

УДК 32:316.75:007

DOI <https://doi.org/10.30970/PPS.2022.43.37>

РОЛЬ КУЛЬТУРНИХ КОДІВ У КОНСТРУЮВАННІ ПОЛІТИЧНОЇ ДІЙСНОСТІ В КОНТЕКСТІ ІНФОРМАЦІЙНО-КОГНІТИВНОЇ ВІЙНИ»

Ольга Свідерська

*Національний університет «Львівська політехніка»
Інститут права, психології та інноваційної освіти
кафедра теоретичної та практичної психології
вул. С. Бандери, 12, 79000, м. Львів, Україна*

Інформаційна війна впливає не тільки на особистісне сприйняття дійсності, але й у великому сенсі конструює політичну реальність. Розглядати когнітивну війну у контексті країни можна на двох рівнях: боротьбу за сенси із вогором (наприклад терористичною росією), або ж боротьбу за становлення внутрішньо-політичної ідеології країни, усвідомлення політичної культури та сприйняття політичної дійсності. Метою інформаційно-когнітивної війни по відношенню до України є намагання посяти сумніви, сформувані суперечливі наративи, поляризувати, радикалізувати населення в середині країни та дискредитувати держави на міжнародному політичному пол. Одним із елементів на які здійснюється вплив є культурні коди. Будучи чимось, що досить міцно вплетене у систему соціетальних цінностей суспільства, політичні культурні коди беруть участь у формуванні нового способу мислення, у протистоянні між демонтажем однієї реальності та створенням іншої. Доведено, що культурний код, як і політична культура змінюється доволі довго. Однак ці зміни все-таки можливі і під впливом різких суспільно-політичних впливів (війни). Визначено, що для України після 1991 року, 24 лютого 2022 року є третім імпринтом (перший – Помаранчева революція, другий – Революція Гідності). Усі три події схожі до пускових механізмів, які змушують українців переоцінювати вагомість демократичних виборів, європейського майбутнього й української ідентичності та незалежності. Доведено, що культурні коди мають взаємозв'язок із символізмом, наративами та сенсами котрі поширюються у ході інформаційно-когнітивної війни. Одним із негативних наслідків такою взаємозалежності може бути зниження рівня довіри українців до військовослужбовців, зниження прагнення дотримувати курсу до ЄС та НАТО, збільшення рівня втомлюваності від воєнних дій, а відтак – зниження мотивації до отримання повної перемоги над агресором.

Ключові слова: інформаційно-когнітивна війна, культурний код, наратив, політична дійсність, політична культура.

Постановка проблеми. Процеси конструювання політичної дійсності, як і політичні уявлення залежать від способу нашого мислення, того наскільки ми здатні до критичного аналізу, усвідомлення реальності. Задля досягнення цілей, когнітивна війна об'єднує кібернетичні, інформаційні й психологічні інструменти впливу, а також засоби соціальної інженерії. Вона використовує переваги інтернету і соціальних мереж для трансляції ідеології. Вплив цей, подібно до рекламного таргетингу, здійснюється вибірково або ж адресно. Метою когнітивної війни є формування сумнівів, суперечливих наративів, поляризування громадської думки, радикалізування різних соціальних груп, що у підсумку може спонукати їх до дій, які можуть зруйнувати, розділити, дезорганізувати раніше згуртоване суспільство, або ж навпаки, інтегрувати його [5]. Інформаційно-когнітивна війна, або ж війна сенсів відбувається за допомогою залучення ЗМІ: радіо, телебачення, друкована продукція,

однак сьогодні особливе місце займають соціальні мережі. На переконання П. Сінгера, соціальні мережі створюють нову реальність, в якій все, що через них транслюється схоже на реальність. Однак відмінність перебування онлайн у тому, що тепер практично весь світ стає свідком того, приймаємо ми виклик чи ні, якою буде реакція політичної еліти на загрозу, тощо [8, с. 21]. Прикладом цього є міфічні обстріли ЗСУ тимчасово окупованих територій Донецької та Луганської областей за кілька днів до повномасштабного вторгнення військ терористичної країни – росії. Саме тому інформаційний фронт є таким важливим. Для того, аби світова спільнота знала правду, алгоритми пошукових систем і соціальних мереж мають працювати на того, хто є жертвою у інформаційно-когнітивній війни. За інших умов реальність можна викривити і переконати світ у протилежному. Наприклад, згідно із цинічною брехнею путіна, що трагедія Бучі це фейк.

Окреслюючи **актуальність даної проблеми**, хочеться також акцентувати, що інформаційно-когнітивна війна є не менш руйнівною ніж війна фізична, оскільки її метою є не просто знищення ворога, а перемога над його свідомістю, над світоглядною картиною, над сприйняттям реальності. Вона може зосереджуватись на формуванні думки цілого народу, міжнародної політичної еліти, чи одразу обох цих елементів, вона може реалізуватися через сферу публічної дипломатії, пропаганду, проведення інформаційно-психологічних спецоперацій, підрив політичної волі, через вплив на культуру, обман або втручання у місцеві медіа, однак вона завжди віддзеркалюватиме позицію кожної із конфліктуючих сторін. І той хто перемагає у інформаційній війні залишає за собою право формувати основні наративи війни. Мовою символів, російсько-українська війна це війна Давида та Голіафа, добра та зла, Каїна та Авеля. Власне саме клопітка робота у інформаційному просторі забезпечила Україні міжнародну підтримку у її боротьбі за свободу. До слова, соціальні мережі та розумні системи штучного інтелекту визначаються як інструменти, котрі здатні ослаблювати когнітивні функції людини [3, 4]. Наприклад, у своїй книзі «Мислення, швидке і повільне», Деніель Канеман говорить, що надмірне користування соціальними мережами посилює когнітивну упередженість, відповідно і збільшує кількість помилок у прийнятті рішень [3]. Алгоритми пошукових систем по-замовчуванню видають новини та інформацію, яка відповідає нашим очікуванням, таким чином підкріплюється упередженість щодо іншої, протилежної інформації, а отже нам буває складно зрозуміти чи повірити у щось, що не відповідає раніше отриманій інформації. Громадяни України, які протягом тривалого часу були споживачами російських фейків та пропаганди до самого початку повномасштабного вторгнення не вірили у те, що росія вдасться до таких кривавих злочинів, сьогодні частина із них й досі вірить у міфи, які поширює терористична країна.

Як влучно зазначає К. Келлі, мережева війна передбачає формування нового способу мислення та нового типу конфліктів». Вона означає розуміння, що інформація є зброєю, яка здатна демонтувати одні реальності та створювати інші натомість. Це протистояння відображає ситуацію коли соціальні групи та держави однаково можуть впливати на великі політичні зміни без єдиного пострілу [4, с. 213]. На переконання закордонних дослідників, і з цим важко не погодитися, чим більше розвиваються онлайн точки доступу до інформації, тим більше технологічно високорозвинені країни піддаються атакам та гіпотетичним ризикам.

Врешті, перші тижні повномасштабної російсько-української війни і лідируюча позиція України цьому достатньо вагомий доказ. Інформаційну війну виграє той, хто докладає максимально зусиль у інформаційному полі, а також здійснює точкові кібератаки. Звісно, що в інформаційно-когнітивній війні окреме місце виведено для інформаційно-психологічних спецоперацій, однак, на відмінно від пропаганди вони носять більш

локальний характер, у той час, як пропаганда здійснює вплив на широку аудиторію, звертаючись до кожної соціальної групи окремо, транслюючи необхідну інформацію на кількох рівнях: соціальні мережі та заангажоване медіа, телесеріали та просування відповідної ідеології шляхом залучення інфлюенсерів, і т. д.

У своїх публікаціях Г. Почепцов наголошує, що: «ми живемо у світі пропагандистських міфів, оскільки вони безпосередньо впливають із наявної в країні ідеології, яка й визначає картину світу. Звідси громадяни черпають своє знання та розуміння, хто є ворогом, а хто є другом» [5]. На його переконання, у країні, в якій постійно формується уявлення про умовного іноземного «агента» чи «ворога» шляхом просування пропагандистських наративів, відбувається певний «тип щеплення», який полегшує подальшу роботу державі. Найцікавішим, мабуть є те, що маючи шалений успіх у конструюванні політичної дійсності, дезінформація та пропаганда, як і інші елементи інформаційно-когнітивної війни є достатньо простими. Про простоту пропаганди пише також і Г. Почепцов, згадуючи відомого публіциста Дж. Орвелла, зокрема про його розуміння необхідності політикам вживати у своїх промовах просту, побутову мову, подекуди навіть діалект. Саме такі промови, на думку публіцистів мають найбільше успіху серед звичайного населення. Стратегію використання простої мови, або ж банальної неправди, досить часто застосовують і сьогодні, зокрема коли йдеться про популізм, чи політичну маніпуляцію. До прикладу у С. Кари-Мурзи зустрічаємо заувагу, що у процесі культурно-історичного розвитку людства відбувалися суттєві зміни щодо феномену брехні, причому в різних державах і в різний час брехня була і забороненою і цілком виправданою. Достатньо часто заборона і дозвіл були одночасними. Наприклад, було присутнє покарання за поширення неправдивої інформації, однак ця заборона не поширювалася на риторику офіційної влади. Така підміна реальності є доволі таки простою: російські пропагандисти, показують фото розбомбленого пологового будинку у Маріуполі і кажуть: «там були нацисти», або ж: «фото вагітних це монтаж, це фейк, який створює українська влада». І є люди, які у це вірять. Такі ігри із свідомістю людини мають на меті змусити людину «побачити у світі те, чого немає, або не побачити те, що є» [5]. Отже ми продовжуємо жити у світі, наповненому фейками та пропагандою, основною метою яких є корегування масової свідомості, викривлене сприйняття, сконструйоване гіпотетичними стейкхолдерами політичної дійсності, в якому однією із ключових детермінант є культурні коди.

Отже, метою статті є визначення поняття культурний код та окреслення його ролі у конструюванні політичної дійсності у контексті інформаційно-когнітивної війни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Достатньо цікавими напрацюваннями у напрямку визначення місця політичної культури у суспільно-політичних процесах є роботи Кари-Мурзи, Г. Почепцова, М. Кастельса, М. Фуко, Е. Бернейза, Клотер Рапайл, У. Еко, та ін.

Формулювання цілей статті. Основними цілями статті є актуалізація поняття інформаційно-когнітивної війни в умовах сучасних українських реалій; означення поняття культурного коду, як предмету дослідження політичної культури та його взаємозв'язку із інформаційно-когнітивною війною.

Виклад основного матеріалу. На переконання багатьох дослідників поведінка людей наперед визначена культурними кодами. Тісний взаємозв'язок між кодами та виявом поведінки досить часто використовують задля здійснення маніпуляції: у маркетинговому таргетуванні, рекламі чи політичних кампаніях. Відомо, що вплив здебільшого спрямований спочатку на емоції та почуття, а потім на цільову аудиторію. Так само працює і пропаганда: для того аби досягнути глибини переживань, достатньо «достукатися» до одного із

кодів. Клотер Рапайл, дослідник культури та ринковий експерт, стверджує, що первинний імпринт і культурний код схожі до кодового замка із відомою комбінацією чисел. Якщо ви маєте правильні цифри і вам відома їхня комбінація, то врешті ви можете «відкрити сейф», зрозуміти приховані мотиви людської поведінки [13].

Поняття культурного коду є достатньо суперечливим у науковому дискурсі. Наприклад із позиції семіотики, «культурний код» – культурна «павутина», яка певним чином впливає на суспільство: категоризує, структурує та оцінює його. Політико-публіцистичний погляд дозволяє зрозуміти культурний код як щось, що вплетене у систему соціетальних цінностей суспільства. Водночас у науковому трактуванні, культурний код – система, або ж багатовекторна структура, яка здатна охоплювати різні сфери життя суспільства і, відповідно, може бути репрезентована у вигляді системи субкодів: «політичних», «економічних», «культурних», «сімейних», «міжгрупових», «міжособистісно-психологічних» чи «релігійних».

Найважливішим у нашому дослідженні саме політичний культурний код, оскільки він має достатньо потужний вплив на інші сфери людського життя. Він включає як перманентні і широко представлені особливості існуючої політичної системи і політичного світогляду населення, так і «програмні» передумови – цінності, які тією чи іншою мірою визначають особливий зміст політичної сфери. Іншими словами, політичний культурний код характеризує політичну культуру, яка, як правило, визначається як система цінностей, орієнтацій та установок щодо політичної системи та її складових (інститутів державного управління, політичного режиму), різних суб'єктів політики, шаблонів політичної поведінки.

На переконання дослідників, коди використовують на свідомому та несвідомому рівнях, і саме тому, їх інколи настільки важко зрозуміти [12, 13]. Подекуди вони нагадують головоломку, яку можна розгадати тільки дотримуючись правил, що у підсумку забезпечить її розв'язок. Однак, якщо коди залишити нерозгаданими, то ми так і залишимося у світі припущень, здогадок та хибних причинно-наслідкових зв'язків [12, s. 28]. Дослідники підкреслюють, що коди притаманні кожній культурі чи субкультурі. Однак особливе місце у своїх розвідках вони виділяють для кодів, що формувалися у посткомуністичну епоху на терені Центральної та Східної Європи. Так, до 1989 року, на їхнє переконання: «було життєво важливо зберегти неприйнятні для партійної держави переконання, подолати нав'язування гомогенізованих культур і працювати в системі, яка сприяла б формуванню низької довіри, підозрливості і самозахисту від інакшості» [12, s. 29]. Після розпаду радянського союзу, психологія людини не могла змінитися в одну ніч, а отже, навіть незважаючи на жорстоку війну, в Україні сьогодні є достатньо людей, які марять про повернення до Росії. У риторичі цих людей досить часто можна зустріти «я родився на території великої країни – радянського союзу». У інших, не втягнутих у ідеологічне сприймання радянського союзу як «великої країни» чітко простежується уособлення радянського союзу як окупанта, того, хто поневолив кілька держав, забравши у народів їхнє право на ідентичність. Така людина швидше скаже: «Я народилася в Україні, яка була у складі радянського союзу». На переконання Рапайл, різкі зміни у культурних кодах такі можливі. Для США таким зламом, або ж імпринтом автор визначає 11 вересня 2001 року. Події того дня поміняли позицію цієї країни у світовій політиці, дозволивши по-іншому себе поводити із явищем тероризму. Десь схожою є думка і У. Бека, котрий зауважував, що у час проведення перших конференцій із розробки концепції суспільства ризику, науковці США достатньо скептично ставилися до збільшення загрози і світового ризику, однак їхнє ставлення до запропонованої концепції різко змінилося після подій 11 вересня [10].

Отже розпад союзу сформував новий набір кодів і запустив гру, яка змушувала країни, що входили до його складу відчувати постійну напругу між «бажанням наслідувати захід» і спогадами про «раніше було краще». У культурному плані, на переконання, Дженні Хаят та Гелен Сімонс, багато з цих країн влилися у загальний культурний потік, а відтак, політичний культурний код стало ще важче досліджувати [12, s. 29]. Вважаємо, що окремим чинником ускладнення вивчення українського політичного коду є постійне поширення відверто проросійських наративів, які вивищують все російське і применшують українське. Це стосується абсолютно всього: влади, культури, релігії, історії, зрештою, й мови. Саме такі наративи породили уявлення про «російськомовних українців», хоча по факту, російською мовою в Україні розмовляють або зросійщені українці, або етнічні росіяни, які набули українського громадянства.

Отже, культури народжуються і розвиваються. На переконання Рапайл темп цих змін є достатньо повільним. «Культура, пише автор, може не змінюватися кілька поколінь, однак можливі і певні раптові зміни, які діють схоже до імпринтів» [13, s. 85]. За цією логікою, для України після 1991 року, 24 лютого 2022 року є третім імпринтом (перший – Помаранчева революція, другий – Революція Гідності). Усі три події схожі до пускових механізмів, які змушують українців переоцінювати вагомість демократичних виборів, європейського майбутнього й української ідентичності та незалежності.

У контексті когнітивно-інформаційної війни, політичні культурні коди відіграють одну із найвагоміших ролей. Наповнені спеціальними символами та значеннями, коди не тільки допомагають боротися, але й інтегрують українське суспільство як в самій Україні, так і поза її межами. Вдало підібрані ключі до коду «українського героїзму», закладені у наративних історіях про привади Києва, спалених окупантів, вкрадені танки чи непереможну Чорнобаївку. До слова, Дженні Хайт і Гелен Сімонс, вважають, що культурні коди – це «приховані системи значень, які спрямовують соціальні та політичні дії згідно умов, в яких перебуває суспільство, про які із самого початку відомо лише інсайдерським групам» [12, s. 33]. Значення цих кодів передаються символічною мовою, суть якої відома лише конкретній групі людей (для зручності спілкування або ж навмисно маскування) Символічним є й образ української влади та українського народу у цілому, який формує росія. Наприклад, пропагандистські канали у намаганні сформувати наратив про «неонацистський режим», виправдовують свої терористичні дії, як кару ефемерним «неонацистам», які дали можливість українській нації бути іншими: усвідомити європейські цінності, вивести культуру, спорт, науку на міжнародний рівень, заручитися партнерством із найвпливовішими державами, віднайти у хаотичному світі те, чим можна пишатися, ідентифікуючи себе як українець. Власне тому, в російській риторичній постійно звучать тези «влада вас кинула», «злочинна влада», «влада це брудно», «влада наживається на війні» і т. д. В основі цих наративів лежать радянсько-російські міфи, які досі свідомо чи несвідомо підтримуються частиною українського населення, а відтак перешкоджають повній 100% консолідації українського суспільства, й провокують етнічні непорозуміння у середині самої країни, найчастіше це стосувалося саме російської мови [7, с. 84]. Принаймні так було до 24 лютого 2022 року. Саме завдяки інформаційно-когнітивній війні та використанню у ній пропаганди, на численних міжнародних форумах можна досі зустріти тезу про «зовнішнє управління», або ж залежність України від інших країн. Ці ж тези можна зустріти і у польських чатах, не зважаючи на те, що Польща позиціонує себе найбільш дружньою країною, надаючи максимальну підтримку українцям, які шукають у ній прихистку від 24 лютого.

Важливо розуміти й те, що сучасна російсько-українська війна актуалізує культурні коди українців. По-новому звучать народні визвольні та повстанські пісні, символи

державності присутні у вбранні та аксесуарах, повертаємося до витоків історії, до особливостей козацького роду, і т. д. Також російсько-українська війна сприяє формуванню і нових імпринтів: ЗСУ перестали бути образом «тих, хто заробляє гроші», а набули ознак героїзму, незламності, стійкості та витривалості; збільшується кількість осіб, які свідомо переходять на українську мову; більшість населення підтримує членство у НАТО та ЄС, тощо. Можна припустити, що сьогоднішнє протистояння є тим переломним моментом, після якого Україна по-іншому сприйматиметься на міжнародному політичному полі.

Разом з тим формується й інша проблема, яка стосується внутрішньо-політичної реальності України. Доведено, що інформаційно-когнітивна війна, або ж війна сенсів тісно пов'язана із культурними кодами саме через їхню символічність та знаковість. Так, У. Еко наголошує, що за допомогою семіотичного аналізу можна визначити не тільки яким чином відбувається оновлення кодів та ідеологій, що здійснюється шляхом поширення неоднозначно збудованих повідомлень, але й виявити безперервність самого процесу їхнього утворення [11, s. 141]. Коди та сенси конструюють політичну реальність, а відтак завжди існує ризик піддатися ідеологічному впливу із боку політичних лідерів чи інфлюенсерів. Одним із найяскравіших прикладів зміни ідеології є ставлення до відносин Україна – НАТО. Так, згідно тринадцятого загальнонаціонального опитування в умовах війни, проведеного Соціологічною групою «Рейтинг» у період 8-19 червня 2022 року, в українців зросла підтримка вступу України до НАТО. У разі проведення референдуму цю ініціативу підтримали б 76% населення, проти вступу – 10%, не проголосували б 12% [9]. У порівнянні з цими показниками, у березні 2022 року ця ж соціологічна група визначала громадську підтримку вступу України до Альянсу на рівні 68%, до слова таку ж, як і до початку повномасштабної війни. У перші ж дні війни підтримка становила 76% [2]. Як бачимо протягом кількох місяців ставлення українців до НАТО змінюється. Цікавим є те, що ці зміни відбуваються під впливом політичного керівництва країною. Так, у березні місяці активно починають просуватися наративи з боку влади про «неефективне НАТО», про незакрите українське небо, зрештою, у промові українського президента чуємо практично перекладену відповідальність за кожну українську смерть на країні НАТО. Водночас ці ж наративи поширюються і через соціальні мережі, і з боку російської пропаганди. Як бачимо, результатом такого впливу є зниження довіри громадян до стратегічних партнерів України. Зрештою, мовою У. Еко, від сенсів, закладених у мові формуються нові можливості, які й навчають дивитися нас на світ по-новому, формуються нові коди та нові ідеологічні очікування [11, s. 141].

Цілком очевидним є те, що під час активної фази війни громадянам потрібно чути і знати позицію влади. Влада – це уособлення безпеки, а отже вона повинна дбати про безпеку свого народу. Саме тому важливі промови та звернення президента й ключових політичних акторів, вони задають тон політичній реальності, переконуючи своїх громадян у neodмінній перемозі, даючи тим самим, надію на майбутнє, вони згуртовують, вони творять непереможну ідеологію, яка будується на українському героїзмі. Однак нагадаємо, що приблизно 75 % українців у 2019 році обрали президентом особу, яка цинічно-популістичним способом виграла президентські перегони. Зрештою поведінка українського президента достатньо часто нагадує образливу дитину, яка «тупцяє» ногою перед світовими лідерами, мовляв, хочемо ту іграшку чи ту, таким чином перекладаючи відповідальність за свої дії то на зовнішньо-політичних акторів то на українців. Однак, влада – це дзеркало народу, адже не даремно у демократичних виборах перемагає більшість. А отже, поведінка середньостатистичного українця також дуже часто нагадує підлітка, який спочатку намагається розібратися у всьому сам, розповідає, що нікого нам тут не треба, а потім шукає

винного у черговій біді. Емоційна незрілість середньостатистичного українця також часто проявляється у діях «а що після боротьби». Власне тут йдеться про нереалізовану до кінця можливість будувати ефективні інституції.

Револуції для українців завершуються достатньо символічно: співанням пісень, фарбуванням мостів у синьо-жовтий колір, перейменуванням вулиць, радикалізмом, який пізніше використовує агресор у своїй дезінформаційній кампанії проти самих ж українців. Слухаючи свого вимріяного лідера, й його зухвальство, яке досить часто звучить із президентських промов і промов найближчого до ОПУ оточення, українці втрачають довіру до командування ЗСУ, фахових політичних аналітиків та якісних експертів, зрештою й до політичної опозиції. Наслідком цього формується тенденція до тоталітаризму, що чітко показують результати нещодавнього опитування: більшість українців потребує сильного лідера, а не демократичну, правову державу [1], наділяючи тим самим владу по-суті можливістю здійснення ручного управління. З одного боку соціологічні результати є цілком очевидними, адже громадяни країни, яка воює насправді можуть прагнути мати сильне політичне керівництво, однак, наявні рейтинги та рівень довіри до певних осіб може вказувати на гіпотетичність назрівання іншої проблеми для країни, яка почнеться одразу по закінченню війни.

Висновки. Підсумовуючи викладене, акцентуємо: інформаційно-когнітивна війна, або війна сенсів є частиною історії людства, вона не є новоутворенням, однак через постійний розвиток систем штучного інтелекту та інших інформаційних точок дотику, у тому числі і соціальних мереж, вона є ефективнішою, ніж, до прикладу, 50 років тому. Одним із важливих чинників проведення інформаційної війни є культурний код – імпринт, який визначає політичну поведінку, культуру, дії та переконання народу. Культурні коди змінюються доволі довго, інколи століття, однак під впливом кризових суспільних змін, загроз та небезпек, а також через численні наративи ця зміна може бути швидшою, інколи радикальною. Вважаємо, що для українців початок повномасштабної війни, яку цинічно веде росія, шляхом терористичних атак, та здійсненням воєнних злочинів проти ЗСУ і цивільного населення, є черговим імпринтом, символом свободи, символом становлення української ідентичності, незалежності і героїчної боротьби. Основною метою інформаційно-когнітивної залишається зміна масової свідомості, підміна фактів, створення нового, спотвореного уявлення про політичну реальність, що зрештою впливає на політичну дію громадян, їхнє рішення та поведінку.

Список використаної літератури

1. Демократія, права і свободи громадян та медіаспоживання в умовах війни. URL: <https://cutt.ly/yX1wwjM>
2. Динаміка зовнішньополітичних орієнтацій (16-17 лютого 2022). URL: <https://cutt.ly/yXVDFIR>
3. Канеман Д. Мислення швидке і повільне. Київ: «Наш формат». 2017. 480 с.
4. Келлі К. Невідворотне: 12 технологій, що формують наше майбутнє. Київ: «Наш формат», 2018. 340 с.
5. Почепцов Г. Когнітивна війна: коли ти живий, а розум вже інший. URL: <https://cutt.ly/tXVPLpF>
6. Протидія когнітивній війні: інформованість і стійкість. URL: <https://cutt.ly/5XVP95T>
7. Свідерська О. Образи героя та антигероя у російсько-українській війні. Мультидисциплінарні підходи до аналізу суспільно-політичних проблем в умовах російсько-української гібридної війни : матеріали міжнародного круглого столу (Львів, 28 квітня 2022 р.). 2022. С. 82–86.

8. Сінгер П. В., Брукінг Емерсон Т. Війна Лайків. Зброя у руках соціальних мереж. Харків: Клуб сімейного дозвілля. 2019. 320 с.
9. Тринадцяте загальнонаціональне опитування в умовах війни. 18-19 червня 2022. URL: <https://cutt.ly/aXVPr8F>
10. Beck U. What is Globalization? URL : <https://cutt.ly/XXVD5Th>
11. Eco U. Nieobecna struktura Wydawnictwo: Wydawnictwo KR. 2003. 418 s.
12. Hyatt J., Simons H. Cultural Codes – Who Holds the Key? The Concept and Conduct of Evaluation in Central and Eastern Europe. 1999. London, Thousand Oaks and New Delhi: SAGE Publications. Pp. 23-41
13. Rapaille C. Kod kulturowy: jak zrozumieć preferencje współczesnego konsumenta, motywacje wyborców czy zachowania tłumu. Warszawa 2019. 367.

THE ROLE OF CULTURAL CODES IN THE CONSTRUCTION OF POLITICAL REALITY IN THE CONTEXT OF INFORMATIONAL AND COGNITIVE WARFARE

Olha Sviderska

*National University Lviv Politechnic,
Institute of Law, Psychology and Innovative Education
Department of Theoretical and Practical Psychology
S. Bandery str., 12, 79000, Lviv, Ukraine*

The information war affects not only personal perception of reality, but also in a large sense constructs political reality. The cognitive war in the context of the country can be considered on two levels: the struggle for meaning with the enemy (for example, terrorist russia), or the struggle for the formation of the country's internal political ideology, awareness of political culture and perception of political reality.

The purpose of the information and cognitive war against Ukraine is to try to sow doubts, create contradictory narratives, polarize and radicalize the population in the middle of the country and discredit the state on the international political field. One of the elements that are influenced are cultural codes. Being something that is quite firmly woven into the system of societal values of society, political cultural codes participate in the formation of a new way of thinking, in the confrontation between the dismantling of one reality and the creation of another. It has been proven that the cultural code, like the political culture, changes over a long period of time. However, these changes are still possible under the influence of drastic social and political influences (war). It was determined that for Ukraine after 1991, February 24, 2022 is the third imprint (the first is the Orange Revolution, the second is the Revolution of Dignity). All three events are similar to triggers that force Ukrainians to reevaluate the importance of democratic elections, the European future, and Ukrainian identity and independence. It has been proven that cultural codes have a relationship with symbolism, narratives and meanings that spread during the information-cognitive war. One of the negative consequences of such interdependence can be a decrease in the level of trust of Ukrainians in the military, a decrease in the desire to follow the course towards the EU and NATO, an increase in the level of fatigue from military operations, and a decrease in motivation to obtain a complete victory over the aggressor.

Key words: information-cognitive war, cultural code, narrative, political reality, political culture.