

УДК 792.2(546.37)

Цитування:

Жукова Н. А. Комунікативні практики в період військового часу: досвід опрацювання проблеми. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*: наук. журнал. 2022. № 2. С. 15–22.

Zhukova N. (2022). Wartime communicative practices: the experience of processing the problem. *National Academy of Culture and Arts Management Herald: Science journal*, 2, 15–22 [in Ukrainian].

Жукова Наталія Анатоліївна,
доктор культурології, доцент, професор
кафедри графіки Видавничо-поліграфічного
інституту Національного технічного
університету України «Київський політехнічний
інститут імені Ігоря Сікорського»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5710-2372>
natnina1970@gmail.com

КОМУНІКАТИВНІ ПРАКТИКИ В ПЕРІОД ВІЙСЬКОГО ЧАСУ: ДОСВІД ОПРАЦЮВАННЯ ПРОБЛЕМИ

Метою роботи є аналіз комунікативних практик під час військового часу. **Методологічною основою дослідження є** загальнонаукові методи аналізу: історизм, систематизація, порівняння та узагальнення досліджуваної проблеми. До аналізу комунікативних практик використано феноменологічний підхід. Міждисциплінарний підхід дозволив залучити наукові доробки з галузей культурології, філософії, етики та психології. **Наукова новизна:** вперше проаналізовано комунікативні практики в умовах військовий агресії. **Висновки.** Комунікативні практики як способи взаємодії спрямовані на передачу інформації та породження смислів, створення, відтворення та перетворення соціальної реальності, породження почуття залученості у взаємодію з іншими, а, значить, згуртованості та ідентифікації співтовариств та самоідентифікації індивідів. Інформація може передаватись та отримуватись не тільки за допомогою мас-медіа, інтернету, ЗМІ, а й за посередництвом мистецьких програм, творів мистецтва, акцидентної продукції тощо. Поняття «миролюбні комунікативні практики» можна застосовувати до рекреаційних практик, емпатійних, таких, що мають на меті нести позитивну, життєстверджуючу інформацію, корисну для перемоги над загарбником, це комунікативні практики, здатні створювати різні психічні ефекти – від простого відволікання, розважання – до переживання на рівні катарсису. Мистецтво воєнного часу виникає як найбільш безпосереднє зображення війни, яке документує суворі умови та боротьбу під час конфлікту, а також рефлексію на події.

Ключові слова: комунікація, функції комунікації під час військових дій, комунікативні практики, «життєвий світ».

Zhukova Nataliia, Sc. D. of Culturology, Associate Professor, National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»

Wartime communicative practices: the experience of processing the problem

The purpose of the article is to analyze communicative practices during wartime. **The methodological basis** of the research is general scientific methods of analysis: historicism, systematization, comparison, and generalization of the researched problem. A phenomenological approach was used to analyze communication practices. The interdisciplinary approach allowed to involve scientific achievements in the fields of culturology, philosophy, ethics, and psychology. **Scientific novelty:** for the first time communicative practices in the conditions of military aggression are analyzed. **Conclusions.** Communicative practices as ways of interaction are aimed at transmitting information and generating meanings, creating, reproducing and transforming social reality, generating a sense of involvement in interaction with others, and hence cohesion and identification of communities and self-identification of individuals. Information can be transmitted and received not only through the media, the Internet, the media, but also through art programs, works of art, accident products and more. The concept of "peaceful communicative practices" can be applied to recreational practices, empathetic, aimed at carrying positive, life-affirming information useful for victory over the invader, these are communicative practices that can create various mental effects from simple distraction, entertainment - to experience levels of catharsis. The art of wartime emerges as the most direct depiction of war, documenting harsh conditions and struggle during the conflict, as well as reflection on events.

Key words: communication, functions of communication during military operations, communicative practices, "life world".

Актуальність теми дослідження. Поняття «комунікація» стало ключовим словом сучасності і це не випадково, адже воно визначає явища, настільки важливі для суспільного життя і настільки, так би мовити проблематичні, що різним аспектам проблем комунікації, зокрема впливу на людину та суспільство засобів масової інформації, за останні десятиліття присвячена велика кількість досліджень, вже не кажучи про праці, які на сьогодні вже стали класикою, адже інтерес до проблем комунікації існував, починаючи з часів Античності (Платон, Аристотель, Цицерон, Р. Бекон, Т. Аквінський, М. Монтень, Е. Роттердамський, Т. Гоббс, Дж. Локк, Д. Дідро, Ж. Ж. Руссо, В. Фон Гумбольдт, П. Гольбах та ін.).

Енциклопедичні словники дають приблизно однакове тлумачення поняття «комунікація», визначаючи її як обмін значеннями або інформацією між індивідами – від джерела (адресанта) до одержувача (адресата) – засобами загальної системи символів або коду. Як відомо, комунікація – це багатогранний процес встановлення і розвитку контактів між людьми, який передбачає обмін інформацією, певну тактику і стратегію взаємодії, сприймання і розуміння суб'єктами спілкування один одного. Комунікація є ще й елементом і інструментом соціальної інтеграції, для здійснення якої необхідний високий рівень культурної компетентності, яка включає, крім багатьох елементів, також комунікативну компетентність.

Аналіз досліджень і публікацій. Феномен комунікації вивчався і вивчається із застосуванням підходів та методів різних галузей наук (Т. Адорно, М. Бубер, В. Вівер, Н. Вінер, Ю. Габермас, М. Горкгаймер, С. А. Дітц, Р. Т. Крейг, Н. Луман, М. Маклюен, Г. Маркузе, Дж. Мід, Дж. А. Міллер, Т. Парсонс, Ч. Пірс, Ж.-П. Сартр, П. Сорокін, Ф. де Соссюр, Г. Тард, Е. Тоффлер, Е. Холл, К. Шеннон, А. Шюц, Р. Якобсон, К. Ясперс та багато ін.; в Україні – О. Берегова, О. Висоцька, О. Гриценко, Н. Жукова, В. Іванов, М. Наумова, Г. Почепцов, В. Судакова, Г. Чміль, В. Шейко, Р. Шульга та ін.) і це не випадково, адже, як вже зазначалось, науковці приділяють увагу різним аспектам комунікативного процесу: природі мови, знакам й символам як способам передачі інформації; структурі, видам й нормам побудови бесіди, можливостям вербального спілкування, взаєморозумінню, способам передачі інформації, видам взаємодії в соціумі, технологічним аспектам цього феномену,

розвитку засобів комунікації та їх впливу на особистість тощо. Здавалося б багато аспектів проблем комунікації, принаймні соціальної, практично вирішено. Однак політичні і соціальні зміни, які відбулись в Україні в наслідок російської агресії, що розпочалась 24 лютого 2022 року, виявили необхідність зміни не тільки форматів соціальної комунікації, а й зміни акцентів в комунікативних практиках, адже у першій чверті XXI ст. стало остаточно зрозуміло, що говорити про людину як міру усіх речей, як створіння, яке наділено розумом і мораллю та моральністю, як виразника гуманістичних ідей можна лише з великими обмовками. Виявилось, що у XXI ст. є мільйони дикунів, для яких цих понять (мораль, моральність, гуманізм) просто не існує, а є лише жага насильства, руйнування, бажання усіх знищити і закатувати. У першій чверті XXI ст. ми опинились в ранньому середньовіччі часів навали племені вандалів, у яких, до того ж, ще є ядра зброя.

Метою роботи є аналіз комунікативних практик під час військового часу.

Виклад основного матеріалу. Зрозуміло, що комунікація в період військового часу є невід'ємною умовою не тільки людського існування та самовизначення, а й громадянського визначення, вона сприяє ідентифікації соціальних норм різними соціальними групами, і має важливе значення для підтримки стійкості та стабільності функціонування суспільства. Тут можна згадати вислів американського математика К. Шеннона (1916–2001), який говорив, що інформація – це не всяке повідомлення, а лише те, яке зменшує невизначеність [16].

Слід зауважити, що К. Шеннон мав на увазі математичний аспект теорії інформації, тому його фраза, щодо зменшення невизначеності в повідомленні, перенесена у гуманітарну площину може мати велику кількість конотацій. Дійсно, «зменшення невизначеності інформації» можна інтерпретувати і як нав'язування певного контенту, як ідеологічне зомбування, за допомогою технологій переконання, в результаті якого настають «часи, коли люди приймають колективний сморід за єдність духу» [3, 227] і чомусь вирішують, що мають право знищувати усіх, хто думає і живе по-іншому. Тому одразу уточнімо, що в нашій роботі ми будемо розглядати комунікативні практики, спрямовані на гуманізацію суспільства, на підтримку у складний військовий час, у час «невизначеності» з одного

боку, і очікування перемоги, з іншого. Ми будемо говорити про комунікативні практики, спрямовані на людину, яка в цей період переживає конкретну соціальну і політичну реальність.

Різним видам комунікативних практик, їх функціям та впливу на розвиток культури, регіональної культури зокрема, присвячено багато праць як зарубіжних, так і вітчизняних дослідників (Р. Барт, Д. Белл, М. Бубер, М. Вебер, Ю. Габермас, І. Гоффман, К. Леві-Стросс, Н. Луман, Б. Малиновські, Р. Мертон, Д. Мід, Т. Ньюкомб, Т. Парсонс, Е. Холл, М. Шойєр, А. Шюц, Ж. Денисюк, С. Домніч, І. Жадан, Г. Карась, О. Копієвська, Н. Корабльова, К. Настояща, О. Скар, В. Табачковський, Г. Чміль та ін.). Ми не будемо зупинятися на розкритті процесу становлення комунікативного знання та комунікативних практик, адже, як вже було сказано, цій темі присвячено багато праць, лише зауважимо, що комунікативні практики визначають як «соціально значущі дії, спрямовані на передачу актуальної інформації, що характеризуються цілорациональним відтворенням комунікативних відносин, релевантних певному соціальному контексту» [цит. за: 1, 3]. Додати до цього визначення можна лише те, що, на наш погляд, комунікативні практики під час військових дій спрямовані на конституювання сенсу інтерсуб'єктивності. Це проблема того як ми особисто переживаємо те, що відбувається в країні і особисто з нами, і водночас, як ми у своєму повсякденні все це переживаємо через досвід Інших. Безперечно, такий підхід до розгляду комунікативних практик має біографічну детермінованість, а звідси і суб'єктивність, адже кожна окрема людина сприймає ту чи іншу ситуацію, ту чи іншу інформацію по-своєму. Водночас не слід забувати, що «комунікативна практика – це практика взаємодії, практика декларування й обміну інформацією. Таким чином, комунікативна практика – це, перш за все, соціетальна практика, практика, спрямована назовні, на соціальний простір, на Іншого, це практика, базовою функцією якої стає смислопродукування як означення, маркування, декларування тих чи інших смислів» [5, 120].

Комунікативна практика – це дія, спрямована на передачу/отримання значимої інформації. Передаватись/отримуватись ця інформація може за допомогою мас-медіа, акцидентної продукції (плакати, листівки, марки), творів мистецтва тощо. Комунікативні

практики завжди, і особливо під час військових дій, орієнтовані на взаємодію, на відповідь, на відгук, принаймні емоційний, й сприяє глибшому розвитку емпатії. Не можна не погодитися з американським психологом Т. М. Ньюкомбом (1903–1984) у тому, що роль комунікативних практик полягає у підтримці соціального балансу та стабільності у соціальній системі шляхом досягнення симетрії у різних комунікативних ситуаціях. Така роль комунікації обумовлюється психологічною потребою людини в орієнтації, що спонукає її вступати до комунікації. Під орієнтацією у цьому контексті розуміється емоційна оцінка різних груп, яка спирається на когнітивну поінформованість про об'єкт [12, 662–663].

Наприкінці ХХ століття з'являються нові комунікативні практики, пов'язані з запровадженням інтернету, які сьогодні не мають ні фізичних, ні географічних, ні адміністративно-державних, ні цензурних кордонів, а це означає, що сучасна людина за бажанням може отримати будь-яку інформацію online, вже не кажучи про інші види її передачі. Інтернет надає доступ практично до всіх джерел інформації: найбільших світових бібліотек, університетських архівів, баз даних наукових центрів, фондів музеїв та приватних колекцій, музичних та відеоархівів та ін. Унікальна риса інтернету полягає в тому, що він функціонує одночасно як засіб публікацій і комунікацій. Телебачення активно використовує Інтернет для того, щоб передавати зображення, звук, зміст. Таким чином, формуються супертекст та метамова, об'єднуючи в одній і тій же системі письмові, усні та аудіовізуальні засоби комунікації [2, 80]. Через інтернет неможливо нав'язати ту чи іншу інформацію, адже будь-який користувач зможе порівняти її з різними джерелами або навіть повідомити свою (інфо-сайти з відкритою публікацією, форуми і т. п.). Ми вже писали в іншій роботі, присвяченій медіа, що сучасна «людина – істота інформаційна, без інформації вона перетворюється на фізичний предмет», і що інформаційна ізольованість – це початок божевілля [2, 71]. Приклад такого масового божевілля можемо спостерігати, коли чуємо відповіді пересічних росіян на запитання: «Чому Росія напала на Україну?» Відповідь: «Як би Росія не напала, Україна би напала на РФ»...Це нагадує відповідь російського серійного вбивці-гвалтівника А. Чикатило, на запитання: Навіщо ви вбили таку-то жертву потім таку-то? Сенс його відповіді був наступним: вона була красива, молода, незалежна, вона не залишила мені вибору...

Повертаючись до теорії... Теоретики виокремлюють наступні функції комунікативних практик: «функція формування соціальних реальностей та спільнот, у комунікативному просторі яких, вибудовується взаєморозуміння; функція конституювання і відтворення ідентичності; функція репрезентації основних способів соціального існування, можливих у певній культурі у певний час; функція генерування смислів (змістових і пов'язаних зі ставлення до ситуації) – смисли передаються, трансформуються, уточнюються, доповнюються, створюються; функція конструювання соціально-культурних репрезентацій образу «Я» і соціальних відносин; функція нормування – встановлення прийнятних для спільноти способів взаємодії, правил та норм життєдіяльності; функція конструювання образу бажаного майбутнього, що відбувається у діалогічній взаємодії; функція інтерпретування культури; функція відтворення комунікацій різних рівнів; функція обміну інформацією різних рівнів; адаптаційна функція та функція, що сприяє соціалізації» [1, 3–4].

Відтак комунікативні практики як способи взаємодії спрямовані на передачу інформації та породження смислів, створення, відтворення та перетворення соціальної реальності, породження почуття залученості у взаємодію з іншими, а значить згуртованості та ідентифікації співтовариств та самоідентифікації індивідів.

Слід наголосити ще на одному моменті. Як вже зазначалось, під час вивчення комунікативних практик застосовуються кілька наукових підходів, які складають «метадискурс» [7]. Американський дослідник Р. Крейг – прибічник феноменологічного підходу до аналізу комунікативних практик – зауважує, що «теорії комунікації є взаємно релевантними, коли звертаються до практичного життєвого світу, в якому “комунікація” вже є багатозначним терміном. Кожна традиція теорії комунікації впливає з певних звичайних переконань щодо спілкування та риторично звертається до них, кидаючи виклик іншим переконанням» [7]. Ми у своєму дослідженні будемо спиратися переважно на феноменологічний підхід, адже для досягнення узгодженості між різними соціальними групами необхідно встановлення взаєморозуміння між людьми. Для цього необхідне пояснення смислів, рефлексивне засвоєння повідомлення реципієнтом. Феноменологія, і зокрема поняття «життєвий світ», яке увів Е. Гуссерль (1859–1938), набуває

особливого значення у вивченні комунікативних практик.

Нагадаємо, що «життєвий світ» (нім. Lebenswelt) – «свій конкретний навколишній світ», який «кожна людина розуміє, виходячи з деякого ядра і ще нерозкритого горизонту цього світу – і, відповідно, свою культуру, саме як людина, що належить до спільноти, історично формує цю культуру» [8, 160]; це сукупність суб'єктивних, безпосередніх уявлень людей про себе і навколишній світ, цінностей, спочатку заданих у повсякденному життєвому досвіді, які впливають на інтерпретацію людиною дійсності. За Е. Гуссерлем, у кожного є свої горизонти минулого і майбутнього, а це означає, що «людська спільнота, <...>, як і кожна окрема людина, живе в конкретному середовищі, співвідносячи себе з ним у стражданні та дії. <...> У цій постійній зміні життєвого світу людини, очевидно, змінюються і самі люди як особистості, оскільки вони мають корелятивно завжди приймати нові звичні характеристики» [8, 162]. Саме тому, вивчаючи та аналізуючи комунікативні практики, згідно поглядів прибічників феноменологічного підходу (П. Бергер, Ю. Габермас, Г. Гарфінкель, Р. Крейг, Т. Лукман, Д. Моран, А. Шюц та ін.), необхідно відійти від дослідження світу як пізнання фактів (у позитивізмі), та враховувати суб'єктивні уявлення, які конституують повсякденний світ. Так, зокрема Р. Крейг (1947 р. н.) зауважує: «всі теорії комунікації мають відношення до загального практичного життєвого світу, в якому комунікація є багатозмістовним терміном. Теорія комунікації, з цього погляду, є цілісним полем метадискурсивної практики, полем дискурсу про дискурс з наслідками для практики комунікації» [7].

З огляду на це, спробуємо проаналізувати комунікативні практики військового часу.

Почнемо з перших. Відомий американський біхевіорист Б. Ф. Скіннер (1904–1990) в роботі «Наука та людська поведінка» наголошував, що поведінку людини можна не тільки прогнозувати і передбачати, а й повністю керувати нею, і врешті споруджувати на створеному фундаменті новий тип спільноти [16, 22-23]. Науковець аналізує й агресивну поведінку у випадках захисту та нападу на беззахисного, стверджуючи, що і обох випадках також спрацьовує ефект «керівництва» [16, 36]. Так, Б. Ф. Скіннер пише: «Навчання солдата частково складається із формування емоційних реакцій. Якщо зображення ворога, ворожий

прапор тощо, зіставляються з розповідями чи картинами про звірства, то побачивши ворога, ймовірно, виникне відповідна агресивна реакція» [16, 52].

Зрозуміло, що таке «навчання» може мати підстави, а може їх і не мати, а бути просто навіюванням задля створення відповідного настрою у суспільстві. Зауважимо також, що агресія не завжди призводить до насилля, але спонукає до нього. Отже, важко погодитися з Б. Ф. Скіннером у тому, що поведінка людини залежить лише від зовнішніх факторів¹. Правда, створюючи свою теорію, вчений ще не знав про можливості Інтернету (його тоді ще просто не було). На сьогодні ж, погоджуючись з тим, що комунікативні практики дійсно можуть навіювати агресивну поведінку, перетворювати суспільство на кероване стадо, і створювати «новий тип спільноти» (наприклад, *Homo ferox est*, *Homo stulus*, або *Homo fallax*), все ж зауважимо ще раз, що у наш час технологій, людина, яка хоче бути поінформованою, зможе знайти різні комунікативні канали.

Аналізуючи агресивні комунікативні практики й зокрема природу агресивності, не можна обійти увагою доробок К. Лоренца (1903–1989). Австрійський зоолог, зоопсихолог, лауреат Нобелівської премії з фізіології (1973) К. Лоренц в роботі «Так зване зло» (книзі про тваринне в людині) зауважує, що напад одного виду тварин на інший може бути прикладом агресії, але на практиці це відбувається не часто. Вживання у тваринному світі пов'язане з такими факторами як територія проживання, пошук харчування та розмноження. Хижак не відчуває ворожості до своєї жертви, він просто хоче їсти. Людська ж істота має найбільший ступінь деструктивності та агресії, вона готова знищувати собі подібних, проявляти насильство та садизм. Вчений ставить питання: якщо агресивність тварин зазвичай не доходить до вбивства, то чим пояснюється агресивність людей, які розпочинають війни? Чому вони вважають військову агресію проти інших людей нормою? Чому вважають, що вбивати не просто можна, а потрібно? К. Лоренц пояснює це слухним і виразним поняттям – «псевдо-видотворення». У такій групі, яка вирішила, що вона належить до якогось особливого видотворення, вважається, що тільки члени власної культурної групи є людьми, тоді як інші можуть розглядатися як представники нижчих видів, яких можна безкарно вбивати [13, 159]. «На війні льотчики можуть скидати бомби, вбиваючи беззахисних жінок та дітей далеко внизу, не відчуваючи при цьому, що людяність

самого льотчика ущемлена його рішенням вбивати.» [цит. за: 13, 159]. Згідно з аргументацією Лоренца, «він (*льотчик – Н. Ж.*) впорається з цим, оголосивши (і повіривши в це), що його супротивники втратили право називатися людьми і можуть бути вбиті – як нижчий псевдовид – з ненавистю, оскільки вони все ще можуть наполягати на своїй нездоровій претензії бути людьми» [13, 159; 10, 284].

Військові дії на території іншої країни дають вихід садистським нахилам. Це єдиний час, коли якась істота безкарно може дати волю імпульсам для того, щоб відчувати себе могутнім або втілити в життя певні фантазії. Причому йдеться не обов'язково про психопатів, а найчастіше про звичайних людей, які в обставинах війни перетворюються на запеклих лиходіїв, при цьому вважаючи себе героями. Смерть жертви для нього – надто легка доля. Мучитель прагне стати свідком болю, того болю, який поглинає тіло і душу жертви, коли оскверняється її дитина, кохана людина, нарешті будинок (адже занадто добрий, занадто затишний, занадто чистий...). Мета насильства – знищення особистості, у тому числі осквернення глибинних материнських інстинктів, навіть не «материнських інстинктів» (це не зовсім правильне формулювання, адекватно сформулювати в цих умовах не виходить), а знищення, приниження інституту материнства як такого: вбивство дітей, зґвалтування (дітей, матерів), як і всі інші форми сексуальних тортур, є яскравим прикладом злочину осквернення, спрямованого на спотворення зв'язку спорідненості. Таким чином, ця жорстокість – це прийом, спеціально призначений для того, щоб викликати душевні страждання у жертви, яка повинна пошкодувати про день свого народження. При цьому жодна, вибачте, тварюка не думає про те, що в такій ситуації може опинитися його мати, сестра, дружина, донька (і навіть син, зважаючи на те, що ці виродки творять на нашій землі)...²

Аналізуючи групу прихильників ідеї «псевдо-видотворення» інших, К. Лоренц звертає увагу на те, що такі групи схильні створювати середовище для різного роду месій, «батьків народу», «вождів нації» тощо, в яких «вкрай нереалістичне та ідеалізоване патологічне грандіозне “Я”. Ідеальні репрезентації Я-об'єкта, які зазвичай стають частиною Супер-Я, включені в патологічне грандіозне Я. Це призводить до Супер-Его, що містить лише агресивно детерміновані компоненти» [9, 54]. Це успішне Супер-Его також має тенденцію до дисоціації та побудови

проекції, що призводить до подальшого розвитку переслідуючих зовнішніх об'єктів й втрати нормальних функцій Супер-Его в регуляції самооцінки, що, у свою чергу, призводить до нездатності співпереживати іншим. Почуття внутрішньої порожнечі може бути компенсоване лише нескінченним захопленням з боку інших та спробами контролювати інших. А якщо не контролювати, то шантажувати, наприклад, погрожуючи ядерною зброєю.

Слушний аналіз такого Супер-Его пропонує німецький психіатр, основоположник гештальт-терапії Ф. Перлз (1893–1970). Як відомо, З. Фрейд вивів три компоненти структури особистості: id (Воно), Ego (Я) Super-ego (над-Я). Згідно теорії З. Фрейда для Super-ego завжди існує Super-ідеал, який, в залежності від процесу витіснення чи не-витіснення впливає на Я. Ф. Перлз, продовжуючи та розвиваючи теорію засновника психоаналізу, висуває наступну думку: «Ми повинні визнати залежність Его від вимог інстинктів, совісті та навколишнього середовища, і ми повинні повністю погодитися з низькою думкою Фрейда про силу Его. Однак, як тільки ми усвідомлюємо силу Его в ідентифікації (мається на увазі ідентифікація з Super-ідеалом – Н. Ж.), ми визнаємо, що нашому свідомому розуму залишається випадок вельми значної ваги - рішення ідентифікувати себе з тим, що Super-ego вважає “правильним”» [14, 147]. Якщо, скажімо, Super-ідеалом є Петро І, людина каже собі: «Я не Петро І, але я ЯК Петро І», то це вже невроз, який потрібно лікувати. Але справа ускладнюється, якщо така людина є керівником країни, тим самим «батьком народу», «вождем нації». Причини такого стану людини Ф. Перлз пояснює за допомогою поняття «комплекс переваги-неповноцінності» [14, 169], а виникає цей комплекс «у ситуаціях, коли зарозумілі і т. п. люди не можуть утримати позу переваги» [14, 169]. У ситуації, коли такі люди знаходяться при владі, «вони вважають, що мають право на все, що завгодно. При правильній параної ці фантазії стають переконаннями» [14, 169].

Багато теоретиків стверджують, що агресивність пов'язана з фрустрацією [16, 177]. Фрустрація пояснюється «як психічний стан, що проявляється у почутті тривоги, приреченості, відчаю. Цей стан може супроводжуватися деструктивними реакціями у випадку не набуття особою адекватних можливостей реалізації актуальних потреб. Одним з наслідків фрустрації виступає агресія» [4].

Зазначимо, що різним модифікаціям фрустрації присвячені роботи багатьох дослідників, зокрема, Л. Берковіця, Р. Дж. Джина, Е. Доннерштейна, Дж. Доларда, Р. Крачфілда, Д. Креча, Д. Майерса, Н. Міллера, С. Розенцвейга, Б. Ф. Скіннера, Ф. Солтера, Е. Фромма та ін. Ми в цій роботі не будемо зупинятися на розгляді цього феномену, адже питання впливу фрустрації на комунікативні практики може бути окремою темою дослідження. Невипадково існує поняття «літературна фрустрація», де під словом «літературна» мається на увазі комунікація в ЗМІ, Інтернет-ресурсах тощо. Агресивні ЗМІ, мас-медіа (навіть акцидентна продукція) рясніють оціночними метафорами та гучними фразами, вони постійно стимулюють афекти і тим самим, як не дивно, викликають у мас довіру. На цьому наголошував у свій час американський психолог Л. Берковіц: «... практично будь-який вид негативного афекту, будь-який тип неприємного почуття є основним підбурювачем емоційної агресії. Негативний афект не обов'язково повинен бути інтенсивним, але чим сильніше невдоволення, тим сильніше буде результуюче підбурювання до агресії» [6, 236]. Тактики, які використовують ЗМІ для досягнення мети: образа, загроза, звинувачення, закид, обурення, шпилька, насмішка, глузування, заклик до агресії або залякування опонентів, на кшталт заяви про здатність РФ «перетворити США на радіоактивний попіл»... Слід підкреслити, що такі комунікативні практики мають не ситуативний характер, а перманентний. Їх мета – психологічна дія на маси, переконання у власних авторитеті та силі, й підпорядкування мас своїм поглядам та переконанням. Щодо мас, то Х. Ортега-і-Гассет у свій час в роботі «Повстання мас» відзначав, що архаїка в масовій культурі вийшла на поверхню разом з нівелюванням індивідуальності. Репрезентанти маси, як відмічає іспанський теоретик, живуть без певного «життєвого проекту», знаходячи сенс існування в досягненні граничної ідентичності з іншими. Вони не усвідомлюють, що демократичні культурні інститути вимагають постійної підтримки, а «людина маси» – соціально невідповідальна, її інтереси цілком матеріальні, брутальні й вульгарні. Тому обмежені у своєму кругозорі, маси – «продукти» агресивних комунікативних практик – із захопленням засвоюють агресивне світовідношення. Зауважимо, що нормальна структура особистості включає у себе здатність до сублімації агресивних імпульсів. Ключове

слово тут – «нормальна»³. Але у даному випадку є велике «але». Справа у тому, що агресивність у сучасній РФ введена в ранг національної ідеї. В якості підтвердження можна згадати роботи ідеолога «руського миру» О. Дугіна, який часто у своїх роботах пише, що Росія без України не зможе стати імперією і який до речі вже багато років читає лекції в російській військовій академії. Він просуває ідею так званого «проекту Євразія», за яким весь світ повинен бути поділений на кілька регіонів: Євроафриканський пояс, що включає Європейський Союз, ісламо-арабську Африку, субтропічну (чорну) Африку; Азіатсько-Тихоокеанський пояс (Японія, країни Південно-Східної Азії та Індокитаю, Австралія та Нова Зеландія); Американський пояс (Північна Америка, Центральна Америка, Південна Америка); Євразійський континентальний пояс. Останній – це і є «Євразійський Союз» (відроджена Російська імперія), в який, за задумом О. Дугіна, повинні увійти Росія, країни СНД, деякі країни Східної Європи (іншими словами, колишні радянські республіки та країни колишнього СЕВ), країни континентального ісламу, Індія та Китай). Не зрозуміло тільки з яких причин раптом ці країни стануть об'єднуватися у такі союзи. Для чого потрібні ці союзи? Автор пояснює це загальною світовою безпекою та відсутністю міждержавних конфліктів. Таким чином, безчинства, які творить РФ зараз в Україні, погрози країнам Балтії та Польщі, шантажування усього світу ядерною зброєю – це все для блага миру в усьому світі. ...

Як вже зазначалось, інформація може передаватись та отримуватись не тільки за допомогою мас-медіа, Інтернету, ЗМІ, а й за посередництвом мистецьких програм, творів мистецтва, акцидентної продукції тощо. Аналіз останніх, створених для воєнного часу (або під час воєнного часу) можуть стати предметом наступних досліджень, адже межі цієї роботи не дозволяють цього зробити.

Є інші види комунікативних практик, назвемо їх умовно миролюбними. Ми застосовуємо його як антонім до слова «агресивні». На наш погляд, поняття «миролюбні комунікативні практики» можна застосовувати до рекреаційних практик, емпатійних, іншими словами таких, що мають на меті нести позитивну, життєствердуючу інформацію, інформацію, корисну для перемоги над загарбником, це комунікативні практики, здатні створювати різні психічні ефекти - від простого відволікання, розважання до переживання на рівні катарсису. Оскільки

перевищення порога сприйняття тривожних новин у воєнний час може призвести до падіння духу як у воїнів-захисників, так і в цивільного населення, то можна стверджувати, що під час військових дій «миролюбні комунікативні практики» – ключ до перемоги. Таким «ключем» можуть бути твори мистецтва, усілякі творчі, мистецькі акції. Мистецтво воєнного часу виникає як найбільш безпосереднє зображення війни, яке документує суворі умови та боротьбу під час конфлікту, а також рефлексію на події. Як приклади, можна навести марки, листівки, плакати, карикатури тощо. Аналізу цього виду комунікативних практик буде присвячена наша інша стаття.

Література

1. Жадан І. В. Комунікативні практики як чинник громадянської і національної самоідентифікації: теоретико-методологічні засади дослідження. URL: <https://lib.iitta.gov.ua/708548/1/Zhadan.pdf> (дата звернення: квітень 2022).
2. Жукова Н. А. Медіа-текст як продукт сучасної культури: досвід «сприйняття-інтерпретація». *Нові медіа в сучасному суспільстві: культурологічний вимір*: монографія. Київ: Інститут культурології НАМ України. 2017. С. 64–88.
3. Искандер Ф. Стоянка человека. Стоянка человека. Повести в рассказы. Москва: Правда, 1991. С. 104–260.
4. Качмар О. В. Фрустраційна теорія агресії. *Наукові праці. Філософія*. 2016. Том 286. Випуск 274. URL: <http://philosophy.chdu.edu.ua/article/view/107545> (дата звернення: 26.05.2022 р.).
5. Настояща К. В. Комунікативні практики соціальних мереж: фактори та вектори трансформації. URL: <http://soctech-journal.kpu.zp.ua/archive/2018/77/14.pdf> (дата звернення: квітень 2022 р.).
6. Berkowitz, L. Aggression: Its causes, consequences, and control. New York: McGraw-Hill. 1993, 485 p.
7. Craig, T. Robert. Communication Theory as a Field. / *Communication Theory*. Nine: two. May 1999. P. 119-161. URL: http://www.stes-apes.med.ulg.ac.be/Documents_electroniques/MET/MET-COM/ELE%20MET-COM%20A-8191.pdf (дата звернення: квітень 2022 р.).
8. Husserl, E. Cartesianische meditationen und pariser vorträge. Haag: Martinus Nijhoff, 1950. 244 s.
9. Kernberg Otto F. Aggressivity, Narcissism, and Self-Destructiveness in the Psychotherapeutic Relationship. Yale University Press New Haven and London. 2004. 271 p.
10. Lorenz, K. Tak zwane zło. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy, 1996. 325 s.

11. Moran D. Edmund Husserl – Founder of Phenomenology. Cambridge: Polity Press, 2005. 297 pp.

12. Newcomb, T. M. Social psychology. New York.: Holt, Rinehart and Winston, 1960. 712 p.

13. Nisbett, A. New York: A Helen and Kurt Wolff book, 1977. 280 p.

14. Perls, F. S. Ego, Hunger and Aggression. London: George Allen and UNWIN LTD. 1947. 273 p.

15. Shannon, C. E. A Mathematical Theory of Communication. / The Bell System Technical Journal, Vol. 27 July, 1948. URL: <https://people.math.harvard.edu/~ctm/home/text/others/shannon/entropy/entropy.pdf> (дата звернення: 20.06.2022 p.).

16. Skinner, B. F. Science and human behavior. New York: First Free Press Paperback Edition 1965. 418 p.

References

1. Zhadan, I. V. Communicative practices as a factor of civic and national self-identification: theoretical and methodological principles of research. Retrieved from <https://lib.iitta.gov.ua/708548/1/Zhadan.pdf> (date of reference: 19.06.2022). [in Ukrainian].

2. Zhukova, N. A. (2017). Media text as a product of modern culture: the experience of "perception-interpretation". New media in modern society: culturalogical dimension: monograph. Kyiv, Institute of Cultural Studies NAM, 64–88. [in Ukrainian].

3. Iskander, F. (1991). The standing of man. Stoicism of Man. Narratives in Stories. Moscow, Pravda, 104–260. [in Russian].

4. Kachmar, O. V. (2016). Frustration theory of aggression. Scientific Work. Philosophy, Vol. 286, Issue 274, URL: <http://philosophy.chdu.edu.ua/article/view/107545> [in Ukrainian].

5. Nastiyasha, K. V. Communicative practices of social networks: factors and vectors of transformation. URL: <http://soctech-journal.kpu.zp.ua/archive/2018/77/14.pdf> [in Ukrainian].

6. Berkowitz, L. (1993). Aggression: Its causes, consequences, and control, New York, McGraw-Hill [in English].

7. Craig, T. Robert. (1999). Communication Theory as a Field. Communication Theory. Nine: two. May, 119–161, URL: http://www.stes-apes.med.ulg.ac.be/Documents_electroniques/MET/MET-COM/ELE%20MET-COM%20A-8191.pdf [in English].

8. Husserl, E. (1950). Cartesianische meditationen und pariser vortrage. Haag, Martinus Nijhoff [in German].

9. Kernberg Otto F. (2004). Aggressivity, Narcissism, and Self-Destructiveness in the

Psychotherapeutic Relationship, Yale University Press, New Haven and London [in English].

10. Lorenz, K. (1996). Tak zwane zło. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy [in Polish].

11. Moran D. (2005). Edmund Husserl – Founder of Phenomenology, Cambridge, Polity Press [in English].

12. Newcomb, T. M. (1960). Social psychology. New York, Holt, Rinehart and Winston [in English].

13. Nisbett, A. (1977). New York: A Helen and Kurt Wolff book [in English].

14. Perls, F. S. (1947). Ego, Hunger and Aggression. London, George Allen and Unwin Ltd [in English].

15. Shannon, C. E. (1948). A Mathematical Theory of Communication. The Bell System Technical Journal, Vol. 27, July. URL: <https://people.math.harvard.edu/~ctm/home/text/others/shannon/entropy/entropy.pdf> [in English].

16. Skinner, B. F. (1965). Science and human behavior. New York, First Free Press Paperback Edition [in English].

Примітки

1. Зауважимо, що агресивні комунікативні практики можуть бути і результатом природної реакції на дії агресора, адже в жертв агресії, які втратили близьких людей або розлучені зі своїми сім'ями, поранених тілом і душею, у людей, які втратили будинки, які живуть під іноземною окупацією іншої реакції бути не може. Війна розставляє усі точки над «і»: вона дозволяє людям проявити все найгірше, на що вони здатні, але також і найкраще; на кожну розповідь про жахіття боїв, знайдеться й інша, - про братерство, що панує в бойовому підрозділі, про хоробрість та героїзм, про те як, переживши тяжкі бої, воїни співають, танцюють, пишуть вірші, жартують...

2. Розумію, що емоційно виходжу за межі наукової статті, але...

3. Якщо відволіктись від війни і подивитись що ці маси в РФ з серйозним виглядом зараз (у першій чверті ХХІ ст.) обговорюють, то стає зрозумілим, що біолабораторії такі існують і саме в РФ, і в них проводять досліди над людьми. Маємо на увазі лекцію Ю. Лози про те, що Земля плоска, що теорію круглої Землі вигадав Коперник, що польоти у космос – це фейк, космосу не існує – це комп'ютерна графіка і т. д. (відео від 2.06.2022).

Стаття надійшла до редакції 28.04.2022

Отримано після доопрацювання 26.05.2022

Прийнято до друку 07.06.2022