інформаційній площині, можна використати аналітичний моніторинг найбільш популярних новинних сайтів. Це дозволить виділити як сукупність інформаційних приводів, які викликають найбільший резонанс у медіа просторі та формуються у подальшому у дискурси. Відбір матеріалів слід проводити на засадах інтересів користувачів до інформаційних повідомлень, які виконані у напівавтоматичному режимі. Тобто, пошук відбувається з використанням технічної функціональності інформаційних сайтів та алгоритмів зовнішньої оцінки переглядів з подальшим аналізом сформованої сукупності даних. Це дозволить виділити інформаційні приводи-тригери, великі дискурси та ключові інформаційні приводи щодо найбільш резонансних, обговорюваних та популярних матеріалів.

Відповідно до даних Google, які опубліковано на <https://zaxid.net/> «найпопулярнішим пошуковим запитом 2020 року стало слово

«Коронавірус». До першої десятки також потрапили: «Коронавірус рекомендації», «Карантин в Україні», «Симптоми коронавірусу», Google Classroom, «На урок», «Холостячка», «Свята 2020», «Вибори в США», Zoom» [2].

<https://ua.korrespondent.net/> дає своє бачення популярних новин в Україні за останній рік: «Вакцини від COVID-19: що треба знати про ризики та побічні ефекти; Законопроект: з українських селян хочуть стягнути 12 мільярдів гривень; Франція, Іспанія та Італія: друга хвиля коронавірусу накрила південь Європи; Чого не варто робити при COVID-19: десять порад від медиків; Вибори президента в США он-лайн: названо переможця; Щеплення від COVID: де потрібен сертифікат про вакцинацію і немає карантину; Як культура носіння масок в Японії рятує життя під час пандемії COVID-19; Щеплення від коронавірусу: усе, що треба знати про вакцину AstraZeneca; Криза медичних кадрів: чому українські медики покидають Україну?; Чому в Україні помирає так багато пацієнтів із COVID, підключених до ШВЛ; Тести на COVID-19: коли робити і що треба знати; Заступник керівника Офісу президента Татаров погрожує судом главі НАБУ; Шварценеггер порівняв штурм Капітолія з «Кришталевою ніччю»; Учені б'ють на сполох: у дітей під час пандемії псується зір; Як тисячі хасидів таки потрапили до Умані; Чим небезпечні сімейні свята та вечірки в часи пандемії COVID-19; Франція заборонить хутрянні ферми й диких тварин у цирках; Друга хвиля пандемії: німці знову запасуються туалетним папером; Собаки розпізнають COVID-19 за запахом. Як цим користуються в ЄС; Друга хвиля пандемії: куди привів Швецію її особливий шлях у протидії коронавірусу» [24].

На прикладі аналізу даної новостної платформи можна стверджувати, що з 20 інформаційних повідомлень найбільшу увагу у користувачів викликають новини про коронавірус – з 20 повідомлень 14 з проблем коронавірусу. Вважаю, що схожі дані ми здобудемо у разі аналізу інших інформаційних майданчиків.

Описаний комплекс дій дозволив виявити інформаційні тригери та позначити в них дискурси, які й формують смислову віртуальну реальність інформаційного приводу. Такі дискурси супроводжуються жвавим обговоренням, яке включає в себе й політизацію проблеми та конфліктність.

Ключовою особливістю будь-якого конфліктного дискурсу є його пролонгована дія, тому що засновані на негативних емоціях простіше формують дискурси та швидше розгортаються, і їх рекурсивне повторення з кожним разом підвищує напруження комунікації. Виявляти такі дискурси потрібно на рівні перших рекурсій, що дозволить змінити структуру спрямованості значень та смислів. Переструктуризація такого дискурсу може бути здійснена не тільки за допомогою альтернативної культивуації. Це означає, що в профільний інформаційний потік, де функціонує якесь одне ідейно-смислове значення, повинно включитися ще декілька альтернатив. Так виникає резонанс інформаційного потоку, після чого відбувається його реконструкція. У цій площині соціальні суб'єкти, які є користувачами інтернет-майданчиків, виступають об'єктами впливу, людським ресурсом, яким бажають заволодіти медіаактори, що модерують ці дискурси.

Важливим етапом цієї методології є виділення в загальному потоці інформаційних повідомлень дискурсів, які можуть містити в собі деструктивні інтенції. При цьому необхідно розуміти, що кожен такий дискурс всередині інформаційного приводу має досить просту структуру. Його редукція проводиться свідомо, оскільки це сприяє прискоренню розуміння, дозволяє будь-якому учаснику обговорення відчувати себе експертом.

Разом з тим, дискурсу властиві інтердискурсивність та інтертекстуальність щодо використання вже відпрацьованих стійких кліше. Можна виділити наступні складові такого дискурсу:

- дихотомія: ми і вони. Тобто, формування однієї правильної точки зору та образу ворога, розповсюджуються інші, апріорі хибні трактування;

- виклад інформації з превалюванням яскравих образів з інтенціями до негативу, причому інформаційні повідомлення практично завжди невеликі за обсягом, проте в межах однієї події вони з'являються досить часто, направлені на появу негативних емоцій і тому існують довше. Але все одно через деякий час починають згасати і надалі потребують постійного підживлення;

- чітка номінація суб'єктів дискурсу за допомогою прийомів гіперболізації та категоризації характеристик. Дискурс розростається, набирає прихильників, з'являються коментарі безпосередньо на сайтах та в соціальних медіа. В подібних умовах впровадження ідейного змісту проявляється в тому, що слід по іншому трактувати події. Це складно, але необхідно, оскільки такий накал може спровокувати вихід на радикалізовану мобілізацію. Разом з тим існують ще актори медіаактори, які хочуть отримати свої матеріальні і (або) нематеріальні вигоди від спекулювання на потужному дискурсі шляхом впровадження в нього своїх значень, за спрямованістю однорідних з головними. Результатом є ускладнення введення альтернативних смислів, тому що дискурс лише нарощує свій символічний капітал.

Часто в обговоренні досить складно виділити користувачів спамерських пошукових роботів, професійних коментаторів і тих, хто дійсно вирішив відгукнутися на запис. З урахуванням того що інтернет-простір і нові медіа використовуються акторами електронного поля як інструменти впливу, то відповідно цей процес не буде спрощеним. Така ситуація буде продовжуватися до того часу, поки інтернет-комунікація бути існувати поза інформаційного етикету та раціонального регулювання, а користувачі не почнуть застосовувати адекватний рівень критичного мислення, яке побудовано на неупередженому аналізі різних ідейно-сміслових дискурсів.

Одночасно з цим великі медіа актори враховують, що переважна кількість громадян має довіру до експерта, в якості якого виступають так

звані «лідери думок». Саме вони формують навколо себе такий дискурс щодо інформаційного приводу.

Знання акумулюють ідеї таких творців смислів. При цьому успішність процесу закріплюється ілюзією переходу на читача частини символічного капіталу «лідера думок» шляхом підтримки його точки зору, що уявно підвищує статус інтернет-користувача. Тим самим він стає частиною більшості. Це схоже на ефект, який створюється електоральними рейтингами, коли значна кількість виборців не голосує за «провального» кандидата, сприймаючи його майбутній програш як особистий.

Штучний інтелект і таргетинг формують навколо нас так звані «кола Ейлера», тобто варто тільки зачепити будь-якої інформаційний привід, як нові медіа стануть видавати в якості реклами схожі публікації з даної тематики, пошукові системи будуть виводити в рейтингу популярності нові ідеї щодо дискурсу, який нас зацікавив. Користувач опиняється в ситуації, в колі персоналізованого контенту, який формує смислові рамки, з яких вибратися досить складно. При цьому, для створення смислового наративу людині необхідно не так багато фактів, як це може здатися. Досить відносно частих, коротких, але емоційних інформаційних повідомлень від творців смислів для формування у інтернет-користувача цілком зрозумілої йому ситуації. Це підштовхує нас до того, щоб ми якомога швидше розібралися в суті інформаційного приводу та змогли припинити такі дії.

Таким чином, можна сказати, що сучасні інформаційно-комунікаційні технології настільки щільно увійшли до нашого життя, що соціальний світ і медіапростір утворили континіум, частиною якого ми себе відчуваємо, а це означає, що реальне та віртуальне є однаково персоніфікованими та особистими. Такі дискурси нерідко отримують своє поширення всередині наявного інформаційного приводу, який можна вважати умовно нейтральним. Не викликає сумнівів і те, що ці дискурси можуть успішно впроваджуватися, оскільки вони стосуються емоційної складової соціальних суб'єктів, що дає можливість використовувати їх примітивні та інстинктивні

реакції. Успіх таких дискурсів в значній мірі виступає маркером рівня критичності інтернет-користувачів.

Динаміка ситуації потребує постійного моніторингу з використанням різних методик. Відсутність реакції на ситуацію спрощує здійснення інформаційних вкидань, здатних в умовах соціальної напруженості спровокувати протестні настрої шляхом політизації нероз'яснення протиріч, які так чи інакше виникають в будь-якій країні. Однак це не означає, що протистояння поза дискурсу неможливо. Скоріше слід апелювати до того, що реагувати необхідно швидко та чітко, а система виявлення деструктивних дискурсів повинна постійно діяти. Плюралізм думок з лаконічною та ясною аргументацією представляє загрозу дискурсу, оскільки в таких умовах руйнується його символічний капітал. Разом з тим потрібно вести постійну роботу, щоб підвищувати рівень критичності громадян, формувати та впроваджувати інформаційний етикет та адекватність у медіапросторі. Ментальна деградація, що надає можливість оперувати в комунікації примітивними категоріями, відображає рівень розвитку суспільства. Слід частіше зачіпати дані аспекти і впроваджувати ідею усвідомленого та критичного вибору, тим самим стимулюючи користувачів шукати, аналізувати та верифікувати інформацію, а не слідувати тим гіперпосиланням та рекомендованим постанам, які розміщені всередині дискурсу.

### *Висновки до Розділу 2*

Підводячи підсумки, можна відзначити, що медіа, серед інших функцій, виконують маніпулятивно-управлінську функцію. Вони впливають на наші культурні та соціально-психологічні цінності, змінюють наші установки, моделі поведінки та сприйняття реальності. Формуючи міфи і стереотипи, ЗМІ активно використовують механізм публічного сприйняття. Знання особливостей сприйняття та переробки інформації в пам'яті людини, даж можливість ефективно маніпулювати громадською думкою. Когнітивні

дослідження в галузі сприйняття мас-медійної інформації направлені на вивчення механізмів пригадування інформації та накопичення ключових медіа концептів та образів в пам'яті індивідів.

Особливості впливу ЗМІ на масову аудиторію сьогодні визначаються можливостями поєднання соціальних, інформаційних і когнітивних технологій. В даному процесі застосовуються певні техніки виробництва, обробки та поширення інформації в медіапросторі, які включають в себе певний набір маніпулятивних прийомів як засобів управління процесами комунікації в контексті розробок соціальної інженерії і описуються за допомогою понять імпринтинг, праймінг, сторітеллінг, фреймінг і дизайнінг тощо. В результаті порівняльного аналізу можливостей даних технологій впливу можна сказати, що існують когнітивні та перцептивні особливості медіавпливу на масову аудиторію.

Визначено, що коли людина знаходиться у великому інформаційному потоці її зтягує у різні дискурси та прискорюється процес його ідентифікації в цьому потоці. Такі дискурси спрощують розуміння інформаційних приводів, роблять їх шаблонними, впроваджують ідею ототожнення інтернет-користувачів з якоюсь стороною конфлікту. Інформаційні приводи спотворюються шляхом помилкових інтерпретацій та симуляції. Але, навіть у разі викриття істинних смислів символи і знаки таких симуляцій ще довго залишаються в побуті.

На даному етапі контент медіа включає в себе недостатню кількість якісного аналітичного матеріалу про резонансні події життя країни, який здатний сформувати адекватну суспільну думку. Причиною може бути відмінність в пріоритетах експертного співтовариства, які не завжди є професіоналами та не можуть виступати провідниками та інтерпретаторами подій. Це може вказувати на те, що форма та зміст інформації не повною мірою відповідають потребам громадян та часу. У зв'язку з цим слід переосмислити формати інформаційної роботи та наповнити національний медіапростір релевантним конструктивним контентом.

Перспективним напрямом подальшого дослідження є більш докладне вивчення політичної частини ментальної моделі індивіда, задля використання в рамках політичного триггеру та праймінгу. Саме ці інструменти створюють відповідні ефекти для забезпечення високої ефективності впливу на суспільство. За допомогою триггер-аналізу можна відстежити ціннісні коливання певної групи людей відносно іншої групи / особистості / події та ставлення до будь-якої політичної ідеології, партії, суспільно-політичного руху. Крім того, триггер-аналіз може застосовуватися при аналізі агітаційних і пропагандистських технік та інших ідеологічно насичених актів. Триггер-аналіз в подальшому виявиться корисним при дослідженні протиборчих дискурсів, оскільки ціннісні триггери будуть з'являтися регулярно.

#### *Список використаних джерел до розділу 2.*

1. AG MARKETING TEAM. (2018) Тригери в маркетингу та продажах: що це таке і як їх використовувати. URL : <https://ag.marketing/>
2. Google назвав найпопулярніші пошукові запити українців у 2020 році (2020). URL : <https://zaxid.net/news/>
3. Берковиц Л. (2007) Агрессия. Причины, последствия и контроль. Москва, 512.
4. Біденко А. (2011) Технологія праймінгу в дії. Українська правда. Блоги. URL : <https://blogs.pravda.com.ua/authors/bidenko/4db6904b57e44/>
5. Богданов О. (2011) Коригування національно-культурних стереотипів засобами лінгвокраїнознавства. *Наука. Релігія. Суспільство*, 4, 151-155.
6. Боженко А. (2010) Політичний дискурс як засіб упорядкування життя соціуму. *Актуальні проблеми політики*. 39, 242-251.
7. Брайант Дж., Томпсон С. (2004) Основы воздействия СМИ / Пер. с англ. Москва, 432.

8. Бутиріна М. (2018) Сучасний мас-медійний дискурс. *Права людини та медіа діяльність*. Київ, 76-83.
9. «В трусиках и футболке, как Иисуса, на доску прибили»: Сегодня ровно 4 года фейку пропагандистов РФ о «распятом мальчике» в Славянске. ВИДЕО. URL: [https://censor.net/ru/video\\_news/3075114/v\\_trusikah\\_i\\_futbolke\\_kak\\_iisusa\\_na\\_dosku\\_pribili\\_segodnya\\_rovno\\_4\\_goda\\_feyiku\\_propagandistov\\_rf\\_o\\_raspyatom](https://censor.net/ru/video_news/3075114/v_trusikah_i_futbolke_kak_iisusa_na_dosku_pribili_segodnya_rovno_4_goda_feyiku_propagandistov_rf_o_raspyatom)
10. Винтерхофф-Шпурк П. (2016) Медиапсихология. Основные принципы. Харків, 268.
11. Голдсмит М., Рейтер М. (2016) Триггеры. Москва, 256.
12. Грицай С. (2012) Визначення поняття «медіапростір» з позицій міждисциплінарного підходу. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*, 36. URL : <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/>
13. Даниленко С. (2018) Відкритість та прозорість влади: механізм регулювання взаємодії зі ЗМІ на регіональному рівні: Автореферат дис. ... к. н. з держ. управління. Спеціальність 25.00.02 – механізми державного управління, Одеса, 23.
14. Ільницька У. (2007) Політичні стереотипи та стереотипізація мислення: роль та значення у системі іміджевих комунікацій. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*, 19, 96-100.
15. Кокарча Ю. (2020) Соціальні мережі як чинник політичного впливу в умовах розвитку демократичної політичної культури. Дис. ... кандидата соціологічних наук. Спеціальність 23.00.03 – політична культура та ідеологія. Київ, 240. URL : [https://npu.edu.ua/images/file/vidil\\_aspirant/dicer/D\\_26.053.12/Kokarcha.pdf](https://npu.edu.ua/images/file/vidil_aspirant/dicer/D_26.053.12/Kokarcha.pdf).
16. Кузнецова О. (2017) Психологічні тригери в ЗМІ: поняття, особливості, види, протистояння їх впливу. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*, 833, 1, 33-38.
17. Леонтьєва Л. (2004) Пропаганда як інформаційно-психологічний складник політичних процесів. Київ – Львів, 298.

18. Лидвелл У., Холден КІІВ Батлер Д. (2012) Универсальные принципы дизайна. СПб., 272.
19. Липпман У. (2004) Общественное мнение. Москва, 384.
20. Мельник Г. (1996) Mass Media: Психологические процессы и эффекты. СПб., 159.
21. Новицький О. (2020) Концепти застосування праймінгу та триггеру ЗМІ в політичному житті. *Політичне життя*. 4, 69–74.
22. Новицький О. (2020) Ефективність інформаційної політики. *Актуальні питання державотворення в контексті сучасних цивілізаційних викликів всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція. Збірник тез доповідей* ( 26-27 листопада 2020 року, м.Черкаси), 140–142.
23. Панченко О. (2020) Засоби масової комунікації як платформа державної інформаційної політики. *Електронний журнал «Державне управління: удосконалення та розвиток»*, 4.
24. Популярні новини (2021) URL : <https://ua.korrespondent.net/popular/social/year/>
25. Радчук О. (2021) Осінь протестів: про виклики для влади та опозиції у новому політичному сезоні. *Слово і діло*. URL : <https://www.slovoidilo.ua/2021/07/16/>
26. Роуз Д. (2015) Будущее вещей: Как сказка и фантастика становятся реальностью. Москва, 344.
27. Русиняк А. (2021) Регіональні ЗМІ в політичній системі України: політологічний аналіз. Дис. ... к. політ. н. Спеціальність 23.00.02 «Політичні інститути та процеси». – ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». ІваноФранківськ, 2021; Львівський національний університет імені Івана Франка, Львів, 253. URL : [https://lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/02/dis\\_rusynyak.pdf](https://lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/02/dis_rusynyak.pdf)
28. Рюле Г. (2008) Для нас Росія не є незамінною. *Die Welt*, Німеччина. URL : <https://m.day.kyiv.ua/>

29. Харитонов О. (2018) Про ефективний спосіб маніпуляції свідомістю. 30 листопада. URL : <https://tokar.ua/read/29332>
30. Шамаєва Ю. Праймінг та дефокусування у лінгвокогнітивній репрезентації інтерсеміотичного континуума категорії EMOTIONS. Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов, (84), 91-98.
31. Шнуровська Л. (2018) Лінгвоментальна сутність і класифікація видів праймінга. *Science and Education a New Dimension*. Philology, VI(44), Issue: 151.
32. Юдін А. (2021) Топ пошукових систем світу, статистика 2020. URL : <https://marketer.ua/ua/search-engine-stat-world/>
33. Яковлев Д. (2003) Роль засобів масової інформації в конструюванні політичної реальності.. Автореферат дис. ... к. політ. н. Спеціальність 23.00.02 – політичні інститути та процеси. Одеська національна юридична академія, Одеса, 17.
34. Яровий Д. (2019) Психологічні практики громадянського протистояння в соціальних медіа. Дис. ... к. псих. н. Спеціальність 19.00.11 – політична психологія. Київ, 191.
35. Goldhaber M. (1996) Principles of the new economy. *Michael H. Goldhaber's Site*. 1996. URL: <https://people.well.com/user/mgoldh/principles.html>.
36. Bandura A., Dorothea Ross, Sheila A. Ross (1961). Впервые опубликовано в *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 63, 575-582.
37. Sparks G. (2015) *Media Effects Research: A Basic Overview*. Boston, MA: Cengage Learning, 336 .
38. Bryant J., Oliver M.B., Raney A. (2019) *Media Effects: Advances in Theory and Research*. New York: Routledge, 657.
39. Bryant J., Finklea B.W., Thompson S. (2012) *Fundamentals of Media Effects: Second Edition*. Long Grove, IL: Waveland Press, 331.

40. Lambe J., Perse E. (2016) *Media Effects and Society*. New York: Routledge, 265.
41. Lebow, R. N. (1990). *Between Peace and War: The Nature of International Crisis*. Baltimore & London: The John Hopkins University Press. 158.
42. Information Resources Management Association (2017) *Media Influence: Breakthroughs in Research and Practice*. Hershey, PA: IGI Global, 244.
43. Ruddock A. (2020) *Digital Media Influence: A Cultivation Approach*. Los Angeles; London: SAGE, 152.
44. Richardson J. (1979) *Governing Under Pressure: The Policy Process in a PostParliamentary Democracy (Government & Administration Series)*. Wiley-Blackwell, 224.
45. *Mass Media Effects Research: Advances Through Meta-analysis*. (2007) Ed. by R.W.Preiss, B.M.Gayle, N.Burrell, J.Bryant, M.Allen, J.Bryant. New York, London: Routledge, 141.
46. Potter W.J. (2012) *Media Effects*. Los Angeles; London: SAGE, 50.  
URL: <https://www.researchgate.net/publication/>
47. Cooper C.A. (2007) *Violence in the Media and Its Influence on Criminal Defense*. Jefferson, NC: McFarland, 212.
48. Jervis R. (1976) *Perception and Misperception in International Politics*. Princeton (NJ), 102.
49. Janis I., Mann L. (1996) *Decision making: a psychological analysis of conflict*. N.Y., 448.

### Розділ 3

## ТРИГЕРИ СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ЗМІН ГЛОБАЛЬНОГО ТА ЛОКАЛЬНОГО РІВНІВ

### *3.1. Пандемія COVID 19 як тригер соціально-політичних змін.*

2019 рік став для світу початком нового етапу в розвитку людських відносин, відносин між державами. Тригером цих змін став, на той час невідомий вірус, який прийшов з Китаю.

Згодом, вірус, який прийшов з Китаю, у 2019 році було визначено, як Коронавірусну інфекцію COVID-19. На сьогодні вірус набув статусу пандемії та є глобальною проблемою усього людства. Як вказують С. Герасимчук та Г. Шелест, «початок ХХІ століття ознаменувався, як політико-економічними кризами, так і збільшенням випадків масових інфекційних хвороб (пандемій), що істотно змінюють суспільний розвиток країн, регіонів та економік світу, на додаток до впливу на здоров'я людей у різних куточках планети. Пандемії H1N1/09 у 2008-2009 роках, Еболи у 2014-2015 роках і, звісно ж, пандемія COVID-19, що найбільш масово та швидко поширилася в усьому світі, певним чином, продемонстрували 5-річну циклічність поширення пандемій» [3, с. 46]. Як визначає Т. Ткаченко, «2020 рік є початком нового циклу, рік переходу, що запускає нові геополітичні тенденції, тренди, що впливають на життя соціуму, саме під час таких кризових ситуацій є можливість відформатувати вже застарілі моделі, сформовані структури» [23, с. 58].

Слід почати з розуміння того, що ж таке пандемія. Словник української мови 1975 року дає наступне визначення: «Пандемія – це найвищий ступінь розвитку епідемії, що поширилась на більшість населення однієї чи кількох країн. Якщо хвороба охоплює одночасно багато людей, виникає епідемія, яка може перерости в пандемію, наприклад, пандемію грипу, яка іноді уражає населення кількох країн» [23, с. 43].

Пандемія – це поширення захворювання в світових масштабах. Вона відбувається тоді, коли з'являється новий вірус, який поширюється по всьому світу, а населення не має імунітету до вірусу, а також ефективних засобів профілактики, тобто вакцинації чи лікування.

Пандемія в сучасному світі може стати великою проблемою. Важливим є те, що у вірусів з'явилося значно більше можливостей для поширення, ніж раніше. Люди легко можуть переміщуватися з одного контенту на інший. До того ж кількість населення світу значно зросла та збільшилася кількість соціальних зв'язків і комунікацій. Люди живуть у великих містах, які важче ізолювати.

Крім того, «виникнення паніки, коли люди намагаються покинути епіцентр спалаху, може привести до ще більшого розповсюдження хвороби. Виготовлення вакцини може зайняти місяці або роки, тому що пандемічні віруси є новими агентами. Медичні установи будуть перевантажені, і може виникнути нестача персоналу для надання екстреної допомоги хворим вірусом і іншим людям, які хворіють звичайними захворюваннями» [11].

«Пандемія COVID-19 є найбільшим викликом, з яким світова спільнота стикалася з 1940-х років. У ті роки, після двох руйнівних світових війн, політичні лідери об'єдналися задля створення нової багатосторонньої системи (йдеться про ООН та низку міжнародних конвенцій, які охопили весь світ). Цілі були зрозумілими: об'єднати країни, розвіяти спокуси ізоляціонізму і націоналізму та вирішити проблеми, які можуть бути врегульовані лише спільними зусиллями в дусі солідарності і співробітництва, а саме миру, процвітання, здоров'я і безпеки. Сьогодні ми сподіваємося, що зі спільною боротьбою з пандемією COVID-19 ми зможемо побудувати міцнішу міжнародну архітектуру охорони здоров'я, яка захистить майбутні покоління» [4].

Звісно, пандемія корона вірусу не є першою в світі. І раніше історії відомі різні пандемії. Це є холера, чума, «іспанка», Ебола, СНІД, лихоманка Західного Нілу тощо. «Але все це окремі види пандемії, кожна з них має

власну клінічну картину, кожна з них виникає в окремих соціокультурних, історично-політичних, економіко-географічних обставинах» [10, с. 86].

З самого початку ця ситуація сприймалася людьми з різним ступенем байдужості: хтось дивився рідкісні новини про ситуацію в Китаї з співчуттям до людей; хтось – з цинізмом; хтось зовсім не розумів, чому це повинно стосуватися саме його, коли вірус «так далеко». Реакція була різною, але переважна більшість навряд чи могла уявити, що в найкоротші терміни COVID-19 буде оголошений світовою пандемією. У певному сенсі те, як Китай першим намагався приборкати поширення вірусу, повинно було дати решті світу якусь відстрочку, щоб підготуватися. Але світ не досить вдало скористався нею.

У підсумку, коли вірус дістався до країн Європи, наслідки цієї помилки виявилися страшними: в найкоротші терміни країни опинилися у важкій ситуації, яка характеризувалася великою кількістю загиблих, наприклад, в Італії.

Лунають думки, що така ситуація стала наслідком моделі ліберального суспільства масового споживання, яка склалася в європейських країнах та виявилася абсолютно не готовою до такої ситуації. Свою ефективність політична система доводить ступенем дієвості реакції на ті чи інші зовнішні виклики та ризики, з якими вони несподівано стикаються. І тут слід погодитися з А. Пехник, яка стверджує, що коли ми говоримо про роль влади в життєдіяльності суспільства, то акцент слід робити на питаннях «раціональності та ефективності» [16].

У той же час варто зрозуміти, чому саме китайська модель виявилася ефективнішою в боротьбі з корона вірусом. Так, Китай використав в повному обсязі жорсткість та мобілізацію у сукупності з адміністративним ресурсом. Дисципліна китайців, яка безпосередньо пов'язана з їх менталітетом, опиралася також на вказівки партії. І головне – суспільство добровільно підкорюється цим вказівкам, а партія, в свою чергу, впевнена в такі поведінці суспільства. Така позиція як: «китайці - люди «ми», а не «я», як це

відбувається в ліберальних суспільствах, де у фокусі індивідуальність людини, її права та свободи. Також, слід мати на увазі, що уряд Китаю жорстко реагував на будь-які фейки та доручав поліції перевіряти відеоматеріали відеоблогерів, які виїжджають за кордон, щоб вони не поширювали паніку. Уряд оперативно перекрив шляхи, закривав міста, перешкоджаючи переміщенню людей. Таким чином, азіатські країни показали високу ефективність у протистоянні цієї хвороби.

Що стосується Європи, то суспільство даної моделі зіштовхнулося зі зворотною стороною демократичних свобод – толерантністю, цінністю вільного життя та загальної незалежності. У цих країнах політичні та культурні діячі культивують ідею індивідуальності та свободи. Показовою є ситуація, коли уряд намагався вводити заборону на переміщення, але суспільство невдоволено не це реагувало, аргументуючи тим, що ніхто не має права обмежувати їх переміщення. При цьому, паніка посилювалася, з'являлися нові теорії, фейки і тому подібне. В Європі суспільство виявилось не готовим до такої кризи: уряди виявилися не здатними використовувати механіку жорсткого державного управління, а громадяни не звикли виконувати такі рішення. Звідси – невиконання умов карантину, і як результат, збільшення кількості хворих та померлих. Інформація досягає всіх, вона всюди і вона лякає. Саме так діє цей тиск та так звана «інформаційна задуха», а не сама хвороба. До того ж людей лякає нездатність передбачити, що буде завтра.

Зараз надзвичайно важливо досліджувати з точки зору причинно-наслідкових зв'язків прояви вибухової громадської активності, адже загальна увага до проблеми - це одне, але паніка, хаос та істерія – зовсім інше. Тобто, COVID-19 виразно спрацював як політичний тригер, який за своєю суттю, впливає на переважну більшість, збуджує первинні інстинкти та працює на механізмах відрази, страху та обмеженості часу. Говорячи про громадську активність, помітно, що пильна увага населення направлена на стан системи охорони здоров'я в своїх країнах та на ефективність проведеної державою

політики в цьому напрямку. Як підсумок, політики та їх дії піддаються жорсткій критиці. Увага населення прикута до офіційних каналів, статистиці захворювань та смертності, активного обговорення того, що відбувається в соціальних мережах.

Фактичні наслідки впливу політичних тригерів, на відміну від тих, механізми яких відомі з досліджень в медицині (травма-тригери) та маркетингу (тригери продажів), як правило, вкрай непередбачувані. Саме тому їх ефект завжди необхідно вивчати. Апелюючи до безлічі факторів – від менталітету населення до особливостей економічної системи держав можна прораховувати наслідки і нівелювати гірші з них. Такий масштаб громадської реакції пояснюється ще й тим, що люди активно обговорюють не стільки сам вірус, скільки причини його виникнення: одні вірять в біологічну зброю «з пробірки», інші - в природний плин подій і невідворотну еволюцію вірусів, треті ж абсолютно впевнені, що вірусу не існує зовсім і все, що відбувається – теорія змови фармацевтичних компаній.

Дуже важливо розуміти, чому більшість держав Європи виявилися в стані управлінського напівпаралічу і інформаційної аномії щодо такої ситуації. В контексті цієї трагічної хаотизації життя в Європі, необхідно робити висновки. Це стосується і ліберальної популістської політики, і загравань з електоратом, і нездатності контролювати вибухову суспільну активність.

Дійсно, пандемія COVID-19 стала тригером, який показав руйнівні масштабні дисбаланси, накопичені в світовій політиці та економіці за останні десятиліття. В свою чергу методи боротьби з розповсюдженням пандемії у вигляді повсюдних карантинів і примусових ізоляцій великих мас населення, що обмежують його мобільність та економічну активність, створили безпрецедентну соціально-економічну та політичну ситуацію. Багато країн були вимушені пожертвувати економікою на користь імперативу збереження населення. Міжнародний валютний фонд вважає, що

результатом боротьби з пандемією стане найглибша, з часів Великої депресії, глобальна економічна рецесія.

З цього приводу нещодавно пройшла дискусія, в якій П. Климкін зазначив, що «довіра до держави, як захисника і провідника базових послуг, значно впаде» [13]. На його думку, «зміни після пандемії стануть помітними не через рік чи два, це перспектива приблизно десятка років. І одна зі змін буде в тому, що люди набагато більше інвестуватимуть у своє здоров'я, імунітет та освіту. Майбутнє держав фокусуватиметься на двох речах: внутрішній і зовнішній безпеці та базовому забезпеченні доходу, освіти і медицини». За думкою П. Климкіна, «у майбутньому держава надаватиме тільки базовий дохід, освіту і медицину, а все інше буде предметом ширшого регулювання громад чи ринку. Великі міста, агломерації, громади надаватимуть додаткові послуги. Усе, що буде понад базовим – буде питанням додаткового регулювання. Довіра до держави, як захисника та провідника базових послуг, значно впаде. У Європі довіра до інституту держави вже у всіх опитуваннях знижується». Також, на його думку, після пандемії «сучасна система міжнародних інституцій, зокрема ООН, переживатимуть масштабне перезавантаження» [13].

Зміниться також інформаційний менеджмент, особливо в аспекті «з погляду відповідальності... В його основі використовуватимуть елементи й алгоритми штучного інтелекту. Саме ці технології будуть драйверами майбутніх змін. Від того, як українці зможуть себе реалізувати в поєднанні живої матерії з квантовою електронікою, у середовищі енергозберігаючих технологій, у нових соціальних практиках – і залежатиме наше майбутнє», – на цьому наголошує Г. Шелест. «Пандемію через 20 років не будуть особливо згадувати. Її пам'ятатимуть лише як початок чогось нового, як тригер до того, що було після неї. Бо майбутнє тотально відрізнятиметься від того, що ми мали до пандемії. Тому у цьому сенсі коронавірус є кінцем епохи... Країни шукатимуть баланс між глобальним і національним» [13].

Останні роки характеризуються різними процесами, з одного боку – євроінтеграція, глобалізація, з іншого – кількість країн, які незадоволені глобалізаційними процесами все збільшується. Все більше голосів здобувають партії з національними ідеями, які зосереджуються саме на внутрішніх процесах, що відбуваються в державі та суспільстві. І підтвердження цього явно було продемонстровано на початок пандемії, коли держави закривали свої кордони (національні) і намагалися не приймати участі у глобалізації.

З якими головними проблемами зіштовхнулися країни, зокрема європейські – це відсутність концептуального розуміння дій в таких ситуаціях. Була відсутня стратегія дій, яка компенсувалася солідарністю та взаємодопомогою людей. Крім того, теоретичне розуміння терміну криза не відповідало даній ситуації. Більшість визначень за своїм змістом стосувалися кризи військової, або терористичної, або екологічної. Тому, відповідно виникали різні теорії виникнення пандемії – чи то біологічна зброя, чи то якийсь зговір. І тут виникає саме політичне питання, щодо поведінки країн в екстремальних світових ситуаціях. На сьогодні є домовленості між світовими організаціями щодо інформаційного обміну в кризових ситуаціях, які стосуються всього світу. Але, у реальності світ став свідком того, що Китай не надавав реальної інформації. Таким чином, маємо ситуацію, в якій ці домовленості не працюють.

Пандемія також є своєрідним тригером щодо збереження Європейського союзу. Зокрема, мова йде про допомогу країн одна одній в рамках союзу. Наприклад, тяжка криза пандемії в Італії продемонструвала, що Брюссель не в змозі був надати цю допомогу. Таким чином, це вплинуло на рівень анти європейських настроїв і зараз повернути авторитет та репутацію Брюсселю буде вкрай важко. Як вірно зазначає Т.Шелест, важливим є те «що саме він пропонуватиме, як здатність контролювати ситуацію: чітка стратегія, спокійні правила і доступні пояснення. Від цього залежатиме, як змінюватимуться настрої західного населення, чи будуть вони

ставати більш про європейськими чи, навпаки, анти європейськими» [13]. Така взаємодопомога дуже важлива для створення та підтримки будь-кого союзу. Так, Т. Шелест наводить такий приклад: «У твіттері можна бачити, наскільки країни показують, як вони допомагають одна одній і як це вітають у медіа. Як, наприклад, невеличка Словаччина надсилає допомогу Іспанії в найважчі дні боротьби з коронавірусом. Це дуже цінують. Коли буде відчуття, що такі речі можливі саме через те, що Євросоюз згуртований і єдиний, то солідарність може вийти на перше місце в настроях європейців» [13].

Як вказує С. Сидоренко, сьогодні є «серйозна небезпека того, що деякі країни ЄС можуть переорієнтуватися з Брюсселя на Пекін». Це відбулося саме тому, що допомогу, наприклад, та ж Італія здобула не від Європейського Союзу, а від Китаю» [13]. Так, справді, світ ще не розуміє цілком – які країни впоралися з пандемією, а які ні – чи то «Швеція з методом відмови від суворого карантину обрала правильний шлях. І якщо шведська стратегія випрацювання спільного імунітету виявиться коректною, то цілком імовірно, що Швеція і частково Велика Британія посилять свої позиції на континенті. Водночас ті країни, які обрали стратегії внутрішньої ізоляції, як і Україна, можуть втратити» [13]. І, напевно, така позиція С. Сидоренка є виправданою.

Також, така криза дає можливість спостерігати зміну країн - світових лідерів. По-перше, це баланс між США та Китаєм. Безумовної зміни зазнають процеси міграції. Саме ставлення до глобалізації стане іншим. Люди зовсім по іншому вже відносяться до туристів, до мігрантів, до тих, хто виконував раніше тяжку роботу. На це звертає пильну увагу Н. Гуменюк. На думку вченого, відбудеться переосмислення того, що раніше піддавалося критиці. Наприклад, «... нещодавно уряди Франції і Британії оголошували запит на те, щоб у сільськогосподарській сфері більше задіювати місцеве населення. Це те, чого довго домагалися критики міграції, консервативні, ультраправі партії. Але на цей заклик ніхто не зголосився – ні французи, ні

британці не захотіли робити те, що робили іноземці. А австрійські містечка, які раніше були дуже критичними до міграції, виявилось, зараз дуже чекають на туристів» [13].

Ще один аспект, який виник завдяки пандемії як тригер, – це російсько-українська війна. І сама така ситуація дає нам, українцям, можливість «скористатися змінами сприйняття Росії», на цьому акцентує увагу Н. Гуменюк. на даний момент якимось так сталося, що ця тема вже не на перших шпальтах. Але сплине час і знову бужде безумовно звернення до цієї тематики. Це може статися у будь-який момент і тому слід бути готовими до сплеску уваги. Це станеться, коли світ вже буде насичений інформацією про пандемію і буде потребувати нових емоцій та почуттів. Тому в нас є час змінити думки людей щодо Росії. Все, що відбувається в Росії зараз – має для нас значення. І як правильно зазначає Н. Гуменюк «... треба думати, як цим скористатися» [13].

Окрема увага стосується впливу пандемії на політичних діячів. Для багатьох вона стала тригером змін. Правляча влада в будь-якій країні намагається вирівняти кризову ситуацію не тільки заради спасіння людей, але й для того, щоб зберегти свій статус. І тут, звичайно, опозиційні сили мають можливість скористатися невдачами правлячої влади та вийти на інший рівень політичної діяльності, зокрема, до зміни влади в країні. Наприклад, зміна міністрів в Україні та розкол більшості в парламенті, яка спостерігається зараз. Такі процеси відбуваються не тільки в Україні.

Складною є ситуація в Іспанії та Італії. Так, іспанський уряд не зміг ефективно відреагувати на кризову пандемічну ситуацію і здійснити протидійні заходи. Зараз Іспанія знаходиться в стані, коли в уряді сформована меншість, яка неспроможна була впровадити жорсткі карантинні дії, що дало б можливість іспанському народу не понести тяжких людських втрат. Наприклад, у 2020 році іспанський уряд не заборонив футбольні матчі та мітинги за права жінок. Але слід зазначити, що й самі громадяни не зрозуміли весь рівень загрози щодо пандемії. Люди продовжували займатися

своїми повсякденними справами і вірус розповсюджився стрімкими темпами. Політика уряду не врахувала важливих загрозових наслідків такої ситуації та не справилася з кризою.

У Франції ситуація дещо інша. Президент країни оголосив суспільну мобілізацію щодо карантину, і громадяни мали право покидати свій дім лише для того, щоб купити необхідні продукти, або здійснити дії, які направлені на здоров'я чи життя. Ще дуже важливий аспект щодо діяльності політичної та державної влади на цей час – було призупинено всі поточні реформи і навіть перенесено на інший термін голосування у муніципалітет.

У Німеччині також було оголошено карантин, і А. Меркель зробила акцент на тому, що вірус є дуже небезпечним і потрібна суспільна мобілізація та відповідні зміни звичайного укладу життя німців. Для Німеччини це також означало деякі зміни у політичному житті, зокрема, стало можливим перенесення чергових виборів та, як і у Франції, призупинення якихось реформ політичної системи.

Незважаючи на всі складнощі, Франція та Німеччина ввели суспільство до карантину, що дало важливі позитивні результати.

Цікаві політичні зміни відбулися в Угорщині, яка в цій кризовій ситуації надала своєму уряду необмежені повноваження щодо її урегулювання. Слід зазначити, термін дії таких повноважень є необмеженим. І ще один дуже важливий момент щодо політичного життя країни – парламент на цей час не працює, чергові вибори скасовані, також неможливі будь-які референдуми. Зараз в Угорщині спостерігається досить цікава політична ситуація, коли вся влада знаходиться в руках лише уряду, і саме пандемія стала тим тригером, який спровокував це. Тобто, зараз демократія в Угорщині знаходиться під великим питанням. Особливо це відчувається, коли бачиш впровадження реальних тюремних строків за порушення протипандемійних дій та, – і це є дуже важливим, – за розповсюдження неправдивої інформації щодо пандемії. А це, дає можливість уряду впливати на ЗМІ різними засобами.

Щодо Ізраїлю, то ту також відбулися деякі політичні зміни у зв'язку з пандемією. Зокрема, Б.Нетанягу використав цю ситуацію на свою користь. Саме пандемія дозволила йому уникнути розслідування своїх корупційних дій, тому що після оголошення надзвичайного стану кримінальні переслідування та питання його зміни відкладені на невизначений час.

Щодо політичних змін у Бельгії, то тут також вони відбулися. Бельгія згуртовано відреагувала на пандемію, але з весни 2019 року в країні не сформовано новий постійний уряд. В даній ситуації політичні сили активізувалися та сформували тимчасовий уряд, який також діє до перемоги над коронавірусом. Тобто, також невизначений час. Такий уряд має особливі повноваження, наприклад, приймати закони щодо протидії пандемії без згоди парламенту та проходження всіх етапів законодавчого процесу. І такі рішення вступають у законодавчу силу зразу після прийняття. В такому випадку існують побоювання, що представники цього уряду мають можливість зловживати своєю владою та використовувати її не тільки у напрямку боротьби з пандемією. І тут знову виникає питання щодо рівня демократії в країні.

Викликає інтерес і ситуація в Сполучених Штатах Америки, які й досі впливають на світові політичні процеси та формують політику різних регіонів. Безумовно, для Сполучених Штатів Америки пандемія є важливим індикатором політичної ситуації. Це країна, яка є однією з найбільш постраждалих від вірусу. Це, безумовно, вплине на всі сфери життя країни. І зрозуміло, що питання подолання таких наслідків є одним з головних напрямків політики країни на найближчі роки.

Як відмічає А. Каукунов, «в ході світової пандемії COVID-19 американо-китайські суперечності ознаменувалися низкою скандалів, гучних заяв і перейшли на рівень санкційного протистояння, що ставить серйозні питання про подальший розвиток світових політичних і економічних процесів». Варто погодитися з думкою А.Каукунова, що «... COVID-19 став каталізатором для значного прискорення цього протистояння, тоді як

погіршення відносин почалося задовго до епідемії коронавірусу, варто лише згадати скандал з флагманами китайських інноваційних технологій Huawei і ZTE, шпигунськими скандалами, торговельною війною та ін.» [4].

Аналізуючи всі ті події, виникає, звичайно, питання щодо глобального розвитку подій, що пов'язані з пандемією. Щодо чинників, які безпосередньо впливають на те, як ці події розвиваються, то тут автори виділяють «розробку ефективної вакцини та її глобальне застосування». На їх думку, «коли гіганти Pfizer, Moderna і BioNTech оголосять проміжні результати своїх випробувань вакцини від COVID-19, можна говорити про те, що до літа 2021 року пандемію вдасться подолати» [3, с. 46]. На жаль, цей прогноз не спрацював.

Варто зазначити, що сьогодні в світі загальне старіння населення, особливо в так званих розвинутих країн, і тому саме населення цих країн найбільше постраждали від вірусу. Саме в цих країнах підвищується рівень смертності і саме ці країни вносять найбільший вклад у діяльність лабораторій.

Перша половина 2021 року також була наповненою наступними хвилями пандемії, що безумовно, вплинуло на всі сфери життя, зокрема, на політичну в усіх країнах світу. Розробка вакцини, продаж, розповсюдження, наслідки – все це визначає не тільки рух пандемії, але й боротьбу за увагу в засобах масової інформації та зміни як у внутрішній, так і у зовнішній політиці держав.

Політичний простір зараз характеризується підвищеним рівнем чутливості міжнародної системи, міжнародних організацій тощо. На думку С. Герасимчук та Г. Шелест, «... головним тригером для переваги у використанні тактичних рішень є широке усвідомлення того, що світовий порядок змінюється, зокрема і через переосмислення своєї ролі в ООН та ВООЗ з боку США». Дійсно, «пандемічні виклики виявляють, наскільки уряди можуть налагоджувати взаємодію для подолання ризиків, пов'язаних із довгими ланцюгами поставок. В цьому контексті ЄС може подати приклад

ефективної координації процесу відправлення вакцин до держав членів ЄС» [3, с. 47].

Ще один аспект, на якому слід акцентувати увагу, – це вплив вірусу на чуттєво-емоційний елемент суспільства, наслідком чого є підвищення рівня націоналізму та антиглобальних рухів, спад яких ми спостерігали нещодавно. Пандемія стала тригером постійної зміни представників урядів країн з найвищим рівнем захворювання та смертності громадян. На перший план у риторичі політичних лідерів виходить популізм та демагогія. Але, з іншого боку, ми будемо спостерігати єднання політичних лідерів, особливо європейських країн. І саме від політичної ситуації, від того – де та коли буде проведено все ж таки чергові вибори, – буде залежати економічний розвиток.

Загалом, зараз дуже складно передбачити, яким чином надалі буде рухатися вірус, якими будуть його мутації, якими будуть наслідки від вакцинації, що може викликати затяжну соціальну та політичну напругу в різних країнах та союзах. «Діагностування пандемії як загрози безпеці може призвести до неліберального оформлення заходів цифрового спостереження у деяких країнах світу». С. Герасимчук та Г. Шелест говорять про так звану «інфодемію», якої, на їх думку, «не уникнути, а окремі політичні актори навмисно та цілеспрямовано прагнутимуть формувати відчуття безпрецедентно загрозливого стану, для подолання якого необхідний особливий політичний акт (введення надзвичайного стану, карантинні обмеження із відслідкуванням пересування людини, тощо)» [3, с. 48].

Такі процеси вплинуть на світовий політичний процес і можливим є прогноз щодо неповернення до сталих міжнародних інституцій та альянсів, до демократичних політичних станів. Наприклад, така ситуація може створити сприятливий фон для Росії, яка здавна намагається реалізувати свої імперіалістичні бажання по відношенню до тих регіонів та націй, де існують різні конфліктні та кризисні ситуації. І ймовірність виникнення таких регіонів, на думку дисертанта, буде тільки збільшуватися по всьому світі.

Нерозвинуті країни будуть накопичувати борги та зобов'язання, а це, відповідно, посилює соціальну та політичну напругу та зростання рівня протистоянь між країнами.

Звичайно, все це стосується й України і буде відображено на відносинах України з сусідніми країнами. Мова йде як про вплив на зовнішню політику, так й внутрішні аспекти життя, економіку, соціалізацію, відносини з ЕС, відносини з Росією, Молдовою, Кримом, Донбасом тощо. Відповідно, чим складнішою буде пандемічна ситуація, тим складнішими будуть відносини з сусідами, а це буде відзначитися на складі уряду, роботі парламенту, виборах. Держави, які й до цієї кризи не характеризувалися сталими демократичними процесами, – з ускладненням ситуації лише зануряться в антидемократичність ще глибше, ще більш швидкими темпами до політичної кризи, до безперервних переговорів між політичними силами. Безумовно, рівень демократії буде визначати статус країні на міжнародній арені, її роль у міжнародних відносинах тощо. «Зараз це спостерігається в Угорщині, де превалує авторитарних фон політичних процесів і це має тенденцію щодо посилення авторитаризму, зниження рівня дієвості опозиції, до контролю ЗМІ. Можлива нова хвиля популістських політичних сил, які за допомогою маніпуляцій та безпідставних пропозицій перетягнуть на себе відповідні частки суспільства, що буде використано на наступних виборах» [3, с. 46].

Варто навести такий приклад: Росія надавала допомогу Італії під час пандемічної кризи. Це були дезінфікуючі різні засоби та допомога військових. І саме на це слід звернути увагу. Росія намагається закріпити свої позиції в країні, яка є найбільш прихильною до Росії серед усіх членів ЕС. Така допомога є шляхом до того, щоб ЕС змінила свою думку щодо санкцій по відношенню до Росії, і пандемія є відповідним тригером даної ситуації.

Також Росія використовує вірус в якості ширми щодо спостерігачів ОБСЕ на територіях ЛНР та ДНР. Так, був обмежений доступ місії до цих

територій. Їй досі не має достовірних даних щодо кількості захворювань та смертей від вірусу на цих територіях.

Пандемія на рівні політичних процесів вплинула на всі країни в світі. Деякі практично змінили політичний режим з демократичного на авторитарний; деякі – сформували нові уряди на засадах солідарності та взаємодопомоги консолідувалися; деякі – закріпили свої позиції; а деякі – зовсім змінили свій політичний простір. Органи державної та політичної змінили засоби діяльності, в політичне життя стійко ввійшли інноваційні технології, тобто, зміни невідворотні та інколи непередбачувані. «короновірусні вітри вже принесли нові практики дистанційної роботи в органи влади, виборчі та інші новації в політичне життя країн світу. Вочевидь, політична площина «післякарантинного світу» може зазнати не менш докорінних, незворотних і непередбачуваних змін, ніж повсякденне життя людей» [2].

Також змінилося ставлення суспільства до політичних лідерів, деякі втрачають свій авторитет, а деякі, навпаки, збільшують. Це спостерігається як в європейських країнах, так й в Сполучених Штатах Америки. Наприклад, «А. Меркель та її партія в останній час втрачали прихильність суспільства, а зараз, відповідно до даних Forschungsgruppe Wahlen, – прихильність складає близько 80 відсотків від всіх опитуваних» [34].

Щодо Франції, то тут можна використати опитування Ifor Fiducial, відповідно до якого діяльність Президента країни Е. Макрона оцінена вище на «13 відсотків в порівнянні даній посаді» [22**Error! Reference source not found.**].

Підвищився рівень довіри до політичних лідерів у Британії та Італії, зокрема, до Б. Джонсона (зріс до 52 відсотків [18]) та Дж. Конте (дійшов аж до «71 відсотка підтримки» [34]). Щодо Дж. Конте – то це найвищий показник, який мали попередники.

Тобто, можна сказати, що одним з факторів підвищення авторитету політичних лідерів став коронавірус, боротьба з яким виходить на перший

план в діяльності політичних лідерів, представників політичних партій та сил. Кожен намагається проявити себе в цій сфері, розуміючи, що це дасть суттєві дивіденди у вигляді підтримки суспільства на майбутніх виборах. Це підтверджує думку про те, що в разі якоїсь глобальної загрози суспільство консолідується і більш активно приймає участь у діяльності соціальних та політичних інститутів.

Однак, не всюди спостерігається таке підвищення рівня довіри та підтримки. Деякі політики намагаються утриматися при владі за допомогою жалю та співчуття до них. Тобто, всі використовують буд-які засоби, щоб залишитися при владі, не втратитися своїх позиції та вийти на нові виборчі процедури. Щодо України, то за опитуванням, яке проводилося 27-28 березня 2021 року групою «Рейтинг»: «Епідемію коронавірусу особистою проблемою вважають 25 %» [14].

У той же час, оцінка діяльності Президента України, Міністерства охорони здоров'я, Кабінету Міністрів і Верховної Ради є дуже низкою. Так, тільки 30 % вважають, що «Президент Зеленський і Міністерство охорони здоров'я ефективно реагують на загрозу коронавірусу, більше половини опитаних вважають, що неефективно. 18 % вважають ефективним реагування Кабінету Міністрів України і Верховної ради, більше 60 % – неефективним. У порівнянні із листопадом 2020 року спостерігається деяке зниження позитивних оцінок реагування на загрозу коронавірусу органів центральної влади» [14]. На жаль, це найгірший показник в Європі. Все це ускладнюється ще й тим, що зростає недовіра не тільки до Президента України, а й до органів державної влади, до політичних інститутів тощо. Зокрема, вже екс-міністру М. Степанову у свій час «довіряли 19 %, не довіряли – 37 %, не знали взагалі такого – 34 %. Екс-міністру Уляні Супрун довіряють 14 %, не довіряють – 61%, не знають її – 17%» [14]. За даними на 1 квітня 2021 (джерело: результати опитування соціологічної групи Рейтинг, проведеного 26-28 березня), «рейтинг довіри до політиків очолює президент В. Зеленський, якому довіряють 46 % опитаних, не довіряють – 51 %. Меру

Києва Віталію Кличку довіряють 33 % опитаних українців, не довіряють – 54 %, експрем'єру Володимиру Гройсману довіряють 32 %, не довіряють – 58 %» [21].

Н. Стеблина з цього приводу робить висновок, що «поряд із першою фігурою у рейтингу (В. Зеленський) присутні також і значимі актори другого плану, які, звісно, не можуть конкурувати із ним за кількістю уваги, проте все ж також постійно фігурують у ЦПД, є впізнаваними та ін. Склад найбільш популярних акторів дозволяє зробити висновок про зменшення гетерогенності ЦПД у період карантину» [24, с. 107].

Згідно опитуванням, «головною причиною зростання захворюваності на коронавірус у березні цього року вважають недотримання карантину громадянами (46 %). Далі – сезонне зростання простудних захворювань (32 %), неефективні дії влади (28 %) та виникнення нових форм коронавірусу (17 %)» [14].

Своєрідним тригером щодо реакції влади на настрої суспільства в рамках локдаунів та карантинів, став «сюжет про ресторан «Велюр», пов'язаний із народним депутатом, заступником голови депутатської фракції політичної партії «Слуга народу» – Миколою Тищенком». В цьому сюжеті йшла мова про те, що в період локдауну саме цей заклад продовжив свою діяльність. В українському суспільстві така поведінка народного депутата стала тригером щодо подальшого зростання напруги та негативного ставлення до даної політичної партії, і як слідство, подальшого зниження рівня довіри до діючого президента України. Цей заклад практично одразу набув статусу «загальнонаціонального мему», який почав асоціюватися з «Орвеллівським принципом «Усі тварини рівні, але деякі тварини рівніші за інших». Це створило мотивацію для протестів підприємців та дій мерів великих міст, які вимагали послаблення умов карантину саме через недотримання принципу справедливості при його реалізації» [12].

Таким чином, справедливість є тригером щодо поведінки та відношення громадян до політичної влади. «Порушення справедливості тут

зіграло більшу роль, ніж невдоволення збитками, спричиненими карантинном, чи нездатність далі терпіти незручності й обмеження. Загалом людина здатна терпіти практично безмежно, але лише в тому разі, якщо бачить у цьому сенс. Як тільки відчуття такого сенсу зникає, терпіння відразу закінчується» [12]. Влада зрозуміла, що потрібно реагувати негайно, тому що протестний настрій суспільства піднімався ще вище, а довіра стрімко зменшувалася. Влада «відчула, що настрої у суспільстві змінюються і потрібно якось реагувати. Інша справа, наскільки в подальшому чутливою виявиться влада, особливо якщо йтиметься вже не про мінливі настрої, а про запити суспільства й суспільні потреби, які не можна ігнорувати тим, хто цю владу сподівається зберегти» [12].

При цьому, з початку пандемії й до сьогодні Верховна Рада та Кабінет Міністрів України прийняли разом більше 100 різних нормативно-правових актів. Це й закони, постанови, які направлені на боротьбу з короно вірусом. І, звичайно, «ще будуть інші пандемії та інші серйозні надзвичайні ситуації у сфері охорони здоров'я. Жоден уряд або багатостороння організація не може впоратися з цією загрозою поодинці. Не стоїть питання, чи це буде - питання в тому, коли це станеться. Разом ми повинні бути більш підготовлені, щоб прогнозувати, запобігати, виявляти, оцінювати та ефективно реагувати на пандемії із забезпеченням високого рівня координації. Пандемія COVID-19 стала різким і болючим нагадуванням про те, що ніхто не є у безпеці, поки всі не будуть у безпеці. Тому ми прагнемо забезпечити загальний та рівноправний доступ до безпечних, ефективних і недорогих вакцин, ліків і засобів діагностики для боротьби з цією та майбутніми пандеміями. Імунізація є глобальним суспільним благом, і нам потрібно буде якомога швидше здійснювати розробку, виробництво та впровадження вакцин» [7].

Відповідно до цих дій керівники ВООЗ створили міжнародну програму «Access to COVID-19 Tools Accelerator» (ACT-A)», яка направлена на створення рівному доступу до медичних закладів, до вакцин, до лікування, до тестів тощо. Поки що мети не досягнуто, але відповідні кроки робляться. І

саме міжнародні договори та співробітництво мають можливість вплинути на цей процес.

### *3.2. Держави, як тригери суспільно-політичних змін.*

Світова політика змінює формат відносин між держави і зараз зростає вплив деяких держав, які можна визначити як держави-тригери. Держава, яка є тригером – це якийсь важливий елемент механізму, системи, який приводить в дію всю цю систему. Така держава, завдяки своїм специфічними характеристикам, своїм особливостям, наприклад, це можуть бути кліматичні умови, чи географічні, чи економічні характеристики – дає поштовх, запускає якусь систему в дію. Це можуть бути події як у регіонах, так й на глобальному рівні. І головним тут є те, що такі держави запускають послідовні дії, які або оптимізують ситуацію, або навпаки, руйнують, чи кардинально змінюють ситуацію, баланс сил та змінюють напрямки економічних та фінансових потоків. Тобто, практично завжди такі події супроводжуються різноманітними ризиками. Як вірно зазначають А. Пехник, А. Кройтор та Ю. Завгородня, «XXI століття характеризується інтенсивністю та різноманіттям ризиків, які зростають настільки швидкими темпами, що вчені стали говорити про ризик як невід'ємну характеристику сучасного суспільства, яка здатна привести його до руйнування та загибелі. Сьогодні суспільство породжує все нові види ризиків, які роблять його нестабільним і схильним до саморуйнування. Сучасне суспільство поступово перетворюється на суспільство високого ризику, який стає характеристикою як соціального так й політичного життя» [17].

Безумовно, не будь-яка держава може бути тригером. Вона повинна володіти відповідними ознаками, які не є вичерпними, але необхідними.

На думку дисертанта, «держави–тригери, у більшості випадків це самостійні та незалежні держави. Такі держави володіють можливістю

ініціювати регіональні зміни балансу сил. Вони є самостійними та інколи виконують роль держав-лідерів. В них є власна економічна позитивна ситуація, яка створює можливості для виконання своїх функцій. Держави-тригери володіють розвиненою національною культурою, вони визнані світовою спільнотою. Їх здатність змінювати навколишнє політичне середовище не є визначальною та фундаментальною для їх існування. Їх можливість впливати на різні процеси в світі – це є результат їх життєдіяльності, а не мета. У більшості випадків це обумовлено історичними подіями та політичною ситуацією» [14].

Варто зазначити, що є так звані «держави – дестабілізатори, які є несправжніми, але такими, що виникають чи створюються лише для дестабілізації» [14]. Це, наприклад, Новоросія, чи Північний Вазірістан, Придністровська республіка тощо. Це держави, які не мають власної самостійної суб'єктності та у більшості випадків створюються лише для загрози противника.

Також держави-тригери повинні характеризуватися новаторством. Вони є «активними в аспекті експериментів, новітніх власних національних проєктів, вони приймають швидкі управлінські рішення щодо свого самовизначення та збереження ідентичності. Економічна та соціальна реформаторська політика країни-тригера інколи здається занадто сміливою або навіть радикальною» [14]. Наприклад, реформи М. Саакашвілі, У. Бансера, «чиказьких хлопчиків», український Майдан. Інколи суспільство реагує на такі дії невдоволенням, вважаючи їх радикальними та дестабілізуючими. Але, саме такі успішні експерименти («некорупційного прозорого капіталізму» в Чилі) є історичними фактами. Це відбувається саме завдяки наявності тригера, який звичайна традиційна держава не бажає застосовувати.

Інколи так стається, що такі держави обвинувачують в встановленні диктатур, у відмові дослухатися до суспільної думки, якій не подобаються реформи. Наприклад, на такі країни навішують ярлики фашизму, зокрема так

сталося по відношенню до України зі сторони Росії (з 2013 року). Загалом, слід зазначити, що саме Росія найбільш часто застосовує такий ярлик до країн, які активно реформуються, тому, що ці активні дії заважають їй встановити гегемонію в регіонах, які виходили з-під її контролю і демонстрували власні економічні та соціальні успіхи. В нас такі успіхи є, це відбувається не досить швидко, але процеси йдуть. Наприклад, скасування репресивних законів, прийнятих В. Януковичем і здатність зміщувати владу, яка є ворожою до народу. Для досягнення економічних успіхів ще належить виконати велику роботу.

Такі держави є рушійною силою соціальних технологій. Вони одними з перших, застосовують новітні соціальні технології. Це стосується різних аспектів. Зокрема, це кольорові революції – революція троянд, українські Майдани, чи жорсткі ліберальні технології – це Чилі та Болівія часів Бансера, Грузія. Проведення громадської активності – це, наприклад, Самооборона Майдану, або чилійська *Patria y Libertad*. Слід зазначити, що такі технології повинні бути направлені на прогрес, оновлення та технологічну першість.

У більшості випадків такі держави «підтримують позиції правого лібералізму та відкритого ринку. Лібералізм та ринкова економіка є найбільш ефективною моделлю державної та громадської організації. Вони прагнуть до оптимізації, компактності та ефективності. І нам потрібно йти саме таким шляхом» [14]. Є вже результати: це ефективна система «Дія», яка дійсно полегшує життя українцям у багатьох аспектах.

Ще однією характеристикою таких держав є активність у зовнішній політиці. Це можуть бути дипломатичні відносини, різні напрямки співробітництва з міжнародними організаціями, інституціями та структурами заради інтеграції. «Такі держави йдуть шляхом дипломатичної експансії, вони активно самоідентифікуються та домагаються суверенітету та положення в світі шляхом балансування інтересів великих держав, здатних змінювати баланс сил та ситуацію на світовому ринку» [14]. В свою чергу, великі держави (які мають вплив на світ) зацікавлені в тригерах, за

допомогою яких вони змінюють світ. «Тригери в цьому аспекті – це найважливіші стратегічні вузли, які дають можливість наддержавам вносити глобальні зміни в світову політичну та фінансову структури. Країни-тригери мають власну визнану суб'єктність та відстоюють свою суверенність, вступаючи у взаємовигідні відносини з різними партнерами» [14].

Важливим фактором щодо розуміння того, чи є ця країна тригером чи ні – є її «стратегічне розташування, що дає можливість впливати на історію світу» [14]. Наприклад, історично роль своєрідного тригеру змін в Європі виконує Балканський регіон. Саме тут присутні стратегічні інтереси декількох геополітичних гравців, які намагалися дестабілізувати конкурентів. Безумовно, «це декілька держав, які конфліктують один з одним і тому призводять навколишню геополітичну ситуацію до динаміки. Відбувається поширення конфлікту не зсередини себе, а створення його поза самим фактом свого політико-економічного існування. Повноцінними країнами-тригерами в сучасній історії можна назвати Чилі, Болівію, Україну та Грузію» [14].

Оскільки тригер розташований на стику інтересів кількох великих геополітичних гравців, він може стати не тільки політичним регіональним штабом, але й ефективним військово-стратегічним партнером, чиє географічне положення дає можливість контролювати регіон.

З приводу України слід дослухатися до думки Зб. Бжезінського, що «без України Росія перестане бути євразійською імперією, – писав він 1997 року у «Великій шахівниці». – Якщо Москва поверне собі контроль над Україною... її великими ресурсами, а також виходом до Чорного моря, то Росія автоматично знову отримає змогу перетворитися на потужну імперську державу, що розкинулася у Європі та Азії. Незалежність України кинула виклик домаганням Росії на божественне призначення бути прапорноносцем усієї панслов'янської спільноти. Те, що Україна буде з часом якимось чином реінтегрована, залишається догматом віри багатьох з російської політичної

еліти. Росія не може бути в Європі без України..., тоді як Україна може бути у Європі без Росії» [4].

Україна – це класичний тригер, від якого сьогодні багато в чому залежить геополітичний та фінансовий ландшафт Євразії. З цього приводу Ю. Лапутіна наголошує, що саме «українська незалежність стала тригером для Росії, бо зруйнувала її геополітичні інтереси» [8].

Історія України – це створення власних національних моделей, радикальне експериментування та поступове руйнування Імперії шляхом поділу її на частини знов і знов. «В процесі розпаду Російської Імперії в Україні намагалися реалізувати відразу декілька політичних проектів - від консервативної Української Держави до спроби створити вкрай ліву утопію. Пізніше, український політичний процес був загнаний в підпілля, а сама Україна – приєднана до Радянської Росії, щоб потім, через кілька десятиліть років взяти реванш та взяти участь в руйнуванні червоної імперії» [30].

Важливу роль України в розпаді СРСР, а також високу свідомість українців у напрямку націоблідінгу підкреслювали багато західних вчених та практиків. Сьогоднішня реакція Росії на події в Україні вказує на те, що Росія розуміє всю небезпеку, яка йде від подій в Україні. І саме Україна для Росії є тригером.

Одним з тригерів в 70-ті роки була Болівія. Прагнучи зменшити вплив Аргентини в регіоні, бразильський військовий уряд дійшов висновку про надзвичайну цінність Болівії. Аргентина була потенційно залежна від болівійського газу, а крім того Болівія була надзвичайно вигідно розташована. Підвищену зовнішньополітичну активність Бразилії помітили в США і теж почали приймати участь у цьому процесі з метою дестабілізувати лівий альянс, який почав формуватися в регіоні в складі Перу (Веласко Альвараво), Чилі (Альєнде) і власне Болівії (Хуана Хосе Торрес). На короткий термін інтереси країн-гігантів збіглися. У 1971 році в Болівії відбулися дві спроби військового перевороту. Другий, серпневий, виявився успішним - до влади прийшов полковник Уго Бансер. Вже на наступний рік

Болівія добудувала газопровід до Аргентини і почав відбуватися процес створення залежності Аргентини від газу і посилення військово-політичного союзу з Бразилією. Це давало можливість усунути Аргентину з регіональної політики, розбиваючи блок лівих прорадянських країн. Болівія отримувала найбільший обсяг американської військово-фінансової допомоги. При цьому Болівія проводила досить раціональну політику, спрямовану на оновлення національної промисловості, розвиток конституційних і правових інститутів, підвищення рівня життя і ринкову лібералізацію. Бансер увійшов в історію країни як один з творців національної державності і, одночасно, як диктатор. А ще через багато років після закінчення власної диктатури він був законно переобраний президентом країни в 2001 році. Пізніше статус загальноконтинентального тригера перейшов до Чилі, створивши дуже стійку і відкриту систему, що дало можливість створити праволіберальні та капіталістичні дискурси на континенті. Паралельно Чилі відбила у Парагваю статус дипломатичного континентального антикомуністичного лідера, над отриманням якого парагвайський президент Стресснер працював багато років. Сьогодні Чилі – це країна-рекордсмен по зовнішньополітичній активності і кількості альянсів, до яких вона входить. Вона диктує політику в регіоні, має високотехнологічну та розвинену економіку.

Грузія є важливим стратегічним вузлом для США, ЄС, Росії та ісламських країн регіону. Сьогодні інтерес до неї не є таким активним, як це було раніше. Проблема в тому, що Росія запустила процес імперського розширення, і перед Заходом стоїть завдання стримати її в першу чергу на європейському напрямку, де пріоритетним гравцем є Україна.

Таким чином, на думку дисертанта, головним є те, що така країна «має володіти одночасно такими характеристиками як незалежність та самостійність, мати стратегічно важливе геополітичне положення» [14]. Але вказані ознаки та характеристики держав-тригерів не є вичерпними. Їх можна доповнювати національними характеристиками, більш глибокими ресурсо-географічними ознаками.

### *3.3. Вплив тригерів на політизацію масової свідомості в Україні.*

Фактори політичної конфліктної ситуації в Україні детермінується різними соціально-економічними факторами. Сформована економічна модель не локалізує довготривалі інтереси. Інтереси каналізуються лише в галузях економіки, орієнтованих на ситуаційну кон'юнктуру зовнішніх ринків, або в сфері «спекулятивного капіталу». Звуження джерела національного продукту, при якому основна роль відводиться торгівлі енергетичними та сировинними ресурсами, призводить до звуження спектру відносин практично до двох суб'єктів – держави та населення. Одним із наслідків чого є гальмування розвитку соціальних та політичних структур. Деформації в системі економічних відносин трансформуються в деформації політичного простору. В силу цих системних характеристик країна позбавлена внутрішніх структурних конфліктів та стикається з численними нереалістичними конфліктами як засобом вираження гострої соціальної депривації.

Відсутність у індивідів предметних інтересів та дистанційованість значної частини суспільства від участі в реальному відтворенні базисної системи відносин перешкоджають формуванню соціальних груп, що складаються на основі спільності реальних інтересів. Позбавлені можливості ідентифікації, з повноцінними уявленнями про ці групи, індивіди шукають інші форми колективної ідентифікації на підставі есенціалістських ідентичностей, що піддають небезпеці існування самого суспільства. Звідси інший різновид політичних конфліктів – конфлікти ідентичностей.

Нерозвиненість мережі економічних, соціальних та політичних відносин в суспільстві перешкоджає формуванню загальної культури та веде до нових принципів самоідентифікації в суспільстві. Відповіддю на потребу раціоналізації зв'язків між індивідом та суспільством стають етнічна і релігійна ідентифікації, які виявляються втягнутими до політичної

сфери. Поширення крайніх форм ідентичностей, що загрожують громадському влаштуванню, є прямий наслідок нерозвиненості економічної, соціальної та політичної сфер, що характерно для більшості схильних до трансформації суспільств.

Щодо впливу тригерів на трансформацію чи деформацію суспільства або держави, то тут слід зупинитися більш докладно. Безумовно, будь-яка трансформація, яка відбувається у суспільстві впливає на нижчий рівень. Це стосується як державних інституцій, так й політичних. Такі деформаційні або трансформаційні зміни впливають й на саму структуру держави як такої. Загалом саме слово «деформація» перекладається з латинської як спотворення. Тобто, це є зміна системи у цілому, що є результатом елементів структури цієї системи. Таким чином, всі елементи структури які змінили своє призначення, свої функції в цій системі як змінюються самі, так й впливають на інших елементів. Відбувається спотворення всієї структури системи.

Як вказує М. Білоконь, «деформації можуть бути пружними, тобто такими, що згодом зникнуть у такому випадку система повернеться до стану, в якому вона перебувала перед початком змін. Проте деформації так само можуть бути й незворотними, коли система назавжди змінюється, й якщо вона здатна витримати ці зміни, то здатна закріпити необхідні для стабільного функціонування нові риси» [1]. Тобто, деформації є процесом структурних змін державної або політичної систем і вони можуть мати зворотній чи локальний характер. Як правильно зазначає М. Білоконь, «деформації та трансформації в системі взаємопов'язані» [1]. І такий процес безпосередньо є реакцією на якийсь певний тригер. На думку вченого, саме «...під впливом зовнішніх факторів система деформується, а згодом внаслідок адаптації до нових умов трансформується. Відповідно, у певному сенсі, деформація – це реакція на тригер, а трансформація – це реакція на деформацію. Інакше система не буде здатна адаптуватися до нових умов, і може виникнути питання про здатність її структури до подальшого

існування» [1]. Політичні або державні деформації можуть стати тригером для трансформації системи політичного управління, так само як й для інших систем суспільства та держави., а це, в свою чергу «закріплює та структурує відповідні деформації у суспільстві» [1].

Слід погодитися з М. Білоконь і в тому, що «вся історія людства, як рівно й історія України складаються з етапів деформацій і трансформацій, які чергуються. Зокрема, наразі Україна переживає глибокі деформаційні та трансформаційні процеси з непередбачуваними наслідками. Як емпіричний, так й теоретичний аналіз сутності змін у суспільно-державних системах здатен відкрити шлях до розуміння глибинних суспільних процесів і практичного застосування таких знань» [1]. Одним з головних підстав трансформаційної кризи є нерозвиненість ринкових відносин, а отже, відсутність повноцінних конкурентних відносин в економіці. Перехід, який здійснюється Україною, повинен сприяти становленню нових економічних відносин замість старих і привести до поділу праці на нових підставах, які здійснюють визначальний вплив на всі сфери життя суспільства. Поділ праці викликає функціональні обов'язки, індивідуалізує людей, сприяє тому, що у кожного з'являється необхідність в інших, щоб працювати, обмінюватися або панувати.

Таким чином, повинен сформуватися новий тип солідарності, заснований на взаємодоповнюваності ролей, професій і т.п. Таке нове суспільство формує нові відносини, інтенсифікуються контакти між індивідами, що належать до різних соціальних груп. Конфлікти і конкуренція, породжені новими відносинами, збільшують можливості дотику. Безумовно, на цьому тлі з'являються приватні переконання та почуття, множитья індивідуальне інакомислення, що послаблює загальну свідомість. Однак суспільство не розпадається на чергу антагоністичних сил, бо індивіди, на засадах особистих інтересів, стають більш залежними один від одного завдяки поділу праці. У зв'язку з цим становить інтерес точка зору щодо політичних конфліктів, які проявляються в умовах трансформації

українського суспільства. Аналізуючи політичні процеси, що відбуваються в Україні, можна сказати, що політична конфліктність термінується на макрорівні соціально-економічними факторами.

Розглядаючи політичний конфлікт як перетворену форму соціального конфлікту, можна вести мову про політичні конфлікти як про нереалістичні. Головна проблема нашого суспільства полягає в тому, що воно не знає – кому належать засоби виробництва. Такий стан свідчить про відсутність відповідального суб'єкта економічної діяльності, а значить, і всіх інших суспільних відносин. Без відповідального суб'єкта економічної діяльності принципово неможливо відтворювати соціальні та політичні структури, що забезпечують структурно-функціональну стійкість соціуму.

Економічна модель, яка склалася в Україні, не в змозі локалізувати будь-які довготривалі інтереси. Економічні інтереси можуть бути каналізовані лише в галузях економіки, орієнтованих на ситуаційну кон'юнктуру зовнішніх ринків, або в сфері так званого спекулятивного капіталу, або частково в виробництві, яке орієнтоване на поточні запити в сфері безпосередньо споживчого ринку.

Одним з можливих наслідків цього є гальмування розвитку соціальних і політичних структур. Величезна маса активного населення країни залишається позбавленою інтересів, скільки-небудь змістовно вкорінених в легітимну систему суспільних відносин – структурах соціальної дії. Відповідно, вони приречені залишатися байдужими як до відтворення цих структур, так і до їх трансформації в нову якість. Структури соціальної дії, як середовища існування, для них не існує, бо всі інтереси реалізуються за допомогою альтернативних (нелегітимних) соціальних структур, відтворюючись в великих масштабах тіньової політики та тіньового соціального досвіду. Ілюстрацією цієї соціальної деструкції є та обставина, що навіть владна еліта не має легітимних структурних моделей, ні економічної активності, ні політичного відправлення влади. Тобто, в суспільстві відсутній той конформістський прошарок, який сприяє

збереженню стійкості соціально-політичного порядку, без якого суспільство не може зберігати стабільність та рівновагу, стійкість і спадкоємність якісних характеристик соціальної системи.

В умовах анонімності та невпорядкованості відносин власності індивід позбавляється можливості не тільки реалізувати свої інтереси, а й локалізувати їх, оскільки відчужений від реального економічного простору. Анонімна система відносин власності не може змоделювати ні інтереси індивіда, ні мотиви творчої відповідальної діяльності, ні структури його соціального майбутнього. Такий стан сучасного соціуму, системи соціальних зв'язків та відносин веде до соціального розрізнення, коли замість упорядкованих та стійко інституалізованих зв'язків та відносин людина втягується в інституалізовані квазівідносини.

Соціальний та політичний простір в таких умовах виявляється вкрай розмитим, а вся діяльність акторів починає тяжіти до інших, інколи девіантних типів поведінки. Відбувається криміналізація, відвотрення зв'язків поза рамками легітимних соціальних структур, які надають стійку цілісність соціальної системі. Тобто, такий простір не передбачає для індивіда стійко структурованого місця і, відповідно, стійких ролей. Роль суб'єкта економічної діяльності можлива для нього тільки в тінювих економічних зв'язках, що й детермінує виключення з усієї системи економічних відносин відповідальних суб'єктів економічної діяльності.

Як відомо, в науці існують п'ять типів найбільш характерної поведінки в такому випадку; конформність, інновація, ритуалізм, ретритизм, заколот. Інновація це така форма пристосування, яка викликається значним акцентуванням мети-успіху та полягає в використанні інституційно заборонених, але досить ефективних засобів досягнення багатства та влади. Така система відносин власності не дозволяє створити більш-менш ефективну структурно-функціональну модель, що відображає позиції та інтереси соціальних акторів. Подібна ущербність системи компенсується за допомогою активізації позаекономічних механізмів регулювання панівних

інтересів. Держава, як головний політичний актор і основний інститут політичної системи суспільства, змушена моделювати структуру і зміст політичного простору в рамках пануючих інтересів і потреб вузьких олігархічних груп. У подібній ситуації відсутня потреба в багатовимірній структурованості політичного простору. Більше того, виникає необхідність ліквідувати цей простір від тих чи інших форм інституалізованого представництва громадських інтересів і замінити їх різними декораціями цього представництва. З цим же пов'язана необхідність зміцнення силових інструментів влади, обмеження демократії, свободи слова, що й обумовлює тяжіння до авторитарних способів управління.

Тобто, деформації в системі економічних відносин з неминучістю трансформуються в деформації політичної системи і політичного простору суспільства. В силу цих системних характеристик країна позбавлена внутрішніх структурних конфліктів – точних симптомів здоров'я суспільства і наявності в нього ресурсів до розвитку – і наповнена нереалістичними конфліктами як засобом вираження гострої соціальної депривації. Широке поширення в суспільстві нереалістичних конфліктів є прямим наслідком структурних спотворень та деформацій.

Нереалістичні конфлікти можна визначити як конфлікти, що виникають в ситуації, коли відсутнє розуміння локалізованості предмета протистояння, коли таким виявляється сам конфлікт як процес і засіб подолання фрустрацій, як засіб зняття напруги.

Таким чином, мотивацією подібних конфліктів стає пошук засобів щодо висловлення протестних настроїв, щодо виявлення накопиченого роздратування, вирішення тривожної ситуацією, яка породжуються страхами і занепокоєнням, причина яких може бути визначена довільно, а джерело тривожності - ситуативно.

У зв'язку з цим хотілося б відзначити такий важливий момент. Трансформація українського суспільства на тлі світової економічної кризи створює загрозу вертикальної та горизонтальної легітимності влади,

стабільності існуючого соціально-політичного порядку, а також небезпеку розпаду суспільства. З одного боку, недолік вертикальної легітимності може привести до розриву зв'язків між суспільством і державою. Іншими словами, прийняття суспільством права еліти управляти на основі якогось набору норм і правил може бути оскаржене і підірвано. З іншого боку, горизонтальна легітимність відноситься до самовизначення громадян в якості членів політичної спільноти, тим самим окремі індивіди і групи перестають відчувати себе членами єдиного цілого і не вважають себе зобов'язаними зберігати йому вірність.

Нерозвиненість нормальної (заснованої на соціальному інтересі) мережі економічних, соціальних і політичних відносин в суспільстві не сприяє формуванню загальної культури як носія смислів, за допомогою яких люди інтерпретують свій життєвий досвід і направляють свої дії. Втрата базових загальнонаціональних цінностей і почуття перспективи в умовах кризи сприяє тому, що масова свідомість стихійно починає шукати нову форму взаємодії, формулювати нові принципи самоідентифікації в суспільстві, які повинні були б прийти на зміну колишнім формам, заснованим на соціально-класовій та ідеологічній солідарності, але так і не прийшли. Тому, за даних обставин найпростішою відповіддю на потребу раціоналізації зв'язків між індивідом і суспільством стають етнічна і релігійна ідентифікації, які виявляються втягнутими в нову для себе сферу – сферу практичної політики. Політизація етнічності означає перетворення етнічного чинника в інструмент боротьби за владу. Цей процес завжди відбувається в контексті системної кризи суспільства. Прикладом тому бути історія СРСР. Тобто, етнічна чи релігійна ідея згуртовує лише частину суспільства, протиставляючи їй інші групи. Подібний вектор розвитку є досить дискусійним для України, яка є багатонаціональною та поліконфесійною.

Сьогодні деформація в загально-суспільній свідомості змушує людей шукати більш стабільні орієнтири, що дозволяють подолати невпевненість у

майбутньому. В цій ситуації етнічна та релігійна приналежність виступає як компенсаторний механізм. Етнічні та релігійні ідеї набувають пріоритетного значення в співвіднесенні з загальнолюдськими, суспільними цінностями. Немає потреби доводити, що ідентичність може бути побудована тільки через відмінність і що будь-яка соціальна об'єктивність конструюється через дії влади (так само як і бездіяльності). А соціальні моделі ідентичності (етнічна, територіальна, регіональна, релігійна і т.п.) завжди з часом набувають в сучасному суспільстві політичний характер. На думку дисертанта, будь-яка ідентичність сьогодні є політичною, бо вимагає не лише універсального визнання, але, перш за все, визнання тих груп, які були певною мірою маргінальними і щодо яких раніше застосовувалася дискримінація.

Тобто, будь-яка форма соціальної об'єктивності є політичною і неминуче несе на собі результати актів виключення, які визначають її існування та керують її механізмом. Також, слід відзначити, що ідентичності завжди є колективними, тому що, категорія «ми» існує тільки завдяки обмеженню від «вони». Варто розуміти, що інші не завжди є ворогами, вони можуть виступати і й у вигляді друзів. Як відносини «ми – вони» можуть трансформуватися в відносини «друзі – вороги», коли інші, які сприймаються в даний момент як просто інші, починають ставити під сумнів нашу ідентичність і загрозувати нашому існуванню. З цього моменту співвідношення «ми – вони» набуває конфліктних форм. Малі спільноти відстоюють ідентичність меншин, виступаючи проти гегемонії пануючої культури та ідентичності, або, навпаки, великі групи виступають проти малих спільнот. Ці спільноти можуть пред'являти претензії один до одного, обмінюватися звинуваченнями, вони можуть мати рацію або не мають рації, їх відносини можуть бути антагоністичними чи ні. Однак сама логіка існування ідентичності та засіб її дії в політичному просторі є, на думку французького філософа Ж. Рансьєр, дискурсивною та практичною побудовою полемічної верифікації рівності [17]. В кінцевому підсумку цей

процес має на меті усунення реально існуючої соціальної несправедливості (реалістичний конфлікт) або ситуації, яка сприймається як реальна (нереалістичний конфлікт).

Поширення крайніх форм ідентичностей (релігійних, етнічних, моральних і т. д.), які загрожують громадському влаштуванню, є прямий наслідок нерозвиненості економічної, соціальної та політичної сфер, що характерно для більшості, схильних до трансформації, суспільств. Подібна ситуація не тільки ускладнює політичну артикуляцію проблем, з якими стикаються індивіди та групи, але також ускладнює процес політичної ідентифікації. Відсутність або припинення політичної полеміки може породити ненависть до «іншого», і тоді політичні конфлікти набувають вкрай деструктивних форм – від масових заворушень до революцій. Сплески ксенофобії та релігійної нетерпимості, перехід від неприязні до ненависті означають не що інше, як крах політики (як практики та діяльності з організації співіснування безлічі соціальних груп і прошарків) і відмову від полемічного розгляду питань рівності в суспільстві та справедливості існуючого порядку. Подібна конфронтація відбувається вже навколо цінностей або есенціалістських форм, які підлягають обговоренню щодо ідентифікації.

Таким чином, проблема встановлення міцного соціального світу, з якою стикається сьогодні українське суспільство, багато в чому є наслідком нерозвиненості нормальної (заснованої на соціальному інтересі) мережі економічних, соціальних і політичних відносин. Реформи в Україні можуть досягти успіху лише в тому випадку, якщо будуть створені умови, при яких баланс в суспільстві буде підтримуватися за рахунок зворотного зв'язку між політичною системою та громадянським суспільством, а також якщо будуть введені такі цінності та установки, які дозволять різним групам мирним шляхом вирішувати виникаючі суперечки і розбіжності.

Безумовно, «економічному процвітанню на початку двотисячних значною мірою заважали політичні чвари. Цей рік запам'ятався договором

про постачання російського газу, переслідуваннями журналістів і релігійною подією року – візитом Папи Римського» [32].

Саме історичні реалії дають можливість визначити головні політичні тригери розвитку України з початку 2000 років. Значимим виявився саме 2001 рік і, як визначає О. Щербань, «на початку 2000-х Україна нарешті зловила той самий необхідний момент – зростали валютні надходження із зовнішніх ринків, почали заходити іноземні інвестори. У 2001 році ВВП становив 109 %, а найбільше зростання валової доданої вартості спостерігалося у провідних видах економічної діяльності: обробній промисловості, оптовій та роздрібній торгівлі, сільському господарстві, мисливстві, лісовому господарстві, будівництві. Однак чимало досягнень в економіці не отримали свого продовження через політичні інтриги» [32].

О. Щербань представляє «світові політичні тригери 2001 року: 5 січня – генпрокуратура України порушила кримінальну справу щодо віцепрем'єрки Юлії Тимошенко: її звинуватили в контрабанді, підробці документів, а також в ухиленні від сплати податків в особливо великих розмірах; 15 січня – офіційне відкриття сайту «Вікіпедія»; 20 січня – Джордж Вокер Буш-молодший став 43-м президентом США, змінивши на цій посаді Білла Клінтона; 20 січня президент України Леонід Кучма звільнив з посади Юлію Тимошенко; 26 квітня – підконтрольна президентові України Леоніду Кучмі парламентська більшість відправили у відставку уряд Віктора Ющенка, який пропрацював лише 16 місяців; 29 травня – прем'єр-міністра Віктора Ющенка було звільнено з посади, він долучився до опозиції; 23 червня – розпочався п'ятиденний офіційний візит глави Ватикану Папи Римського Івана Павла II в Україну, щоб підтримати католиків у їхній вірі; 29 червня – ганський дипломат Кофі Аннан переобраний генеральним секретарем ООН на другий термін. Цього ж року він став лауреатом Нобелівської премії миру; 11 вересня – теракти в США: близько 9:00 за місцевим часом два літаки з інтервалом 18 хвилин врізалися у два хмарочоси Всесвітнього торгового центру в Нью-Йорку; 23 жовтня – Стів Джобс анонсував вихід портативного

плеєра iPod із жорстким диском на 5 ГБ. На вересень 2007 року їх було продано 110 млн штук; 25 жовтня – компанія Microsoft випустила операційну систему Windows XP; 5 грудня – розпочався перший Всеукраїнський перепис населення. Загальна кількість населення становила 48 млн 457 тис. осіб (міського – 67,2 %, сільського – 32,8 %; чоловіків – 46,3%, жінок – 53,7 %); на території країни проживало 37 541,7 тис. українців (77,8 % загальної кількості)» [32].

Загалом, 2001 рік став визначною подією нашої сучасної історії в плані соціально-економічного розвитку. Зокрема, виникло багато компаній, які зараз є лідерами в своїх сферах: Нова Пошта, Інтертелеком, Нова лінія, ПроКредит Банк, Укртранснафта тощо.

Щодо політичних тригерів, то вони мали форму політичних інтриг. Це «політична подія» – акція «Україна без Кучми», газова війна, збройний скандал та переслідування журналістів, авіакатастрофи (над акваторією Чорного моря було збито пасажирський літак Ту-154М російської компанії Сибір), візит Папи Римського тощо.

Що ми бачимо сьогодні – через 20 років: «санкції проти каналів В. Медведчука, тарифні війни, форуми Зеленського, провал старту вакцинальної кампанії, вирок активісту Стерненку, невдала спроба В. Зеленського протиснути через парламент Н. Вітренко на посаду в Уряд Шмигала. Всі ці події не могли не відбитись на рейтингах провідних політичних сил. Фактично вони стали одними з тригерів, які безпосередньо впливатимуть як мінімум на першу частину політичного сезону, а то і на весь рік. Тож дуже важливо регулярно оцінювати та аналізувати рейтинги провідних політичних сил, роблячи порівняльний аналіз у часовому континуумі» [26].

Слід відзначити, що в нас ситуація практично завжди однакова – тріумфальні вибори змінюються з часом (1-2 роки) – активним розчаруванням. Зараз така є сама ситуація. Були великі очікування від діючого президента України В. Зеленського, які змінилися на зменшення

довіри з 77 відсотків до близько 45 відсотків опитаних (за даними станом на 1 квітня 2021 [30]). Але, наприклад, 24 канал дає інші дані. Зазначається, що «за останні пів року рейтинги Володимира Зеленського та партії «Слуга народу» зросли у 1,5 рази» [27]. Науковці говорять про різні підстави такої динаміки. Наприклад, Л. Мисів зазначає, що «тригером для початку зростання рейтингу президента стали санкції, запроваджені проти Віктора Медведчука» [Цит. за: 27].

Окремо слід сказати про кампанію В. Зеленського. Як підкреслює Н. Давидюк, вона «стала чимось новим для України, революційним та несподіваним». Ще у 2018 році ніхто б не поставив і гривні на перемогу Зе, особливо із 50 %-ою перевагою у другому турі. Але медійна і дуже драйвова кампанія, заряджена на виключний позитив від кандидата, відсутність позиції та шалена підтримка на телебаченні, зробили своє». Дійсно, так воно і було. І тут також слід погодитися з Давидюком, що «якщо телевізійні експерти ратують про перемогу форми над змістом, шоу над політикою, то ніхто не може нічого сказати про те, що відбулася перемога над олігархатом» [5].

Але, якщо звернутися до аналізу даної виборчої кампанії, то слід вказати, що вона є деяким коктейлем, який складається з інгредієнтів (технологій), які застосовують зарубіжні кампанії. Наприклад, мова йде про тенісний стіл, який був застосований для антуражу проведення змагань в рамках інтерв'ю. цю ідею було запозичено у американських політтехнологів, коли аналітики Обама грали з ним в теніс і це з часом стало політичним тригером. Також, наприклад «політичний пінг-понг повторювався й пізніше, коли 44 президент США разом із Девідом Кемероном грали в Globe Academy із 16-тирічними юнаками» [5].

Мікротаргетинг, який використовував Д. Трамп, був основою кампанії В. Зеленського. В різні регіони країни запускались відмінні між собою меседжі, таким чином кожен чув, що хотів. Саме тому ми маємо кілька абсолютно різних політичних образів В. Зеленського, контроверсійних один

до одного. Також окремі елементи витягнуті з німецьких парламентських кампаній, які В. Зеленський використовував у своїх блогах та багато іншого. У той же самий час український президент залишається дуже закритим, уникає зайвого контакту з пресою та дає інтерв'ю переважно лише лояльним ЗМІ.

Зараз В. Зеленського можна вважати як одного з лідерів політиків-популістів, які є антисистемними. Але, одночасно бачимо в його діяльності динаміку та швидкість, хоча вона є показовою. Головним здобутком є зміна виборчих кампаній в Україні, і це є важливим. Слід зазначити, що В. Зеленський в виборчій історії України не є лідером. Більшу підтримку на виборах мали Л. Кучма, В. Ющенко та Л. Кравчук.

В. Зеленський використовує «надію як інструмент власної ідеології, змістивши акценти в майбутнє (в силу того, що у нього не було політичного минулого), підкріпив це своєю впізнаваністю, медійністю, постійним навколополітичним дискурсом у комедійній формі та помножив на вплив олігархічних ТВ та технологічних можливостей соціальних мереж» [5]. Скоріше за все, що й надалі В. Зеленський буде використовувати саме цей стиль правління: використання суспільної думки (за аналогією стилю Трампа).

І тут виникає питання щодо ролі опозиції в сучасному політичному процесі України. О. Радчук підіймає питання «...чи здатна опозиція підточити рейтинги влади, ініціювавши масові акції протестів українців. З боку провладної більшості та президента – залишається інтригою те, наскільки рішучою може бути відповідь на такі кроки опозиції? Тож призначення нового міністра внутрішніх справ у такому контексті – доволі непересічна подія напередодні нового осіннього політичного сезону – 2021» [19]. На думку дисертанта, саме це буде головним тригером-подією українського політичного процесу сезону 2021.

Які прогнози щодо найближчого майбутнього нашого політичного процесу: ймовірним є розвиток подій, при якому мирне врегулювання на

Сході буде безрезультатним, можливим є «перехід до стану замороженого конфлікту» [25]. Крім того, зміни геополітичного стану може використати опозиція, а стимулювати настрої суспільства можуть як прав-, так і досить адекватні патріоти. Мотивацією може бути, як і завжди, соціальні проблеми, які стануть головними тригерами зі сторони суспільства. Це можуть бути й тарифи, й продаж землі тощо.

### *Висновки до Розділу 3*

Пандемія стала тригером щодо змін на міжнародному рівні, у відносинах між країнами. Однією з найважливіших сторін даного феномену є громадська активність: її масштаби виявилися величезними. На порядку денному практично скрізь COVID-19 та його наслідки. Швидкість темпів цифровізації, коли ЗМІ та соціальні мережі пронизують всі сфери життя людей всіх вікових груп, – головний показник різниці між пандемією коронавірусу та іншими пандеміями ми (наприклад, пташиного або свинячого грипу).

Зараз ми бачимо як змінюються принципи міжнародної політики, формується новий світоустрій. Це потребує нових рішень в галузі безпекової політики на всіх рівнях. Україна потребує виваженого професійного осмислення сучасної ситуації (екстремальної ситуації) в різних галузях життєдіяльності суспільства та держави. Пандемія стала тригером соціально-політичних змін не тільки в Україні, а й всьому світі, а це вимагає діалогу між країнами за для подолання пандемії. Необхідним є вироблення відповідних політичних та управлінських рішень, що стане запорукою для проведення зрозумілої та ефективною політики задля покращення ситуації в усьому світі.

Держава-тригер повинна бути водночас незалежною самостійною країною та володіти важливим геополітичним та стратегічним вузлом. Сучасна політика є високо-технологічною, і тому роль держав-тригерів

зростає з кожним роком. В сучасних динамічних, мінливих та небезпечних умовах країни успішно реалізують різноманітні проекти, стають пріоритетними історичними суб'єктами світового політичного процесу.

На думку дисертанта, деформації та трансформації різних рівнів взаємопов'язані та існують завдяки причино-наслідковим зв'язкам. Не всі трансформаційні процеси постійні та стійкі. Зазвичай, більшість є тимчасовими та неконтрольованими. Особливо це стосується деформацій, які виникають в результаті відповідних змін факторів щодо існування такої системи і є тригером для подальших трансформаційних змін, які відбуваються більш системно та постійно. У більшості випадків такі політичні тригери мають форму політичних інтриг та скандалів.

### *Список використаних джерел до розділу 3.*

1. Білоконь М. (2016) Інтенсивність трансформацій структури публічної взаємодії в контексті державного управління: сутність та вплив на Україну. *Інвестиції*, 22, 106-109.
2. Вірус і політика: Як пандемія коронавірусу впливає на політичні процеси? (2020) *Лабораторія законодавчих ініціатив*. URL : <https://parlament.org.ua /2020/03/30/ virus -i- politika -yak-pandemiya-koronavirusu -vplivaye -na-politichni -protsesi/>
3. Герасимчук С., Шелест Г. Грудень. (2020) Сценарії і тренди 2021. *Міжнародна політика*. Київ, Фонд імені Фрідріха Еберта, 46.
4. Громенко С.(2017) Бжезінський: невідповідний Збіг. URL <https://site.ua/ sergii.gromenko/7631/>
5. Давидюк Н. (2019) Що означає перемога Зеленського, і що країні робити далі? *Українська правда*. URL : <https://www.pravda.com.ua /columns/2019 /05/2/7214048/>

6. Каукенов А. (2020) Пандемія COVID-19, як тригер американо-китайського протистояння. Азіатський монітор. URL : <https://cacds.org.ua/?p=9144>
7. Колективне комюніке керівників вооз, європейської ради, а також лідерів україни та 22 країн світу. (2021) як здолати пандемію: спільна стаття 24 глав держав та урядів. *Європейська правда. Міжнародна безпека та євроінтеграція України*. URL : <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2021/03/30/7121495/>
8. Лапутіна Ю. (2021) Українська незалежність стала тригером для Росії, бо зруйнувала її геополітичні інтереси. URL : <https://mva.gov.ua/>
9. Лопата Л. (2020) COVID-19 как Политический тригер. *Власть*, 2, 292-294.
10. Луканова В. (2018) Пандемія як антисистема: аналіз конститутивних аспектів. *Науково-теоретичний альманах «Грані»*, 21, 11, 86-93.
11. Лукашевская А. (2020). Что такое пандемия и эпидемия: объясняем разницу на примере коронавируса. *Здоровье* 24. URL : [https://health.24tv.ua/ru/chto\\_takoe\\_pandemija\\_chto\\_takoe\\_jepidemija\\_raznica\\_jet\\_ih\\_ponjatij\\_n1287883](https://health.24tv.ua/ru/chto_takoe_pandemija_chto_takoe_jepidemija_raznica_jet_ih_ponjatij_n1287883).
12. Міщенко М. (2020) Пандемія і політики. *Український інтерес*. URL : <https://uain.press/articles/pandemiya-i-polityky-1234974>
13. Молодій В. (2020) Яким може бути світовий порядок після пандемії Інше ставлення до глобалізації, зміна світових лідерів і можливості для України. *Дискусія*. URL : [https://zaxid.net/statti\\_tag50974](https://zaxid.net/statti_tag50974)
14. Новицький О. (2021) Держави-тригери: ознаки та особливості. *Priority directions of science and technology development. Proceedings of the 11th International scientific and practical conference. SPC «Sci-conf.com.ua»*. Kyiv, Ukraine, 2021, Pp. 535-540.
15. Оцінка медичної сфери в Україні (24-28 березня 2021) (дані на 15.04.2021 р.). URL : [http://ratinggroup.ua/research/ukraine/ocenka\\_medicinskoj\\_sfery\\_v\\_ukraine\\_24-28\\_marta\\_2021.html?Fbclid](http://ratinggroup.ua/research/ukraine/ocenka_medicinskoj_sfery_v_ukraine_24-28_marta_2021.html?Fbclid)

=IwAR1r5 VhvpQg W9ERicJF5AVuT1EuHbrcgypZx WrZ9ZYRwBF7izYM0a GRZjVQ

16. Пехник А. (2017) Розподіл влади: сучасний погляд. *Актуальні проблеми політики*. Одеса, 60, 38-49.
17. Пехник А., Кройтор А., Завгородня Ю. (2019) Теорія ризику: історія та сучасні підходи. *Актуальні проблеми політики*, 63.
18. Почему популярность европейских политиков растет на фоне эпидемии URL :<https://www.rbc.ru/politics/24/03/2020/5e79e3e09a79474240b8c9e1>
19. Радчук А. (2021) Осень протестов: о вызовах для власти и оппозиции в новом политическом сезоне. *Слова и дело*, 16 июля. URL: <https://ru.slovoidilo.ua/>
20. Рансьер Ж. (2006) На краю политического. Москва, 240.
21. Рейтинг довіри очолює Зеленський, Кличко – другий. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2021/04/1/7288619/> .
22. Рейтинг Макрона после обращения о вирусе вырос до максимума за два года. URL : <https://www.rbc.ru/politics/21/03/2020/5e75b0389a79473d4dc5ee48>
23. Словник української мови (1975), Київ, 6, 43.
24. Стеблина Н. (2020) Covid-19 та трансформація цифрового політичного дискурсу України у 2020 р. *Політичне життя*, 2, 103-110.
25. Супотницький М. (2000) Микроорганизмы, токсины и эпидемии. Москва: Вуз. кн., 375.
26. Таран В. (2021) Лютнева електоральна динаміка та політичні тренди. URL : <https://blog.liga.net/>
27. Терещенко О. (2021) Чому зріс рейтинг Зеленського. URL : [https://24tv.ua/sanktsiyi-proti-medvedchuka-pidnyali-reyting-zelenskomu\\_n1677353](https://24tv.ua/sanktsiyi-proti-medvedchuka-pidnyali-reyting-zelenskomu_n1677353)

28. Ткаченко Т. (2020) Пандемія covid-19 - глобально-емоційний тригер сфери гостинності: особливості і визнання. *Актуальные научные исследования в современном мире*. 6-4 (62), 56-61.
29. Хамітов Н. (2002) Гранична ситуація. *Філософський енциклопедичний словник*. Київ: Абрис, 131.
30. Хто проспав Україну? Огляд іноЗМІ (2014). *Під прицілом*. URL : <https://p-p.com.ua/news/51142/>
31. Шах С. (2016) Пандемия: История смертельных вирусов. Москва: «Альпина Диджитал», 208.
32. Щербань О. (2021) 2001 рік: Теракти в США, всеукраїнський перепис населення та візит Іоанна Павла II до України. URL : <https://investory.news/>.
33. Яцик І. (2009) Гранична ситуація екзистенції вчинку: повнота екзистенції у філософії Ніколо Аббаньяно та «людина на межі» Карла Ясперса. Дис. ... канд. філос. наук, спеціальність 09.00.05 – історія філософії. Житомир, 173.
34. Politbarometer 2021. URL : [https://www.forschungsgruppe.de/Umfragen/Politbarometer/Archiv/Politbarometer\\_2021/](https://www.forschungsgruppe.de/Umfragen/Politbarometer/Archiv/Politbarometer_2021/)
35. Sondaggi, sale il gradimento di Conte è al 57% (2020) Il Fatto Quotidiano, 08.04.2020. URL: <https://www.ilfattoquotidiano.it/2020/04/08/sondaggi-sale-il-gradimento-di-conte-e-al-57-legastabile-al-26-8-dalle-europee-i-renziani-al-2-restrizioni-giuste-per-il-91/5763706>.

## РОЗДІЛ 4

### ВПЛИВ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ТРИГЕРІВ НА АКТИВНІСТЬ (КОНФЛІКТНІСТЬ) СПІЛЬНОТ МЕРЕЖЕВИХ ЗМІ

*4.1. Процес створення та політизації тригера (на сучасних прикладах).*

Мережеві спільноти є неklasичними соціальними спільнотами. Власне мережеве співтовариство не може бути направлено на перетворення політичного життя, оскільки як тільки власне мережеве співтовариство розкриється – воно перестане бути власне мережевим. Природа мережевих спільнот в політологічному аспекті виключно комунікативна: вони першими вихоплюють з інформаційного потоку політичні події, будують навколо них комунікацію – і існують виключно до тих пір, поки ведеться комунікація, яка базується на цінностях. Такі спільноти є колективним суб'єктом, в якому можуть співіснувати і навіть конфліктувати різні дискурси, метою цього суб'єкта не може бути вирішення конфліктів. класифікація інтернет-ЗМІ може здійснюватися за різними критеріями. Варто погодитись з думкою М. Медведчука, що «... типів мережевих засобів масової інформації існує досить велика кількість, які потребують більш ретельного вивчення» [20, с. 249].

І. Артамонова пропонує поділити мережеві ЗМІ на такі групи: «оригінальні ЗМІ, клони та гібриди, котрі відрізняються між собою у питанні інформаційних підходів (характері оновлення новин та їх упаковки, маркетингових стратегій тощо) та у питанні використання інтернеттехнологій (інтерактивних можливостей, гіпертекстових посилань тощо). Клони, як правило, повністю копіюють друковані видання у структурі, наборі рубрик, текстових форматах, а публікуються частіше за все або

одномоментно, або із деяким запізненням. Гібриди (модифіковані онлайн-версії традиційних видань) виходять у вигляді електронного варіанту конкретного друкованого видання зі своїм власним режимом роботи та форматом. Матеріали у гібридних інтернет-ЗМІ часто наповнюються гіпертекстовими посиланнями на інші інтернет-ресурси, що дозволяє значно розширити інформаційне поле. Оригінальні інтернет-видання не мають друкованих аналогів і характеризуються наступними якостями: публікація матеріалів у режимі нон-стоп; посилання на інші джерела; вільний доступ до архівів; інтерактивна взаємодія з читачами тощо» [4, с. 7-8]. М. Медведчук доповнює цей перелік іншими типами, зазначаючи, що: «... до яких належать суто мережеві видання (які виходять лише в Інтернеті) та мережеві версії традиційних офлайнових ЗМІ» [20, с. 250].

В мовах, коли світ наповнений засобами масової інформації різного рівня, форми формування тригерів стає більш швидким та продуктивним. Початковий етап становлення тригеру – це умоглядний, який полягає у виділенні з якоїсь події стислої лінгвістично-філософської конструкції, до якої можна надалі застосувати акумуляцію контексту. Майбутній тригер завжди спочатку є якоюсь подією чи явищем.

Наступний етап включає в себе перехід цієї події до поля медіадискурсу. Час переходу залежить від того, яким чином інформація досягає медіа. Наприклад, коли очевидець диктує свої спостереження журналісту, об'єктивність події руйнується: очевидець апріорі обмежений в своїх спостереженнях, журналіст, в свою чергу, також обмежений безліччю факторів: часом, своїми когнітивними здібностями, мовою, ідеологією і т. п. Тому, слід зазначити, що всі наші спостереження світу не є об'єктивними, вони завжди навантажені вже сформованими в нас цінностями та досвідом, але, при цьому, має можливість детермінації. Тригери можуть існувати тільки в такому світі, оскільки, чим сильнішим є ланцюжок ціннісних асоціацій, яку викликає тригер, тим він потужніший. Сила ланцюжка ціннісних асоціацій полягає або в її довжині, або, як це найчастіше буває, в

апеляції до сакральних цінностей. «Вимір сакрального, на думку В. Головей, характеризується органічним зв'язком онтологічного, екзистенціального й гуманістичного аспектів» [13, с. 93]. Говорячи про сакральне, мова йде й про те, що не має такого сенсу, але індивіди чи різні спільноти наділяють його такою ознакою. Як зазначав Е. Дюркгейм, «ідея сакрального виражає природну основу істинно людського буття, його суспільну (колективістську) сутність, що протистоїть світському (індивідуалістичному) егоїстичному існуванню» [15, с. 120]. І це сакральне вже саме по собі є тригером, оскільки акумулює в собі контекст, пов'язаний з поняттями «священного», «вищого» або навіть «потойбічного». В якості прикладу можна привести сакралізацію образу матері (день матері тощо).

Ціннісний тригер «CharlieHebdo» був сформований на створенні реальної ситуації, яка відбулася 7 січня 2015 року в Парижі. Ісламські терористи напали на офіс сатиричного тижневика «Charlie Hebdo» та вбили 12 осіб і поранили 11 осіб. Подобиці нападу і те, що стало наслідком ситуації, було представлено в ЗМІ та викликало активний відгук з боку громадськості. Відгуком стали мітинги на підтримку «Charlie Hebdo» або проти релігійних карикатур, які зібрали десятки тисяч людей. І головне – назва «Charlie Hebdo» перетворилася з маловідомого за межами Франції словосполучення в політичний символ, який змушує одних людей виступати з осудом вбивств та міркувати про свободу слова, а інших – негативно висловлюватися про карикатури та виявляти готовність захищати свої релігійні цінності. Тобто, «CharlieHebdo» пройшов шлях від звичайної назви до тригера, який з часом набрав ознак політичного.

Незважаючи на різноманіття думок, простір для інтерпретації теракту в редакції «Charlie Hebdo» є досить обмеженим, оскільки спочатку обмеженими були ціннісні установки та механізми редукції значень, пов'язаних з атакою терористів. Журналіст, який передає новину про напад на редакцію «Charlie Hebdo», є представником символічної еліти. Однак, незважаючи на свою елітарність, він сам схильний до обмежень. Влада

журналіста полягає в конструюванні реальності, але через об'єктивні та суб'єктивні обмеження, що накладаються на нього, реальність, створювана ним, вже не буде об'єктивною. На вході в медіадискурс така подія розпадається на безліч інтерпретованих подій. Саме в цей момент «CharlieHebdo» стає тригером, оскільки починається процес, без якого створення тригеру є неможливим – це тиражування. Сервіс статистики пошукових запитів Google показує, як зріс інтерес до запиту «CharlieHebdo» в січні 2015 року: в 16,7 разів у порівнянні з лютим 2006 року, в 25 разів у порівнянні з вереснем 2012 року, в 50 разів у порівнянні з листопадом 2011 року [29]. Загалом, спостерігаємо за лінійною моделлю механізму створення тригеру.

Слід зазначити, що процес створення тригеру є безперервним процесом з моменту потрапляння події з початкового етапу до поля медіадискурсу. Так, наприклад, отримавши повідомлення про напад на офіс «Charlie Hebdo», журналіст спочатку стикається з якимось текстом, потім інтерпретує отриману інформацію та вводить в текст позначення «CharlieHebdo». З часом, коли надходить нова інформація, журналіст все більше звертається до позначення «CharlieHebdo», інтерпретуючи його, і головне, починає його тиражувати. Саме це дає можливість створити (перетворити) тригер. Це і є другий етап поширення тригеру, де відбувається його оформлення саме як тригеру. Його тиражування є наступним етапом формування тригеру.

Незадовго до процесу тиражування - на етапі осмислення інформації про подію – відбувається руйнування об'єктивних характеристик події. Перетворення події в тригер можливо лише тоді, коли вже не має можливості осмислити об'єктивну подію. Після того, як тригер потрапляє до поля медіа дискурсу та поширюється в ньому, починається процес акумуляції контексту. Наприклад, на цьому етапі журналісти згадують, які карикатури публікувалися в «Charlie Hebdo» раніше. В свою чергу, аудиторія дає відгук на сконструйовану подію, свою думку висловлюють політичні еліти і т.п. Тригер розростається не тільки за змістом, але й за призначенням.

Варіативність асоціативних ланцюжків підвищується. Наприклад, відразу після трагедії висловився президент Франції Ф. Олланд, позначивши засновану на лібертаріанській ідеології ціннісну позицію французьких політичних еліт - свобода слова та єдність понад усе [22]. Але відбулося захоплення заручників в кошерному магазині. Заяви та дії, інтерпретації та ціннісні асоціації почали примножуватися слідом за новинними повідомленнями про напад. Тобто, це була не об'єктивна реальність, а сконструйована новинними агентствами реальність, яка доповнилася експліцитною суб'єктивністю політиків і пересічних користувачів, які отримали можливість виразити себе в коментарях.

Наступний етап – це акумуляція контексту. Якщо раніше відбувалося накопичення суб'єктивного, яке мімікрує під об'єктивне, то під час акумуляції контексту збільшується саме суб'єктивне, і саме в такому вигляді представляється в медіасферу. На цьому етапі відбувається редукція смислів.

Наступний етап встановлює остаточне співвіднесення події з дискурсами (сакральним і профанним) тригеру. Те ж саме сталося з «CharlieHebdo». Особливо яскраво таке співвідношення відбулося в сакральному дискурсі. Ті ЗМІ, які інтерпретують реальність через категорії сакрального, остаточно перестали розглядати «CharlieHebdo» крізь призму співчуття. З'являються різкі думки щодо карикатур та їх критика. Вже потім було виголошено багато промов, щодо важливості захисту свободи слова. Навіть вийшов номер з черговою карикатурою на пророка Мухаммеда, але нова картинка вийшла досить прісною, ніж образливою. Більш того, після цього «Charlie Hebdo» оголосив, що мусульман вони більше не будуть застосовувати в якості об'єкту карикатур.

Крім вказаних ознак тригер з часом набуває політичного значення. Наприклад, індивіди, які інтерпретують тригер в сакральному дискурсі, знаходяться в стані вибору. З одного боку, теракт в редакції привів до загибелі журналістів, а смерть є особливою категорією в сакральному дискурсі. З іншого боку, занадто великі виявилися ідеологічні розбіжності:

якщо сакральний дискурс тяжіє до націонал-консерватизму, то профанний дискурс (в рамках якого діє «Charlie Hebdo» – до лібералізму). В результаті політичний зміст проявився.

Наявність різних точок зору, які фіксуються в медіасфері, знайшли своє відображення в вигляді конкретних дій, в першу чергу, щодо обмеженості можливостей для інтерпретації нападу на «Charlie Hebdo». Акумуляція контексту навколо цього триггеру відбувалася таким чином, що у спільнот виникла потреба в подоланні диференціації та єднанні. Це є реакція на кризову ситуацію. Значення вирушили до дискурсивного поля, звідки вони можуть бути вихоплені виключно для того, щоб вказати на їх неправдивість. Особливо це стосується цінностей, які апелюють до вищих ідентичностей. Навколо них сформувалися дві позиції. Позиція, що підтримує журнал, розгорнулася щодо профанних або політичних ідентичностей. І тут варто звернутися к розумінню та типології дискурсу.

У сучасній науці під дискурсом можна розуміти текст; тематику тексту, діалогу або комунікації; діалог або полілог; сукупність мовних актів, мовну ситуацію. Ф. Бацевич визначає дискурс, як «...тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, мовленнєвий потік, що має різні форми вияву (усну, писемну, паралінгвальну), відбувається в межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями і тактиками учасників; синтез когнітивних, мовних і позамовних (соціальних, психічних, психологічних тощо) чинників, які визначаються конкретним колом «форм життя», залежних від тематики спілкування, має своїм результатом формування різноманітних мовленнєвих жанрів» [6, с. 154]. При такому розмаїтті трактувань в теорію дискурсу можна було б включити як складову частину всю теорію тексту, але зазвичай поняття «дискурс» і «текст» розглядають як пересічні.

Види або типи дискурсу можна класифікувати за тематикою - освітній, медичний, релігійний, музичний і т. д.; за джерелами або сферою розповсюдження - дискурс влади, молодіжний дискурс, інтернет-дискурс і

т. д.; за цілями – навчальний, дослідницький, маніпулятивний і т. д.; за стилем – іронічний, піднесений, поетичний і т. д.; за рівнем – професійний та профанний.

Профанна ідентичність – це прагнення згадати про те, що якась спільнота колись була народом, і за рахунок цього подолати кризу. Друга ідентичність – сакральна або релігійна. Як зазначає В. Головей, «семантика сакрального не вичерпується традиційним релігійним аспектом. Можемо констатувати становлення багатоаспектного міждисциплінарного концепту, в якому сакральне набуває статусу метакатегорії. У межах сучасного філософсько-культурологічного дискурсу сакральне позбавляється метафізичної однозначності і розглядається як засадничий соціокультурний феномен у динаміці його багатопланових культуротворчих потенцій» [13, с. 96].

Різниця між сакральним та профанним дискурсами в тому, що сакральний дискурс схильний до інтерпретації політичних тригерів шляхом застосування сакральних категорії. Це такі терміни та поняття, які не закріплені інституціонально. Це може бути: традиція, віра, дух, харизма, святість тощо. Профанний дискурс застосовує терміни, які закріплюються формальним чином. Це можуть бути закон, коштовності, гроші, ресурси тощо.

Слід зазначити, що як в сакральному дискурсі, так і в профанному можливі взаємні інтерпретації політичного. Така інтерпретація допомагає зрозуміти лише те, які зв'язки будуть активовані в першу чергу, а подальша інтерпретація кожного випадку повинна вестися на предметному рівні.

Релігійний дискурс виділив інтерпретаційні вузли, які взаємодіють з іншими вузлами у когнітивній системі людини. Ці вузли повинні бути пов'язані з діяльністю «Charlie Hebdo» та саме вони активують зв'язок цих вузлів з релігійними цінностями. Порухення сакральності в релігійному дискурсі карається.

Для більш повного розуміння сакрального можна привести думку В. Шелюто, який вважає, що сакральне можна зрозуміти за допомогою протиставлення: «сакральному протистоїть профанне, буденне; сакральному протистоїть не стільки буденне, скільки марнотратство людиною свого часу; сакральному протистоїть «інфернальне», святотатство, злочин та подібне до цього; сакральне та буденне не завжди протистоять одне одному [33, с. 95].

Дисонанс між офіційно заявленим засудженням вбивства в будь-якій світовій релігії та необхідністю покарання за діяльність щодо руйнування сакрального є головною причиною повної редукції деяких знаків та безумовно впливає на систему аргументації множин, які поєднані з сакральною ідентичністю. Слушною є думка В. Петрушенка, який визначає сакральне «як стратегічний орієнтир людського менталітету. Це уявлення про начала людини, про зразки порядку, про граничне (зокрема про містичне, ірраціональне), про співвідношення життя і смерті, дозволеного і гріховного, які не просто цементують предметні акти і схеми інтелекту, але і входять у їх внутрішні розмірності, оскільки сама інтелектуальна активність із самого початку вже вписана у силове поле вказаних смислових начал. Отже, світ для людини вимальовується у певних співвідношеннях того, що споглядається, інтелектуально осягається, отримує соціокультурну легітимацію і санкціонування» [23, с. 5].

Один з важливих чинників засудження «Charlie Hebdo» в сакральному дискурсі стали відмінності в політичних ідеологіях. Виходить, що політичне в даному випадку стало відправною точкою для подальшої диференціації та нарощування антагонізму. А вже потім активувалися зв'язки, що відповідають за релігійні цінності. У переважній більшості публікацій проти карикатур використовується – імпліцитно або експліцитно – конструкція «так, але», що є лінгвістичним виразом руху від політичного до релігійного.

Ряд спільнот став виходити за межі «галасу», перетворившись на повноцінних політичних акторів. Спочатку найяскравішими з них, безумовно, стали мітинги. Обидві сторони обрали цей легальний метод

висловлення своєї позиції. Медійне позиціонування цих мітингів остаточно виправдало відмінності вищих ідентичностей як відмінності між профанним і сакральним. «Марш Республіки» – назва, що апелює до політичного, державного, «мітинг проти релігійних карикатур», навпаки, говорить про захист сакрального.

Дуже цікаві наступні події, що відбулися в інших країнах, але саме в медіа просторі вони пов'язані між собою. Наприклад, вбивство Б. Немцова, яке, за версією Слідчого комітету Росії, є помстою за його підтримку «Charlie Hebdo» [25]. Радикальні форми сакралізації не оперують поняттями земних законів, тому кров за образу не рахується неприпустимою. Вбивство Б. Немцова є прикладом небезпеки зайвої радикальної сакралізації та її участі в політичних процесах: в профанному дискурсі тригер «Charlie Hebdo» не може бути інтерпретований як механізм такої розправи. Вбивство організаторів теракту, на відміну від вбивства Б. Немцова, легально вбудовано в профанний дискурс, в цьому їх відмінності. У сакральному дискурсі смерть Б. Немцова може виправдовуватися.

Жодна позиція, крім релігійних фундаменталістів, для яких доступ до медіадискурсу є обмеженим, не заперечує цінність життя. На цьому рівні тригер «Charlie Hebdo» ще не розгалужений, ланцюжки асоціацій ведуть в одну сторону. Але в подальшому цінності, пов'язані з політичними свободами, ставляться на противагу смиренню з відсутністю деяких свобод і навіть до вибору самообмеження як найважливішої якості людини. І найбільш мирське твердження, що людина як цінність ставиться на противагу Богу як цінності.

Іншими словами, політичне при інтерпретації даного триггеру, ставши відправною точкою, остаточно поступається місцем релігійному. Апелюючи до цінностей, обговорення виходить за межі мережевого простору. Таким чином, цінність є каталізатором розриву комунікативної сутності даного обговорення, тобто те, що підштовхує деяких членів мережевого співтовариства до дій за межами мережі. Зрозуміло, цінність повинна бути

тісно пов'язаною з вищими ідентичностями, щоб мати силу для такого розриву.

Що надалі буде відбуватися з тригером «CharlieHebdo» – є багато варіантів. Це може бути ситуація, коли тригер не допоможе вирішенню проблем, що виникають в результаті ціннісного розколу, оскільки цей ціннісний розкол посилюється та підтримується розколом ідеологічним. Або, навпаки, заклики до єднання можуть згуртувати різні групи, і наприклад, вбивство Б. Немцова може стати не останнім, яке має посилення на дію, викликаною інтерпретацією тригера «CharlieHebdo».

Жертвами терористів, розгніваних карикатурами Charlie Hebdo, стало вже кілька десятків людей. Останнім часом редакція журналу розміщується в бункері, а на охорону своїх авторів видання витрачає півтора мільйона євро на рік.

Ще один тригер, який є цікавим для нашого дослідження – це санкції. В світовій історії є багато прикладів різноманітних санкцій, і це завжди знаходить своє відображення в ЗМІ. Наприклад, Югославія, Іран, зараз Росія, Білорусь, Крим. Югославські санкції бачилися в ЗМІ як зло для економіки (гіперінфляція тощо). Санкції проти Ірану повинні були стати сигналом для Ірану про необхідність більш активного та відкритого співробітництва з МАГАТЕ щодо ядерної програми.

Щоб зрозуміти трансформацію тригера «санкції» тих часів, слід проаналізувати публікації ЗМІ щодо цих держав. Безумовно, санкції негативні для будь-якої економіки. Новини про гіперінфляцію в Югославії та про інші труднощі в країні, яка на той час знаходилася у стані війни, були звичайною справою для медійного дискурсу. У випадку з Іраном багато ЗМІ зважилися утриматися від аналізу наслідків політичних санкцій. Основний вплив на інтерпретацію тригера «санкції» надає суспільно-політична ситуація: перші обмеження щодо Югославії вводилися на початку 90-х років, коли Росія тримала курс на зближення із Заходом. Санкції проти Ірану

вводилися до «Мюнхенської промови» В. Путіна. Саме там В. Путін надав тригеру «тисячолітня історія Росії» сакрального значення.

Положення про проведення незалежної зовнішньої політики, які були представлені В. Путіним в «Мюнхенській промові», знайшли підтвердження в конфлікті в Південній Осетії. Це дуже яскравий приклад розколу між сакральним дискурсом російської влади та профанним дискурсом західних країн, який проявився в результаті конфлікту на Україні. Часу, який минув виявилось цілком достатньо, щоб сакральний дискурс встановився в якості офіційного, знайшов підтримку в російському суспільстві, має антагоніста в особі профанного дискурсу і став орієнтиром для проведення внутрішньої та зовнішньої політики.

Безумовно, санкції, які країни Заходу наклали на Росію в результаті її реакції на події на Україні, є повністю профанним концептом. По суті вони представляють собою легально оформлені обмеження, та й сам термін «санкції» носить профанний характер. Сакральний дискурс не міг проігнорувати тригер «санкції» та залишити його у дискурсивному полі. Це відбувається тому, що ці санкції дійсно завдали удару по економіці Росії та по добробуту громадян. Саме тому, сакральний дискурс до моменту введення санкцій претендував на панування в медіа сфері. Ці процеси активізували політичний антагонізм Росії по відношенню до деяких інших держав.

Отже, санкції, які були застосовані по відношенню до Росії, вплинули не лише на економіку країни, але й на образ життя звичайних громадян, що активізувало процес ідеологічного розриву між Росією та деякими іншими державами. На це відповідно відреагував сакральний дискурс. Однак інтерпретаційні техніки тих ЗМІ, які функціонують в сакральному дискурсі, відрізняються від технік, які застосовували щодо Югославії та Ірану.

Зараз елемент «санкції» також потрапив до медійного дискурсу з дискурсивного поля, але представлення його значення відбувалося іншим чином. Тобто, термін «санкції» став ціннісним тригером, але не таким тригером, який впроваджувався в медійний дискурс щодо Югославії та Ірану.

На зміну інтерпретації тригера «санкції» вплинули не тільки стійкі позиції сакрального дискурсу, а й, звичайно, зміна політичної позиції Росії. Якщо раніше Росія активно підтримувала санкції відносно інших країн, то тепер вона сама опинилася на місці цих країн, що, безумовно позначилося на активації відповідних ланцюжків ціннісних асоціацій. Відбулося своєрідне «перезавантаження» тригера: контекст змінився, оскільки змінилися протиборчі дискурси, а, отже, змінилися й зв'язки між відповідними вузлами та групами вузлів. Обговорення звернулося всередину, адже санкції, накладені на Росію, та інтерпретація тригера не могла не змінитися. В даному випадку змінилися всі складові інтерпретації тригера. Це сталося завдяки зміні характеру санкцій, форми обговорення та текстів, в яких містяться тригери. Відповідно, змінився сам тригер. Лексично він залишається тим же, але в поєднанні з контекстом змінюється, тобто, інтерпретується не стільки сам тригер «санкції», скільки «санкції щодо країни». В даному випадку мова йде про Росію.

В сакральному дискурсі даний тригер повинен бути переосмислений, оскільки сам термін «санкції» є профанним. Таке переосмислення відбулося. Санкції представлялися в сакрально орієнтованих ЗМІ. Наприклад, санкції представляються в ЗМІ як труднощі, які потрібно подолати. «Труднощі» – категорія ще не сакральна, але вже близька до неї, оскільки межує з сакральною категорією «випробування». Отже, санкції є випробуванням, яке Росія «як політично сильна держава» (якою вона сама себе вважає) повинна успішно пройти. Сакралізація випробування – типовий прийом в релігійних джерелах та в релігійних традиціях та обрядах (різні заборони, табу тощо).

У сакральному дискурсі «випробування» виявляється недостатнім для інтерпретації тригера «санкцій». З'ясовується, що смирення недостатньо для сприйняття труднощів, і тоді ціннісні ланцюжки активуються в сторону політичних антагоністів – держав, які визначили санкції щодо Росії. Тут проявляється дуальність сутності сакрального дискурсу: він є дискурсом «згоди в собі», але, в той же час, є дискурсом «незгоди зовні». У більшості

випадків сакральний дискурс є опозиційним по відношенню до всіх інших дискурсів. Звертаючись до держав, які прийняли санкції, сакральні орієнтовані ЗМІ стають апріорі антагоністичними. Для таких ЗМІ держави, які наклали санкції стикається вже не з сакральним випробуванням, а з профанними труднощами, які стали наслідком спроб натиснути на Росію за всередині свого дискурсу.

І це пояснюється тим, що сакральний дискурс є дискурсом «згоди в собі», він передбачає заохочення за підтримку себе та покарання за опозиційність. У випадку з санкціями сакральний дискурс виявляє класично-сакральний оптимізм: санкції не лише є випробуванням для Росії та її громадян, санкції не лише створюють труднощі для тих, хто їх запровадив – санкції ще й є каталізатором для соціального та політичного розвитку Росії. Саме так визначається ось ця сакральність, тобто санкції в деяких випадках йдуть на благо держави.

В сакральному дискурсі також присутня інтерпретація санкцій через песимістичні настрої. Він не завжди присутній в ЗМІ чи коментарях до публікацій ЗМІ.

Слід зазначити, що В. Путін більш профанує та політизує свої думки щодо санкцій та застосовує такі терміни, як «суверенітет», «незалежність», або «політика». Це пояснюється тим, що все ж в основі є сакральний дискурс, де «суверенітет» чи «незалежність» обертаються «свободою», оскільки знаходяться в одному реченні з запереченням «торгівлі». А це є запереченням профанної суті внутрішньої та зовнішньої політики Росії. Сакральне тут відштовхується від профанного, а якщо бути точним, то від політичного.

Тригер «санкції» у профанному дискурсі інтерпретується по-різному. Безумовно, це шкода Росії. Те, що раніше відносилось до Югославії та Ірану, стало реальністю в сучасній політичній ситуації Росії. Але профанний дискурс, який веде В. Путін закликає готуватися до гіршого: санкції проти Росії посиляться ще сильніше, саме вони є економічним інструментом тиску.

У профанному дискурсі санкції не можуть бути «випробуванням», вони вважаються працюючим інструментом політичного та економічного тиску.

Крім того, «санкції» мають оптимістичний характер щодо сакрального дискурсу. В профанному дискурсі цей характер змінюється на песимізм. Якщо санкції сприймаються як шкода для російської економіки та серйозний політичний удар, то допомогти може тільки їх скасування.

На відміну від сакрального дискурсу, в профанному дискурсі Росія представлена як країна, до якої санкції представляються обґрунтованою мірою. Наприклад, приєднання Криму до Росії називається анексією, а це корелює з ціннісно-політичними інтерпретаціями в профанному дискурсі. Тобто, в профанному дискурсі санкції представляються як заслужене покарання, а не як випробування.

Варто зазначити, що Росія ввела продуктове ембарго відносно окремих видів сировини, продовольства та сільськогосподарської продукції з країн, які ввели економічні санкції проти Росії. Це, безумовно стало введенням нового політичного тригера «антисанкції». У ЗМІ цей крок співвідноситься з вже сформованим в медіасфері ціннісним тригером «санкції». В результаті народжується супутній йому тригер, який є самостійним, але, в той же час, ідентифікований саме з тригером «санкції».

Саме поняття «антисанкції» більш характерно для сакрального дискурсу, але це не означає, що воно не може використовуватися в профанному дискурсі. Сакральність проявляється в тому, що в ньому підкреслюється відповідний характер санкцій, введених Росією по відношенню до Заходу, а, отже, їх інтерпретація повинна відрізнятися від інтерпретації західних санкцій. Крім того, саме «анти-» нівелює ефект від вже встановленого тригера «санкції». Наприклад, до введення Росією продуктового ембарго, ціннісний тригер «санкції» вже виявився негативно забарвлений як в сакральному, так і в профанному дискурсі. Як вже вказувалося, в першому випадку він інтерпретувався як «випробування», а у другому – як економічні труднощі, що позначаються на громадянах країни.

Навіть занадто оптимістичні настрої, які продукував сакральний дискурс, можна вважати наслідком визнання негативного ефекту від санкцій. І сам конструкт «антисанкції» не тільки відображає характер відповіді введених Росією заходів, але й нівелює негативний ефект від триггеру «санкції» («санкції» – це погано, «антисанкції» – це «антипогано»). В таких умовах створення триггеру «антисанкції» є прикладом ефективної роботи сакрального дискурсу за артикуляцією елементів з дискурсивного поля. Спочатку дії Росії знаходилися в сфері об'єктивної події, і тільки потім потрапили до відповідних дискурсів: політичного, медійного, культурного тощо.

Про позитивний результат сакрального дискурсу говорить те, що тригер «антисанкції» підхопили й профанні ЗМІ, хоча вони його інтерпретували по іншому. Головне завдання триггер виконав – активував ланцюжок ціннісних асоціацій.

Сакральний дискурс інтерпретує «антисанкції» як політичну відповідь. Більш того, в сакральному дискурсі відповідний характер російського ембарго це є перший елемент у зв'язку ціннісних асоціацій. Тобто, «анти–» превалює над «санкціями».

Слід зазначити, що сакралізація може вестися не тільки шляхом релігійних категорій. Ще один важливий інструмент сакралізації – це звернення до історії. Наприклад, Росія використовує (сакралізує) війни, зокрема, «Велику Вітчизняну» (російський термін) та намагається показати, що вона не є агресором, а лише захищає свою територію. Таку ж думку В. Путін представляє щодо ситуації в Криму. У сакральному дискурсі згадуються Гітлер та Наполеон та активно використовується прийом десакралізації політичних тригерів, які сакралізуються в інших дискурсах. Наприклад, в магазинах Росії продавалися килимки для витирання ніг із зображенням американського прапора, і ця новина була представлена в ЗМІ в дуже позитивному контексті. Це є груба десакралізація, яка легітимізується за допомогою коментарів аудиторії. В сакральному дискурсі тригер «антисанкції» може поширитися на будь-які інші тригери, що мають

відношення до опозиційних дискурсів, навіть якщо ці тригери не мають відношення до продуктового ембарго. Груба десакралізація при конфлікті дискурсів не має кордонів і знаходить підтримку в мережевих спільнотах.

Також в сакральному дискурсі тригер «антисанкції» акумулює конфліктні інтерпретації, тому головна увага зосереджена на ефекті від введення ембарго. Підрахунки втрат «ворога» є важливим прийомом в сакральному дискурсі в період конфронтації з профанним, він допомагає «профанувати» ефект (через економічні та політичні категорії) та підкріплює сакральний дискурс шляхом інтерпретації ефективності проведеної владою політики.

На противагу сакральному, профанний дискурс інтерпретує тригер «антисанкції» через профанні категорії. Більшість повідомлень профанним ЗМІ щодо продуктового ембарго присвячені підрахунку збитків Росії від введених обмежень. Підкреслюється високий рівень продуктової інфляції (як і у випадку з тригером «санкції»), вказується на зменшення асортименту та слабкий ефект в рамках імпортозаміщення.

На противагу сакральному дискурсу, в якому антисанкції Росії представляються як катастрофа для країн Європи, в профанних ЗМІ стримуються в оцінках щодо збитків, який мають європейські країни. Більш того, в деяких ЗМІ навіть з'являється інформація про вигоду, яку Європа отримує від антисанкцій. В профанному дискурсі велика увага приділяється соціальним та культурним наслідкам санкцій війни, а політичні наслідки відходять на другий план. Це відбувається тому, що вони вже були інтерпретовані за допомогою тригера «санкції». Для сакрального дискурсу це менш характерно, оскільки соціальне та культурне – категорії профанні, а, отже, не мають важливого значення. Профанні ЗМІ пишуть, зокрема, про гастротури за продуктами зі списку санкцій.

Слід відзначити наявність зв'язку, який встановився в профанному дискурсі: на хвилі знищення санкційних продуктів, в мережевих спільнотах встановився зв'язок між геополітичною ситуацією та рівнем життя населення,

в результаті чого з'явилися та поширилися пропозиції віддавати незаконно ввезені санкційні продукти нужденним, замість того, щоб знищувати ці продукти. Тригер «антисанкції» здійснює вплив на культуру, який проявився в тиражуванні в мережевих спільнотах гумористичних картинок, присвячених «антисанкціям».

Ще один тригер, який сформувався нещодавна – примусова посадка літака компанії Ryanair в Білорусі. Саме ця подія стала тригером введення подальших санкції проти цієї країни. США, Канада, Європейський союз і Великобританія оголосили 21 червня про новий раунд санкцій проти Білорусі. Найбільш важливими з них стали санкції ЄС. Європейська рада погодила прийняття обмежень проти 78 фізичних та 8 юридичних осіб в Білорусії. Рішення було прийнято, як йдеться в заяві Європейської ради, «на увазі погіршення ситуації з порушеннями прав людини, жорстоким придушенням громадянського суспільства, демократичної опозиції та журналістів в Білорусії». З цього списку 7 фізичних і 1 юридична особа були причетні до примусової та незаконної посадки літака Ryanair 23 травня в Мінську, що поставило під удар авіаційну безпеку, і до затримання активіста Р. Протасевича і його подруги С. Сапегі. При цьому санкції проти Білорусі найближчим часом можуть бути розширені. Як заявив верховний представник Союзу із закордонних справ і політики безпеки Ж. Боррель, лідери ЄС погодили можливість для введення секторальних санкцій проти Білорусі. Боррель також підтвердив намір Брюсселя надати «майбутньої демократичної Білорусі» пакет допомоги в 3 млрд євро.

Це вже четвертий пакет обмежень проти Білорусі, який був прийнятий в Брюсселі. Серед інших в новому списку санкцій виявилися ВАТ «Мінський автомобільний завод», ВАТ «БелАЗ», ООО «Logex», ЗАТ «Нова нафтова компанія», експортна компанія ТОВ «СОХР», складська компанія Bremino Group, а також держпідприємство «Белаеронавігація». З фізичних осіб під обмеження потрапили середній син президента Білорусі, а також російський бізнесмен, основний співвласник групи «Сафмар» М. Гучерієв. Всім, хто

потрапив під санкції, забороняється в'їзд до Євросоюзу, їх активи (включаючи активи юридичних осіб) на території об'єднання підлягають заморожуванню, припиняються всі економічні та фінансові відносини між фізичними та юридичними особами, які потрапили під санкції, і резидентами ЄС. Вже діючі контракти при цьому можна завершити.

Санкції США, Канади і Великобританії носять більш символічний характер. У санкційних списках США виявилися 16 осіб та 6 організацій, практично всі - силові структури, пов'язані з придушенням протестів проти опозиції після президентських виборів минулого року. Це КДБ Білорусії, Ізолятор на вулиці Окрестіна, Головне управління по боротьбі з оргзлочинністю та корупцією МВС та ін. Під санкції Великобританії потрапили «Белаеронавігація» та нафтотрейдер BNK Ltd, Канади – «Белаеронавігація», «БелАЗ», Vremino Group, Нова нафтова компанія і МАЗ. Варто зазначити, що нові санкції вже давно обговорювалися, але тригером для них стала примусова посадка літака Ryanair.

За словами білоруського політолога В. Карбалевіч, «в умовах нових санкцій білоруське керівництво посилить репресії проти громадянського суспільства і, можливо, прийме обмежувальні заходи проти західних компаній, які працюють в країні, що не матиме позитивного ефекту на економічну ситуацію. При цьому анонсовані Євросоюзом секторальні санкції, ймовірно, торкнуться експорту нафтопродуктів і калійної сфери, що завдасть білоруській економіці серйозної шкоди» [7].

Окремо слід зупинитися на санкційній політиці України по відношенню до Криму. Автор роботи підтримує думку В. Самар, яка виступала на форумі щодо Кримської платформи (пізніше про платформу буде представлений аналіз): «... санкційна політика України щодо Криму вимагає повного перезавантаження, починаючи з питання розробки і якомога швидшого прийняття нового закону про санкції» [28]. Далі авторка слушно зауважує, що «..найбільшим порушником західних санкцій в Криму є Україна, український бізнес, українські олігархи. У 2014 році українська

влада застосувала до Криму режим вільної економічної зони. Закон про це дозволяє українському бізнесу все те, що забороняється західними санкціями, – інвестувати в Крим, відкривати там бізнес, купувати корпоративні права та інші активи, добувати нафту, газ і працювати в тих секторах економіки, які закриті секторальними санкціями ЄС і США» [28]. Влітку цього року держава вже скасувала відповідний закон, але «ця ганебна сторінка не закрита, бо Президент України досі цей закон не підписав і не ветував...тобто ситуація невизначена, закон продовжує працювати» [28].

Загалом, можна відзначити, що тригери, які було представлено, є прикладом того, як політична інформація інтерпретується в різних дискурсах. На цих прикладах спостерігається, яким чином можна застосовувати різні маніпулятивні техніки. З одного боку, спільноти інтерпретують тригер «санкції» як безумовно негативний, що створює протестний потенціал. Однак в сакральному дискурсі протестний потенціал швидко нівелюється інтерпретацією «санкцій» як труднощів, які треба подолати. Профанний же дискурс артикулює та інтерпретує тригер відповідно до думок символічних еліт. Але для переконання індивідів, схильних до сакральної інтерпретації політичних подій, цього недостатньо, оскільки сакральний дискурс опирається на віру.

#### *4.2. Формування та прояви суспільно-політичних тригер-подій «Майдан» та «Крим».*

Суспільні, економічні, політичні відносини та зв'язки, які зараз є між Україною та РФ, сформовані протягом історії, є тривалими та мають багато спорів та дискусій. Росія протягом всього історичного часу має намір розширювати свою територію. Це відбувалося, наприклад, шляхом створення Радянського Союзу, або так як у теперішній час – шляхом формування Російської федерації. Росія в цих ситуаціях практично завжди знаходиться на

позиції встановлення будь-яких перепон щодо розвитку України, як самостійної та незалежною держави. Це особливо актуально, коли Україна стала на шлях європейського напрямку. Саме події, які розгорнулися пі час Революції гідності, під час протестів в країні – це ті події, які в РФ назвала державним переворотом. Вони стали тим тригером, який запустив процес для окупації Криму та Донбасу.

Важливою тригер-подією в цьому аспекті стала сама анексія Криму. «Довга і повзуча анексія Криму почалася задовго до 2014 року. Росія готувалась до цього кроку з 1992 року. Тоді Верховна рада Росії визнала указ президії Верховної ради СРСР 1954 року, яким Крим було включено до складу Української РСР, таким, що не має юридичної сили» [11].

Саме ця подія стала відправною точкою в політичному процесі України, яка змінила не тільки географічні простори України, але й змінила свідомість, риторику опису цих процесів, і по суті, ця подія стала тригером розвитку подальших політичних подій в світі. Слід зазначити, що ця тригер-подія дала можливість зрозуміти, що «зовнішня агресія Росії, результатом якої стала втрата Україною Криму, оголила ряд серйозних економічних проблем і одночасно породила нові. Після виснажливого протистояння на Майдані і боротьби з режимом Януковича, яке здійснило негативний вплив на економічну ситуацію, анексія Криму і існуюча можливість військового вторгнення Росії в південно-східну Україну, стала своєрідним апофеозом гострої активізації цілого букету економічних загроз» [3].

Свою позицію висловив під час неформального засідання в ООН по Криму за формулою «Аррія» представник Великої Британії в Організації, зазначивши, що «своєю неправомірною окупацією Криму Російська Федерація порушила перший принцип міжнародного права, тому цивілізований світ ніколи не визнає заяв Кремля про привласнення українського півострова» [27].

Однозначно з цього приводу висловив свою думку Байден: «... Росія порушила міжнародне право, норми, за якими сучасні країни взаємодіють

один з одним, а також суверенітет і територіальну цілісність сусідньої України, коли вона вторглася до Криму. Сполучені Штати продовжують підтримувати Україну та її союзників, і партнерів, як і з самого початку цього конфлікту. У цю похмуру річницю ми підтверджуємо просту істину: Крим - це Україна. Сполучені Штати не визнають і ніколи не визнають анексію півострова Росією, і ми будемо разом з Україною протистояти агресивним діям Росії» [5].

Безумовно, все, що пов'язано з даними подіями, є важливим для України, тому дослідження цього напрямку вкрай актуальні та цінні.

Історичні події 2014 року в Криму свідчать про те, що з'явилися озброєні люди у військовій формі, яка не мала розпізнавальних знаків. Ці люди у дуже короткій термін узяли під свій контроль стратегічно важливі споруди та заблокували військові частини Збройних сил України. У березні в Криму було проведено референдум про приєднання до Росії, а з часом півострів офіційно (з боку Росії) став частиною Російської Федерації, що було закріплено відповідними змінами в конституційно-правовій базі.

Кримська криза викликала велику хвилю негативу по відношенню до Росії, значно більшу ніж, наприклад, конфлікт в Південній Осетії, який стався раніше. Формально він став приводом для введення перших санкцій проти Росії, що й стало тригером. Правовий статус Криму й досі не закріплений усіма сторонами-учасницями конфлікту, півострів використовує грошову одиницю Росії та є відкритим щодо Росії, проте, – ні Україна, ні ООН не визнають його частиною РФ.

Статус Криму є прикладом ситуації, коли право націй на самовизначення стикається з правом держави на територіальну цілісність, міжнародна правова система демонструє свою неспроможність у вирішенні даного питання. Так відбулося з Абхазією та Південною Осетією, з Косово та з Кримом. Легально Крим не є частиною Росії: проведення референдуму недостатньо для легітимізацію цієї події. Необхідною є згода України, якої не було отримано. У той же час референдум показав бажання кримчан жити в

складі Росії. Навколо цих двох позицій будується інтерпретація триггеру «Крим».

Варто зауважити, що питання про статус Криму постійно було на порядку денному медіасфери. Питання про статус Криму підіймалося зразу після розпаду СРСР. Вже тоді в медіасфері можна було знайти ознаки сучасної інтерпретації триггеру «Крим». Але змінився ланцюжок вихідних подій: кримчани провели референдум про приєднання до Росії, Росія підтримала приєднання Криму, півострів де-факто став російським. Оскільки під час розпаду СРСР кримське питання не було досить гострим, тому й дискурс не став масовим. У 2014 році геополітична ситуація призвела до масового «комунікативному вибуху», який поширився у медіасфері у вигляді «галасу». Тому мова йде не про новий політичний тригер, а про його актуалізацію.

Для початку розглянемо основні моменти, характерні для інтерпретації триггеру «Крим» в сакральному дискурсі. Тригер «Крим» починає процес сакралізації шляхом використання історичних даних. Головним аргументом є жертви, які понесли саме росіяни в процесі російсько-турецьких воєн та під час Першої та Другої світових воєн минулого століття. Особлива увага акцентується на загибелі російських військових під час оборони міста-героя Севастополя, який мав важливе значення у відбитті ворожих вторгнень з півдня. У багатьох образах місто Севастополь втілює російську доблесть та велич Чорноморського флоту і є національним символом Росії. Те ж саме підкреслюється в «документальних» картинах: «Крим. Шлях на Батьківщину» (2015), «Битва за Севастополь» (2015), «Крим» (2017), «Битва за Крим» (2020) тощо. Всі ці картини викликали чималий ажіотаж.

Зокрема, YouTube позначив «Крим. Шлях на Батьківщину» як картину, яка містить шок-контент. Перед переглядом платформа попереджає глядача, що відео може його налякати. Щодо «документальності» подій у картині, то слід вказати, що, наприклад, Джен Псакі у 2015 році сказала: «Крим. Шлях

на Батьківщину» - це зразок брехливої путінської пропаганди [14]. До речі, «Крим. Шлях на Батьківщину» наразі показують школярам.

Тобто, історія, історичні події є найбільш уживаними інтерпретаціями в сакральному дискурсі. Більшість «сакральних» текстів містять в собі ті чи інші посилання на історичний контекст.

У сакральному дискурсі тригер «Крим» викликає асоціативні зв'язки та інтерпретації – територія півострова пов'язана зі священними для російської історії місцями. Вони вважають її сакральною територією, на якій отримав святе хрещення перший християнський князь Русі Володимир Святославович. Тут відбувається конфронтація з профанним дискурсом, оскільки це все не є достатньо обґрунтованим для того, що законно передати ці території до складу Росії при відсутності згоди з боку України. Саме сакральність найчастіше виступає в якості лейтмотивів таких текстів. Але росіяни вважають святість Криму для Росії самодостатнім аргументом, який не вимагає додаткової інтерпретаційної підготовки.

Сакральний дискурс через тригер «Крим» реалізує конфліктні політичні інтерпретації. Наприклад, Росія знаходиться в стані холодної війни з Заходом, біля кордонів Росії щодо України йде справжня війна, і російські люди в небезпеці – отже, їх потрібно захистити. Необхідністю захисту російського населення Криму у фільмі «Крим. Шлях на Батьківщину» В. Путін обґрунтував появу російських військових на території іншої держави. І саме цю позицію ми спостерігали у медіа сфері. А якщо є потреба в захисті, отже, необхідний образ агресора, який існує поза сакральним дискурсом і тому підлягає знищенню. Коли В. Путін виступав перед Федеральними зборами 4 грудня 2014 року він наголосив, що «Крим та історичність подій цього року мають величезне цивілізаційне та сакральне значення для російського народу» мова йшла про референдум [25]. Процес анексування Криму В. Путін називає «історичним возз'єднанням з Росією». Він акцентує увагу на «стратегічній важливості території півострова» [25]. На його думку, це пояснюється тим, що «в древньому Херсонесі прийняв

хрещення князь Володимир» [25]. Також В. Путін намагається переконати аудиторію в тому, що саме в Криму «розташоване духовне джерело формування багатосторонньої, але монолітної російської нації та централізованої російської держави. І тому... Крим і Севастополь мають для росіян таке ж сакральне значення, як Храмова гора в Єрусалимі для тих, хто сповідує іслам чи іудаїзм» [25].

Сакральний дискурс інтерпретує для мережевих спільнот образ ворога, звертаючись до найбільш сакральних подій в історії, наприклад, щодо боротьби фашизмом (по відношенню до України). Сакральний дискурс політично прирівняв націоналізм до фашизму та розповсюдив його на всіх, хто знаходиться у полі профанному дискурсу. Дуже простий і водночас дуже вдалий прийом. Фашизм є категорією абсолютного зла в сакральній Другій світовій війні, а тому застосування його в нових суспільно-політичних реаліях гарантує ефект в спільнотах, що реалізують інтерпретації в сакральному дискурсі, а, отже, активно допомагає сакральному дискурсу підтримувати себе. Н. Стеблина наводить приклад такої сакралізації: «у промовах президентів Російської Федерації до Дня Перемоги віднайдено міф про Другу світову війну, який стає зручною відправною точкою для інформаційної війни. Він роз'яснює сучасну ситуацію, чітко вказує на ворогів та можливі загрози, а також дає зразок поведінки для тих, хто хоче відстояти мир. Створений російським спічрайтингом міф коригується відповідно до обставин, тим самим, залежно від зовнішньополітичної ситуації Велика Вітчизняна війна набуває тих або інших утилітарних ознак» [30, с. 294]. Небезпека, що виходить від ворога і викликає необхідність захистити населення Криму, стала головним аргументом у більшості медіатекстів.

«Крим» став перемогою сакрального дискурсу на тлі масової культури. Конфлікт дав можливість виникненню багатьох мемів, які швидко поширилися Інтернетом і, отже, посприяли підтримці сакрального дискурсу. Мова йде про такі меми, як «вежливые люди», «няш-мяш», «Крымнаш»

тощо. Як вказує Вікіпедія, «Крымнаш» – це «невід'ємний елемент символічного ряду ідеологем-символів: «Культ Великой Победы», «Георгиевская лента», «Деды воевали!», «Великий полководец Сталин», «Севастополь – город российской славы», «Новороссия», «русский мир», «народное ополчение ДНР» (яке рятує від «карателів-фашистів») тощо» [18].

Законність не головним аргументом в медіатекстах, проте активно використовується як допоміжна інтерпретація. Це не означає, що в сакральному дискурсі ставиться під сумнів законність проведеного в Криму референдуму про приєднання до Росії, проте слабкість даного аргументу полягає в тому, що Україна не надала згоди на проведення референдуму, тому референдум, як факт вибору народу, використовується лише в сукупності з іншими інтерпретаціями.

Приєднання Криму до Росії розглядається в сакральному дискурсі як чергова військова та геополітична перемога. У вищезгаданій картині «Крим. Шлях на Батьківщини» чимало часу розповідається про унікальність військової операції, проведеної на території півострова, до якої ні Україна, ні Європа, ні США не були готові. Варто цілком погодитися з думкою керівника програми підтримки демократичних процесів Українського незалежного центру політичних досліджень Ю. Тищенко під час «круглого столу» в Укрінформі: «Вибори в РФ – вибори без будь-якого вибору, і є питання стосовно їх легітимності на території Криму. На незаконно окупованому півострові проживає майже півтора мільйона виборців, чії голоси будуть приплюсовані до загальних цифр явки в РФ. Проведення виборів у Криму вже визнається незаконним у міжнародних інституціях, державах, заявах очільників ЄС. Категорично важливо зараз говорити на всіх майданчиках про незаконність проведення виборів на анексованому півострові, на думку Ю. Тищенко, «для РФ питання анексії Криму є національним надбанням, Крим – головний набуток Путіна у його попередній термін». Тому для Путіна важливим є забезпечення явки в Криму, демонстрація лояльності з боку громадян, які проживають на півострові.

«Активісти говорять про адміністративний ресурс і тиск, важливою є картинка явки в містах компактного проживання кримських татар – корінного народу, чий представницькі органи завжди засуджували окупацію. Але в технологічних цілях картинка буде створюватися. У Криму немає спостерігачів, хоча РФ декларує їхню присутність, залучаючи фейкових спостерігачів у рамках їхньої керованої псевдонародної дипломатії. Категорично важливо говорити про нелегальність виборів в Криму» [25].

У профанному дискурсі інтерпретація триггеру «Крим» є дещо іншою. Головна увага тут робиться на нелегальність (і, отже, нелегітимність) приєднання Криму. Референдум не визнається, оскільки він не був узгоджений з Україною. Крім того, в деяких джерелах згадується, що Крим не був незалежною державою на час приєднання до Росії. Слід зазначити, що питання про незалежність не було в бюлетенях для голосування. Саме тому рішення Криму про незалежність не може бути легітимним, бо воно не підтвержене референдумом. Втім, розмова про нелегальність приєднання Криму до Росії є лише підкріпленням даного дискурсу, але ніяк не є його поширенням на сакральний дискурс. Це відбувається тому, що в сакральному дискурсі правова та політична складова завжди знаходяться в підпорядкованому ставленні до вищих ідентичностей сакрального спрямування. Наприклад, вбивство в сакральному дискурсі – це, в першу чергу, позбавлення людини життя, порушення заповіді тощо, а не злочин відповідно до норм закону. В таких умовах аргумент про нелегальність референдуму та подій, які стали результатом цього референдуму, в сакральному дискурсі зіткнеться з такими контраргументами, як, наприклад, Крим – земля російської військової слави, на якій проживають «русские» люди, які потребують захисту від фашизму. Саме нелегальність приєднання півострова є головним аспектом серед інтерпретацій триггеру «Крим» в даному дискурсі.

Також у даному дискурсі викладаються економічні та політичні наслідки приєднання Криму до Росії, причому саме у негативному аспекті.

Насамперед, приєднання Криму призвело до санкцій щодо Росії та її міжнародної ізоляції (рух від тригера до тригера в рамках даного дискурсу, в сакральному дискурсі цей зв'язок є слабким). Крім того, приєднання Криму є коштовною інвестицією з бюджету Росії. Тут відбувається апелювання до матеріальних цінностей. Але матеріальні цінності в сакральному дискурсі є вторинними. Загалом, економічна інтерпретація тригера «Крим» трохи поступається інтерпретації «нелегальність». Тому, економічну інтерпретацію можна вважати умовним лідером, оскільки санкції щодо компаній були введені вже після референдуму та приєднання Криму до Росії.

Меми та інші вірусні картинки, що поширилися Інтернетом, в переважній більшості випадків є продуктом сакрального дискурсу. Даний же дискурс використовує емоційну складову значно менше, ніж сакральний. Емоції представляються на засадах логіки, наприклад, Крим приєднаний нелегально, в Криму розташовуються російські військові, отже, Крим окупований. Саме окупація Криму практично єдина емоційна інтерпретація. Тут слід зазначити, що вона характерна, в більшій мірі, для українських ЗМІ.

У той же час, навіть всередині даного дискурсу немає єдності з приводу статусу Криму, що, безумовно, послаблює його. Відсутність єдності обумовлена самою природою цього дискурсом, який зазнає інакомислення всередині себе. Наприклад, О. Навальний зазначив, що незважаючи на те, що Крим став частиною РФ супротив норм міжнародного права, українцям не слід сподіватися, що у майбутньому ситуація зміниться на користь України. «На питання «Крим наш?» опозиціонер відповів, що Крим – тих людей, хто живе в Криму. О. Навальний додав, що півострів був захоплений з кричущим порушенням всіх міжнародних норм, але зараз є частиною Росії. Українцям політик порадив не обманювати себе: Крим залишиться частиною Росії і більше ніколи, в доступному для огляду майбутньому, не стане частиною України» [29]. Деякі сприйняли це як підтримку анексії Криму, але це не так. І на цьому акцентує увагу російський політолог К. Рогов. Він коментує слова О. Навального, що «Крим у доступному майбутньому буде частиною Росії і

Україні слід змиритися з цим». Політолог наголошує, що це є помилка та «недодуманість». І далі пояснює: «...і сама закарлюка в тому, що це проблема не України, а Росії. Тобто, Росії доведеться цю проблему вирішувати – проблему з Кримом» [29].

Тут співвідноситься мораль з легальністю і навіть залежить від неї: легальне – добре та легітимно; нелегальне – погано та нелегітимно. Тобто, у разі інтерпретації триггеру «Крим» даний дискурс допускає дискусії та співвідносить події з мораллю. Аргументи, хоча і співвіднесені з нормами міжнародного права, але не апелюють до вищих ідентичностей і не є різноманітними. Сакральний дискурс підхопив «Крим», повторно його актуалізував і навіть ввів до масової культури. І чим більше Крим буде перебувати в складі Росії, тим більше сакральний дискурс буде зміцнювати свою інтерпретацію триггеру «Крим» як вірний. Відповідно будуть реагувати на це мережеві спільноти.

Потенціал для виведення спільнот за межі віртуальності у разі інтерпретації триггеру «Крим» ще менший, ніж у випадку з тригерами «санкцій» та «антисанкцій». Сьогодні він реалізується у вигляді свят та мітингів річниць приєднання півострова. Така редукція протестного потенціалу відбувається тому, що тригер «Крим» дуже політизований. Наприклад, у випадку з «CharlieHebdo» слід говорити про виражений релігійний аспект його інтерпретації (при збереженні політичного), у випадку з «санкціями» та «антисанкціями» виражений економічний ефект. Приєднання ж Криму до Росії – це важлива геополітична подія. Всі інтерпретації – навіть сакральні – йдуть від цього факту. Усі дискурси інтерпретують ціннісний характер політичного триггеру «Крим» шляхом політичної легітимності, але за допомогою різних асоціацій.

Зараз для Росії тригером стане так звана «Кримська платформа», яка в 2021 році повинна стати тим майданчиком, який зможе координувати дії України і міжнародних партнерів щодо захисту прав кримчан і здійснити деокупацію окупованого півострова. Її ініціювала українська влада [9]. Ця

платформа є «інструментом, який може допомогти актуалізувати питання Криму, створити нові коаліції та внести новий порядок денний в ті, які вже існують» [9]. Як визначає призначення платформи експерт в цій області В. Самар, «Кримська платформа - новий консультативний та координаційний формат, ініційований Україною з метою підвищення ефективності міжнародного реагування на окупацію Криму, відповіді зростаючим безпековим викликам, посилення міжнародного тиску на Росію, запобігання подальшим порушенням прав людини та захисту жертв окупаційного режиму, а також досягнення головної мети - деокупації Криму та повернення його Україні» [28]. З цього приводу О. Саакян зазначає, що «Кримська платформа» «...буде мати свій розріз як політично-статусний, так і дипломатичний, так і експертний» [9]. В. Самар зазначає, що «... платформа діятиме на кількох рівнях: глав держав та урядів; міністрів закордонних справ; у вимірі міжпарламентського співробітництва; у форматі експертної мережі» [28].

Ще один сучасний політизований тригер, який використовується ЗМІ, політичними силами, – це поняття «майдан», або «кольорова» революція (далі будемо використовувати термін «майдан»). Негативний відтінок цьому явищу було надано саме російськими ЗМІ, які виступили в якості інвективи, що позначають будь-який соціальний протест на пострадянському просторі і дискредитують його як керований процес з-за кордону. Щоб зганьбити той чи інший соціальний протест, говорять, що він «керований» і навіть не уточнюють, що «ззовні». Але некерованими соціальними протестами були тільки стихійні чумні чи хлібні бунти середньовіччя. Вже в Новий час керованість соціальним протестом стає неминучою. Практично завжди є проект самостійно діючої соціальної або політичної сили, який вона намагається реалізувати. «Тригером для протестів може бути досить невелика меншість, але вона може запустити широкий протест. Інша річ, що на практиці люди кажуть – ми підемо протестувати, але насправді не завжди виходять на протести» [19]. Тобто, «більшість людей висловлює готовність

виходити на протести саме з соціально-економічними вимогами, але практика показувала, що ані податковий, ані фінансовий майдани не були такими успішними [19].

Говорити в негативному сенсі про «майдан» має сенс, тільки щоб вказати на певну сторону події, яка пов'язана з прагненням того чи іншого угруповання панівного класу очолити протест і направити його в бажане русло [19]. Дійсно, слід погодитися з О. Кузнєцовою, що «негативні емоції, які людина отримує від телебачення, запускають певну негативну емоційну програму» [19]. «Під час маніпулювання», вважає професор М. Варій, «відтворюється емоційна заготовка – енграма. В пам'яті закарбовуються ситуації, у яких емоційна заготовка дала потрібний ефект, і надалі людина використовує їх в аналогічних ситуаціях» [10, с. 167].

Але сам протест в цілому до даного моменту не зводиться. Тим більше помилково в цьому процесі бачити причину громадського обурення. Політична маніпуляція здатна визначити його форми, ідеологію, риторику та т. д., вона є одним з наслідків, але не причиною протестних подій. Будь-який соціальний протест, навіть якщо він йде з боку своїх програм, виглядає недосконало, позначає будь-яку соціальну проблему. Якщо уявити соціальний протест не як боротьбу класів, а як результат впливу особливої політтехнології, то виникне питання: чому не спрацювала політтехнологія антимайдану? На кожен політтехнологію може з'явитися альтернативна політтехнологія, але причини, за якими одна з них виявляється сильнішою за інших, знаходяться поза цих політтехнологій. «Особисту готовність до протестів зазвичай зумовлює саме життєва незадоволеність чи невдоволення політичною ситуацією, а вже участь у самих Майданах, як правило, зумовлювалася соціальними розмежуваннями, які вели до колективних ідентифікацій» [19].

На думку О. Резніка, «участь у обох Майданах брали люди із Заходу та Центру, ті, що розмовляють у сім'ї українською, що проти надання російській мові статусу офіційної, виступають за вступ України у Євросоюз і НАТО і

проти євразійського напрямку розвитку... Учасники Революції гідності відрізнялися від учасників Помаранчевої революції лиш тим, що мали ще й продемократичні та проринкові орієнтації» [24]. Крім того, О. Резнік вважає, що «коли на індивідуальну незадоволеність накладається незадоволеність інших людей, то розгортається соціальна фаза напруженості, після чого можливі масові виступи. А що соціальною базою обох Майданів були люди з проукраїнською ідентичністю, то третій Майдан може бути викликаний саме в разі екзистенційної загрози цій ідентичності – загрози євроінтеграції, вступу України в НАТО, порушення статусу української мови, узурпації влади та інших утисків, які матимуть кумулятивний ефект загрози українській ідентичності» [24].

З цього приводу І. Гомзи зазначає, що «незадоволеності людей, скажімо, економічним станом чи мовною політикою, насправді далеко недостатньо для масштабного протесту. Важливі також структурні, особисті й інтерсуб'єктивні фактори, які можуть сприяти або, навпаки, гальмувати розгортання протестів» [24]. Він визначає в якості прикладу характер політичного режиму в країні. Зокрема, «в умовах авторитарного режиму з невільною пресою людям складніше виходити на протести. Особистими факторами виступають бар'єри учасників, коли люди, які навіть хочуть взяти участь у протестах, обмежені своєю мобільністю, територіальною локацією або сімейними обставинами» [24]. Автор наголошує, що «найважливішими є інтерсуб'єктивні фактори – належність людей певної ідентичності до відповідної соціальної мережі. Саме за допомогою доступу до тієї чи іншої соціальної мережі люди можуть обмінюватися думками і пояснювати, що не так з країною, в процесі спілкування виробляти рішення і організовуватися на масштабні акції». Він наводить такі дані: «якщо у нас 7 % респондентів впевнені, що протести будуть, то це ті люди, які просигналізували, що хтось із них уже був учасником попередніх Майданів чи локальних протестів, і вони точно візьмуть участь у наступних протестах. Це ті люди, які вже вплетені у цій соціальній мережі, вони мають активістський досвід і тому у

них такий високий рівень готовності». Науковець робить висновок, що «коли ці всі фактори накладаються, вони й роблять громадян позитивно готовими брати участь у протестах» [24].

О. Матвійчук акцентує увагу на тому, що «важливе не те, що стане тригером для наступних масових протестів, а як зробити, щоб не було потреби у таких протестах» [24]. Вона говорить: «у мене відчуття, що ми зайшли в ефект колії, коли всі проблеми намагаємося вирішити масовими протестами... проблема залишається в тому, що ми досі не вміємо будувати стійкі незалежні державницькі інституції» [24]. О. Матвійчук підкреслює, що «коли було повалено авторитарний режим суспільству, необхідно вже визначати нові цілі, тому що самим людям, суспільству потрібне справедливе правосуддя, правоохоронні органи, прозора влада, держава, в якій люди захищені. І коли ми вийдемо вже на цей рівень розуміння всіх процесів – це й буде саме той засіб, коли ми виходимо з ефекту колії». Вчена наводить наступні дані: «кількість людей, які сьогодні вкладаються в розбудову громадянського суспільства, за даними опитувань, становить 7–8 %... дуже нестійка і нестабільна позиція... не можна покладатися лише на протестні активності. Підпирати плечима суспільні інституції повинні усі» [24]. Дисертант повністю погоджується з такою думкою.

Подібну думку поділяє П. Бурковський, який зауважує, що «вирватися з цієї протестної колії можна, лише зруйнувавши структури старого режиму... ключовим питанням залишається те, що будь-яка влада, яка приходить, має найперше працювати над зміною старих структур, наповнювати їх новим змістом і новими людьми, новими світоглядом. А друге – не ставити під загрозу українську ідентичність. Можливо, це і може бути виходом із цієї колії» [24].

Щодо виникнення факторів, що можуть спричинити виникнення наступного Майдану, то О. Резнік зауважує, що каталізатором виникнення подальших протестів «може стати питання Донбасу, коли активна частина громадян вбачатиме у діях влади гру на компроміс або на капітуляцію.

Причиною може стати і засилля колишніх «регіоналів» у владі, коли люди зрозуміють, що всі здобутки Революції гідності перекреслені. Не виключає соціолог і такого чинника масових акцій, як узурпація влади [24]. О. Матвійчук говорить про «злочини Майдану, які досі залишаються недорозслідуваними і не покараними, беззаперечно, є підґрунтям для індивідуального незадоволення, яке обов'язково у разі нехтування цими питаннями владою, закріпиться у соціальній фазі... можливо, це не стане саме по собі причиною якогось масового протесту. Але цей незадоволений запит на справедливість колись може перетворитися на запит на помсту і за певних обставин матиме сукупний вплив» [24].

І. Гомзи визначає, що «тригером може бути що завгодно... колись побили студентів і це стало тригером майбутніх протестів і Революції гідності. Арабська весна почалася з того, що в одного торговця поліцейські забрали його річ... тобто, ми ніколи не можемо знати, що буде конкретним тригером. Але завжди залишатимуться запит на справедливість, на функціональні державні інститути – ті підвалини, на які може накластися цей конкретний тригер. Суспільство лише згодом може бачити те, у що все це вкорінюється» [24].

Що стосується Росії та політичної ситуації там зараз, то тут цікавою є думка А. Коряковцева, російського філософа. Не можна сказати, що він стоїть на адекватних позиціях щодо України, але його погляд на розвиток подій в Росії, на думку дисертанта, заслуговує на увагу. Він вважає, що «унікальність можливого «російського Майдану» в тому, що він, якщо трапиться, то виявиться червоного кольору». На його думку, «російський націоналізм і лібералізм як ідеології, які мобілізують незадоволені маси на соціальний протест, не підходять. Позитивну реакцію у російського суспільства зараз викликає найчастіше ліва та радянська символіка. Її мобілізаційний потенціал є очевидним» [17]. Вчений акцентує увагу, що зараз в ЗМІ, Інтернет ЗМІ у рамках блогів та відео активно впроваджують ідеологічну конструкцію «червоного майдану». Ця конструкція не має

оригінальної ідеї або концепції, вона заснована на концептах Леніна у дореволюційний час.

Що стосується протестних настроїв зараз в Україні, то відповідно до соціологічних досліджень, які були проведені на початку 2021 року, ці настрої мають незначний відсоток українців, які готові вийти на масові акції протестів: «за даними опитування КМІСу, проведеного наприкінці 2020-го, 57 % українців не готові брати участь у будь-яких акціях масового протесту, а кількість готових мітингувати зменшилась на 10 %. За даними соціологічного дослідження Центру Разумкова у березні поточного року, не схильні брати участь у санкціонованих мітингах та демонстраціях 48 % опитаних, а близько 40 % українців готові взяти участь у таких акціях протестах. У несанкціонованих мітингах і демонстраціях готові взяти участь 20 % респондентів, не готові – 67 %» [26].

Безумовно, ці дані мають умовні характеристики та індикатори, але свідчать про загальний стан політичної ситуації та розуміння того, коли загострення є можливим. Слід враховувати, що у випадку політичної нестабільності або кризи протестний рівень може різко підвищитися. Як вказує Д. Бенвеніст: «У розпалі кризи люди втрачають ясний погляд на речі. Їх переповнюють думки і почуття. Їм важко розставити пріоритети, і, як результат, їх дуже турбує те, що їм непідвладне, але при цьому вони схильні уникати чи ігнорувати більш невідкладні турботи, з якими вони здатні справитися» [8]. І навпаки, як зазначає Л. Кузнецова, «тверді переконання, цінності, загальнолюдські, державницькі, сімейні орієнтири, осмислене уявлення про вплив психологічних тригерів допомагають людині зрозуміти приховану мету, суть маніпулювань ЗМІ, нав'язування ними негативних емоцій, оцінок» [19]. Дійсно, така думка відображає те, яким чином повинен відбуватися процес формування суспільної та особистої свідомості, куди він повинен бути направлений і ми з цим повністю згодні.

*Висновки до Розділу 4.*

В результаті розгляду різних за змістом та природою тригерів, можна зробити висновок, що, незважаючи на форми прояву та наслідки, процес формування та становлення проходить декілька етапів: умоглядний, перехідний – етап перетворення події в тригер (створення) та його тиражування в медіа сфері, етап акумуляції контексту та етап визначення дискурсу. Загалом, процес створення тригеру є безперервним процесом з моменту потрапляння події з початкового етапу до поля медіадискурсу.

Для того, щоб зрозуміти, яким чином починається становлення тригеру, слід зазначити, що повинна існувати якась подія, що відображається в медіадискурсі, і існує подія, яка не висвітлюється в засобах інформації. Остання повинна бути позбавлена будь-якої можливості, щоб здобути оціночні характеристики, історичний контекст тощо. Цей процес повинен бути чимось детермінований, а не існувати лише в умоглядних побудовах. В більшості випадків, це якийсь дуже скорочений факт, який можна осмислити за допомогою об'єктивних просторово-часових характеристик. Все, що потім з'являється в медіасфері, є накладенням на цей факт контексту.

Слід відзначити, що рух мережевих спільнот за межі віртуальності та перетворення їх в повноцінних політичних акторів залежить від їх розмірів (малі спільноти легше організуються), а також від інтерпретаційного потенціалу того чи іншого тригеру. Чим більше в тригері закладено суто політичного, тим меншою є ймовірність реалізації сценарію виведення спільноти за межі віртуальності. І навпаки, якщо в тригері, крім політичного, закладений потенціал для конфліктної інтерпретації, яка спрямована до вищих ідентичностей (наприклад, релігії в сакральному дискурсі або свободі в профанному дискурсі), тим більшою є ймовірність організації малих мережевих спільнот як політичних акторів.

Аналіз тригер-подій в Україні дає можливість зробити висновок, що політизація тригеру стимулює підвищення рівня активності чи конфліктності

суспільства, особливо на масовому рівні. Результатом і одночасно тригером для подальших змін в країні та суспільстві, став «Майдан». Це стосується й масової культури, освіти, поведінки, обрання відповідного шляху розвитку країни.

*Список використаних джерел до розділу 4.*

1. AG MARKETING TEAM. (2018) Тригери в маркетингу та продажах: що це таке і як їх використовувати. URL : <https://ag.marketing/>, 2018.
2. Google Trends. URL : [http://www.google.com/trends/explore#q=charlie 20hebdo](http://www.google.com/trends/explore#q=charlie%20hebdo)
3. Анексія Криму. Головні наслідки для України. (2014). URL : <https://glavcom.ua/publications/124364-aneksija-krimu.-golovni-naslidki-dlja-ukrajini-doslidzhennja.html>.
4. Артамонова І. (2007) Інтернет як специфічний тип мас-медійного тексту (на матеріалах українського сектору мережі). *Вісник СумДУ*. Серія: Філологія, 2, 5-9.
5. Байден: Крим – це Україна, ми будемо разом протистояти агресії Росії. (2021) URL : <https://www.pravda.com.ua/news/2021/02/26/7284859/>.
6. Бацевич Ф. (2009) Основи комунікативної лінгвістики. Київ: ВЦ «Академія», 376.
7. Белорусские предприятия, сын Лукашенко и Михаил Гучериев попали под санкции. (2021) URL : <https://www.vedomosti.ru/>
8. Бенвенист Д. (2010) Кризисное вмешательство после крупных бедствий. *Журнал практической психологии и психоанализа*, 3. URL : <http://psyjournal.ru/>
9. Брыкова А. (2021) Крымская платформа – триггер для России: основная цель саммита и поддержка мира. 13 июля. 24 канал. URL : <https://24tv.ua/ru/>
10. Варій М. (2017) Основи психології і педагогіки. Львів, 548 с.

11. Від Тузли до анексії. Чому Росії вдалося захопити Крим у 2014-му? (2021) URL : <https://www.radiosvoboda.org/a/chomu-rosiji-vdalosia-zahopyty-krym/31106434.html>.
12. Говорити про нелегальність виборів у Криму категорично важливо (2018) URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-crimea/2423465-govoriti-pro-nelegalnist-viboriv-u-krimu-kategoricno-vazlivo-ekspert.html>.
13. Головей В. (2013) Філософія і суміжні сфери духовної діяльності. Lviv Polytechnic National University Institutional Repository. URL : <http://ena.lp.edu.ua>
14. Джен Псакі. Матеріали по темі. URL : [https://lb.ua/tag/13559\\_dzhen\\_psaki](https://lb.ua/tag/13559_dzhen_psaki), 2021.
15. Дюркгайм Е. (2002) Первісні форми релігійного життя: Тотемна система в Австралії. Київ, 424.
16. Журнал CharlieHebdo за годину до нападу опублікував карикатуру на лідера ІГ (2015). *Погляд*. URL : <http://vz.ru/news>
17. Коряковцев А. (2020) Майдан против революции. Фонд Розы Люксембург. URL : <http://rosalux.ru/2020/11/16>.
18. Крым наш. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Крымнаш>
19. Кузнецова О. (2017) Психологічні тригери в змі: поняття, особливості, види, протистояння їх впливу. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*, 833, 1, 33-38.
20. Медчедчук М. (2011) Основні різновиди мережевих засобів масової інформації. *Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї*. Київ, 22, 248-253.
21. Новицький О. (2020) Концепти застосування праймінгу та триггеру ЗМІ в політичному житті. *Політичне життя*, 2020. №4 . С. 69-74.
22. Олланд назвав напад на CharlieHebdo терактом. Lenta.ru. URL : <http://lenta.ru/news/2015/01/07/hollande/>

23. Петрушенко В. (2013) Поняття презентації і репрезентації в епістмологічному дискурсі. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Філософські науки*, 750, С. 3-11.
24. Про тригери Майданів і як вийти з ефекту «колії протестів» – експертне обговорення до Дня народження видатної соціологині Ірини Бекешкіної (2021). Пресконференція «Дух, що тіло рве до бою: революційні настрої українців на тлі протестів у Білорусі та Росії». URL : <https://dif.org.ua>
25. Путін розповів про «сакральний» Крим та підступність Заходу (2014). URL : <https://www.dw.com/uk>
26. Радчук О. (2021) Осінь протестів: про виклики для влади та опозиції у новому політичному сезоні. *Слово і діло*. URL : <https://www.slovoidilo.ua/2021/07/16/>
27. Росії не вдасться спростувати, що Крим це Україна – Британія в ООН. (2021) URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-crimea/3210349-rosii-ne-vidastsa-sprostuvati-so-krim-ce-ukraina-britania-v-oon.html>
28. Самар В. (2021) Санкційна політика України щодо Криму вимагає повного перезавантаження. URL : <https://www.ukrinform.ua/>
29. Слова Навального о Крыме раскололи российскую оппозицию (2014). URL : <https://www.bbc.com/>
30. Стеблина Н. (2014) Друга світова війна як міф сучасного російського спічрайтингу (на матеріалі промов перших осіб Російської Федерації на Красній площі). *Діалог: Медіа-студії: збірник наукових праць*, 18-19, 294-304.
31. Тищенко Ю. (2018) Вкрай важливо говорити про нелегітимність виборів у Криму. URL : <http://www.usipr.org.ua/>
32. Убийство Немцова. Мотив. Обсуждение (2015). URL : <https://www.svoboda.org/>
33. Шелюто В. (2010) Проблема сакрального як світоглядна проблема. *Наука. Релігія. Суспільство*, 4, 94-101.

## Висновки

Проведений в дисертаційному дослідженні теоретико-практичний аналіз ролі тригерів в ЗМІ, як засобу соціально-політичної конфліктності дозволяє зробити наступні висновки:

1. Було здійснено бібліографічний аналіз за темою взаємодії в напрямку медіапростору. В даному напрямку проаналізовано публікації, які направлені на аналіз впливу медіа на суспільство та дослідження медіаефектів. Визначено, що в цих роботах представлений аналіз різних форм процесу впливу (навіювання, переконання, інформування, маніпуляція та ін.); доробки щодо моделей та мотивів використання ЗМІ, які пов'язані з різними соціальними, психологічними та демографічними характеристиками читачів, слухачів, глядачів; різні елементи комунікативної структури: джерела інформації, медіатекстів, канали ЗМІ, аудиторія та ін. Є публікації, які присвячені аналізу конкретних технік впливу: пропаганда, реклама, PR тощо. Також були проаналізовані дисертаційні дослідження, починаючи з 2000 року, за різними спеціальностями з проблематики ЗМІ – журналістика, філософія, право, соціологія, політологія, державне управління, комунікації тощо. Визначено, що дослідження тригерів в політичній науці знаходиться на початковому стані, теоретичний аналіз даної проблематики наразі не досить активний в Україні. Є публікації, які лише торкаються цього питання, але вони мають поверхневий характер.

2. Для вирішення поставлених завдань було застосовано філософський, комунікативістський, мистецтвознавчий, літературознавчий, естетичний, критичний, культурологічний, лінгвістичний, семіотичний, політологічний, організаційно-управлінський, історичний, психологічний та соціологічний підходи.

Було проаналізовано окремо методологічні підходи до аналізу медіа систем, зокрема: типологічний і так званий «екологічний». Визначено наявність кореляції між типом політичної організації суспільства та моделлю

медіа системи. Це актуалізується шляхом реалізації чи не реалізації принципу політичного реалізму. Визначено, що у разі присутності політичного реалізму в політичному житті суспільства відбувається адекватна конкуренція політичних сил. Це означає плюральність медіасистеми, яка виявляється в різноманітті засобів масової інформації, свободи позиціонування та виборі позиції, широкому спектрі думок і поглядів, контенті та проблематиці, що не нав'язується якоюсь групою.

Надалі, в якості теоретичних засад роботи визначено теорії інформаційного суспільства, нормативні теорії журналістики, критична теорія Ст. Холла, теорії щодо впливу масової комунікації (прямого впливу повідомлення) на реципієнта, концепцію Л. Фестінгера щодо когнітивного дисонансу, теорія користі від споживання медіа, теорії медіапсихологічного дослідження, теорію дискурсу, теорію соціального навчання, теорію «спіраль мовчання», теорія постановки порядку денного тощо. Також було застосовано аналітичне порівняння: методу згоди (подібності) та методу відмінності, аналіз доменів (сфер, областей).

Проаналізовано категоріальний апарат дослідження, а саме: тригер, політичний тригер, засоби масової інформації, дискурс, медіа дискурс, політичний дискурс, соціально-політична активність (конфліктність) та інш.

Політичний тригер визначено як подію, ефект, образ, через який активується зв'язок асоціацій, які, в свою чергу, визначаються відповідним політичним дискурсом і, в той же час, підкріплюють його. Введення політичного тригеру не вирішить всіх проблем щодо різних теорій дискурсу, але стане одним із кроків на шляху до цього. Визначено типи тригерів, коли мова йде про владу: думки, пропозиції, реакції.

3. Було проаналізовано техніки виробництва, обробки та поширення інформації в медіа просторі. Представлено характеристику саме тих технік, які визначають можливості впливу ЗМІ на масову аудиторію. Відбувається це в поєднанні з соціальними, інформаційними та когнітивними технологіями.

Обґрунтовано, що для більш повної характеристики політичного триггеру найбільший інтерес викликає теорія політичного праймінгу, яка заснована на принципі активації. Саме в ментальній моделі індивіда, який користується ЗМІ, активується не один смисловий вузол, а цілий ланцюжок. У випадку з політичним життям така модель дає можливість говорити про розгортання такого ланцюжка ціннісних та політичних асоціацій. Тригери доповнюють політичний медіапраймінг. Саме тригер містить оціночну складову. Це дає можливість тригерам стати саме такою зачіпкою, за яку чіпляється ментальна модель індивіда. Звичайно, у кожного індивіда свій набір цінностей, а відповідно й тригерів. Це залежить від його особистого досвіду, світогляду, освіти і т. д.

4. Обґрунтовано, що сучасна динаміка сучасних конфліктних відносин залежить саме від таких інформаційно-комунікативних ресурсів, як технологічні та технічні засоби забезпечення політики, тому що учасники сучасних конфліктів, незважаючи на свою підготовленість та агресивність, не покладаються лише на силу зброї. Проаналізовано типологізацію конфліктного сприйняття і визначено, що причиною багатьох конфліктних історій та військових дій (великих воєн) може стати не тільки дійсна, а й уявна, помилкова недовіра сторін, упереджене ставлення один до одного.

Обґрунтовано, що саме інформаційна політика держави повинна стати тим інструментом, який дає можливість вирішення, урегулювання конфліктних протиборств. Ефективність формування та реалізації інформаційної політики органами державної влади може бути досягнута тільки в разі, коли вона формується на системній основі.

5. Визначено, що коли відбувається тригер-подія, одночасно створюється формування дискурсу у медіапросторі. Це може статися тоді, коли в реальності є інтерес до неї з боку суб'єктів комунікативного медіа простору. Вони наповнюють цей простір змістом в процесі осмислення події. Саме такі інтерпретації породжують дискурси та задають конкретне значення тригер-подіям. Звідси висновок, що вплив домінуючих смислів може бути

маніпулятивним і значною мірою відрізнятись від реальної ситуації та початкового значення тригер-події.

Зазначено, що медіапростір політизує особистість, забезпечує її відповідними практиками, придатними для реалізації у політичному просторі. Обґрунтовано, що особливу роль відіграє виділення великих дискурсів провідних інформаційних ресурсів в контексті актуальних тригер-подій національного значення. Тут формуються відповідні смислові значення на тлі інтерпретаційного поля, які змінюють зміст інформаційного приводу та викликають деструктивність соціальної та політичної активності. Визначено, що основні мовні дії ЗМІ щодо тригерів – це їх фіксація, коментування в критичному або саркастичному (іронічному) аспектах.

6. Визначено, що пандемія у теперешній час є тригером соціально-політичних змін не тільки в Україні, а й всьому світі, а це вимагає діалогу між країнами задля подолання пандемії. Цей тригер стимулює високий рівень громадської активності та конфліктності. Це питання одне з самих актуальних на порядку денному. Деякі країни практично змінили політичний режим з демократичного на авторитарний; деякі – сформували нові уряди на засадах солідарності та взаємодопомоги; деякі – закріпили свої позиції; а деякі – зовсім змінили свій політичний простір.

Обґрунтовано, що COVID-19 спрацював як політичний тригер, який впливає на більшість населення світу. Він викриває інстинкти людини та працює на механізмах відрази, страху та обмеженості часу. І якщо говорити про громадську активність, то слід вказати, що увага населення направлена на стан системи охорони здоров'я в своїх країнах та на ефективність проведеної державою політики в цьому напрямку. Тобто, державна політика в тій або іншій країні зазнає критики, тим самим відбувається політизація тригеру і перехід на інший рівень.

7. Охарактеризовано та визначено, що країни, які можуть бути тригерами, повинні володіти відповідними характеристиками. Слід зазначити, що така ознака країни як тригер - це не постійна характеристика,

яку країна може набувати, а може й втрачати. Це може відбуватися, наприклад, за допомогою таких особливостей, як кліматичні умови, географічні чи економічні показники, які дають поштовх до дій (як локального, так й глобального рівня). Ці країни запускають механізм послідовних дій, які змінюють ситуацію. І це практично завжди ж ризик чи конфлікт.

8. Обґрунтовано, що тригери здійснюють вплив на процес формування політизації масової свідомості в Україні. Представлено та проаналізовано тригери політизації (з 2001 року) і визначено, що практично завжди політичні тригери все ж таки мали форму політичних інтриг. Зараз спостерігається перехід на іншу форму (прояви) тригеру – це є суспільні вимоги соціального характеру. Трансформація та деформація суспільства є результатами зміни масової свідомості і тригер є саме тим механізмом, який запускає всю систему змін в дію.

9. Мережеві спільноти виконують свою головну функцію – процес спілкування. Результатом їх діяльності є галас або комунікативне обговорення щодо актуальних політичних фактів. Разом з виходом на рівень невіртуальної діяльності така спільнота стає повноцінним політичним актором, який впливає на політичну сферу життя суспільства. Політична діяльність мережевих спільнот полягає в безперервній комунікативній генерації, що базується на цінностях та дискурсу. Спільноти виводять політику в публічну сферу за допомогою дискурсу, який у цьому випадку є інструментом. Мережеві спільноти застосовують різні види дискурсу. Для аналізу тригерів було застосовано доктрини сакральності та профанності. Саме вони стали основою інтерпретацій і встановлення зв'язків між політичними символами.

Тригер формується протягом декількох етапів і включає в себе уможливленний процес, потім настає перехідний етап перетворення події в тригер. Наступним йде процес тиражування та акумуляції контексту і надалі відбувається визначення дискурсу. У цілому, формування тригеру може мати

різні швидкість та об'єм розповсюдження, цьому сприяє безліч природних, соціальних, економічних та політичних факторів. Цей процес було прослідковано на прикладі тригерів Росії, Білорусь та інш.

10. Аналіз актуальних, дискусійних, тривалих та дуже болісних тригер-подій для України дає можливість стверджувати, що одна і та ж подія може бути одночасно тригером, і результатом дії іншого тригеру. Наприклад, «Крим» є результатом тригеру «Майдан» і одночасно є тригером по відношенню до інших активних подій в Україні. Вказані тригер-події характеризуються активністю, конфліктністю, викликають галас та комунікативний вибух в масовій свідомості. Крім того, обидва пройшли процес політизації та мають тривалий (довготривалий) характер дії. І сьогодні можна стверджувати, що свого значення вони не втратили. Особливо це стосується тригеру «Крим», який викликає жваве обговорення та створення нових засад для вирішення ситуації. Зокрема, це так звана «Кримська платформа». І тут важливо, щоб тригер не втрачав своєї актуальності та активності, це є запорукою вирішення ситуації з анексією Криму і не тільки.

Дане дослідження відкриває перспективи для проведення подальших досліджень різних видів дискурсу, дає можливість вивчати різноманітні форми комунікативних агресій; визначати сценарії з інтерпретації тригерів тощо.