



ISSN 2450-6486

<http://ehs.eeipsy.org>DOI: <https://doi.org/10.38014/ehs-ss.2024.3.04>

This publication was made with the funds of a joint Grant of
EEIP (Ukraine - France) and ChF "Education: Future"



Юлія КРИЛОВА-ГРЕК

Складові філософсько-психологічного виміру поняття «війна» в розрізі діяльності ЗМІ*

YULIA KRYLOVA-GREK. Components of the philosophical and psychological dimension of the concept of "war" in the context of mass media activity. *The article covers philosophical and psychological aspects of changing the volume of concept "war" in the modern world. The author consider the main reasons, which influenced on the process of changing the semantic field of this concept. The author pays attention to the fact that the definition of "war" is differ from the familiar definition from the dictionaries and includes not only armed intervention, but also indirect ways of military actions with the aim of influence on the consciousness of audience and implanting of certain patterns and stereotypes of thinking.*

It has been stressed that today the main struggle is ongoing not for the territories but for ideological support for certain vector by audience. The mass-media are fundamental tools for achieved control of worldviews. Three steps of indirect military actions connected with the media advocacy were given in the article.



Received 08.19.2024

Peer-reviewed 09.05.2024

Revised version received 09.15.2024

Accepted 09.25.2024

Keywords: the concept of "war", the philosophical and psychological dimension of the concept of "war", the media (mass media), the semantic field of the concept of "war", worldview.

1. Постановка проблеми

Розвиток та удосконалення технологій, зміна світогляду обумовлює виникнення нових форм взаємодії у намаганні задовольнити свої геополітичних амбіції на міжнародній арені. Зазначений конфлікт інтересів в свою чергу породжує нові форми і методи боротьби та військового впливу.

Широке розповсюдження інформаційно-комунікативних технологій впливає на появу нових та удосконалених форм та методів ведення військових дій, що обумовлює появу нових та зміню обсягу вже існуючих понять

Історичні, політичні та культурні зміни віддзеркалюються у обсязі значень семантичних одиниць, зокрема понять, що позначають об'єктивні процеси розвитку суспільства.

Поняття є системою суджень, що розвивається. Воно утворюється через пояснення наукового факту шляхом додавання до нього властивостей через судження. У свою чергу, судження утворюється через пояснення наукового факту. Семантичне поле сучасних понять трансформується за рахунок подолання протиріч та переходу від одного щаблю розвитку до іншого.

Мета даної роботи розглянути сучасні філософсько-психологічні аспекти поняття «війна» та її прояви через комунікативно-інформаційну діяльність ЗМІ.

Завдання дослідження полягає у виявленні причин, які обумовили зміну обсягу семантичного поля поняття «війна», розглянути його новий зміст та показати роль засобів масової інформації у веденні опосередкованої війни.

2. Методи дослідження

Для дослідження зазначеного питання ми застосували наукові методи аналізу і синтезу, методи як збору даних, семантичний аналіз словникових статей. Серед загальнонаукових методів використовується порівняльно-історичний метод, який дав можливість показати зміни у поняття «війна» та порівняти способи використання інформаційно-комунікативних засобів у різні соціально-політичні епохи.

3. Виклад основного матеріалу

Головним завданням сьогоденішнього інформаційно-комунікативної впливу є, насамперед, встановлення контролю над думками, свідомістю, психологічним станом, процесами сприйняття інформації аудиторією та здобуття контролю не військовим шляхом.

Якщо вести мову про минулі події, то треба відзначити, що вплив засобів інформації у минулих конфліктах відбувався на фоні відкритих бойових дій та актів оголошення війни. Тоді як в наш час, комунікаційно-інформаційний вплив є основною стратегією, що втілюється задовго до відкритих актів агресії.

На державному рівні за допомогою усіх різноманітних засобів впливу провладні інститути роблять все можливе задля впливу на свідомість як наймога більшої кількості людей, де громадяни інших країн не є виключенням. Виходячи за межі кордонів власної країни через інформаційний простір, політика інформаційно-комунікативного впливу намагається сформувані сприятливе підґрунтя серед населення для подальшого впливу на внутрішні та зовнішні вектори певної країни.

Треба зазначити, що насьогодні поняття «війна», окрім відкритого збройного конфлікту, включає в себе такі складові як економічний тиск, інформаційну та психологічну війни, боротьба за ціннісні орієнтири. При чому, такі види як боротьба за ціннісні орієнтири, інформаційний та психологічний вплив представляють собою опосередковану війну, без прямого збройного втручання.

В даному контексті, ми не можемо не загострити увагу на відносно новому понятті «гібридна війна», визначення якої включає як прямі так і опосередковані військові дії. Згідно визначення Британського аналітичного центру «The International Institute for Strategic» (IISS) «гібридна війна» припускає використання військових та невійськових інструментів в інтегрованій компанії, яка спрямована на досягнення несподіваності, захоплення ініціативи та досягнення як психологічної так і фізичної переваги, ігнорування дипломатичних шляхів; постійне викривлене подання інформації, електроні та кібероперації; приховані секретні військові операції, іноді неприкриті військові дії; економічний тиск. [11].

Аналіз словникових довідникових джерел показав, що поняття «війна» розглядається однобічно як дія, пов'язана з застосуванням збройних засобів [1; 4; 9]. В той же час як реалії сьогодення є вагомим свідченням того, що обсяг даного поняття вийшло за межі

традиційного словникового визначення, стало набагато складнішим та потребує, на нашу думку, перегляду та доповнення. Зазначені зміни передусім пов'язані із змінами форм конкурентної боротьби у геополітичних масштабах та обумовлені наступними причинами:

- 1) Економічні (включає боротьбу за ринки збуту та праці, і певним чином пов'язані із боротьбою за людські ресурси. Більш того економічний вплив є вагомим аргументом та важелем у вирішенні конфліктних ситуацій при загостренні питань на геополітичному рівні).
- 2) Доступ до ресурсів (боротьба точиться навколо ресурсів на території (людські ресурси, природні ресурси; певним чином пов'язані з економічними причинами, так як вплив на розподіл та керування ресурсами несе в собі вгоду на економічному рівні), в якій сама територія не є кінцевою метою.
- 3) Ідеологічні, які пов'язані із ресурсними, так як боротьба за людські ресурси включає існування спільної ідеології та розуміння способу життя та напрямку розвитку на всіх рівнях держави).
- 4) Технологічні (розвиток інформаційно-комунікативного простору та засобів спілкування; певним чином пов'язані з боротьбою за ідеологію та людські ресурси).

Високорозвинуті інформаційно-комунікативні технології які дозволяють швидко розповсюджувати інформацію через різноманітні джерела впливу, такі як соціальні мережі. Поширення думки через віртуальних друзів, через оголошення події, «перепост» та обговорення певної інформації підвищують її рейтинг та кількість охопленої аудиторії.

Поза тим процес комунікації є одним з основ життя людини та суспільства. Згідно з статистичними даними, комунікативна діяльність людини займає близько 80% її існування, з них 45% – аудіювання, 30% – говоріння, 16% – письмо, 9% – читання [5, с. 3-27].

На сьогодні он-лайн-мережі є не тільки засобами спілкування між друзями чи знайомими – вони перетворилися на потужну платформу для пропаганди, навіювання, пропаганди та агітації.

Розширення семантичного поля поняття війна пов'язано насамперед з розвитком можливостей телекомунікації у інформаційно-комунікативній сфері, що дозволяє бути не тільки платформою свободи слова, вільного вираження думок, але й інструментом впливу на свідомість, агітації т пропаганди.

Про ефективність роботи працівників замовної інформаційно-комунікативної сфери свідчить розвинена індустрія армії ботів, оплачуваних блогерів та кон'юнктурних відео каналів (ТБ, інтернет канали). Головне завдання таких інформаційних джерел – це контроль над образом світу та моделювання відношення до подій, що в свою чергу впливає на певний стиль поведінки.

В розрізі інформаційно-комунікативного поля на рівні державного устрою існує велика вірогідність критичних змін масової свідомості у галузі людських ресурсів, що здатна призвести до змін суспільного устрою зсередини. Іншими словами, за зовнішньою оболонкою (назва, гімн, герб тощо) живе людська спільнота, що ототожнює себе з ідеологією та має ціннісні орієнтири іншої держави. Ідеологічна підтримка є міною уповільненої дії, що при певних умовах зовнішніх впливів переростає у спланований внутрішній конфлікт в якому військові дії виконуються руками місцевих жителів. Результат такої опосередкованої війни Україна вже має на території Луганського, Донецького регіону та на території Криму, але загрози можливого конфлікту існують також і на інших територіях України, наприклад на територіях прилеглих до Угорщини. Про що свідчить нещодавня реакція уряду Угорщини на реформу освіти в школах на території України.

Зазначені причини є взаємопов'язані та взаємозалежні, так як неможливо одержати контроль над однією із зазначених сфер без задіяння інших. На фоні політичних, економічних процесів та демографічною кризою у країнах Європи, першочерговим завданням будь-якого політичного конфлікту є не контроль над територіями, а конкурентна боротьба за сфери впливу як в політичній так і в економічній площині, який включає і ринок робітничої сили та інтелектуального потенціалу на фоні природних ресурсів певної країни.

Методи опосередкованого ведення війни через інформаційно-комунікативні засоби почали практикуватися ще з давніх часів. Здебільшого це була тактика розповсюдження пліток про бойову міць, нові види обладнання (практика персидського царя Ксеркс I в 480 г. до н.е. перед походом на Грецію; аналогічна практика Чингізхана и Ганнібала тощо). Тактику внесення внутрішнього сум'яття та сумнівів використав Афінський полководець Фемистокл, який звернувся до етнічних греків - іонійців, закликаючи їх не воювати проти своїх пращурів, намагаючись таким чином внести розкол в армію Ксеркса.

Поступово методи психологічного впливу ставали більш витонченими. І спроби боротьби за людські настрої та думки вийшли за рамки військової тактики, перейшовши до розряду психологічних стратегій та тактик. Так у 1802 таємний агент Наполеона Ф'єв в'їхав до Великобританії з метою впливати на місцеве населення через локальні газети.

Історія знає немало прикладів спроб застосування психологічного впливу на збройні сили та цивільне населення.

В роки першої світової війни психологічний вплив на населення здійснювався через розповсюдження друкованої інформації: листівок, брошур та подібних матеріалів.

Треба зазначити суттєву відмінність у стратегії психологічного впливу між війнами у минулому та сьогоденні. В минулому головним завданням було посіяти невпевненість та панічні настрої, як серед цивільних, так і серед військових, їх метою було вселяння невпевненості у власних силах, нейтралізація супротиву та налаштування на програш ще до початку військових дій. Головним завданням сьогоденньої війни - є, в першу чергу, встановлення контролю над думками, свідомістю, психологічним станом, почуттями населення та здобуття перемоги, в першу чергу, не військовим шляхом. Треба також зазначити, що психологічна війна у минулих конфліктах велася на фоні відкритих бойових дій та актів оголошення війни. В той час як опосередкована війна розпочинається за певний час до відкритих актів агресії. Та й самі військові дії не носять відкритого характеру вторгнення. Як сказав Сун Цзи, автор трактату «Закони війни учителя Суня»: «Перемога над ворожою армією без бою та витрачання ресурсів – справжня вершина досконалості». І цей вислів є гарною ілюстрацією сучасних методів ведення війни [10, с.62].

IISS наголошує що для гідного супротиву опосередкованим війнам Уряди Європейських країн повинні приймати запобіжних заходів та робити інвестиції у довготривалі програми стратегічного характеру. Одним з таких напрямків є запобігання вселянню через мінімізацію інформаційно-комунікативного впливу: «Ніхто не веде мову про те, що думати заборонено або власні думки не вітаються. Але бажані думки виробляються в такій кількості, що власне мислення тоне у їх масі, а ці бажані думки так майстерно вводяться у свідомість, що люди сприймають це чуже мислення за результат роботи власної думки і у найвищому ступені особисте ідейне досягнення» [2].

Етапи розгортання опосередкованої війни через інформаційно-комунікативні засоби:

I. Підготовчий етап. Відбувається підготовча робота направлена на створення образу світу та створення стереотипів мислення.

Основним засобами які для цього використовуються є:

1.1. Засоби масової інформації мета яких вплив на свідомість та формування відповідного образу світу. Популяризація думки, ідеології, відношення до подій відбувається через соціальні мережі, розкрутки та розширення аудиторії спеціально створених каналів на телебачення та в інтернеті (надалі спеціальні ЗМІ). Поява на шпальтах в мережах так званої «джинси» (замовних матеріалів), відверто провокаційні сюжети та пропагандистські матеріали, що призначені впливати на емоційне сприйняття та почуття, не залишаючи раціональне мислення.

За даними Інтернет Асоціації України на початку 2017 року кількість користувачів інтернету перевищив за 21,8 млн чоловік. Серед всіх інших користувачі від 15 до 44 років складають 71,7% від загальної кількості тих, хто користується он-лайн мережею [12]. Причому соціальні мережі нараховують приблизно 26 мільйонів чоловік. Де-які з яких мають акаунти у декількох мережах одночасно. Наприклад, мережа «Facebook» нараховує 3,5 млн користувачів, мережа «Однокласники» 9 млн та 13,5 млн нараховується «ВКонтакте». З кожним роком вплив інтернету як ключового комунікативного майданчика в Україні зростає: збільшується кількість інтернет-ЗМК, на їх публікації надходить реакція не тільки з боку читачів, а й влади, соціальні мережі в критичні ситуації (яких було чимало за останні кілька років, в т.ч. – пов'язані з військовими діями) стають для багатьох людей ключовим джерелом інформації [3].

1.2. Неурядові організації та громадські рухи. Виходячи риторики та заходів яких можливо виявити ту силу, яка є засновником та фінансистом.

1.3. Згода або неутручання органів державного управління.

II. Основний етап. Спеціальні ЗМІ мають постійну аудиторію, вони свідомо маніпулюють інформацією для досягнення своїх цілей. Неурядові організації активно проводять акції та заходи. Відбувається систематичне нав'язування політичних орієнтирів, поглядів.

III. Завершальний етап. Більша частина аудиторії спеціальних ЗМІ ототожнює себе з певною ідеологією та цінностями та підтримує їх.

Про ефективність інформаційно-комунікативного впливу спеціальних ЗМІ свідчить експеримент над свідомістю, проведений

журналістом видання Business Insider. [11]. Після тижневого перегляду новин на телеканалі RT журналіст відчув на собі дію потужного інформаційного впливу на свідомість, коли висвітлені RT події почали сприйматися ним як однозначно достовірні та виключали будь-які альтернативні тлумачення.

Інформаційно-комунікативна діяльність представників ЗМІ здатна впливати на індивідуальну або колективну свідомість та поведінку, що досягається завдяки різним мовленнєвим та мовним засобам.

Дієвість інформаційно-комунікативного впливу підтверджується і статистичними даними. В серпні 2017 року Левада-Центр оприлюднив результати опитування по питанню зовнішньої політики в Росії. Респондентам була надана можливість самим обирати зі списку питання, які вони вважали першочерговими. Опитування з'ясувало, що погляди громадян Росії в цілому співпадають з тими, які висловлюються у з екранів телевізорів (телешоу, новини). Наприклад, коментуючи ситуацію в Україні та Сирії вони користуються телевізійними клішованими поглядами: «підтримка війни в Сирії відбувається тому, що є розуміння того, що тероризму треба протистояти. А дії в Україні схвалюються не тому що ми хочемо прибрати її до рук, а лише через те, що «США втручається», є загроза росіянам і т. д.». [7].

4. Висновки

Таким чином, за останні десятиріччя поняття «війна» розширило та поглибило обсяг свого значення за рахунок розповсюдження нових форм та методів вирішення конфліктних ситуацій. На нашу думку, існує чотири причини, що вплинули на зміну обсягу поняття «війна», які охоплюють економічну, ідеологічну, технологічні сфери та сферу ресурсів (людських та природних). Практика останніх конфліктів показала, що в наш час, головною метою будь-яких війн є застосування методів опосередкованого ведення військових дій, направлених на боротьбу за свідомість населення, що є умовою отримання ідеологічної підтримки собі подібних державних формацій, яка розглядається як запорука забезпечення безпеки власного устрою. Боротьба за прийняття та підтримку певної ідеології здійснюється всіма можливими засобами масової комунікації, та відбувається у три етапи: підготовчий, основний та завершальний.

Дослідження є одним з шляхів розуміння механізмів функціонування медіа в конфліктних ситуаціях ситуації, коли відбуваються значні зміни у системі ціннісних орієнтацій та дозволяє робити прогнози суспільних процесів та контролювати національну безпеку країни.

References:

1. Академічний тлумачний словник (1970—1980) [Електронний ресурс]. - Режим доступу до ресурса: <http://sum.in.ua/s/vijna>.
2. Бессонов В. Пропаганда и манипуляция как инструменты духовного порабощения [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://http://psyfactor.org/propaganda2.htm>
3. Звіт Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення за 2014 рік [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.nrada.gov.ua/userfiles/file/2014/Zvitna%20informacia/Zvit_2014.pdf
4. Енциклопедія сучасної України [Електронний ресурс]. - Режим доступу до ресурса: http://esu.com.ua/search_articles.php?id=34448
5. Кашкин В.В. (2000) Введение в теорию коммуникации./Кашкин В.В. - Воронеж, 2000.
6. Крилова-Грек Ю.М. (2007). Психолінгвістичні особливості перекладу семантичних одиниць: дис. канд. психол. наук: спец. 19.00.01 "Загальна психологія, історія психології"/ Крилова-Грек Юлія Михайлівна; Інститут психології імені Г.С.Костюка НАПН України. - Київ. 179с.
7. Левада центр [Електронний ресурс]. - Режим доступу до ресурсу: <https://www.levada.ru/2017/08/21/vliyanie-televizora/>.
8. Лосев А.Ф. Проблема символа и реалистическое искусство./Лосев А.Ф. - Москва: Рус.мир, 2014. - 367 с.
9. Політологічний енциклопедичний словник / уклад.: Л. М. Герасіна, В. Л. Погрібна, І. О. Поліщук та ін. ; за ред. М. П. Требіна. — Х. : Право, 2015.
10. Giles, Lionel The Art of War by Sun Tzu — Special Edition. Special Edition Books. 2007.
11. Katsenelsov V. I Just Spent 7 Days Watching Only Russian News And Reading Pravda - Here's What I Learned [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.businessinsider.com/russias-showdown-with-west-will-worsen-2014-11>
12. Semantrum (професійний аналіз медіа-контенту) [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://promo.semantrum.net/uk/2017/04/21/v-ukrayini-na-pochatok-2017-roku-narahovano-21-6-mln-koristuvachiv-internetu/>
13. The Finnish Institute of International Affairs. Fog of Falsehood: Russian Strategy of Deception and the Conflict in Ukraine [Електронний ресурс]. - Режим доступу до ресурса: http://www.fiia.fi/en/publication/588/fog_of_falsehood/#.VzG2QMOUHnk.twitter
14. The International Institute for Strategic Studies. Military Balance 2015 «The annual assessment of global military capabilities and defence economics» [Електронний

ресурс]. - Режим доступа до ресурса: <https://www.iiss.org/en/publications/military%20balance/issues/the-military-balance-2015-5ea6>

Transliteration of References:

1. Akademichnyi tlumachnyi slovnyk (1970—1980) [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu do resursa: <http://sum.in.ua/s/vijna>.
2. Bessonov V. Propahanda y manipuliatsiya kak ynstrumenty dukhovnoho poraboshcheniya [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://http://psyfactor.org/propaganda2.htm>
3. Zvit Natsionalnoi rady Ukrainy z pytan telebachennia i radiomovlennia za 2014 rik [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.nrada.gov.ua/userfiles/file/2014/Zvitna%20informacia/Zvit_2014.pdf
4. Entsyklopediia suchasnoi Ukrainy [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu do resursa: http://esu.com.ua/search_articles.php?id=34448
5. Kashkin V.V. (2000) Vvedenie v teoriyu kommunikatsii [Introduction to Communication Theory]. – Voronezh, 2000.
6. Krylova-Hrek Yu.M. (2007). Psykholinhvistychni osoblyvosti perekladu semantichnykh odyntys: dys. kand. psykhol. nauk: spets. 19.00.01 “Zahalna psykholohiia, istoriia psykholohii»/ Krylova-Hrek Yuliia Mykhailivna; Instytut psykholohii imeni H.S.Kostiuka NAPN Ukrainy. – Kyiv. 179s.
7. Levada tsentr [Elektronnyi resurs]. - Rezhym dostupu do resursu: <https://www.levada.ru/2017/08/21/vliyanie-televizora/>.
8. Losev A.F. (2014). Problema simvola i realisticheskoe iskusstvo [The problem of symbol and realistic art]. Moscow, Russia: Russkij Mir.
9. Politolohichni entsyklopedychnyi slovnyk / uklad.: L. M. Herasina, V. L. Pohribna, I. O. Polishchuk ta in. ; za red. M. P. Trebina. — Kh. : Pravo, 2015.
10. Giles, Lionel The Art of War by Sun Tzu — Special Edition. Special Edition Books. 2007.
11. Katsenelsov V. I Just Spent 7 Days Watching Only Russian News And Reading Pravda - Here's What I Learned [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.businessinsider.com/russias-showdown-with-west-will-worsen-2014-11>
12. Semantrum (profesiyni analiz media-kontentu) [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://promo.semantrum.net/uk/2017/04/21/v-ukrayini-na-pochatok-2017-roku-narahovano-21-6-mln-koristuvachiv-internetu/>
13. The Finnish Institute of International Affairs. Fog of Falsehood: Russian Strategy of Deception and the Conflict in Ukraine [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu do resursa: http://www.fiia.fi/en/publication/588/fog_of_falsehood/#.VzG2QMOUHnk.twitter
14. The International Institute for Strategic Studies. Military Balance 2015 «The annual assessment of global military capabilities and defence economics» [Elektronnyi resurs]. - Rezhym dostupu do resursa: <https://www.iiss.org/en/publications/military%20balance/issues/the-military-balance-2015-5ea6>

The Author

Yulia Mykhailivna KRYLOVA-GREK
Candidate of Psychological Sciences,
Associate Professor of the Department
of Foreign Languages,
State University of Telecommunications,
Kyiv, Ukraine
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2377-3781>
E-mail: doca123@ukr.net

Abstracts

ЮЛІЯ КРИЛОВА-ГРЕК. **Складові філософсько-психологічного виміру поняття «війна» в розрізі діяльності ЗМІ.** У статті розглядаються філософські та психологічні аспекти сучасного обсягу поняття «війна». Автором досліджуються основні причини, які стали підґрунтям для зміни семантичного поля даного поняття. Автор наголошує, що поняття сучасної війни давно вийшло за межі стандартних визначень словникових статей і включає в себе не тільки збройний напад, але й опосередковані способи ведення військових дій, які націлені на вплив на свідомість аудиторії та навіювання певних шаблонів та стереотипів мислення. В статті наголошується, що сьогодні основна боротьба точиться не за території, а за ідеологічні цінності грядуща. Засоби масової комунікації виступають основним інструментом досягнення контролю над світосприйняттям. У статті виділено етапи опосередкованих військових дій, що пов'язані з роботою ЗМІ.

Ключові слова: поняття «війна», філософсько-психологічний вимір поняття «війна», ЗМІ (засоби масової інформації), семантичне поле поняття «війна», світосприйняття.

ЮЛИЯ КРЫЛОВА-ГРЕК. **Elementy filozoficznego i psychologicznego wymiaru pojęcia „wojna” w kontekście działalności środków masowego przekazu.** W artykule podjęto analizę filozoficznych i psychologicznych aspektów współczesnej definicji pojęcia „wojna”. Autorka bada główne przyczyny, które doprowadziły do przekształcenia semantycznego pola tego pojęcia. Autorka podkreśla, że

pojęcie współczesnej wojny już dawno wykracza poza standardowe definicje słownikowe i obejmuje nie tylko agresję zbrojną, ale także pośrednie formy działań wojennych, których celem jest oddziaływanie na świadomość odbiorców oraz kształtowanie określonych wzorców i stereotypów myślenia. W artykule podkreślono, że dziś główna walka toczy się nie o terytoria, lecz o wartości ideologiczne odbiorcy. Środki masowego przekazu stają się kluczowym narzędziem sprawowania kontroli nad percepcją świata. W artykule wyróżniono etapy pośrednich działań wojennych, które są ściśle związane z funkcjonowaniem mediów.

Słowa kluczowe: pojęcie "wojna", filozoficzno-psychologiczny wymiar pojęcia "wojna", środki masowego przekazu, semantyczne pole pojęcia "wojna", percepcja świata.

* *Матеріал вперше представлено на І-й Міжнародній Міждисциплінарній Асамблеї "ПТСР: дорослі, діти та родини в ситуації війни" (8-10 грудня 2017 року, м. Київ, Україна), коли тривав 4-й рік війни, яку в 2014 році розпочала Росія проти України (Ред.)*