

Олександр Нагорний

**ПРО СЕМАНТИЧНІ ВЕРСІЇ, ДИВЕРСІЇ І КОНТРВЕРСІЇ**

**Якщо ми не проти них, то чому вони супроти нас?**

**(на прикладі української політики)**

**We are not slaves in the desert! After all, we are originally life-donatives & corn-growers from TRYPILLYA\***



**МИ НЕ РАБИ З ПУСТЕЛІ!  
МИ ЖИТТЄДАЙНІ ХЛІБОРОБИ ІЗ ТРИПІЛЛЯ...**

**З повагою, Олександр Нагорний: <http://vk.com/id107756497> [Документи]**

**Львів – 2014**

## Передмова від автора

Як апологет філософії, доктриналогії, методології, ідеології, політики, стратегії, тактики і практики українського національного лібералізму, як переконаний і прагматичний автор цієї монографії, за соціальним станом власник себе і своєї приватної справи, як поборник істини за досвідом і за сумлінням, маю честь взятися за надскладне завдання: з'ясувати для читача фундаментальну відмінність істинного лібералізму (лібертаріанства), який вже понад 400 років поспіль опановує світ, від отієї потворної псевдоринкової політики в Україні, що її сучасні знахабнілі неукі упродовж двох десятиліть поспіль культивують всупереч інтересам українському народу, всупереч українській державі і українській нації собі на благо.

Світ олігархічного капіталу на рубежі третього тисячоліття поряд із численними спокусами й розкішшю, якими на 99% зухвало і нагло користується агресивно накопичувальна хижа меншість, в Україні наочно продемонстрував і використав сповна усі переваги інформаційного суспільства на користь нуворишів-поплічників – раптово та нагло посталих власників товарів, капіталів і робочої сили, що їм належать не по праву цивілізованого бізнесування. Невидимою зброєю у цій глобальній війні за винищення трудящої більшості нації і натомість вивищення бездарної групи осіб зі своїми прислужниками є наслідком неочевидної, але перманентної ідеологічної інформаційної січі, яка єдино можлива лише за умови використання наймодерніших систем одурманення мас: семантичних версій, диверсій та контрверсій.

На практиці даний процес означає: вплив на масову свідомість і підсвідомість кожного громадянина словами, салоганами, гаслами, картинками, текстами, документами та сюжетами з метою приспати республіканську свідомість усіх і кожного зокрема, хто здатен продукувати додану вартість, а тих осіб, які користають з соціальної допомоги, й поготів. У такий спосіб всеохопно і майстерно повсякчас і щосекундно маніпуляція суспільною свідомістю й підсвідомістю українського народу відбулася не зопалу і не запросто, але із серйозними аж до істеричних випадків виразами облич і полив'яними (глазурованими) гримасами у житті, у пресі, на екранах і на щитах... На хвилях сотень мільярдів украдених коштів, а також океанів пустих обіцянок, до яких таким довірливо ласим виявився український народ.

Отож, плачний матеріальний, ментальний і політичний стан української спільноти спричинено завдяки тому, що у жодному підручнику чи посібнику, на жодному уроці чи на лекції в незалежній державі ми не зауважимо істини, що слово – це є не лише діло, але ще й зброя, якою може бути продано у рабство та винищено правнуку найдавнішої в історії цивілізації Шумер і Трипілля на теренах Північного Причорномор'я – Республіку Україну з усіма її громадянами, промисловими, інтелектуальними, культурно-духовними і природними ресурсами. Єдине, що рятує сьогодні і націю, і народ від

тоталітарного винищення, так це предковічні традиції і невмирущий фольклор.

Проте на пострадянських теренах проблематика інформаційних війн вже «грюкає у двері» до застиглих у бюджетних шансах державників, про що свідчать численні місцеві й імпортовані монографічні дослідження, як от:

- Винокуров И., Гуртовой Г. Психотронная война. – М., 1993. – 365 с.*  
*Войтасик Л. Психология политической пропаганды. – М., 1981. – 277 с.*  
*Информация. Дипломатия. Психология. – М., 2002. – 616 с.*  
*Кашилев Ю., Галумов Э. Информация и PR в международных отношениях. – М., 2003. – 432 с.*  
*Контрпропаганда: вопросы теории и практики. – М., 1988. – 240 с.*  
*Костин Н.А. Теория информационной борьбы. – М., 1996. – 393 с.*  
*Лайнбарджер П. Психологическая война. – М., 1962. – 345 с.*  
*Ласвель Г. Техника пропаганды в мировой войне. – М.; Л., 1929. – 212 с.*  
*Линдсей П., Норман Д. Переработка информации у человека. Введение в психологию. – М., 1974. – 224 с.*  
*Лисичкин В.А., Шелепин Л.А. Третья мировая информационно-психологическая война. – М., 2000. – 304 с.*  
*Оливер С. Стратегия в паблик рилейнз/Пер. с англ. Под ред. А. Н. Андреевой. – СПб.: Издательский Дом «Нева», 2003. – 160 с.*  
*Панарин И.Н. Информационная война и Россия. – М., 2000. – 160 с.*  
*Панарин И.Н. Информационная война и власть. – М., 2001. – 224 с.*  
*Панарин И.Н. Информационная война и Третий Рим. – М., 2003. – 244 с.*  
*Панарин И.Н., Панарина Л.Г. Информационная война и мир. – М., 2003. – 384 с.*  
*Панарин И.Н. Информационная война и выборы. – М., 2003. – 416 с.*  
*Панарин И.Н. Информационная война: победа в Башкирии. – М., 2004. – 272 с.*  
*Панарин И.Н. Технология информационной войны. – М., 2003. – 320 с.*  
*Почепцов Г.Г. Информационные войны. – Киев, 2001. – 576 с.*  
*Прокофьев В.Ф. Тайное оружие информационной войны. – М., 1999. – 152 с.*  
*Психологическая борьба. – Ч.1,2,3,4. – М.,1993. – 117 с.; 1993. –123 с.; 1994. – 103 с.; 1995. – 52 с.*  
*Рассторгуев С.П. Информационная война. – М.,1998. – 415 с.*  
*Смирнов И., Безносок Е., Журавлев А. Психотехнологии: Компьютерный психосемантический анализ и психокоррекция на неосознаваемом уровне. – М., 1995. – 416 с.*  
*Стратегическая информационная война. – М., 1996. – 79 с.*  
*Турко Н.И. Геополитические факторы обеспечения национально-государственной и международной безопасности. – М., 1995. – 79 с.*  
*Франкл В. Человек в поисках смысла. – М.,1990. – 368 с.*  
*Шабанов А.А., Соколов К.Н. Сивков К.В. Духовная борьба. – М., 1997. – 317 с.*

*Хантингтон С. Столкновение цивилизаций. М., 2003. – 603 с.*

*Шавли Й. Венеты: наши древние предки. – М., 2003. – 160 с.*

*Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. – М., 1988. – 296 с.*

*Цымбал Л.А. Синергетика информационных процессов. – М., 1995. – 119 с.*

*Юнг К.Г. Архетип и символ. – М., 1991. – 297 с.*

У цій війні за ринки, у цьому шаленому смерчі протидоброства добра та зла ні межі, ані засоби, ні способи ніколи не було й не буде унормовано. Тож чекати якоїсь пощади від скнаристої наглоти не доводиться.

Усю жалюгідну безпорадність української спільноти перед зловісною інформаційною навалою виборчі кандидатські армади продемонстрували так само й у 1994-2012 рр. під час перебігу кампаній виборів Президента України, до Верховної Ради України та до місцевих рад. Хвацько аж до безсоромності забовваніла дешевим кічем самореклами «колиска» кольорових революцій у Євразії, яка всупереч зубожінню народу й краху національної фінансової системи шиконула технологічними барвами політичного спектру від нових-старих кандидатів та їхніх песиголових семантично диверсійних найманців.

Одні – білі й пухнасті, які нині гуртом перевдяглися у білосніжне простирадло зі зрадливою пурпуровою плямою з натяком на нещодавню невинність, інші – сині, ніби прийшли з напівсонних небес. Деякі – жовто-оранжево-сонцесяйні, як ніби світочі наземні. А дехто вже й забувся як з піною просився до престолу – увесь бісово смугастий у хакійованих кольорах побідоносних Сінайських вояків... Просторікувата ідеологія цвіркунів з горобцями, жирних котів і бездомної кішки, що обрушується з усіх-усюд подібно цунамі, перетворюючись у «глас вопіючого в пустелі», є твердою і жорстоко реальною. Вона (підла ідеологія) ані свободи підприємництва з рівноправною конкуренцією, ані пристойних перспектив для молоді, ані справедливого забезпечення громадян зарплатнею чи пенсією, ані зростання авторитету української нації і держави у світі у реальному високо технологічному та фінансово-економічному вимірі не обіцяє. Принаймні на найближчі два десятиріччя. «Цивілізованим» ринком тут вважається суцільний спекулятивний розпродаж не міряних досі сировинних та людських ресурсів удесятеро дешевше з огляду на викрадені й сховані у безсовісний спосіб сотні мільярдів «зелених».

А іншого боку брутальної та досі безкарної лівизни – це маячна з усіх-усюд жовто-блакитних, пурпурових та червоно-чорних тіней від правих ультра, що вже не живу людину бачать під собою, а масу підневільних послужників і послужниць без хазяйського духу, без нормальної власності і без конкретної приватної справи.

Таким є щойно один символічний штрих із маси агітаційно-інформаційних псевдоукраїнських полотен з отією труйною «локшиною» на вуха української нації.

За умов, що склалися, національну авансцену мусить опанувати людина –

громадянин з ринковим духовним гартom і моральною стійкістю, інтелектуал і патріот, здатний не лише протистояти агресивним інвазіям, але й забезпечити перемогу в інтелектуальному та ідейному протиборстві, ліберальний націоналіст, озброєний системним вихованням, вишколом духу й тіла в гуманітарних, природничих та техніко-технологічних дисциплінах, у правознавстві та інформаційних технологіях, мислячий державницькими категоріями конкурентоздатний підприємець – власник себе, свого статку, своєї родини і держави. Тобто щонайменше сорок мільйонів, скільки нас усіх ще є тих нескорених, хто, слава Богу, ще не втратив здоровий глузд, сумління і людську подобу.

Вміння розпізнавати істинні наміри ідейного та фінансово-економічного супротивника, виокремлювати зерна правди й істини від навали шахрайства і неправди, активно діяти й протидіяти – це є ціла системна наука новітньої доби інформаційної цивілізації, яку мусить опанувати кожна свідомо власної свободи й гідності громадянська спільність, аби відбутися в історії як самодостатня нація.

Будьмо відвертими: мислимо, діємо і взаємодіємо ми відповідно до змісту, значень і смислів, які закладено в інформаційні імпульси і потоки іншими особами й доведено до наших відчуттів та розуміння у формі розмаїтих знаків та символів, речень і текстів. Піддаємося стороннім маніпуляціям, відтак відповідно діємо і взаємодіємо чи то свідомо, чи то на підсвідомому рівні.

Хіба завжди при цьому присутня наша добра воля? Чи користуємося ми сповна нашою законною свободою вибору? Хіба ми в стані завжди виокремити наші вчинки від результатів сторонніх маніпуляційних впливів?

Як розпізнати істину у лавині брехні?

Як мислити самодостатньо і по-громадянськи?

Як сягнути у царство свободи власної особистості?

У цій книзі дано відповідь на такі і на багато інших питань, розкрито технології функціонування семантичних «мін» на інформаційних полях бою і способи використання нацією рятівного інтелектуального поясу ментальної безпеки і навіть контрпропагандистського «меча» для усіх здатних тримати семантичний удар у буремній смерчі інформаційного бойовища.

# ЛІБЕРТАРІАНСЬКА ПОЛІТИЧНА ПРАКТИКА ПОЗИТИВНОЇ ФІЛОСОФІЇ

Я бачу, як гепнулись мури.  
 А стіни ізнову кладуть...  
 Ось поряд – обідранці з тюрем.  
 А там – безліч бранців ведуть...  
 Хіба цілий світ може бути  
 Як та буцегарня земна,  
 Де вільний – шалений, розкутий  
 З кайданів вінець напина?

Й. В. Гьоте\*

## ІНФОРМАЦІЙНА ЕКСПАНСІЯ = СЕМАНТИЧНА ВІЙНА

Якщо війна – це є продовження політики **іншими засобами**, а політика – процес і результат панування інтересів одних груп людей над іншими, то суспільство перманентно перебуває у стані протистояння чи непримиренного протиборства інтересів двох і більше сторін. На загальні ці сторони, як правило, належать до двох таборів, які поборюють один одного: а) завойовники (підкорювачі) та б) визволителі – борці за незалежність і свободу. До третього табору можуть належати симпатичні й союзники. Але безчинство твориться з мовчазної згоди бездуховної та боягузної інертної маси, яку складає переважна більшість населення, якщо мовити про певну країну чи націю.

Серед «інших засобів» боротьби завжди вважалися озброєні формування, збройні сили і власне зброя. В історії людства поряд зі знаряддями життєзабезпечення (реманент, приладдя, вогонь і природні ресурси) за допомогою зброї (мечем і вогнем) нищилися люди, народи, нації і чинилася нещадна експлуатація окремих осіб, сімей та цілих етносів і держав. Таке завойовництво у висліді мало насильницьке право сторони переможця заволодіння територією, рабською робочою силою, знаряддями праці й природними багатствами, а у подальшому – привласненням прав збирання данини (податей), встановлення норм поведінки, вірувань, духовних, етичних і естетичних норм, що було вигідно саме завойовникам.

Модернізація знарядь праці й засобів виробництва спричинила докорінну заміну засобів, форм і методів експансії, а також форм, методів, засобів і технологій загарбницьких інвазій. Промислові революції у країнах Заходу зумовили появу дещо інших цілей із застосуванням окупаційних операцій, аніж ті, що малися на меті й ставилися в середньовіччі. Індустріальні суспільства і нації найголовнішою метою військового втручання у цілому світі вважали і досі вважають заволодіння сировинними джерелами, дешевою робочою силою, а також безмежними можливостями окупації капіталом для зиску на теренах глобальних ринків збуту товарів.

\*Переклад українською наш – О. Н.

Після Другої світової війни усілякі локальні конфлікти й бойові дії, що мали місце в Азії, в Африці й у Латинській Америці, а на рубежі ХХІ сторіччя й у Центральній Європі, навіть за наявності злочинного масового винищення населення цілих анклавів, набували прикмет, ознак і канонів бойового шоу, демонстрації переваг «демократії» агресорів, а також сили й бруталності «цивілізаторів» у процесі маніпулювання громадською думкою та суспільною свідомістю за допомогою інформаційних та пропагандистських «шумів», скерованих у напрямі преференцій військово-промислового комплексу агресора.

Мілітарне заволодіння чужими матеріальними цінностями, як правило, супроводжувалося безоплатним імпортуванням до «рідної сторони» грабіжників у законі ексклюзивних ресурсів включно найманців чи рабів, з яких вичавлювалася автентична духовність, ментальність і свобода.

А ось із досягненням глобального панування на землі, у повітрі, у всесвітній «павутині» й у ефірі з тих-таки «рідних сторонок» до тих самих «недорозвинених» колоній навалюючи посунули розтлінні товари, капітали, ідеї та ідеології, щоби вони зомбували й тримали у мирі й покорі «недорозвинених», заярмлюючи навіки колись підкорених другосортних.

Коли ж, приміром, де-небудь щось відбувалося не згідно із затвердженим сценарієм, то вживалися всі заходи щодо ліквідації «прориву» аж до експорту зброї, фахового воїнства та різного роду інформаційних «качок». Політику й політиків на теренах геополітичних інтересів змінювали багнети, а багнети у свою чергу вправляли мізки політикам та знаним особистостям у метрополії і на місцях.

Тепер задля позірної цивілізованості владомощців ними споряджені семантичні кулі зі зміщеним центром нейролінгвістичного одурманення з огляду на природне тяжіння плебсу до дармівщини, що часто-густо замішується з безкінечними обіцянками, з демагогією на усіх частотах засобів масової інформації, зі слідчими діями та судовою тяганиною як нагла демонстрація зверхності закону стосовно «несвоїх», з нескінченним поправанням елементарних прав людини з боку запеклих захисників цих самих прав на усіх континентах окрім своєї власної держави. І то все заради відчуття тугого гамана, пихатого владомозтва над злиденними, задля ситої аж до ригачки самовтіхи, яку кінець-кінцем пожирає передсмертна конвульсія від докорів гнилого серця. Воно ж бо присутнє у кожному, навіть з вутлою душею тілі, хоча й не всі його мають, якщо судити зі вчинків...

Замордованим силою і пропагандою народам нічого іншого не лишалося, як зорганізовуватися у русі опору, що, зазвичай, переростав у національно-визвольні побойща зі спорадичною часом химерною національною стратегією, ідеологією, політикою, зі збройними формуваннями бандюкового типу.

Достойним прикладом боротьби за національну свободу й незалежність України постали регулярні національні формування ХХ століття Українські Січові Стрільці та УВО (Є. Коновалець), Українська Повстанська Армія (УПА)

під командуванням Романа Шухевича (генерал-хорунжого Тараса Чупринки), яка військовими методами втілювала у життя ідеї Організації Українських Націоналістів (ОУН) під ідейним проводом Степана Бандери чи А. Мельника. Як би хто не злостився з огляду на українську історію, але присвоєння посмертно звання Героя України кожному із таких самовідданих синів нації є незаперечним фактом самодостатності й високої духовної моці новонародженої спільноти українців на світовій арені змагань за щасливе буття і процвітання.

**Таким чином, на нетлінному аркуші цивілізаційної свідомості людства замість могильного хреста українцями попри відсутність філософії та ідеології національно-визвольної війни було поставлено жирний знак оклику, який засвідчив, що посеред історичних лузерів рідних територій і населення Україна як повносправна нація надалі задніх не пастиме.**

Сьогодні після завершення «холодної війни» та падіння Берлінського муру, за наявності допоки єдинокрилого НАТО-блокового світоустрою, завдяки розвитку інформаційних і комунікаційних технологій відкрито усі шлюзи для світової ідейно-пропагандистської експансії постіндустріальної спільноти наддержав фактично в усі куточки земної кулі.

Виникають закономірні запитання: А чи зникнуть кровопролитні війни в інформаційну епоху? Якщо таким війнам судилося бути, то яка доля нейтральних країн у цих процесах? Хто переможе?

Не будемо пірнати у безодню історичних подій і фактів та й у сутність ідеологічних, правових і військових протиборств. Справа ця невдячна й суперечлива з огляду на кожен окремо взятий етап суспільного розвитку, з огляду на специфіку анклавів, територій та країн у сенсі народів, які їх населяють. Зупинімося на ідеологіях і технологіях безкровних, здавалося б, баталій, на специфіці борні за уми й серця тримачів семантичних інвазій у процесі інформаційного протиборства, інформаційного протистояння та інформаційних воєн.

**Вочевидь, характерною системною ознакою семантичних, інформаційних бойових дій є їхня інтелектуальність.** Інтелектуальне протиборство, у тім числі й військове, є наслідком світової експансії грабіжницького капіталу, який озброєний засобами тотальної інформатизації суспільства, автоматизації виробництва і всеохоплюючого та контрольованого товарно-грошового обігу. Тож головне для цивілізованої людини полягає у здатності не тільки лише орієнтуватися у буревіях логіко-лінгвістичних та нелінійних диверсій, але й уміло протистояти їм і навіть протидіяти. Специфіка такого протиборства передбачає безмежне самовдосконалення й самоусвідомлення кожного члена спільноти як самодостатньої особистості, здатної не розгубитися перед лицем цивілізаційних та експансійних викликів, звідки б вони не насувалися.

Всезагальна освіченість та інтелектуальна вправність громадян має наслідком усвідомлення абсолютною більшістю національної спільноти абсурдності й недопустимості бойових операцій як засобів вирішення будь-



яких спірних проблем. Демократизація устрою країн із тоталітарним минулим, гуманізація взаємин, безперешкодна транскордонна співпраця й вільне спілкування зумовили майже необмежений трансферт ідей, товарів, капіталів та робочої сили. При цьому за кожним порухом в атмосфері, на воді, на землі в ефірі чи в Інтернеті безперервно чатують чийсь інтереси й забаганки, що їх свідомо, щедро профінансовано з метою отримання надприбутків. І у кожному експортованому предметі чи факті є вірус філософії, ідеології та методу від замовника закодованого дійства, яке насправді називається гуманітарною експансією, інтервенцією, війною.

Сучасні війни набувають інакшої семантизації і називаються боротьбою проти недемократичного режиму, за демократизацію влади, за спасіння народу, боротьбою проти тероризму (антитерористична операція) і власне інформаційним чи товарним тероризмом у формі нав'язування псевдокультурних цінностей і псевдоморальних домінант, а також генно модифікованих та модифікуючих поведінку й імунну систему організму предметів споживання. Хоч як би хтось такі діяння не називав, інакше, як посягання на генофонд з подальшим винищенням мирних, ні в чому не винних людей, така політика йменуватися не має права.

До числа модерних ресурсів, що мають місце у фарватері стратегічних напрямів і цілей нищівних та про людське око безкровних бойових дій в нинішню інформаційну епоху слід зарахувати такі об'єкти й суб'єкти **процесів**:

- люди, штатний і позаштатний персонал державних установ і організацій, політичних і громадських об'єднань, релігійних і культових спільнот, їхні знання, духовні, моральні й національні вартості і надбання;
- інкубатори, фабрики й фабриканти кадрів найманих працівників;
- наукові, технічні й технологічні спеціалізовані інституції та їхні інтелектуальні й матеріалізовані продукти;
- системні ресурси і канали трафіку, транспорту, зв'язку і управління;
- інформаційні та інноваційні фонди заданого впливу на масову свідомість населення: бібліотеки, аудіовізуальні та кіно-фото-демонстраційні засоби, фонди алгоритмів і програм та Інтернет ресурси, банки даних державних і недержавних спецслужб;
- фінансово-економічні установи, банки і бази даних валюти, капіталів і ресурсів;
- корпоративні інформаційні, технічні, технологічні та специфічні знання й інтереси.

Так видається, що уникнути агресивних впливів на свободу вибору, на свідомість та підсвідомість громадянина, на особистісний стан кожного практично неможливо. Це дійсно так, якщо не знати, не вміти і пасти задніх, як у череді слухняного холопства.

Усе інше, що відбувається у суспільстві, є наслідком успішного функціонування чи навпаки – дисфункції у процесах діяльності щойно згаданих **процесів**: семи елементів системи суспільних відносин, що вони панують як у

контексті матеріальних товарних цінностей, так і у етико-моральній та духовній сферах.

На загал будь-яке суспільно-політичне чи соціально-економічне дійство, але у першу чергу виробництво – це є керований чиїмись коштами й потребами процес і результат взаємодії певних ідей, ідеологем та ідеологій, чим послуговуються суспільні прошарки, що споживають конкретний продукт. Бо в інформаційних системах домінує закон: що закладеш, те й отримаєш, плюс конкретне цільове призначення інформаційної версії, диверсії чи контрверсії, згідно з якими відбувається виконання поставленого завдання й досягнення певної мети.

**Ідеологемний хаос у головах продуктивної спільноти спричинює появу негідного, неконкурентоздатного товару.** Така реальність корпоративного буття. Корпорацій без ідеології не буває, бо конкуренція у фарватері тримає рекламу, яка, як відомо, є ні чим іншим, як семантичною зброєю в ринку. В той самий час антиринкові спритники у країнах-об'єктах товарно-грошової експансії зубами видирають від співгромадян, не сповна свідомих ринкових реалій, шалені статки: задешево вичавлюють належні усьому народу національні ресурси за валюту, а натомість у лихварський спосіб перепродають їм лишки товарних ресурсів – чужинецький непотреб.

Українські економічні, політичні та соціальні реалії останніх двох десятків років є фундаментальним прикладом **семантичних диверсій в комплексі системної інформаційної війни** з нищівними руйнівними наслідками на користь інтересів світових монополій і «троянських» коней домашнього, українського штибу: замість національних науково-технологічних інституцій, заводів і фабрик, які упродовж 10-15 років безслідно зникли, країна розквітла сумнівними бутіками й «секонд-хенд» універмагами, де змушені отоварюватися змучені від безгрошів'я українці.

У сьогоднішній вже немає місця і сенсу для інформаційної війни типу Донкіхотівської борні з вітряками. Відсутнє замовлення на будь-які чесноти, а на лицарські й поготів. Прагматизм іноземного інвестора чи бариги бере верх над людяністю.

З метою прибрати, вичавити з конкурентного ринку стратегічний ресурсний і людський потенціал української нації з виробництва хліба, цукру, молока, м'яса, риби, інтелектуальної продукції і узалежнити населення від імпорту матеріальних і духовних чужинських вартостей під позірними гаслами трансформації суспільних відносин від соціалістичних до ринкових було вчинено:

- негідну цивілізованого громадянина зміну форм власності: знищення кооперації, роздержавлення і приватизацію національного надбання, шляхом системної облудної пропаганди рівноправності серед неосвічених ринковим премудростям громадян, що насправді обернулося всезагальним обкраданням обдуреного народу;
- тотальне винищення цілих галузей і найсучасніших промислових

об'єднань, до прикладу: електронне виробництво, радіоелектроніка, металообробка, машинобудування, верстатобудування, суднобудування та ін.;

- вивільнення продуктивної маси висококваліфікованих робітників та інженерно-технічних працівників, які або вдалися до самоекспорту – за кордон, або до опанування торгівельних майданчиків на базарах зі ширвжитком;
- наводнення спорожнілого ринку дефіцитною продукцією, що з одного боку завдяки підвищеній якості й всесвітньо відомим брендам на певний час втамувала товарний голод населення, а з іншого – заклала генно-інженерну міну сповільненої дії в національний генофонд;
- запустіння полів, ферм і сільськогосподарської техніки й технологій, що мало на меті й тепер обернулося реальністю на практиці фактичним відчуженням продукції сільського господарства від національного господаря, експортом екологічно чистої продукції за кордон та імпортом продовольства неналежної якості для аборигенів-українців, які залишилися в метрополії.

При цьому в мирний час неконтрольований імпорту ідей і технологій у висліді загрожує порушенням духовної та екологічної безпеки населення, фауни, флори, інших ресурсів країни-імпортера, деструкцію мовної, релігійної та ідеологічної однастайності громадян. У висліді стається матеріальне та духовне узалежнення та деградація нації.

Поряд із ресурсами зацікавлені особи опановують форми й методи модерної інформаційної експансії. Інтелектуальний та техніко-технологічний рівень розвитку цивілізації сприяє цьому у найширших вимірах. Не останнє місце у даній спланованій інтервенції займають так само суспільні взаємини і ставлення масової свідомості до бюджету розвитку й підтримання національної безпеки і оборони. Не в останню чергу так само має місце злочинне недбальство до стратегії і тактики власного інформаційного наступу, захисту та експансії національної присутності у світі, що зумовлює нищення цивілізаційних підвалин держави, влади і народу в цілому.

До числа необхідних і достатніх передумов досягнення силової, моральної та інформаційної переваги країни, конкурентоспроможності національного матеріального і духовного виробництва перед закордонним на тлі загрози втрати ресурсів, ринків, перспектив технологічного прориву і врешті-решт державності слід зарахувати такі:

- володіння зброєю масового ураження та / або належність до організацій військових союзів та блоків;
- юридична і фактична здатність гарантувати невід'ємність власних регіонів і територій та перманентна інформаційна підтримка легітимності статус-кво;
- участь у миротворчих місіях ООН в локальних конфліктах з гарантією рівних прав і обов'язків усіх учасників таких операцій;

- визнання пріоритету застосування засобів інформації і пропаганди ненасильства в першу чергу у разі виникнення ситуації, коли збройній сутичці не вдається запобігти;
- модернізація, розроблення й упровадження найновіших систем ведення бойових дій електронними, психотронними, ідеологічними, культовими й культурологічними засобами й способами.

Кіно, радіо, телебачення, мобільний зв'язок, преса, глобальна мережа Інтернет за допомогою аудіо-, відео- та / або друкованих / електронних носіїв інформації, що є вигідними і підконтрольними генераторам і замовникам цієї продукції, опанували найпотаємніші куточки людської духовності й мислення, витіснили на маргінес активне позиціонування народу, живе спілкування у віртуальний режим. В реальності така інформаційна експансія означає абсолютне відчуження «джерела влади» – народу в Україні від виконання ним конституційних повноважень.

Таким чином, влада, бізнес і підкуплений ними демагогічний прошарок населення досягнули відсторонення громад усіх рівнів і власне громадян, а на загальній українській спільноті, від творчого, конструктивного впливу на позитивне вирішення реальних проблем, від елементарних можливостей і права володіти інформацією про реальний справ у державі й на місцях, від контролю діяльності та бездіяльності влад усіх гілок і рівнів, що закономірно викликає незадоволення й обурення мас в Україні і світі. Народна воля, свобода і не в останню чергу елементарні права людини сфокусовано у «єдино правильному» напрямі й варіанті мислення та поведінки – у багно покірності монстрові тотальної бездуховності, удаваної безпроблемності, беззаконня й всездозволеності. З усього видно, що уроки Майдану забуваються...

При цьому в мирний час неконтрольований імпорту ідей і технологій у висліді загрожує порушенням балансу і деструкцією духовної та екологічної безпеки населення, фауни, флори, інших ресурсів нашої країни-імпортера, зростають ризики деструкції мовної, релігійної та ідеологічної одностайності громадян, матеріального та духовного узалежнення нації від інформаційного, а у висліді – від фінансово-економічного агресора, від його панівної ідеології і волі на загаль.

Інформаційні війни охоплюють безмежне поле бойовища: від локального (жива істота) до глобального – всесвіт. Тут варто обрати обмежений сегмент інформаційної борні в сучасних умовах – ХХ – ХХІ ст., що вони вважаються епохою планетарних катаклізмів і філософії ненасильства, епохою технологічного прориву і вимирання з голоду цілих народів, епохою імперської глобалізації і самодостатності фінансово стабільних країн, епохою розумних інтелектуальних ресурсів і недолюдків, що вони в цей самий спосіб генерують інформаційні хвилі доісторичного дикунства.

Цим сегментом типу Ноєва Ковчегу для України може бути власна екологічно чиста продовольча продукція, національне виробництво товарів широкого вжитку, транспортне машинобудування, військова техніка, а також

послуги та досягнення у царині високих технологій, освіти, науки, культури і мистецтва...

Тож у перших шеренгах вояків цього незримого, але вельми відповідального фронту мусять шикуватися «інженери» людських душ – професійні, ідейно загартовані військові з білими комірцями й патріотичними помислами. Адже, згідно зі східною мудрістю, перемога належить не стільки силовій масі, скільки вправності й спритності розуму, силі духу. Звичайна технократична інтелігенція може за певних обставин опанувати інструментарій впливу на духовно-ментальний людський фактор, який був, є і залишається вирішальним чинником взаємодії захисників суверенітету й протидії агресорам на розмаїтих полях битви. Власне інформаційні засоби й способи боротьби за свідомість і підсвідомість людей несуть у собі кумулятивний нелінійний, дискретний, логічний – семантичний заряд і генерують відповідні реакції, які не підвладні традиційним лінійним протидіям і засобам.

Самі собою навіть засоби масової інформації і пропаганди бездіяльні, так само, як і комп'ютери з програмами та даними, чим вони оснащені. Ось чому стратегічними партнерами України мусять бути у першу чергу країни із самодостатньою інформаційно-пропагандистською структурою і технологіями гідного суспільного буття та завоювання достойного місця у світі.

Відтак національна оборонна доктрина має ґрунтуватися на принципах усвідомлення пріоритетності наступального характеру спеціальної підготовки військових вихователів, правників, психологів, спецпропагандистів, журналістів, мовознавців, капеланів та ін.

Гуманізуючи й водночас воєнізуючи пропагандистську складову у війську, і водночас модернізуючи традиційну техніку ведення конвенційної війни, Україна має шанс сягнути вершин цивілізованого протиборства націй, коли гомонітимуть не гармати, а дипломати, і загроза кровопролиття зійде нанівець. Інформаційна війна, як поняття і як лінгвістичне кліше, вживається у різних контекстах відповідно до семантичного обсягу понять і категорій, що характеризують певні реалії в системах стратегічних, оперативних і тактичних військових формувань та їхньої стратегії і тактики, а саме:

- холодна війна;
- психологічна війна / операція;
- психологічна / психотронна зброя;
- пропагандистська війна;
- спеціальна пропаганда;
- політична робота серед населення окупованих територій...

Бойові дії, як правило, вчиняються щонайменше чотирма способами:

1. силові: із застосуванням мускульно-фізичної сили та / або техніко-технологічних пристроїв, а також супроводжуються природними й штучними катаклізмами й техногенними аваріями;

2. інтелектуальні: включають техніко-технологічні та науково-технічні методи, засоби і технології, а також обумовлюють настання природних і штучних катаклізмів й техногенних аварій;
3. семантико-інформаційні: розвідка, пропаганда, агітація, інформування та інші спеціальні засоби й способи впливу на індивідуальну і масову свідомість та підсвідомість своїх військ, військ супротивника, а також населення усіх сторін протиборства й світового простору;
4. політичні, соціальні та фінансово-економічні: в епоху глобалізації й віртуалізації стосунків і взаємин на міжособистісному, міждержавному, міжблоковому і взагалі на міжнародному рівні досягнення стратегічної мети війни – заволодіння та / або підкорення людських, матеріальних і територіальних ресурсів у інтересах завойовника – відбувається, примітивно кажучи, без військ, без гармат, без кулеметів і навіть без зброї масового знищення тощо.

Достатньо ретельно напрацювати й запровадити чи нав'язати у політичний спосіб потенційному супротивнику вигідні для інтервента правила ринкової «гри», і цілі нації чи навіть континенти приречені на фатальну, рабську фінансово-економічну залежність ціною втрати територій, ресурсів, виробничого й інтелектуального потенціалу, товарів, капіталів і робочої сили. Україна, як нація-лузер у такій війні – це є найяскравіший у сучасній цивілізації приклад суцільних поразок унаслідок власного миролюбства й миротворчості, унаслідок панування деструктивно мислячої та діючої на чужинський запроданський і власний «хлопський» розум верхівки, яка у ринковому сенсі може вважатися нікчемною.

При цьому **інформаційні бойові дії досі не унормовано. Тож вести їх можливо завжди: у мирний час, за умови конвенційної війни чи без оголошення війни.**

Суб'єкти, об'єкти, принципи, засоби і способи, техніка, технології, цілі й завдання, їх виконання, перемоги і поразки в інформаційному протистоянні у світі визначаються конкретно для кожного об'єкта відповідно до певних обставин, часу, місця, а також сторони агресивного впливу. Компетентні органи управління й аналітико-синтетичні структури мають рекомендувати керівництву критерії оцінки дієвості можливого впливу засобів, які застосовуються, пропонувати рекомендації з протидії інформаційній інвазії і з ліквідації можливих негативних наслідків в режимі реального часу. Тут і зараз.

Але найпевніше, що слід засвоїти достеменно, це той очевидний факт, що від інформаційної війни жодна людина не втече й не сховається, як від вогнепальної чи термо / ядерної зброї... Адже за присутності навіть однієї особи і засобів передавання чи обміну знаками, символами чи інформаційними потоками семантичні диверсії спрацьовують негайно і конкретно: руйнується дух, душа й моральна стійкість об'єкта агресії. Тож знати, значить, вміти, а відтак діяти переможно, – це аксіома для сильних у першу чергу вірою, духом і

тілом, ментальною й матеріальною самодостатністю.

Тож найбільш стабільним і незламним у таких війнах і у повсякденному протиборстві, не побоїмося цього словосполучення, був, є і залишається клас приватних власників, який корінням і віттям приріс до рідної землі і який не є розмінним центом на світових біржах, банках чи кредитках. Це є середній клас власників-патріотів, яким є за що боротися, аби не втратити свободу й чин.

Ось якими термінами новітні практики «таємних воєн сучасності» характеризують реальний стан речей на видимих і відчутних на рівні нашої сенсорики фронтах, де бойові дії замасковано й завуальовано на супермодерний віртуальний лад. Цитуємо В. Барзінського, полковника у відставці, у минулому працівника зовнішньої розвідки КДБ і СБУ, системного аналітика і президента громадської організації «Системний інформаційно-аналітичний центр», автора пригодницького серіалу «Охота на генія» (мовою оригіналу): «Подобные технологии всегда основываются на объективных геополитических реалиях, к которым следует отнести историческую динамику развития «морских» цивилизаций, которым удалось выстроить собственную, базирующуюся на определённой идеологии «торгово-коммерческую» модель своего существования и взаимодействия с остальным миром.

Эти технологии используются в ряде случаев на базе достигнутого реального экономического, технологического, военного и информационного превосходства. Не следует забывать и о том, что подобные технологии существуют не сами по себе, а разрабатываются и реализуются реально существующими людьми и организациями, целенаправленно финансируются и поддерживаются определёнными силами с целью гарантированной реализации главной сверхзадачи современной войны – установления и поддержания мирового господства. Можем ли мы с этим согласиться?

Для реализации поставленных целей существует определённое распределение ролей между государствами, входящими в мировую элиту, их общими структурами, а также странами, стремящимися стать частью указанной системы. И процесс реализации упоминаемых технологий вовсе не спонтанен, а жёстко управляем, и главный принцип их реализации – прямая, открытая или (и) скрытая эшелонированная экспансия, путём которой зачастую сеется неверие в возможность изменения ситуации для порабощённых народов.»

Так само, як для світу, й для України наразі існування такої загрози не є примарним: «Прежде всего это глобализация и виртуализация национальных экономик при жёстком контроле со стороны внешних сил основных ресурсных зон и потоков. Наличие экспансивной геоэкономики как геополитики потоков ресурсов, товаров, финансов, рабочей силы и прочее, регуляция состояния экономик конкретных стран гораздо беспощаднее, чем любая «директивная» или даже «административная» (нерыночная) система хозяйственного управления.

Сюда же можно отнести размывание национальных государственных суверенитетов, дробление пространства, в том числе политического,

подлежащего захвату и освоению. Также к этим факторам я бы отнёс и поддержание «управляемой смуты» в третьих странах (постоянные избирательные кампании, смена кадров, постоянное реформирование чего-нибудь. Нынешняя Венгрия – пример. В этом суть «теории хаоса»).

Особенно опасным является поддержание глобальной военно-политической напряжённости путём тотальной или выборочной дестабилизации через систему управляемых национальных, региональных и локальных кризисов. А также формирование точек и зон цивилизационных напряжений («пробуждением» исторической или этнической памяти), иницируемых вне территорий стран – мировых лидеров и осуществляемых на территориях как «оппонентов», так и «союзников».

Нельзя сбрасывать со счетов навязываемый милитаризм как способ изматывания национальных экономик гонкой вооружений, принуждение к переходу на рыночную модель функционирования экономик независимо от исторических традиций и национальных возможностей»... [1].

Чому в Україні досі відсутні відкриті структури й заклади для фахової підготовки кадрів з інформаційних, психологічних, психотронних бойових дій та семантичних диверсій, або бодай аналітики з протидії таким диверсіям?

На наше глибоке переконання, такий стан речей вигідний для паразитуючого правлячого режиму, який десятиліттями не збирається кардинально змінювати негідну, убивчу для українства, люмпенську для народу й грабіжницьку для «своїх» ідеологію і політику владарювання. Комусь є певний зиск у тім, аби тримати «прихватований» інформаційний «порох» сухим у «діжках» з примітивними «діогенчиками», в головах яких висиджуються «яйця» для національної «локшини», що дарується електоральній «біомасі» від виборів до виборів.

**Значить, доморощені й такі ж імпортовані інформаційні операції проти власного народу – це є найжорстокіша правда сьогодення і найпідступніша таїна нинішньої і минулої влади в Україні.**

Таким чином, настав час достеменно осягнути сенс подій, фактів та особистостей, їхні реальні наміри, теорії, якими вони послуговуються, отримуючи бажані для вузького кола «посвячених» практичні результати інформаційної експансії проти українства, усе ефірне й публічно пресове, валютно-фінансове й торговельно-економічне «сміття», що криється у змістові, в системі, засобах і способах інформаційного геноциду проти України та українців у XX-XXI сторіччях.

Якщо інформація транслюється за допомогою знаків, сигналів, картинок чи інших семантизованих комунікаційних чинників, які декодуються й

---

1. Бессмертный Иван Тайные войны современности в литературных произведениях Валентина Барзинского. – «2000»: Свобода слова, 13.10.2006



об'єктивуються у свідомості й підсвідомості реципієнтів (громадян і негромадян) у семантичній (значення, зміст і смисл / сенс) формі, то відповідно до властивостей нелінійних / коливальних систем у такому замаскованому нейролінгвістичному комунікаційному «ланцюзі» на шії нації ховається агресивно-деструктивна сутність осіб та угруповань, які складають конкретні юридичні й фізичні особи: замовники, генератори ідей, продуценти, трансформатори, ретранслятори, кінцеві документи й врешті-решт – аналітики. Їхні аналітичні центри й «авторитети» цілодобово будують вавилонські вежа на наших інформаційних ланах, і вже це з успіхом чинять бомбування українців неминучістю можливих валютних та демографічних потрясінь, а насправді «витрясають» останнє зі спорожнілих кишень співгромадян.

Осягнути, здавалося б, неосяжне у цій війні проти власного народу цілком реально й можливо, якщо систематизувати найсуттєвіші сегменти цілісної системи інкубації, народження й репрезентації національного інформаційного воїнства і відповідної «зброї». Умовно ця система включає щонайменше п'ять взаємно інтегрованих блоків:

1. Блок – споживання: підсистеми, предмети, суб'єкти, об'єкти тощо, які мають цілодобовий доступ до найприватніших кутків особистості – до оселі, до сім'ї, до свідомості й до підсвідомості, а саме:
  - засоби масової комунікації та інформації: преса, радіо, телебачення, Інтернет, мобільний зв'язок, пошта, транспорт, вулиця...
  - культурно-мистецькі та розважальні заклади: музеї, театри, кіно, бари, кафе, ресторани, готелі, комп'ютерні та гральні заклади...
  - інформаційно-рекламні, маркетингові й промоутерські заклади й заходи: виставки, ярмарки ідей, шоу, форуми, презентації...
  - інформаційні заклади на різні форми власності: центри, інститути, бібліотеки, аудіо-відеотеки, бібліотеки, кіоски, книгарні...
  - бренди, торгові марки, логотипи, салогани, фірмові кліпи та рекламні засоби...
  - спортивні клуби, колективні та особистісні бренди, призи, нагороди, звання й титули...
  - державні й корпоративні свята і дати, системи відзначення й винагороди, конкурси, шоу-вистави, фестивалі, покладання вінків, відзначення річниць, фестивалі...
2. Блок обміну, обігу й накопичення товару й капіталу, робочої сили:
  - ярмарки, біржі, аукціони, ринки, гіпер-, мега- і супермаркети, торговельні мережі, фонди майна, страхування, песійні та інвестицій...
  - монетарні центри і фонди, банки, каси, обмінні пункти...
  - сфера обслуговування і рекреації, соціального забезпечення, туризму, фізичної культури, спорту й дозвілля...
3. Блок маніпулятивних і спекулятивних суспільно-політичних технологій:
  - політичні партії / блоки, громадські об'єднання / організації, молодіжні суспільно-політичні структури, професійні, профспілкові об'єднання,

клуби й спілки за інтересами, добродійні й колективні фонди, вітчизняні/закордонні добродійні структури й фундації, окремі особисті бренди;

– релігійні та псевдо релігійні структури й проповідники...

4. Блок навчальний, науковий, науково-технологічний та інноваційний:

– дошкільні, шкільні, позашкільні заклади, програми у ЗМІ, наукові, науково-технічні, технологічні та інноваційні структури, заклади і заходи; науково-дослідницькі інститути, технопарки, технополіси, соціополіси, інженерні центри, інформаційні та патентно-ліцензійні фонди...

Звичайно, усього перелічити неможливо. Немає сенсу тут розшифровувати перелічені засоби мордування свідомості громадян, адже усі ці структури пильно контролюються неміреними шупальцями «спруту», який вже перевершив жорстокістю і скаредністю у сотні разів минулу тоталітарну систему Радянської України...

5. Блок виробництво... Не будемо деталізувати аби не кряти серця тим співгромадянами, у пам'яті яких ще не стерлися роки захланих магазинів, що їх народ нарік «кімнатами страху», безкінечні черги за усім за наявності гігантських програм і таких самих кількостей гігантів вітчизняної промисловості; прісно пам'ятного імпортного дефіциту; малих та спільних підприємств, що їх використовують у якості наживки на «гачок» іноземного інвестора-спасителя...

Гірко, боляче й ненависно усвідомлювати й терпіти все оте рабське, що нам в Україні увітнули самовизначені парвеню за оці два десятиліття. Не згасне віками ганьба зловісних «Павловських» реформ на початку 1990-х рр., коли до Росії «відкачали» усю наявну в державі грошову масу, але найважливіше – золотовалютні надбання України та українців. Тоді жоден із нинішніх горлохватних «обранців» навіть оком не моргнув і не втерся від того інформаційного «лайна», що було вилите на Українську державу та на голови довірливих співгромадян звідусіль, – як із демократичного Заходу, так і від задеркуватого Сходу... Як таке могло статися у географічному центрі «цивілізованої» Європи?

Ні, ми не «дурні», ми й не «бідні», якщо можемо дозволити собі таку розкіш облизуватися після глумління з боку сусідів, доморощених лицемірів та інших зайд... За тих часів мало хто з нас, які боролися за елементарне фізичне виживання, міг запідозрити, що знаки (гроші й інші символи, сигнали, у тім числі й мовні) мають таку шалену націєнищівну силу, що від неї моя мала й велика Батьківщина не віднайде сил вистояти перед інфляційними знуцаннями аж до 2006, аж до 2008, аж до 2012 року і вже вкотре якийсь нічим окрім безсовістя не забезпечений паперовий монстр, долар, вознісся у п'ять-десять разів вище того «плінтусового» рівня, де йому належить бути на землях із понад 20000-літньою історією, вознісся над моєю Батьківщиною, яка струменіє від цивілізацій, що вони фактично є прародительницями й Месопотамії, і Давнього Єгипту...

Тож, чи є сенс доводити термоядерну силу інформаційно-пропагандистських потуг комуно-соціалістичних та продажних компрадорських змовників і генераторів інформаційних воєн проти нас, народу України, якими вони у бандократичний спосіб оточили наш священний простір навколо виритої «благодійниками» з великої дороги цвинтарної ринкової ями. Як довго ще чекати, доки вони вмантулять останнього іржавого цвяха у поточену шашелем гнилу «домовину» для української нації перед тим, як вчинити всезагальний «крутий шабаш» переділу вже поділеного земного, майнового й ефірного простору?

Мав би бути ще й:

6. Блок: держава, національні й державні формування, структури і персони. Проте вони тепер вже є самостійними генераторами антиукраїнської інформаційної війни у розмаїтих її варіантах. Вони свідомо опанували стратегічні, на їхню думку, ролі як комунікаційні «ефрейтори», «фельдфебелі» і як «фельдмаршали», як «фахівці», так і «націонал-патріоти», так і уся влада «за промовчанням», усі можновладці, владотримачі та їхні приплічники... Рядових серед них немає – суцільні підсвинки... Навіть за настання часу «Ч» оцю армаду нести тяжко і скинути шкода...

На перший, обивательський погляд, цілковита вітчизняна псевдоринкова «камарилья» нестямно силкується задовольнити потреби споживача, сплатити належне до бюджету й отримати прибуток, аби облагодіяти народ, але апетити їхні власні практично не мають меж.

Насправді ж, у процесі трансформації цивілізації у її інформаційний стан та у епоху глобальних зв'язків і залежностей. кожен матеріальний і нематеріальний об'єкт, який сприймається людською свідомістю й підсвідомістю, несе у собі певний «заряд» інформаційної інвазії та деструкції самості людини як особистості. І то, насправду, є тривожна істина, адже ми, чи наші рідні й близькі, щодня й щосекунди задіяні «по самі» вуха у семантично диверсійних структурах, і ніхто навіть не підозрює, що практично нікому окрім товстосумів такі структури не підзвітні, не підвладні й не доступні, хоч би як ми не силкувалися обійняти певну посаду, яка дозволяє приймати певні рішення чи бодай висловитися про істину, про правду нутра окупаційного режиму.

Маємо право мати право ні на що інше, окрім працювати, дослухатися до їхнього волевиявлення і виконувати призначене чи прописане, ну й, само собою, *купувати* за останню копійчину їхні сумнівної якості продукти й послуги та / або продаватися з останніх фізичних, інтелектуальних та ментальних сил...

**Кому ще маємо доводити, що у ХХ-ХХІ стст. план «червоної» Москви, помножений на план «Барбаросса» дорівнює нищенню етнічних українців у сумі: десятки мільйонів вимерлих від голодоморів + десятки мільйонів вбитих у війнах, які українці не розпочинали, + десятки мільйонів**

**депортованих і згноєних у Сибіру на Далекій Півночі та на Сході, + десятки мільйонів фізичних і духовних інвалідів та неповносправних, + десятки мільйонів емігрантів та зрештою + десятки мільйонів ненароджених нас... Тож сукупно близько СТА МІЛЬЙОНІВ ЗНИЩЕНИХ моїх земляків... Саме земляків, бо земля наша для них є найвищою цінністю, де ми, народ, за їхніми розрахунками – це є лише тимчасово не сповна виполотий бур'ян...**

За кожним, хто пав жертвою свавілля, чи етноциду, чи ідеологічних інвазій, на рідних теренах залишаються «тектонічні» розломи в родинах, у сім'ях: ненароджені й занедбані діти, навіть за наявності наркоін'єкцій у іноземній валюті. Вулканічні виверження пропозицій полишити плодоносні поля Батьківщини і поповнити лави гастарбайтерів, знедолених, безправних, дешевих, – закладають ще одну фугасну фінансову міну для майбутнього: ті, хто виїхали сьогодні, завтра не додадуть вагомої частки до «кошика» соціальних фондів. Таж післязавтра вони спробують віднайти там соціальні гарантії і захист, встануть в довжелезну чергу за пенсіями й іншими видами допомоги: «Дай!!!». А що можна отримати там, де нічого не було покладено окрім рабської праці?! Ясна справа – торбу жебрака.

Ніхто про народ сьогодні не дбає, а завтра й поготів. Кому це зрештою вигідно? Чи не є це інтелектуальна війна супроти нації, держави й усього українства?!

Не солодші перспективи в Україні й там, де владарює інвестор-зайда: рабська праця громадян-туземців використовується за платню, що у 30-50 разів дешевше від тієї, яку отримують за аналогічні операції працівники в країнах Євросоюзу. Невже українські жіночки у 30-50 разів «дешевші» за європейських? Мається на увазі ціна робочої сили, звичайно... І чому про це засоби масової інформації ані слова? Бо ж і в країні така сама ситуація. Гріш нам усім ціна, яку встановлено, але яку МИ ГУРТОМ ТА РАЗОМ ЗОБОВ'ЯЗАНІ ВИВЕСТИ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО РІВНЯ.

Зароблені за кордоном гроші без будь-яких перешкод чи санкцій перетинають митний кордон і поповнюють кишені національних хабарників, комерційних освітян, будівельних корпорацій, інших валютних бариг невстановленого походження й знову ж таки повертаються у благополучні країни-експлуататори. Це фактично означає, що зароблені потом з кров'ю валютні ресурси завдяки неукраїнським банкам і банкірам вичавлюють з нації людський інтелектуальний і енергетичний ресурс надарма, чим поглиблюють кризу українського національного генофонду. Натомість українці, наслуховавшись вчергове численних аналітиків і політиків типу «пан-зеники», глави держави чи уряду, депутати, – вже не ймуть віри цивілізованим формам бізнесування чи збереження коштів.

Внаслідок відсутності традицій і умов розвитку генеалогічно, ментально, політично й шляхетно виплеканої національної еліти в Україні велика частка громадян позиціонує себе по той бік берега, подалі від інформаційно

зачумленої нації, бо знає напевно, що, якщо комусь вдалося відшматувати ласенько від державного «пирога», значить, вигідніше й надійніше зникнути, розчинитися десь за кордонами у ближчих чи дальших сусідів зі скарбом. Нічого доброго тут не світить, та й «платити більше» сенсу немає...

Все ж таки оптимізму додає той факт, що новітнє покоління, яке народилося за часів незалежності України, не пасе задніх у світовому змаганні на вміння орієнтуватися у інформаційних штормах світового простору. З часом і власні штурмани, і власні капітани флагманів інформаційних революційних правдоносців від республіки Україна могли б опанувати певну агресивність у ринку. Чи щонайменше не відступатися у разі порушення прав людини.

Шкода, але й це покоління не пройшло імунізаційного щеплення від дефіциту ВІРИ, яку матеріальні цінності утримують менш за все. Не додала упевненості так само і спонтанно організована «помаранчева метушня», бо революцією таку наругу над демократією до й опісля неї навряд чи хто з професійних політологів може назвати. Спочатку надії, потім розчарування, а тепер – суцільне забуття і навіть каяття, бо супроти гасел, невігластва й інформаційного шуму нічого контрпропагандистського ніким запропоновано не було. Влада і її присьорбувачі залишилися при своїх нішах і інтересах, а народ – при своїх мізерних надіях і сподіваннях.

Якраз перед цим поколінням, переважно підприємців від малого й середнього бізнесу, які ні в кого копійки не вкрали, а лишень ризикували щомиті усім на світі, перед активною молодістю інтелігенцією з наближеною до європейської освіти свідомістю постає запитання: «повірити / залишитися чи виїхати назавжди»... [2]

Відповідним чином, до найперших наслідків інформаційної війни проти України окрім економічних негараздів належить духовна криза у середовищі громадян – **ДЕФІЦИТ ВІРИ**, – що породив такі складники характеристики країни та її мешканців: «клептократи» від влади, які дурять людей, від чого з'являються міфи про відсутність у країні чесних людей; відсутність генерального проекту «розбудови» країни, а значить, мети; падіння уламків «театрика» абсурду міні-шапіто з мільйонами «вірних» на вулицях; виснажені, змучені від перевтоми «глядачі» і слухачі інформаційної канонади, від чого співгромадяни заряджаються цинізмом, і що є вибухонебезпечною «пекельною машиною» зі «стиснутою пружиною» в душі від «пострадянських спільнот – безцільність існування, ситуативна держава, холодна громадянська війна» [3].

Рецепти протидії і контрнаступу за першої-ліпшої нагоди можуть між іншим притримати «пружину» всеукраїнського гніву. Проте небезпека вибуху

2. Михайленко М. Дефіцит веры. – Что расшатывает постсоветские политические системы? – «2000»: Свобода слова, 14.04.2006
3. Там само

не є гарантованою: а) «переродження временщиків без генеалогії, без внутрішньої сили й натхненної мрії»; б) очікування винних у «прихватизації» заради того, аби «видати їхні «голови» народу»; в) відступитися перед джипами й пропустити ешелон з «помірковою, демократичною, ліберальною, компрадорською та ін.» «елітою Меншого Зла»; г) не відступатися і «проголосити когось (кандидати вже є) рятівником Батьківщини»; д) і «найскладніший – перезаснування нашої держави. Хоча б як демократії, потужного регіонального лідера, де «українське громадянство» означатиме оте добре, що його надбало все європейське співтовариство. Держава, в якій дефіцит віри в себе і в майбутнє, нарешті вгамується» [4].

До найбільш дієвих складових самозбереження та національної ідентичності формування достойних республіканства й вікопомних демократичних традицій українських громадян належать такі:

- мовна і культурна ідентичність у модерному, пострадянському варіанті;
- самодостатнє особистісне виховання, навчання й плекання громадян з боку держави і влади;
- республіканський вишкіл молоді і просування найбільш достойних та амбітних осіб на виборні та / або на чиновницькі щаблі влади;
- розширення бізнес-амбіцій від торгівлі – до виробництва, до новацій та інновації вітчизняних наукових і науково-технічних Hi tech і know how, до конкурентоспроможності у глобалізованому світі;
- експансія на усіх континентах українства включно українські товари і капітали;
- інформаційна боротьба легітимними способами, засобами, методами і прийомами;
- модерна інтелектуальна й культурологічна самореклама.

Семіотика як наука про форму, зміст і структурні відношення елементів знакових систем останнім часом виходить за межі самодостатньої теорії.

Цивілізація переходить кордони індустріального суспільства і входить в царину суспільства інформаційного. Таким чином, теорія знакових систем стає універсальною для пізнання феноменів природи, суспільства і людини у максимально можливих обсягах за будь-яких обставин опанувати інструментарій формування духовно-ментальних рис людського фактору, який є, був і залишається вирішальним інструментом взаємодії і протидії на розмаїтих полях битви.

---

4. Там само

## ТОВАР, ІНФОРМАЦІЯ ЯК СЕМАНТИЧНИЙ КОД ТА СУТНІСТЬ ОСОБИСТОСТІ І НАЦІЇ

Мова, мовлення, мислення є засобами реалізації розумової діяльності та обміну думками – комунікації людської спільноти. За умови порозуміння (ідентифікації) значень елементів, що вживаються при спілкуванні, суб'єкти комунікативного процесу встановлюють контакти і адекватно реагують. Структурне – зовнішнє в системі мови, мовлення і мислення має форму знаків. Внутрішнє, змістовне – це семантика, без чого процес комунікації втрачає будь-який сенс.

СЕМАНТИКОЮ ТУТ МИ НАЗИВАЄМО СУКУПНІСТЬ АБО ЄДНІСТЬ В ОДНОМУ ЗМІСТІ, ЗНАЧЕННІ І СЕНСІ ОДИНИЦЬ МОВИ, МОВЛЕННЯ, МИСЛЕННЯ ТА ІНШИХ УСВІДОМЛЕНИХ ПРЕДМЕТІВ, ЯВИЩ І ВІДНОСИН СУБ'ЄКТИВНОЇ ТА ОБ'ЄКТИВНОЇ ДІЙСНОСТІ.

Семантичне є невід'ємною гранню триєдиного феномена семіотики: прагматика, синтактика і семантика і досі залишається *tabula rasa* («чиста дошка») у свідомості українців та й в українській філософії на загал. Зверненню до семантичної проблематики ми завдячуємо традиціям Львівсько-Варшавської школи логіків, математиків, філософів, психологів та лінгвістів, які до середини 2010-х рр. успішно продовжувалися у формі традиційних читань пам'яті професора Казімежа Твардовського у м. Львові.

До слова буде сказано, провідники ідей позитивізму, неопозитивізму, логічного та лінгвістичного аналізу, науковці Віденського та Празького філософського гуртка, Львівсько-Варшавської філософської школи, Данського (Копенгагенського) структуралізму з початком другої світової війни змушені були емігрувати з Європейських теренів. Адже тоталітарні режими як Заходу, так і Сходу загрожували фізичним знищенням провідників цієї свободололюбивої філософської доктрини. До витоків позитивізму й неопозитивізму по праву належить філософія та ідеологія ненасильства від Б. Рассела, яку ХХ столітті на вівтар свободи поклали десятки мільйонів провідників антиколоніального чину й духу від Махатма Ганді та Нельсон Мандели. до Людвіга фон Вітгенштейна.

У процесі пізнання людство все більше доходить висновку про необхідність вивчення й застосування у практиці державотворення спільності феноменів природи, суспільства і духовного буття людини. Поняття “семантика” сьогодні зустрічається в філософії, лінгвістиці, інформатиці і почасти в медицині. Разом з тим не зайво розтлумачити тривіальні ознаки даного феномену. Скажімо, сонячне проміння є знаком для рослин розкрити пелюстки і подати знак бджолам для споживання нектару й запилення. Хіба це

не є комунікація чи елементарний інформаційний обмін у природі?

Таким чином ми стоїмо на порозі не простого ототожнення буття з волею Всевишнього, але й адекватного його трактування як на побутовому, так і на теоретико-прикладному рівнях.

Відтак, в економічній науці вартість як міра корисності товару, капіталу чи робочої сили є внутрішнім феноменом грошових знаків та правил їхнього існування й функціонування. Знаменитий семіотичний трикутник Ордена-Річардса (знак-сигніфікат, значення-десигнат, означуване-денотат), як виявилось, є актуальним сповна і для світських наук, і для теології.

З філософської точки зору, вартість в економічній науці є не що інше, як відображення сутності знаків, котрі є відображенням еквівалента для товару (послуги) і відіграє роль внутрішнього мотиватора у процесі суспільно-економічної комунікації в суспільстві. У природному середовищі такі процеси заледве можливі. Адже грошові знаки є абстракцією третього порядку, до чого нездатні живі, але не одухотворені суб'єкти та предмети. Сенс процесу і результату взаємин між виробником, посередником та споживачем є задоволення потреб – отримання певного результуючого ефекту: біологічного, фізіологічного, духовного, морального, матеріального тощо.

Потреба виникає як наслідок певного евристичного позову чи дискомфорту і спричинюється як внутрішніми чинниками, так і зовнішніми впливами. Задоволення матеріальних і духовних потреб людини спонукає до самореалізації в житті, до творчості й отримання задоволення, що саме й відрізняє людину від інших живих істот. Смысл (сенси) товару і грошам задає ринок, споживач, а наповнює його внутрішню сутність відповідно до свого розуміння власник бізнесу.

Міра вартості як і міра значимості у процесі комунікації виробляється і встановлюється на основі суспільної угоди. Наприклад, 1 гривня включає 100 копійок. При цьому вартість конкретного товару (послуги) вимірюється конкретною зручною для суспільного загалу кількістю грошових одиниць. Але до настання певних обставин 1 гривня не може замінити 100 дол. США. Адже для міри вартості має бути суспільний консенсус, який ґрунтується на відповідності міри пропозиції й попиту, міри споживання й міри виробництва, міри ціни й міри якості тощо.

Основною метою товарно-грошового дійства (бізнесу) є адекватне ситуації вираження відношення міри вартості до споживчих якостей, знаходження потреби та її задоволення. Умовою успіху у бізнесі є отримання сторонами або хоча б однією з них певного зиску – вигоди матеріальної, чи



моральної, чи вітальної, чи духовної, або цілої сукупності преференцій. Відсутність вигоди чи інтересу зводить ринок нанівець.

Наука соціоніка довела, що у суспільстві взаємовідносини між особами стаються, як правило, за умови, що суб'єкти формулюють свої наміри і домовляються у триєдності іпостасей: замовник – посередник – виконавець. Якщо посередників на певному етапі немає, то посередницькі функції виконують грошові знаки і їхні значення (семантика): потенційна можливість задовільнити потребу, тобто на взаєм за кошти чи послуги отримати необхідне – товар, послугу, гарантію, преференцію тощо.

Третій учасник як критерій у двосторонніх відносинах, – це об'єктивна даність і Божого, й іншого (наприклад, третейського суду): внутрішня воля і потреба самореалізації. Але спочатку відбувається інвентаризація внутрішніх особистісних вартостей, визначення власних пріоритетів і безкінечний, негатовий евристичний пошук істини буття.

У ринковому середовищі, коли процес виробництва переростає сам себе і виходить з-під контролю у сферу надвиробництва, роль посередника зростає надзвичайно і в першу чергу задля прискорення процесу товарно-грошового обігу. На перший план виходить не власне товар, якого завжди надто багато, щоб покупець міг адекватно зорієнтуватися, а знання про його властивості й переваги над іншими товарами, найповніша інформація про товар і про способи його придбання та споживання: реклама, маркетинг, промоушн, дистрибуція.

Отже, інформаційне суспільство – це є об'єктивна даність надвиробництва, коли власне інформація стає повноцінним товаром, а семантика, як нелінійний наповнювач і накопичувач знань і характеристик товару / послуги прирівнюється до вартості, яка або має, або не має для певного споживача цінність, або здатна чи нездатна задовольнити певну потребу. І віртуальна реальність – це не що інше, як екологічно чисте товарне виробництво, на перший погляд, якщо не зважати на інформаційний «бруд», яким заражено ефірний простір засобами масової комунікації. Ідеальне, здавалося б, дійство для задоволення потреб без втручання у природні процеси буття. Проте екологічність і чистота самого віртуального товару є сумнівною з огляду на той факт, чи «сіє» такий феномен у свідомості та підсвідомості споживача добре й вічне, чи вводить в оману реципієнтів, задовольняючи надмірні апетити замовника товарно-ринкових семантичних версій і диверсій.

На перший план в ринкову епоху інформаційного суспільства виходить не власне товар / послуга, яких завжди надто багато, аби покупець міг

адекватно зорієнтуватися, а знання про їхні властивості й переваги над іншими товарами, найповніша інформація про товар і про способи його придбання і споживання, адекватність розуміння сутності товарів, капіталів, робочої сили і процесів, системи їхньої взаємодії з усіма учасниками ринкового дійства у будь-якій точці дотику. Відтак інформаційне суспільство – це є об'єктивна даність, яку цивілізована спільнота мусить формувати у власних інтересах, аби не канути у небуття, як це вже було в історії й у доісторичні епохи і ще може бути.

Першочергове інформаційне, а наступне – фізіологічне чи ментальне задоволення потреб здійснюється за допомогою як традиційних торговельно-посередницьких, так і новітніх комунікаційних систем, які обслуговують товарно-грошові стосунки речемисленнєвими, семантичними засобами.

Тут посередник перетворюється із звичайного комівояжера на інтерпретатора і виробника специфічного семантизованого комунікаційного товару / послуги. Як у процесі бізнесу зокрема, так і у процесі комунікації взагалі присутні вартісні, значимісні, а значить, семантичні оцінки та критерії диференціації об'єктів, суб'єктів, станів, зв'язків тощо. Такі процеси й процедури відбуваються стається за допомогою оціночних мотивацій у прийнятті рішень та у виборі реакцій і поведінки усіх зацікавлених сторін.

Таким чином, гроші у формі реальних та / або віртуальних знаків, як міра вартості від початків їхнього існування, були, залишаються і будуть одним із найважливіших засобів оцінювального спілкування між людьми, між юридичними та фізичними особами, що ми так чи інакше вчиняємо щомиті і про що “стидаємося” говорити. Мова грошей – це чи не найвпливовіша за своїми аргументами сила суспільного буття.

Усілякі ділові навіть звичайні домовленості та переговори мають сенс лише тоді, коли є обопільний чи принаймні односторонній інтерес і коли вони завершуються угодою (усною чи письмовою), однією із складових якої є ціна, котра виражає вартість предметів, процесів чи стосунків у грошовому вираженні та / або у моральному задоволенні.

Виконання чи невиконання таких угод контрагентами спонукає до певних застережень, дій чи протидій задля задоволення потреб сторін. В інших випадках попередні домовленості нібито не мають сенсу. Але вони не завжди марні. Набутий досвід переговорів та “торгів”, як позитивний, так і негативний, стає латентною передумовою майбутніх успіхів і мусить бути врахований у процесі прийняття рішень.

## Що ж спільного між вартістю та семантикою?

По-перше, обидві ці категорії поєднує належність до внутрішнього стану відповідних субстанцій, які притаманні тільки лише людям, – грошей та мови (мовлення, мислення): міра вартості, міра ціни, міра значимості, міра цікавості тощо. І то не залежить від того предмета, який сторони речемисленневими засобами оцінюють, товар, послугу, предмет, ідею, людину чи явище природи, суспільства тощо і присвоюють конкретному об'єкту певну вартісну / споживчу якість, мірою якої є як гроші, так і емоції, так і інші внутрішні мотиви й чинники. Недарма кажуть, що є речі, які за гроші не купиш, але мимо пройти без вияву емоцій неможливо.

По-друге, як гроші (штучна міра вартості), так і мова (мовлення, мислення) – це є засоби трансформації зовнішніх сутностей у систему внутрішнього – у зміст, значення сенс (семантику), що вони активуються у свідомості людей. Гроші – це є штучно утворені системи знаків, що базуються на певному вартісному досвіді індивідів та / або соціумів і збуджують відповідні нейронні комбінації у центральній нервовій системі, в першу чергу у головному мозку учасників дійства: виробника, продавця, посередника, покупця.

Внаслідок товарно-грошового обміну задовольняються та / або спонукаються комунікаційні потреби і стани. До комунікаційних потреб і станів ми відносимо як вітальні (життєдайні), так і змішані – фізіолого-емоційні потреби й стани, до яких зокрема належать естетичні, продовження роду, задоволення, релаксації, ризику, сміху, страху, ейфорії, пізнання, агресії, депресії, перемоги, підкорення чи навіть приниження тощо.

Система задоволення вказаних потреб стається в контексті таких невід'ємних осередків та / або процесів: дихання, їжа, одяг, житло, навколишній природній світ, суспільство, праця, споглядання, комунікація та ін. Власне людину задовольняє не сам предмет (товар, послуга), а в першу чергу реалізація (як факт) мети, що за його допомогою досягається. А це, як правило, стан комфорту душі, тіла і свідомості.

Товарно-грошові семантичні процеси після певної інформаційної взаємодії (переговорів) передбачають двосторонні заходи по підготовці, укладанню, продовженню та / або припиненню цивільно-правових угод купівлі-продажу, дарування, спадкоємності, обміну та ін.

В науці немає критеріїв семантичної оцінки названих процесів, адже по суті вони є нелінійними. Так само, як і комунікаційні, бізнесові семантичні процеси характеризуються параметрами, що притаманні нелінійним системам,

у першу чергу гіпотетичним матеріальним часткам – кваркам, а саме: зачарування, дивовижність, барва, форма, мелодія, смак, ерос та ін.

Як приклад слід навести найвпливовіші елементи засобів масової комунікації: рекламні блоки на телебаченні, які діють і на свідомість, і на підсвідомість. Так, дітвора під час демонстрації такого ролика без стороннього спонукання відкидає іграшки і зосереджує свою увагу на рекламі. Інакше на це реагують дорослі. Інколи ми навіть не сподіваємося, що купимо певний товар, який і не збиралися придбавати. Мотивація типу “лихий попутав” – це поверхове пояснення феномену купівлі згідно зі спонукою внаслідок рекламного впливу. Тут спрацьовує система нейролінгвістичного програмування (НЛП), яка стала окремою, втаємниченою наукою і практикою, на жаль, тільки не в системі легальної науки і освіти України. Згідно з цією системою, програма, що закладається для трансляції у свідомість та підсвідомість індивідів, структурована за класичними правилами драматургічного жанру: зав’язка, розвиток дії, кульмінація, розв’язка та епілог. Звичайним громадянам доступ є до нічого іншого, окрім бути законослухняними споживачами монополізованого ринку товарів, капіталів та робочої сили.

Комунікаційні дієства завжди цілеспрямовані й відбуваються згідно з певною системою правил, а також являють собою специфічну “гру в одні ворота” дійових осіб включеного у суспільно-політичний контекст ринкового дієства. В ідеалі вигравати мали б усі сторони, що беруть участь або мають намір долучитися до процесу: автори, виробники, посередники, споживачі. В реальній дійсності хтось виграє, а хтось і програє. Програш з гарантією довершення повного безправ’я від народження й до відходження завжди на стороні неімущих та малоімущих співгромадян, які відчужені від реальних комунікаційних ресурсів, які навіть на виборах позбавлені права вголос висловлювати власну думку.

Таж саме поняття програшу є відносним, адже аналогічне дієство можна спланувати й повторити на іншому рівні, – на рівні громадянського суспільства, на рівні всезагального обміну інформаційним контентом, на рівні незалежного від чиновництва всенародного ухвалення найважливіших державних / муніципальних рішень. За чинних нині умов всевладного регулювання і навіть маніпулювання суспільною думкою отримати бажаний для громади результуючий ефект при виборі рішення, а надто виграш, задоволення ані процедурно, ані фактично не є можливим. Насправді ж, виграє тільки сторона-генератор цієї маніпулятивної інформаційної енергії, що вона

кодує, ба, навіть паралізує масову свідомість, але не несе жодної відповідальності за шкоду чи навіть за можливі фатальні наслідки від такого масового зомбування.

Суто інформаційні семантичні процеси (обмін сигналами, думками) є наслідком взаємодії природних суб'єктів, процесів та явищ взагалі. Так, коли хмари вкрили небо, то це явище сприймається як сигнал навіть для рослинного і тваринного світу про можливі наслідки: вітер, дощ, сніг, грім-блискавка тощо. Передаються не самі явища, а інформація про них, відбувається семантична взаємодія істот і природи, стається відповідне реагування. Інформаційні потоки у природі невинні і невичерпні, і суб'єкти (об'єкти) реагують на них відповідно до наявної програми буття. Не реагує взагалі те, що не існує.

Зміни стану навколишнього середовища спричиняють структурні зміни неживої природи: вода замерзає чи випаровується, сніг падає або тане, дерево завмирає або розпускається. Так само у живій природі: тварина засинає чи прокидається, птах відлітає чи прилітає тощо. Сигнали природи спонукають людей відповідно мислити і діяти задля задоволення своїх потреб і в першу чергу вітальних: готуй санчата влітку, а воза взимку.

Ступінь точності прогнозування настання чи певного перебігу подій з огляду на наявний досвід ще не є гарантом адекватності реагування суб'єкта. Так само суб'єкт не завжди застрахований від помилок у процесі вибору реакцій чи прийняття рішень.

Дуже поширеними є семантичні диверсії, коли або бажане видається за дійсне, або істинне приховується і натомість підкладається сурогат товару, послуги, капіталу чи робочої сили. Саме заради застереження певних семантичних диверсій на ідеологічному, політичному та соціальному рівнях на початку ХХ ст. виникла і розвинулась філософія аналізу (аналітична філософія), до якої доклади зусиль логіки, математики, психологи, філософи, лінгвісти.

Найперше, що хотілося б змінити, та це позбутися панування всеукраїнського безглуздя, коли держава взагалі відмовилася від державотворчої ідеології, – це спонукати й забезпечити всебічний розвиток меценатства у напрямку філософського обґрунтування ринкових реформ, аби не повторилися ті “десять днів, котрі потрясли світ”... І, слава Богу, що на цей заклик відгукнулась інформаційний спонсор українського національного ліберального ідеалізму, так можна трактувати цю ідейну течію з політологічної точки зору, – економічна газета України “ДІЛО”. Саме цей відроджений часопис було розчавлено антиукраїнцями, антикапіталістами та антиділовиками

у Львові, адже плекання хазяйських традицій, притаманних українству часів ХІХ–першої половини ХХ століття, було визнано викликом цій реакційній совкомівській всеукраїнській владі у столітті ХХІ.

На мікрорівні людини крах ідеалів, невдало вибрана позиція в певній життєвій ситуації чи спонтанно куплений товар, що не задовольняє сподівань, не слід вважати кінцем світу чи трагедією. Позитивне світобачення, що сповідують саме філософи-аналітики, навіть у невдачах надає перевагу корисному: навіть невдалий досвід і саме такий досвід – це важка сходинка до вершини успіху, без чого і вершин не буває.

Правду кажуть: той, хто не “літає” і не мріє злетіти, а твердо стоїть на землі, навіть подумки літати не в стані. Отож, назавтра його у справах, чи в побуті обженуть мудріші, ті, хто швидше оперує інформацією. Бо інформаційні та грошові комунікаційні знаки й потоки ніколи без діла не лежать: вони переходять з рук в руки, а їхня семантична сутність “працює” в упорядкованому середовищі радше на інтелектуалів, аніж на бездуховних крамарів чи нуворисів, радше на креативних само зайнятих менеджерів, аніж на процвітаючих узурпаторів влади й власності.

Наші теоретичні надбання з проблем семантики в ринку сьогодні майже не мають системного попиту. Проте, немає сумніву, що наука завжди випереджувала суспільну свідомість на десятиліття, а то й на століття. Епоха інформаційного суспільства у тисячі разів прискорює так само й систему інновацій соціальних ідей. Ось чому є впевненість у нездоланній силі знань.

При цьому кожному варто замислитись і перш ніж розпочинати якусь справу, розробити сценарій міні-вистави й виступити автором, режисером і продюсером власного товарно-грошового (бізнесового) або чисто інформаційного дійства, майстром словесності, мотивування й пропаганди.

Всесвітньо відомий американець Лі Яккока підкреслював: «Я всегда считал, что менеджер добился многого, если оказался способным побудить к энергичной деятельности хотя бы одного человека. Когда речь идет о том, чтобы предприятие двигалось вперед, вся суть – в мотивации людей. Вы можете уметь выполнять работу за двоих, но не в состоянии быть сразу двумя людьми. Вам следует побудить к деятельности своего подчиненного и заставить его, в свою очередь, побуждать к деятельности своих подчиненных. – [<http://www.management.com.ua/bp/bp006-2-3.html>]... «Капитализм, основанный на свободе предпринимательства, представляет собой лучшую из экономических систем, какие когда-либо видел мир. Я на сто процентов ее поддерживаю. При прочих равных условиях она обеспечивает единственно

возможний путь продвижения вперед. – [<http://in-time.by/images/stories/Books/Files/Karjera%20menedzhera.pdf>].

Отже, перше – це здатність до мотивації персоналу, а друге і найважливіше – це свобода підприємництва, тобто виробництво товарів та надання послуг споживачам. Успіх залежить від здатності знайти свого покупця, а, можливо, й ту німецьку людину, якій допоможе Ваша добродіяльність. І задоволення отримується не тільки й не стільки завдяки зиску чи грошам, але й завдяки увазі, що її Вам приділили незнайомі люди.

Універсальними семантичними параметрами, що характеризують інформаційні системи суб'єктно-об'єктних відносин, згідно зі вченням австрійського філософа Л. фон Вітгенштейна, є принципи “не-повноти”, “нетотожності” та “саморефлексії”: «Світ є все, є подією.»; «Світ є сукупністю фактів, а не речей.»; «Мова маскує думку. І маскує так, що із зовнішньої форми маски не можна скласти уявлення про форму замаскованої думки, бо форму маски утворено зовсім не для того, щоб із неї можна було впізнати форму тіла.» «Межі моєї мови означають межі мого світу.»; «Мої тези надають ясності тому, що кожен, хто мене розуміє, наприкінці визнає їх безглуздими, коли завдяки ним – за ними – підійметься над ними (так би мовити, мусить відкинути драбину, спершу піднявшись по ній). Він мусить їх подолати, тоді його погляд на світ буде правильний. Про те, про що не можна сказати, треба мовчати...» [[http://pidruchniki.ws/1589031537735/filosofiya/lyudvig\\_vitgenshtayn\\_1889-1951](http://pidruchniki.ws/1589031537735/filosofiya/lyudvig_vitgenshtayn_1889-1951)].

Саме з цієї причини у сфері комунікації існує так званий “зіпсутий телефон”, бо люди не завжди адекватно сприймають, розуміють, оцінюють і трактують отриману інформацію, або шире й відверто повідомляють про отримане чи існуюче зцінення. Натомість генератор семантичних диверсій, як правило, закладає власний механізм, що він приводиться в дію задля досягнення бажаного агресором результуючого ефекту у свідомості / підсвідомості реципієнтів.

Отже, товари, капітали і робоча сила на початках, у процесі комунікації (обміну інформацією), не виявляють достатньо повних відомостей про себе, бо є завжди нетотожні поняттям, уявленням про них у авторів, виробників та споживачів, і лише у процесі інформаційного та товарно-грошового обміну здатні до саморефлексії, до відображення. Тож маркетинг покликаний ліквідувати таку невідповідність істинного стану речей бажаному і заповнює відповідні прогалини у системі маніпулювання масовою свідомістю.

Відтак, семантика (зміст, значення, сенс) об'єктивно завжди присутні. Тільки сенс певного явища (предмета, відношення) є для кожного суб'єкта

індивідуальним, власним. Колись для папуасів грошові знаки від європейців чи американців не мали жодного значення. Понад те звичайні кольорові скельця чи “гаряча рідина” мали більше значення й сенс, аніж гроші, бо момент споживання і задоволення потреб наступав миттєво.

Щось подібне чиниться тепер в Україні, коли “на плаву” тримається лише частка сировинної, сільськогосподарської, скло-дзеркальної та харчової промисловості. Високі технології разом з «ноу-хау» залишаються у країнах-виробниках, які власне й процвітають завдяки нещадній експлуатації чужої сировини й напівфабрикатів, гастарбайтерів і відповідно – доданої вартості. Ієрархія якостей споживання зазнає позитивних змін зі зміною цивілізаційних процесів у напрямі конкурентного ринку.

Модифікована упродовж століть ментальність східноєвропейських націй на клітинному рівні змушена миритися зі власною менше вартісною «дефективною» духовною й душевною ницістю перед ситим Заходом. І то потребує не одне десятиліття, аби вичавити з національного духу ницість рабської сутності, а також марнотратства й розбещеності, які навіть історично неможливо збагнути одразу. Скажімо, пайок / крихти хліба в Україні та Росії за часів голодомору чи у блокадному Ленінграді заледве можливо співставити з нинішніми кризовими явищами, коли гори черствого хліба викидаються на смітник. При цьому значення хліба, як найпоширенішого акумулятора енергоресурсів, для людини – одне й те саме завжди, навіть за умови різної структури харчування.

У свою чергу, процеси, що відбуваються в організмі людини зовні чи зсередини, їх симптоми і наслідки завжди відтворюються й сприймаються у вигляді знаків (сигналів), а їхня семантична реалізація (зміст, значення, сенс) стається лише у середовищі наявності інтелекту, інстинкту. Тварина здатна самовиліковуватись, людина теж, але інтелектуальний досвід людини ґрунтується на досвіді минулому і менш за все на інстинктах.

Скажімо, піктограми на камені, що дійшли до наших днів, не відразу, але все ж піддаються дешифруванню: їхню семантика загублено упродовж тисячоліть разом з досвідом, звичаями і ментальністю давніх творців та носіїв. Ретроспективні логіко-лінгвістичні та семантичні дослідження сучасних науковців відкривають завіси над забутими не лише мовними, але й історичними та соціально-економічними реаліями тих часів, над картинами давнього минулого, і дозволяють попри шалений спротив некоронованих володарів «абсолютних» істин зібрати діаманти практичного досвіду предків на рідних теренах і збагатити сьогодення, не забуваючи про майбуття. Трипільські



артефакти є наочним виявом найдавнішої цивілізації, яка є родом з нинішніх українських земель

[<https://www.google.com/search?q=trypillya&hl=ru&tbo=u&tbn=isch&source=univ&sa=X&ei=9jMRUa23L8ep4ATxoGYAQ&ved=0CFQQsAQ&biw=1098&bih=590>]. . .

Без філософського осмислення минулого, дійсності, а також сутності комунікаційних процесів, цивілізаційний поступ неможливий. Семантика (зміст, значення, сенс) будь якого феномену (матеріального чи ідеального) функціонує лише у свідомості живої істоти, вищою серед яких є Людина Розумна.

Ринкове суспільство характеризується найвищим ступенем розвитку товарного виробництва. Належність товару до продукції виробничо-технічного призначення чи до продукту споживання не виключає його сутності – задовольняти потребу. Основні види потреб можна розділити на вітальні та інтелектуальні. До вітальних належить товари, що задовольняють психофізіологічні потреби і підтримують належний стан здоров'я і навколишнього середовища. Інтелектуальні потреби задовольняються потребами культурно-етнічного, етико-морального, духовного та науково-пізнавального сенсу.

Вартісні орієнтири для товарів в людських спільнотах розставляють продукти, які самі по собі стають товаром, але початково служать характеристикою тих чи інших властивостей. Це рекламна продукція: інформація на різноманітних носіях, що передує зв'язку будь якого товару (послуги) з потенційним покупцем.

Поряд з вартісною та інформаційною складовою будь-який товар характеризується триєдністю рис етнічного, етичного та екологічного плану в залежності від нації, звичаїв та природних умов. Етнос, етос і екос – це ті складники, що відрізняють однойменні товари одне від іншого на міжнародному ринку. Проте процеси неоглобалізації поступово ліквідують грані національно-культурного розмаїття.

До настання часів державної незалежності культурно-етнічна, морально-етична та природничо-екологічна складова українського товарного виробництва була інтегрована в монопольній системі під маркою “Сделано в СССР”. Відтак, за інерцією минулі два десятиліття незалежності нашої нації нічого суттєво не змінили. В ринку український виробник є відомим почасти завдяки традиційним етнічним надбанням: вишиванки, писанки, неакадемічне малярство, тощо. Меншвартість та недолугість українства час від часу підкреслюється негативними прикладами, що їх символізують такі товари, як сало та автомобіль “Запорожець” та інші, які вже укоренилися й увійшли як негативи до світової антології анекдотів і найманих семантичних диверсантів.

А у підтексті отих холуюватих паплюжників відбувається замовлене брутальним хазяїном ёрничание, за віщо потім стаються потворні своєю розкішшю на тлі всенародного зубожіння хабарницькі дачні городища в заповідних районах Москви і Києва.

Завдяки антиукраїнській конкурентній війні, внаслідок добровільного роззброєння і наступної «беззубості» України як держави і як нації наші сучасні досягнення в космічних сферах, в транспортному машинобудуванні, авіації та виробництві озброєнь світ вважає нормою не помічати. Тенденція збереження за Україною іміджу сировинного придатку – це результат невігластва української влади в простих речах: в ринку перемагає нація, котра рухається вперед на крилах фірмових стандартів. І в Україні таких прикладів достатньо. Це відомі харчові торговельні марки, але тільки лиш не високодохідний Хайтек. Щоправда, українською, як правило, залишаються тільки лише найдешевші у світі робоча сила та інтелект. Усі ж прибутки та привілеї все одно належать тим таки заїжджим інвесторам та ненаситним офшорним маніякам.

Видатну роль в антиринковій ментальності радянського народу зіграла література. Ось лише піщинка перлів творчості С. Михалкова: “Я знаю есть еще семейки, где с умилением глядят на заграничные наклейки, а сало русское едят”. Себто, як собі вважає автор, наклейки, бренди, торгові марки – це сміття. А ось сало – це натурпродукт, хоча увесь світ знає ціну салу, як постачальнику зайвого холестерину до кровоносних судин.

Разом з тим в тіні невідомості полишаються товари найвищої якості і гатунку, які не здобули імені без відповідної торговельної марки. Тільки у Львові таких прикладів можна навести десятки: продукція ювелірного заводу, об'єднання лікєро-горілчаної та спиртової промисловості, складзеркального заводу, заводу алмазних інструментів і багатьох інших.

Світовий ринок настільки насичений товарами і послугами, здатними функціонально задовольнити будь яку потребу, що споживач здебільшого зупиняє свій вибір на зовнішніх національних ознаках товару, які мають вікові традиції: екібана – з Японії, шовк – з Китаю, шерсть – з Великобританії, джинси – з США, парфуми – з Франції, дерев'яні маски – з африканських країн.

Прикраси, предмети розкошу, певні атрибути одягу і взуття є найуживанішими товарами, що засвідчують етнічну, етичну та екологічну частку національної свідомості, втілену в матеріальні речі. Так само предмети культу, релігійної обрядовості, літератури, мистецтва, музики, живопису.

Деякі національні параметри товарів при тиражуванні на різних континентах ніби втрачають свої корінні риси і стають загальноживаними.

Скажімо, важко встановити без спеціального аналізу, хто перший є власником ідеї овальної форми автомобілів типу “Deu”. Прямокутні американські, англійські та шведські авта дедалі активніше набувають зручних та обтічних форм.

В Україні товаровиробник частіше за все ту чи іншу товарну позицію чи торговельну марку обирає наосліп. Конструктори та дизайнери, як правило, користуються аналогами й прототипами, що несуть чужу українській ідеологію і ментальність з огляду на культурно-етнічні та морально-етичні характеристики товару. Це стосується в однаковій мірі і матеріальної, і духовної, й інформаційної сфер.

Виходячи з нагальних потреб утвердження України у світовому цивілізаційному просторі, слід поставити й вирішити проблеми надання українському товарному виробництву національної самосвідомості. Це є аж надто складне завдання, аби довірити його вирішення політикам чи економістам. Проблема можливо подолати лише за участю інтелектуалів, фахівців і митців за умови їхньої фахової консолідації.

На першому етапі необхідно розробити концепцію формування банку даних українських національних рис на тлі: предметів домашнього вжитку, одягу та взуття, архітектури, знарядь праці, художнього промислу, декоративно-прикладного мистецтва, народної музичної творчості (тексти, мелодії, інструменти), фауни і флори, предметів культу тощо. Паралельно з діахронними базами даних названих предметів, а також технік і технологій виготовлення нагодилося б сформувати банки даних промислової продукції і взагалі товарів, що вироблялися ф виробляються як на продаж, так і на виставку.

Ця копітка робота, можливо, розтягнеться на роки і навіть не матиме позитивних результатів, якщо не вжити в державі дієвих заходів. До першочергових належать, на нашу думку, спецкурси національного етнокультурного, етико-морального та еколого-природничого дизайну для бізнесменів, державних службовців і фахівців в усіх сферах буття, як в науці та освіті, так і у виробництві і торгівлі, як у побуті, так і у засобах масової інформації.

Взагалі філософія товару полягає у триєдності: авторського задуму, промислового виконання і продажу (задоволення попиту). У свою чергу авторський задум передбачає існування творчої, свободної особистості, наявності зацікавленого інвестування та суспільної актуальності й необхідності актуалізації проекту. Промислове виконання товару потребує залучення

людських техніко-технологічних та фінансових ресурсів, бажання, волі та інвестицій власника, а також оптимальних умов мінімізації ризиків. Соціальне замовлення (потреба) та / або воля господаря формують логістику та ринки збуту товару. Відсутність будь-якої ланки у такому триєдиному національному ринковому ланцюзі призводить до банкрутства ідей, товарів і власників капіталів, а у висліді – узалежнення держави від сторонніх інвазій – фінансових, економічних, політичних, ментальних, моральних аж до втрати суверенітету.

Національні стандарти якості, патенти, ліцензії, ноу-хау з огляду на поліетнічність нації мають передбачати традиційні українські чи інші територіально-етнічні риси в дизайні та у внутрішніх (функціональних) якостях товарів / послуг. Державні компетентні відомства України з цього огляду мають отримати ранг провідних структур надміністерського типу і бути акумулятором і генератором енергетики українського національного підприємництва. Привнесення до форми та змісту товару / послуги національного колориту і шарму з гарантією забезпечить успіх українства як у Європейському, так і у світовому просторі ідей, інформації, товарів, послуг і не в останню чергу духовності.

Процесам глобалізації ринкових і політичних стосунків передують інформаційні процеси, які ніколи не є нейтральними, адже завжди заангажовані певними інтересами інвесторів. Відтак, інформація трансформується у продукт, у товар зі специфічними, ідеологічними властивостями юридичних та / або фізичних осіб, які фінансують власні інтереси.

Інформаційний продукт – це специфічний товар у ринку. Ось чому успішна діяльність у інформаційному бізнесі можлива лише за певних умов, що докорінно відрізняються від звичайних, які характерні для планової, командно-адміністративної економіки. Діяльність державних центрів науково-технічної та економічної інформації у недалекому минулому цілком узгоджувалася з системою, де генеральним замовником, державою, здійснювалося і планування, і управління, й фінансування продукції.

На пріоритетних напрямках науково-технічного прогресу усю діяльність держави та її інституцій було підпорядковано військово-промислому комплексу та виробництву засобів виробництва: товарів групи “А”. Науково-технічна інформація взагалі і послуги з НТІ зокрема обіймали в основному сферу нових розробок з повною гарантією фінансування, тобто їхньої реалізації. Від працівників вимагалось небагато: середній рівень компетентності, середній рівень аналітичного мислення і повний послух. За це

держава розраховувалась стабільністю, соціальними гарантіями і середнім достатком.

Після розвалу політичної системи СРСР неминуче настав розпад галузевих та міжгалузевих науково-технічних та технологічних зв'язків і програм. Центри науково-технічної інформації (НТІ) раптом опинилися у режимі автономного функціонування. Мізерні бюджетні асигнування не можуть покрити витрат на повноцінну роботу у формуванні та підтримці у належному стані фондів науково-технічної, технологічної і патентної інформації, а значить, вітчизняного інвестора-виробничника та креативного науковця чи фахівця-технолога. Звісно, прибульцям-інвесторам аж ніяк не до снаги національний товаровиробник і такий самий вітчизняний претендент на повні права автора та права інтелектуальної власності.

Відтак ринкові перетворення найболючіше вдарили по науці і науковцях, руйнівним відлунням доконали інфраструктуру науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, включно продуктивну інформаційну діяльність. Метастази інформаційної та ідеологічної інвазії Заходу спустошили не лишень душевну й ідейну врівноваженість населення, його соціальну захищеність, але й достеменно зруйнували товарне виробництво, інноваційний хист нашої, однієї з найосвіченіших країн світу.

Захоплена азартом вседозволеності у розграбунку, у роздержавленні та розподілі проміж своїх народного надбання, нахраписта комуно-торговельна еліта, підготована люмпен-національним ідеологічним лахміттям, сотворила смертоносне правове поле для українського товаровиробника. Таким чином, вітчизняній промисловості нічого іншого не полишалось, як віддатися на “милість” закордонного переможця, який упродовж трьох століть опанував ринкові премудрості, правила й хитрощі й “відкачує” найдешевші товари, капітали та робочу силу як за часів колоніальної експансії.

Неконкурентне середовище гарантованого державного замовлення відступило перед жорстким протистоянням за ринки збуту. Виготовити ракету, як виявилось, було вигідніше й легше завдяки монопольному становищу ВПК, аніж відштампувати й реалізувати якісну голку. Бо ракету ніхто не вибирає та й не купує, а з голкою мороки повно, і не знати, чия голка краще – вітчизняна чи імпортна.

Минулися часи, коли винахідники ганялися “за туманом і за запахом тайги”. На перший план вийшов покупець, замовник, споживач. І головною передумовою успіху постала проблема всезагальної поінформованості, що можлива лише за наявності солідної реклами та детальних маркетингових

досліджень.

Перед тим, як заглиблюватися у сутність людини, інформації й товарно-грошових стосунків у ринку запитаймо себе, чи хтось із читачів пробував вирахувати, скільки Він (Вона) вартує в ринку? Скільки, наприклад, вартуєте Ви? А 1 година вашої праці? У доларах, звичайно. Без спеціальних розрахунків це сказати наразі майже неможливо.

Отож, неможливо пізнати собі ціну у мікроекономічному вимірі – на рівні однієї фізичної особи – людини. А у всій державі? Хіба може якийсь фахівець-економіст вирахувати бодай приблизно ціну робочої сили, скажімо, у області, коли сам із собою не гаразд? Тому, як лінгвіст, як публіцист і підприємець, скажу таке: не знаючи броду вони лізуть у воду приватно-власницьких стосунків, а самі залишаються найманими працівниками, котрим, як звісно, завжди “море по коліно”, а закони не писано... Таким чином, жодного позитивного рішення у жодній національній справі без політичної волі народу досягнути неможливо.

Якщо говорити про себе особисто, коли мене командно-адміністративна система відлучала від посади, ставки та окладу – зайнявся підприємницькою діяльністю спочатку в “колгоспі”, який називають товариством з обмеженою відповідальністю, а потім заснував власне приватне підприємство Центр інтелектуальних послуг “Трансфер” і заробляв на інформаційно-консультаційних послугах.

У доінфляційні часи 1 година мого робочого часу вартувала в середньому до 3-х пляшок “Московської” (“Столичної”) або до 3-х кг вершкового масла. Сьогодні, на жаль, за такі послуги близько 7 доларів США мені навряд чи хто здатен заплатити (це у масловому співвідношенні). А у горілчаному вимірі – 3 долари, у принципі, можливо, тільки не вигідно, бо після виключення податків та платежів не залишається коштів навіть на поповнення втраченого фізіологічного ресурсу, мовчу вже про інтелектуальний. Бо послуги перекладача (а саме це є мій університетський фах) оплачуються напрочуд низько, хоча згідно з розрахунками затрат енергії, прирівнюються до праці шахтаря.

Більшу частину тодішніх доходів я інвестував. А вже через рік зайнявся приватно-підприємницькою діяльністю як фізична особа, правда, з усіма належними атрибутами: печатка, штампи, рахунки в банку та з меншими обов’язками по різноманітних платежах та відрахуваннях. І саме така форма бізнесу стала запорукою відносного успіху, незважаючи на загальноСНГешну кризу. Часу на генерування й упровадження власних ідей і напрацювань

побільшало суттєво.

До Вашої уваги мої власні твори, авторські, редакційно-видавничі та патентні доробки, товари інформаційного плану: логотип та фірмовий знак біржі, буклети “Львів: нові та старі назви вулиць”, “Львівський календар” та колективна монографія “Бізнес від “А” до “Я”. Про мої наукові, літературні та політичні праці світ дізнався вже з мережі Інтернет, а також з опублікованих і запланованих до видання у світ найближчим часом монографій: «BUSINESS в УКРАЇНІ» [укр., рус.], «Про семантику, ідеологію і Конституцію України новітньої ринкової доби» [укр.], «Про семантичні версії, диверсії і контрверсії (на прикладі української політики)» [укр.] (підготовлено до друку), «Антологія істин буття і свідомості в Україні (нотатки, есеї, інвективи, репортажі, інтерв'ю)» [укр.] (підготовлено до друку).

Оскільки підприємницька та авторська робота триває понад 24 годин на добу, то середньогодинний дохід вирахувати майже неможливо, та й говорити про це підприємцю просто нецікаво. Цікавіше отримувати жаданий десятиліттями результат, який доставляє найбільше задоволення як амбіція, що має мою власну “амуніцію”. А власна книжка дозволить ближчим часом видати у світ ще 3-4 монографії. Натомість, якщо йти традиційним дисертантським шляхом найманого працівника, то з гарантією змарнуєш і гроші, й час і ім'я, оскільки філософія та ідеологія замовника (державна, муніципальна чи приватна установа) спрямована радше на експлуатацію працівника, аніж на свободу думки, слова й книговидавання. В той самий час бренд фірми працює і на власника, і на дохід: крізь терни струменіє до зірок.

Це була щойно коротенька довідка стосовно моєї персони як автора. До цього варто висловитися про те, яка роль кожної людини у своїй власній долі незалежно від того, хто, коли, чому і як навчав і навчався. Якщо комусь до снаги роль господаря своєї долі й чину, автор готовий план сценарію подарувати сьогодні безкоштовно. Отож, вважайте, будь ласка.

1. Ідеальний варіант: кожен громадянин України стає директором Себе, а потім свого бізнесу. Для цього треба лиш зареєструватися як підприємець, стати менеджером, комерсантом, бухгалтером-касіром, секретарем-друкаркою, платником податків, виконавцем певного виду робіт, покупцем, продавцем та виробником у *одній особі*.

2. Щоб відбутися директором Себе необхідно відбутися *цінністю (вартістю)* у ринку, мати щось до реалізації, до “спшедання”, як кажуть наші сусіди, які вийшли “на грудь вперёд”. Але й цього замало. Ви тільки тоді чогось варті, коли Ваш товар / послуга знаходить попит за встановлену бажану ціну ы

Вам платять приблизно такі гроші, котрі покривають необхідні відрахування та витрати та дозволяють мати певний зиск для задоволення матеріальних та духовних потреб і подальший розвиток.

Розпочинати необхідно з Себе. Якщо хтось приходить у сусідній відділ і починає рахувати чужу працю і зарплату, це можна розцінити двояко: а) господар замовив цю послугу і заплатить за неї, бо хоче мати реальну картину у власній господарці, б) найманий працівник держави, де ми, здавалося б, усі є господарями, пробує нав'язати таком ж співнайманому колезі свої не сповна коректні погляди на чийсь власний товар (робочу силу), не маючи жодного уявлення про те, що собою являє ринок товарів, капіталів та робочої сили. Що тоді буває? Гіперінфляція та суперкриза во главе с членами *політбюро*, краснімі дірєкторами верхом на фахівцях юристах та економістах, як люблять козиряти собою панзенцики.

Одначе, коли Ви захочете не вдарити в бруд обличчям, моє Вам побажання: розпочніть з себе – зробіть крок. Увійдіть з прагненням, але без очевидних власних амбіцій у цивілізовану систему заробляння грошей, де за мінімальних додаткових кваліфікацій Вам гарантовано доходи / заробітки, які Ви можете собі уявити і на які Ви практично здатні, тобто, Ви коштуєте в ринку. Ніхто нікому нічого не нав'язує. Все залежить від бажань, фізичних та інтелектуальних можливостей. Чим скоріше ми всі виведемо себе на “чисту воду” ринкових джерел, тим швидше країна набуде цивілізованих рис республіки, тим швидше наші “рідні” дармоїди (оті семеро з ложкою) перестануть грабувати те, що нам належить по праву громадянському і божому. Кожен громадянин, який бере на власне сумління децицію ризиків ринкового дійства у власній країні, усвідомлено відбудеться і хазяїном, і комірником, і розподілювачем національного статку. А інакше – плебейсько- жебрацьке зазирання в ненаситного рота працедавця будь-якої форми власності.

Таких систем цивілізованого збагачення у ринку є неймовірна кількість. Зокрема фондові й товарні біржі, до яких Україну й українців упродовж майже чверть століття «цивілізований» світ жодним чином не допускає. Натомість підкидає на ешафот національного шахрайства підступні своєю пірамідальністю МЛМ / MLM-компанії – (англійською: малті левел маркетинг). Така собі спекулятивна гра на випомпування іноземної валюти з ринку недорозвинених цивілізацій, яка ґрунтується на принципі взаємної підтримки у дистрибуторській мережі у процесі просування цивілізованих супер-класу товарів у ринку та формування такого ж цивілізованого попиту. Такі фірми, як правило, є тримачами патентів, ліцензій та “ноу-хау”. Але



максимальний зиск тут належить декільком спритникам на вершині піраміди. Усі інші – це є носії реклами брендів, товарів та марних надій на швидке збагачення.

Особисто мені довелося займатися за системою МЛМ-продукцією американської компанії. Це були косметичні препарати для проблемних нігтів, шкіри, волосся, зубів. Крім того вдалося увійти у мережу швейцарського холдингу – фірми для задоволення найбільш вибагливого попиту на нетрадиційне приготування їжі (без жиру, без води, без солі) та люксове сервірування. Це хром-нікелевий посуд з позолотою. Так, товар того вартує, так, навчання так само. Але ж додана вартість, робочі місця і соціальна забезпеченість – усі преференції, якщо не у Європі, так в Америці. Україну вкотре «лохотронять». При цьому жодного примусу, тільки лиш нейрон-лінгвістичне програмування, яке у висліді обертається втратою духовного, економічного, а по тому й політичного суверенітету і держави, і кожного громадянина зокрема.

Якщо хтось у найближчий час планує зробитись хазяїном Себе, стати здоровим, красивим і багатим, такі структури допомагають у цьому особливо у перші два місяці ходіння “з милицями” на жорстоко структурованому й конкурентному ринку XXI ст. А у подальшому життєвому вирі під власними «кривавими» парусами знання й навички обов’язково віддяться.

Із усього сказаного та 22-річного приватновласницького досвіду роблю такі висновки.

### **Щоб вижити і адаптуватися у ринку і зупевне стати щасливим, необхідно:**

– обрахувати себе, свій власний і сімейний бюджет, звести баланс і вивести сальдо. Я певен, у кожного з Вас воно сьогодні від’ємне або потенційно від’ємне;

– примусити полюбити *Себе*, як найвищу цінність на цьому світі. Повірте, іншої, вищої цінності, ніж ви самі для нас, коханих, немає і не буде. Забудьмо оту совкову брехливу шкалу цінностей, від якої нині усі негаразди. Не нам, а комусь потрібне те, що у матеріальному вимірі залишиться після нас. Ми заберемо на той світ своє, невід’ємне й найцінніше: враження, досвід, знання і власне життя, навіть якщо не полишимо знаменитого доброго сліду за собою;

– кожному відбутися Особистістю, хазяїном себе, свого статку й держави, яку ні за які гроші Ти не продаси і не проторгуєш. Хіба може жебрак полишити добро і багатство після себе? Ніколи. Бо має на меті лиш чуже та

власний шлунок. А господар?.. Отож, ради цього, ради Себе треба жити і творити. Нам не вдасться змінити щось у житті без того, щоб змінити самих себе. Бо вчора ми мали любити народ, партію, родину, а вони нас фактично ненавиділи, морили то голодом, то гулагом. Ота любов «к родине» виявилась міфом, бо водночас усі народи відвернулися від своїх «кумирів»;

– стати лицарем правдивих ідеалів Свободи і відповідальності за свободу кожного, а не за «волю», яка є дурневі радість... Сьогодні ми хочемо любити незалежну державу, а вона нас ненавидить. Ми любимо ближніх, а вони нас – до тих пір, поки маємо готівкові гроші. Коли гроші закінчуються, – тут як тут і ближні, й держава, аби, як водиться, не підтримати, а напакостити, здерти останнє;

– мати особисту Віру та Любов до Великого, бо дріб'язок зіжере Тебе з усім гамузом. Повсякчас нашому аналізу та переосмисленню підлягає й вікопомна істина “Бог є Любов”. Той, хто не має Бога в душі, той не має і Любові. Хто не любить себе, той ніколи не полюбить ближнього, як самого себе, бо не має Бога в душі. Логічний і закономірний висновок: обернімо усю нашу Любов на самих Себе, як найвищу цінність для Кожного, а відтак усі з того будуть мати: і ми, і наші близькі та рідні, й держава.

Звідси такий постулат або істина, – назвіть цю істину, як завгодно: **зміни себе, свої уявлення і душу на краще, – і побачиш, як все навкруг зміниться на краще: і світ, і люди в світі.** Той, хто кардинальніше зміниться, стане багатшим і швидше опанує власною сутністю, не буде дражнитися від чужих статків та надприбутків, взагалі, від панства. Бо є фактично дві можливості: або бути паном, або холопом. Коли українство усвідомлено станеться цивілізацією панського роду, настане громадянське конкурентне середовище і таке саме суспільство. Усмішка на обличчі справді щасливої людини від достатку не буде сприйматися як виняток з джунглів дикого ринку. Багатство, здоров'я та краса стануть впливовими чинниками державного устрою. І жоден парвеню до влади не сягне.

Хто не зміг чи не зумів стати цінним для власника, господарем мінімальної частки приватної власності у ринку, той не в стані бути господарем себе, а капіталістом і поготів. Адже ринок – це не базар, де господарюють (отхожіє міста) тіпа МММ та ЖЖЖ. Ринок – це *ринг*, де у маркетинговому поєдинку на інтелектуальному рівні сходяться і розходяться *трос*: виробник, продавець і покупець. Залишається зовсім небагато: із невибагливого (очередневого) совкового покупця відбутися спочатку продавцем, а потім, якщо стане хисту й волі, – і виробником чужого та / або власного товару.

Первісне накопичення капіталу не буває без товарно-грошових обмінів на стадії торгівлі. Хто цього не зрозуміє, того чекає кабала не тільки хазяйська, але й своя власна. Той заплутається у своїх парадоксах: вища освіта і безробіття: такий умний і не такий багатий... Ось чому інформаційне “джакузі”, ментальне айкідо, менеджмент себе і своїх забаганок – це сфери інформаційно-інноваційного самовдосконалення, це конвертація інформаційних потоків у поняття, у знання, у досвід, у системне осмислене діяння на практиці.

На рівні взаємовідносин держава – народ комунікаційні процеси відбуваються принаймні на трьох рівнях: **вербальний**: політичні заходи, засоби масової комунікації, документи управління; **невербально-образний**: художні твори, література, мистецтво, самодіяльна творчість, кіно, театр та інше, санкціоноване державною, дійство; **фінансово-економічний**: легітимність чи обмеження приватної власності, ціна робочої сили, ставлення до майна і коштів громадян.

Найгостріші і найзлиденніші протиріччя між державою-хамом, що її очолювали хамидла, і власним народом-плебсом на теренах Русі відбулися у ХХ столітті, зокрема, після 1917-го року. **Вербальні** гасла, обіцянки і спонукання до кривавого насильства більшовиків, підкріплені літературно-мистецькими соцреалізмом – образною семантичною диверсією, неминуче оберталися **фінансово-економічним**, бандитським геноцидом стосовно власного народу: голодомори, війни, розкуркулення, заслання, розстріли, продрозверстки, натуроплата, інфляційний та фіскальний рекет супроти громадян-хазяїв. Плебс опанував усі шаблі влади і власності.

Усі три названі види комунікаційного терору ми спостерігали до знаменних подій листопада 2004-го року, коли народ України свідомо чи підсвідомо постав проти облудного панування зла з його невмирущою ще з часів княжої доби ідеологією і філософією зверхності і марнослів'я.

Слова, поняття, мова на загал несуть у собі коди тисячолітнього досвіду. Історичне лінгво-семантичне декодування ще досі не сприймається серйозно в консервативних наукових колах. Разом з тим заледве кому вдається спростувати один із варіантів дешифрування семантичних кодів невід'ємних ознак української нації, цитую: «**ІСТИНА** – **ІСТИ НА**н (заперечені) – прочитані (дешифровані) тайнописи. **ПРАВДА** – **ПРА**щурів **Воля Ди** (втрачена) **Д**ріями (слов'янами). **СЛОВО** – **споглядання, лю**бов, **о**глядини, **во**ля (психологічна установка споглядання)...[5]

Помаранчева революція в Україні, що розпочалася 2004-го року, ще не завершена, оскільки названі рівні комунікативних процесів не набули

достатнього позитивного під'йому й поширення в масах за рахунок креативної енергетики бюджет формуючої сили, класу приватних власників, роботодавців і взагалі людей з ідеалами **свободи** в душі, у серці й на духу. Легальне українське підприємництво зробило свій відчайдушний, ризикований, але єдино вірний вибір: всевладні хами й халявщики, що їх розвінчав народ, мусять бути зметені на звалище історії. Не буде несподіванкою, якщо посеред них опиняться так само й провідники цього дійства, адже історія невблаганна: кожна революція пожирає своїх героїв...

Натомість в українському соціумі й політикумі має постанути національна, шляхетна, некорумпована **еліта, яка свідомо політкоректності в інформаційному полі бою, вищої шкали етико-моральних та естетичних ідеалів, цивілізованої бізнесовості та бізнес-совісті у стосунках з працівниками, з державою і найближчим оточенням. Цей, так званий середній клас, характеризується не в першу чергу розкішню чи надлишковими статками, а радше раціональними і гуманними життєвими принципами, які завжди окрилені найвищою патріотичною метою: задоволення потреб СПОЖИВАЧА і плекання національної могутності у глобалізованому ринковому світі.**

Сучасні наукові дослідження в царині ринкової теорії і практики базуються на досягненнях попередніх цивілізацій з тисячолітнім досвідом приватновласницьких стосунків, що вони сягнули нашої епохи у формі канонів давньоримського приватного права.

Праксеологія і прагматика як теорія і практика оперування індивідів у приватновласницькому соціумі у посттоталітарній країні орієнтовно ґрунтується на таких принципах:

1. Розроблення й запровадження у внутрішній та міжнаціональний обіг модерних інформаційних технологій у процесі творчості, менеджменту, маркетингу товарів, капіталів і робочої сили, ідей та ідеологій, систем освіти і виховання. Проектування й вирішення соціальних, економічних, культурних, релігійних, етнічних і ментальних, політичних і філософських проблем.

2. Приведення чинного українського законодавства у відповідність до норм і вимог постіндустріального, посттоталітарного суспільства на засадах

---

5. Дубиківський Г. М., Охріменко Л. Ф. Від Санскриту до Стародруків. Веда дружне послання. – програма Міжнародної наукової конференції «Львівському Апостолу – 425». – Київ, 1999, 25–26 травня

відкритості і загальнодоступної реалізації громадянської ініціативи.

3. Зовнішньополітична та економічна інформаційна експансія України та Українства у світовий простір та в перебіг міжнародних цивілізаційних процесів.

4. Формування автоматизованої системи контролю і захисту національних інтересів у сферах безпеки громадян, держави, технологій, інформації, культури, мови, приватної власності.

5. Абсолютний пріоритет прав і можливостей національного підприємництва і громадянства на митній території України.

На зміну ієрархії номенклатурних і технологічних персон і цінностей придуть системи ідей та проєктів особистостей, що будуть різнитися суспільною значимістю і користю, спочатку для людини – громадянина, а відтак і для держави і нації. Але така трансформація від тоталітарно-номенклатурної системи державотворення й управління, політичної та ідейно-теоретичної діяльності можлива тільки лише за умови зрілості політичної нації. Спроб і помилок у цій царині лічити-не перелічити. Ось наочний приклад.

### ЧИЙ ПРОЕКТ „ВІЧЕ УКРАЇНИ”?

По-перше, вдалий і на часі, по-друге, зрозумілий і доступний, по-третє, на жаль, електоральний наш народ його не купить навіть за електоральну валюту, адже цей проєкт [<http://zik.ua/ua/news/2005/02/24/993>], не „кусається”, не будить республіканську свідомість кожного, не дає бачення перспективи і бодай елементарних гарантій. Крім того віртуальні, книжкові схеми і кола формування новітньої української спільноти досі залякли на папері – неживі, не одухотворені й не натхненні. Та й «хазяйка» накивала п'ятами аж під купол парламенту.

Люди не сприйняли цю ідейку, адже управління людською свідомістю – це явище нелінійного драматургічно-мистецького порядку. Усілякі лінійні посягання на масову свідомість з гарантією розіб'ються об стіну ментального відторгнення і з боку мас, і з боку еліт.

Принципи видно, нація проглядається, державі знайдено місце **служки** у предбаннику, **народу** – у запічку і т. п. А ось людина, громадянин, – не проглядається, в марнослів'ї забуті. Немає, як у цивілізованих суспільствах, драматургії, немає образів, а відтак – моралі. Мораль Святих письмен – це скоріш за все інтим душі, чи із храмом, чи без нього. Все залежить від кожного індивіда. І де врешті-решт духовний підмурівок ринкового буття на щодень: для влади, для власників, для найманих працівників, для дітей, для пенсіонерів?

Нещодавно після пікетування Львівської міської ради у процесі

переговорів підприємців ринків з міським головою я сказав: „Влада не годиться“. І пан Буняк цілком погодився. Від безвиході. Напевно, і ми, і влада єдині у тому, що, від 2005 року починаючи, влада залишилася незмінною. Нічому дивуватися: владотримачами стали і стають старі-нові кадри – нувориші з плебейською ментальністю.

Звісно, з такими кадрами, республіка Україна не стане універсальною „гувернанткою“. Бо „гувернер“ жіночого роду в цім контексті не буває. Тлумачний словник визначає гувернантку як „виховательку і домашню вчительку дітей у заможних родинах“. Отож, з великим „натягом“ наша антисоціальна держава згодиться „гувернувати“ дітей, інвалідів чи пенсіонерів. Але ніяк не спроможеться відпустити в «царство свободи» самодостатніх працездатних громадян чи підприємців. Інтереси не ті.

Отже, фундаментальний висновок до тези, яку культивують автор и проекту «Віче України», є такий: держава-гувернантка для підприємця, для здорового й лінивого найманого працівника, для інваліда й пенсіонера, для декласованого елемента, для службовця – це є не просто вчитель і вихователь чи опікун, а суб'єкт з різними, часом, з діаметрально протилежними функціями. Ліпше, мабуть, було б ставити питання про перетворення держави з попихача на омбудсмена, – на інституцію з дотримання прав, свобод та інтересів громадян як найвищої цінності для нації. Держава має бути і виконавцем, і гарантом Основного Закону (Конституції), і в меншій мірі арбітром.

Оскільки гувернерство передбачає оплачуване менторство, тобто цілеспрямований навчально-виховний вплив на особистість і навіть на самодостатню особистість, то не виключається такий стан, що він мав місце на протязі усієї історії України, коли держава-монстр гнобила й досі пригнічує народ, а інша держава, супермонстр, його знищує матеріально, морально, духовно й фізично. Запитаймо в українців, хто насправду вірить у випадковість нищівних антинаціональних процесів чи бажає такої долі собі або своїм рідним?

Щоправда, владі делеговано функції виконавця соціальних замовлень на виховання і просвітництво через підлеглих владців, силами й коштом громадських чи приватних інституцій. Але не усі вони зцементовані з державою національною ідеологією, що вона в усіх цивілізованих країнах за промовчанням є підмурівком і незалежності, і достатку, і гармонії, і толерантності, і безпеки. Такий стан речей відбувався не зопалу й не одразу, а упродовж багатьох століть.

Таж допоки про новітню ідеологію в Україні на будь-якому рівні жодного

зеленого поняття не спостерігається. Тільки лиш червоне зі вкрапленням жовтогарячого. Шкода...

Триєдиний Бог наділив людину невід'ємним і невідчужуваним триєдиним правом на Життя, Свободу і Власність. Кожну людину на землі. Якщо держава чи хтось із смертних, не дай Боже, перебирає на себе дані функції Господа хоча б на одну частку цих прав, то й кара не забариться. Та й „розстрільна" стаття у законодавстві не така вже марна перспектива, якщо людей тримати за бездушних ляльок.

Революції не просто так „пожирають" своїх „героїв", адже ті посягають на священне право „Творця", не замислюючись над тим, якими нікчемними смертними вони є, і як скоро історія змахне з себе їхній прах. Бо існують два шляхи: увійти в історію, або вляпатись в історію.

Вже вкотре одні й ті ж самі „державники", непрофесійні, невчені й нетреновані в ринковому сенсі, намагаються змінити владу, державу, громадян і міжнародне ставлення до української нації, не змінюючи самих себе, власних вартісних орієнтирів. Даремно, товариші, панове!.. Надворі ж бо ХХІ сторіччя. І в лету канули ідейно, і ментально ті, хто за вас „у воздух чепчики бросали"...

З боку глядячи, неозброєним оком видно: воістину матеріально-матеріалістичні „маніяки" у владі мусять знайти і долучити до управління „маяків" від народу і науки, аби потім історики не нависили на них усіх собак, що вони заражені їхнім комунолігархофренічним „сказом".

Істині цій віку, як світу. І Україна тут не є першовідкривачем сучасної скриньки Пандори. Коли антикапіталістична ментальна „гадина" кусає саму себе, у сусідів та й у недругів мізки хрумтять як свіжоквашена капуста: „Як взагалі можлива реприватизація у цивілізаційні часи й процеси"? Прихвати́зація чомусь вважається чимось вищим, даним зверху благом для обраних. Хочеться спитати: „Ким"? Відповідь не проста, але очевидна з тверезого погляду з нашого підприємницького „погребя": матеріалістична діалектика і як спосіб мислення, пізнання та діяння невпинно іржавить наше зеленіюче ринкове „поле".

Хіба не за цими канонами орудували у ХХ столітті „найлюдяніші гуманісти" і „справедливці" епохи світового тоталітаризму? І хіба не їхні учні, мінняйли валют та епох, пруть нас у неоглобалістичні СІЗО?

За усі ці 20 років бездарної пожадливості, розгардіяшу в мізках, ідеологічної розпусти і економічного бандитизму, з нашої точки зору, як владна влада, так і владна опозиція заслуговували всенародної обструкції: замість всюдисвітнього паспорта України народ мав би радше вручити невдахам пенсійний квиток у той постейфорійний „рай", де одному з 50-річним трудовим

стажем – 980 грн. на місяць, а іншому з 30-річним – 16000 грн. за той самий місяць. Про **віндикацію** та **реституцію** неправедно набутого майна, коштів, активів на користь обдуреного українського народу вони навіть у найстрашнішому сні не снять...

Не схаменуться дійде до гіршого: на холені шії люди вчеплять „вовчий білет" і опустять в шахти, де „запропонують" встановити лізингові прядильні й ткацькі верстати, аби забезпечити зайнятість у депресивних регіонах, де „гнані і голодні" на поверхні почнуть кроїти й пошивати ширвжиток для експорту у комуністичний Шанхай...

А допоки ми все ще є глядачами того фарсу типу боротьби владоможців за ще більшу владу. До певного часу найбільша влада „башляла", сперечалась й пручалась аж до перевтоми і депресії. Події щораз глибше розвиваються згідно з жанром тоталітарного накопичення владних повноважень, які відкрили необмежений доступ до всенародних капіталів.

Коли після короткого „запомаранчення" цю вовтузню позірно очолив обдурений народ, а усю владу на якусь мить нібито заціпило. Але спритники миттєво оговталися, перекулуарилися, її підхопили й почали розділяти, полегшено заглибившись у комфортних кріслах своїх учорашніх дружбанів. Щоправда, у бік народу від цієї старої-нової влади засвітився такий самий „гулькин ніс", як і завжди. Народові непритомна влада була ні до чого, бо клопіт з нею... Ось якби правдива революція... Однак, у тім випадку знайшлися б інакші спритники, і вони б свій шмат із кривавих кігтів не випустили.

Направду, стовідсотково спрацювало оте 1000-літнє хрещеноруське терпіння й мучеництво на цім світі в очікуванні потустороннього блаженства. Спрацювала ідеологія Люмпена, бо його більшість, аби, крий Боже, бідося не „упала в долю" (по-російськи) і не відщипнула б частку від награбованого (по-українськи). Тобто не сотворила конкуренції неконкурентоздатній владі неконкурентоможців. Бо владоможні і заможні так само, як і знедолені від безсилля перед порушниками законів бомжі, не переймаються гріхопадіннями своїми на тлі всезагального обидлення найбідніших.

Таким чином, нам, підприємцям, без фінансової та без політичної самоорганізації не бачити процвітання, як своїх вух. І нічого іншого не лишається, окрім взяти владу в Україні, але не як мету, а як засіб для досягнення гармонії між владою і народом, між державою і нацією. Наша, патріотично-підприємницька пора вже прийшла. Мали ж бо понад 3 млн., а нині вже 1,3 млн. легальних підприємців, які працюють за спрощеною системою оподаткування та звітності. А скільки нелегальних чи „в тіні"? А членів сімей?



Ми прав'ї, бо пр'аві. І наша правда на сьогодні така: ваша лівокомунальна матриця ніколи не перезавантажить нашу буржуазну, читай: національно-ліберальну – лібертаріанську [[http://www.libertarium.ru/one\\_lesson](http://www.libertarium.ru/one_lesson)], тобто патріотичну духовну, душевну й матеріальну сутність.

Немає нічого дивного, що „голокост” і „голодомор” в українській мові і не в останню чергу в історії – це слова з одним і тим самим коренем „голо”. Порівняємо: „Шашки наголо!”, „Голь на выдумки хитра”... Що українською навіть не перекладається.

До горезвісного перевороту з іменем пролетарської революції, коли відчужено було і власність, і віру, і свободу, і життя, то генетично деформований ГОМО-советікус так і не втямив, що є насправді соціалізм, як у тій Швеції чи Швейцарії. Натомість кривавий „жовтень” „отелився” кривавим викиднем: німецьким, іспанським та італійським націонал-соціалізмом. Там тепер наші дівки та тітки „дають жару”. Парадоксально, але фашизм став не стільки нищівною історичною вакциною супроти ВІЛ (читай: вірус Володимира Ілліча Леніна), як імунітетом на захист приватної власності супроти посягань від **плебса** який зіграв на холопсько-плебейському сатанинському звичаї «меча»: віднімати і ділити, замість **господнього Хреста: додавати і примножувати...**

Найперший закон будь-якої революції у сенсі закону Мерфі: **аби звести революцію і маси нанівець, необхідно їх очолити.** Саме це і зробили керівні функціонери партії (КПРС) і комсомолу в Україні, починаючи з 1988 року, коли було прийнято закон СРСР „Про кооперацію в СРСР”. Це значить, що керівна і скеровуюча сила на усьому пострадянському просторі, як в рулетці, поставила на приватну ініціативу, на приватну власність. При цьому власність (загальнонародна) залишилася повністю у постноменклатурних руках.

Усі наступні режими, включно нинішній, бавилися і продовжують бавитись у хазяїна-годівничого всього народу розподіляючи національні надбання й видаючи з коренем усю до нитки додану вартість і переказуючи її на злочинські офшорні рахунки.

Проте, нагодувати і взагалі матеріально забезпечити кожного громадянина України (як і будь якої іншої держави) практично неможливо. Ну, скажімо, хто може віддати кожному з нас (40 з гаком млн. особам) максимум по 1 млн. доларів, або принаймні по 100 тис. дол. з числа отих некоректно відчужених за минулі 22 роки безкарного розграбунку коштів? Звичайні громадяни до такого висновку ніколи не додумаються. Ось чому підсвідомо і неочевидно для широкого загалу живуть і процвітають **антипідприємницькі принципи цієї влади**, а саме:

1. ми вам створимо робочі місця, а ви не створюйте конкуренцію ні в бізнесі, ні в політиці;

2. ми залучимо іноземних інвесторів, а ви не вкладайте свої гроші у виробництво – радше у наші приватні банки та купуйте нами завезений товар;

3. ми вивчимо своїх дітей за кордоном і поставимо над вами володарювати, а ви собі мрійте і марш-маршем в рабство за кордон;

4. допоки ми не приватизували на свою користь все і вся в Україні, не бачити вам фондового ринку, як зайцям власних вух;

5. ви можете ще два життя „носитися" зі своїми новаціями, як розумні з писаними торбами;

6. ми вашу армію вже роззброїли, а тепер розпорошимо світами, а ви спробуйте голою долонею їхнього їжака вбити;

7. ми – є держава Україна, а ви Хто? **Без житлових сертифікатів, без земельних бонів, без реальних приватизаційних прав, без знецінених вкладів, без роботи...**

Українське національне легітимне підприємництво сьогодні – це ідеологічно – український буржуазний націоналізм, якого не воліє визнавати каста владотримачів. Одночасно ментально і практично – це УПА: **Українська Повстанська Армія новітніх хазяїв незалежної нації, господарів, власників себе і своєї праці, легально набутого капіталу, який фінансує і утримує всю компраторську державу, що вона (влада) цю УПА (Українську Приватновласницьку / Підприємницьку Армію) тримає у покорі на підлих штиках фіскалу, поборів та погроз.**

Ми маємо усі зовнішні атрибути національного класу провідників нового суспільного ладу і жодних прав та преференцій у формуванні влади й судочинства, окрім платити, платити й платити. Відтак питання: **„Кому має належати влада у новітній Україні?"** – не є для нас риторичним. Воно очевидне: класу зодчих валового національного продукту. Ми змусимо політичними методами цю влади належати нам.

Ось чому до сліз смішною видається спроба будь-якої влади, якій завжди до істини далеко, як Куцому до Зайця, натягнути „ковдру" недолугого бюджету з „ніг" на „голову", як начебто уся нація – це безногі чи безголові плебеї, що нездатні заробити бодай копійку, а щойно жебрати чи у себе на батьківщині, чи у чужих краях.

**Доки, допоки народ буде сьорбати дарованими зверху личаками баланду з тоталітарно-феодалних та з тоталітарно-буржуазних горшків?**

У такій ситуації майбутнє за народом:

– по-перше, народжується найсучасніша ідеологія процвітаючої особистості і середній клас який готовий цю ідеологію втілити у життя. Адже підприємці – це кожен на своєму місці, хто є господарем себе, своєї долі і долі держави;

– по-друге, саме господарі, як реальні гравці на локальному та глобальному суспільно-політичному та економічному просторі, покликані цю ідеологію втілити в побут, у життя, у зовнішню та внутрішню політику;

– по-третє, жодна влада в Україні, чи будь-де у світі є недієздатна без енергії, платоспроможності й самодостатності національного бізнесу.

Таким чином, є реальні умови перебрати монополізовану владу усіх гілок і рівнів від привладного „великого” бізнесу з його „комуністичною ідейністю” та компрадорською, плебейською олігархофренічністю.

І хай які там поклони чи колінопадіння не б'ють наші Перші, Другі та Треті особи на Сході чи на Заході, національна геополітична й геоестетична стратегія – це є українство й українці на своїй землі і за кордоном, це є найвища мета з максимальними преференціями й пріоритетами. Принаймні з якостями, адекватними українській експортній горілці.

Хай балдіють... І платять за наш товар у межах наших митних кордонів. І крапка.

Що еліта, вони знають. А що ідеологія? Вони навіть не признаються, що нашу хазяйську ідеологію ненавидять, бо інакшої, окрім комуністичної, вони не втямили. А ота "лівизна" застрягла у їхній політиці, практиці, у їхнім серці й у їхніх мізках. Вони є і залишаться рвачами й латателями...

Україна не буде Харківською, Київською чи Львівською. Україна ніколи не буде Кучмівською чи Ющенківською, Американською, Російською чи навіть Європейською. **Україна вже є Ліберальною (Буржуазною), Національною Республікою.** З цього має виходити кожен, хто реально дивиться на речі.

Оскільки так званий „План розвитку України”, він же „проект Віче України”, він же „утопія"... Стоп. Зупинимось, аби саму назву не звести нанівець, тобто до абсурду. Оскільки цей самий „План” не відповідає критеріям документа, що може називатись планом (проблеми, заходи, виконавці, терміни, взаємодії тощо), то назвемо його умовно Проект програми „Віче України” (ППВУ). У такому разі цей документ можливо було би взяти за основу чи то громадянського об'єднання, чи то політичної партії і починати обговорення на предмет його актуальності, перспективності, технологічності, затребуваності, суспільної необхідності і реальності втілення. Це, так би мовити, сторона „медалі”, яку можна трактувати як концептуальна модель нації. Але ж

перекуплені «творці» цього «плану» вже зникли з поля битви за українство...

Інша сторона – це є система взаємовідносин і взаємодії елементів моделі модернізації України. Тобто засадничі, ідейно-теоретичні філософські, соціально-економічні, словом, суб'єктно-об'єктні відносини у системі координат: народ (громадяни) і нація (держава), а також модератори та експерти суспільного буття і суспільної свідомості. При цьому згадана тригранна „піраміда" всередині України, хочемо цього чи ні, переломлює структуру й зміст, а вірніше, структуру й семантику ППВУ і формує спектр інтересів, що виникають у націй близького й далекого зарубіжжя та неоглобалістичних формувань. Просто кажучи, ми ніде у світі, нікому й ніяким чином не потрібні як конкуренти.

Хто дає гарантії, що десь у ядерному глобальному світі червоне або фіолетове, з лівого чи правого краю політичного спектра не викличе ультра-реакцію і спокусу силою притиснути український Вічевий пагін, що він пробився через асфальтобетон неоглобалізму, зокрема ВТО, МВФ, Світового Банку, РЄ, ЄЕС, ЄЕП та ін.?

Якщо нація не застрахована від ризиків деструкції, у такому разі постає нагальна необхідність реконструкції на новітній технологічній платформі військово-промислового потенціалу України, принаймні до рівня 1990 року. Розпочинати слід на фоні пріоритетної розбудови усіх видів транспортних засобів і шляхів сполучень та зв'язку включно аерокосмічні. А відтак і активізувати видобуток горючих корисних копалин за найновішими технологіями, скеровуючи ці багатства у стратегічні державні резерви, а не розбазарювати направо й наліво.

Це у тому випадку, якщо ми, як і увесь народ, **замовимо собі процвітання України вже і негайно**, а також якщо відчуємо більшу вигоду не від „голоного" експорту товарів, капіталів і робочої сили, чи то від залучення „голих" інвестицій за наш "дешевий" кошт, але від власного хазяйського чину.

Окрім цього, зідно з прогнозом, нас самих, як хазяїв, так і найманих працівників, можуть спробувати хутко й реально заглобалізувати (придусити, заглоблити, як кажуть на Галичині) навіть у тому випадку, коли Україна раптом проголосить себе офшорною територією.

За таких умов усі близькі й далекі „друзі" не забаряться оголосити українське чорноземне золото й навіть лахміття зоною їхніх інтересів, і відбудеться мілітарне втручання з усіх боків, сторін і сфер. Інформаційну інвазію ми наразі вже маємо аж до ригачки. А, оскільки не тільки „голь" хитра,

а й олігархофренія не спить, не дрімає, то повторення Югославії чи Іраку, вочевидь, не станеться. Позаяк і брязкання зброєю наші потенційні супротивники можуть зігнорувати, і інвестиції згаснуть з огляду на техногенні коливання в українських, майже спрацьованих системах, нація почне захлинатися у власному... майні.

Хочеться комусь чи ні, але у сучасній буржуазній республіці головне протиріччя, що може слугувати рушійною силою і механізмом процвітання, – це є протиріччя між працею і капіталом. Саме ця антиедність антагонізмів не дозволяє з'їдати більше, ніж вироблено, а відтак, не пожирати одне одного економічно.

Ось чому формулювання „единственное что нужно для триумфа зла – это чтобы хорошие люди ничего не делали," слід перефразувати таким чином: **єдине, що необхідно для тріумфу добра – це навчити й змусити не сповна хороших людей працювати чесно і якісно.** Адже від народження мікроорганізмів і до найвищих мавп'ятників, окрім літературних обломівців, усе живе на цім світі здійснює природній рух заради пошуку елементів живлення, сприятливого для продовження життя середовища, а також собі подібних та конкурентів.

Кажуть: дурному не скучно (не сумно) й одному. Це неправда. Одинокість потрібна кожному в різній мірі для того, аби розібратися у собі, у природі й у інших чи у соціумі загалом. Спробуймо бодай на секунду відключити свій власний процес мислення й осмислення, віддаймо собі команду: „Я не думаю ні про що! Я не думаю цієї миті взагалі! Не думаю..." І ми переконаємося, що думку спинити неможливо.

Мисль, як свідчить досвід людей, котрі якимось чином повернулися з того світу, помирає останньою... І приходить останньою після усвідомлення інстинктивних рухів та необхідності їхнього удосконалення для життя-буття, для його осмислення та продовження своїм єством, а також єством істот, яким ми це життя приречені дарувати, яких ми народжуємо у собі й народжуємо на світ Божий. Значить, існуючи, мислимо, а мислячи, – діємо і взаємодіємо.

Неправдою є і той факт, що хтось є дурний чи недоумкуватий. Просто той, хто за такого себе видає, знайшов свою соціальну нішу, аби бути вільним від соціумних посягань на його власну волю чи свободу. Розплата за таку „свободу" – це мінімізація життєвих благ і дискомфорту від спілкування з агресивним соціумом. Бо соціум небайдужий і агресивний до тих своїх членів, до самодостатніх особистостей, котрі мають наміри, або стоять на шляху процвітання та особистісного розквіту соціуму-експлуататора.

Наразі абстрактне (віртуальне) чи конкретне (реальне) вічеве зібрання нас, нащадків і спадкоємців Київської Русі, волею та інтелектом прогресивної меншості українства заповзятливо вкорінює громадську думку про рівність громадян не лише перед законом, але й апіорі як соціальних індивідів. Але ж „рівність, братерство і щастя” ми вже проходили упродовж першого етапу комуністичного будівництва.

Видно, мало було віками отих незламних „граблів”, що мій народ на них наступав так само й на протязі ХХІ століття. Вигодана штука рівності навіть під час Віче натикається на час і тривалість виступу перед аудиторією, яку проплачено першим серед рівних, не кажучи вже про інформаційний простір.

Тисячоліття за тисячоліттям особливо на їх перетині, Україна постає центром кола, а згодом і віссю історичного колеса з ментальними, ідеологічними, політичними та релігійними сегментами євразійського, європейського та арабського полів. Силві лінії, що сходяться у цьому епіцентрі межі Дністром і Доном, пророчать Придніпров'ю пікову глобальну ринкову активність, якщо розумно використати основу трикутника над віссю Бразилія – Китай і як моделі для власної модернізації та технологічного прориву, і як потенційних ринків збуту наших „тяжких” товарів. Це означає, що з Китаю ми маємо історичне право дозволити імпортувати шовк, а з Бразилії – каву і аж ніяк не щось інше, чого хоч греблю гати у близькому зарубіжжі.

Стратегічним інвестором має бути національна українська підприємницька ментальність, помножена на освічену хазяйновитість, запозичена і набута на мінних фіскальних полях, бізнесовість, помножена на традиційну новаційну креативність і поділену на регіональну конкурентоспроможність.

Хай там як би не демпінгували у ціні наш живий, духовний та інтелектуальний капітал чужоземці усіх мастей, мусимо відлучити їхніх інвесторів від далекоглядної доларизації та єврозації української економіки. Так само, а можливо, і жорстокіше ніж то було вчинено у плані дерублізації й новітньої дерибанізації національного надбання. Замість експериментувати над злиденним народом **державна зобов'язана здійснити тотальну дезінфекцію ментальну і моральну, дератизацію управлінську та політичну, дератизацію економічну й соціальну без зайвих демагогічних та демократичних гасел і обіцянок.**

Де-юре республіка Україна ще недостатньо республіканізована ментально, морально й фахово, якщо говорити про основну масу громадян, імущих чи неімущих, все єдино. Кожен і суспільство в цілому має усвідомити,

що об'єктивно республіка – це є ринкова триєдність влади, капіталу й труда, це є триєдність свободи, відповідальності й ризиків, це є рівність перед законом, нерівність майнова та пріоритет інтелекту і здравомислія перед глупством та убогістю, це зрештою – конкуренція, а не лінь, не хамство чи обломовщина.

Не питаймо, чому „мізки" переливаються за океан. Вважаймо за істину висловлювання єврокомісара з науки: „Вчені так само хочуть їздити на Porsche".

Націю в Україні на шлях суїциду поставили хама – етноцидзеконісти. І було б помилковим не проголосити **наше підприємницьке вето існуючим від каденції до каденції цим сов-ком-депам.**

**Як професійний політик, громадський діяч і лінгвіст, як приватний підприємець і кризовий менеджер з 22-річним стажем ведення власного венчурного бізнесу, як науковець, публіцист і письменник, загалом як „університет" українського новітнього покоління типу Self-made-man, від імені 3-мільйонної армії суб'єктів підприємницької діяльності, які виробляють товари і надають послуги, які працюють за спрощеною системою оподаткування, висловлюю наше рішуче слово, волю і право на здобуття 150 (ста п'ятдесяти) місць у Верховній Раді України. Навіть за умов, коли виборча ціна одного депутатського значка дорівнює 80-120 тисяч голосів. Тоді десятки мільйонів приросту робочих місць та десятки мільярдів приросту ВВП в Україні з "крутих" міфів перетворяться на буденну реальність, а життя замість минулих міфів набуде реальних обрисів істинного існування у гармонії інтересів і злагоді.**

## РЕЗЮМЕ

Отже, незаперечним є факт наявності відставання й обмеженості, недолугості й невідповідності певних національних чинників ментальним домінантам, які притаманні епосі глобалізованого ринку та системі вартостей, що ними найрозвиненіших країнах керуються люди у повсякденні.

Україна й українці за складом характеру, за способом мислення та діяння не відповідають критеріям, які побутують у цивілізованій Європі, у першу чергу у колах еліт – політиків, власників, духовних наставників. Ніхто у світі зазвичай не вважає елітою «чорноробів» на будівлях та плантаціях, бебі-сіток та доглядачів за німеччинами... Так само мало хто на публіці віддає перевагу псевдоцінностям «дикого» ринку, який панує на пострадянському просторі, але й так само рідко хто висуне владі й державі претензію стосовно панування корупції і «чорної» економіки, що вони на загальні шаленими коштами і грубою фізичною силою формують і суспільну мораль, і суспільну духовність.

Навіть церква, беручи пожертви, не питає чи праведні, чи задекларовані кошти, які жертводавець «з барського» плеча «відстібує» за відповідну послугу, мабуть, за відмолювання гріхів...

Отож, на порядок денний становлення цивілізаційного національного буття виходить проблематика духовності й моральності людини і громадянина, які мають бути результатом системного естетичного й етичного виховання.

Відповідні антиринкові, антилюдські вартісні орієнтири, якщо припустити, що вони закладаються унаслідок впливів буття, викоренити майже неможливо. Тож філософська сентенція «буття визначає свідомість» і такий самий метод / теорія пізнання (гносеологія): матерія первинна, а свідомість вторинна, – у системі ринку, як ми переконуємося, є не просто банкрутами, а являють собою системну, смертельну небезпеку для усієї держави і для нації, для громади і для кожного громадянина зокрема.

Духовність та моральність людини й громадянина має бути результатом відповідного естетичного й етичного виховання, начала якого закладаються у свідомості й у підсвідомості не стільки генетично, скільки соціумно, тобто у сім'ї й у навколишньому соціальному середовищі у процесах життя, спілкування й навчання.

Яким чином ми, сучасні українські підприємці, трактуємо сутність навчання й виховання наших дітей і онуків сьогодні, коли незалежна Україна переступила поріг 20-річного існування в умовах становлення ринкових суспільних та економічних відносин?

Попри усі принади й переваги легалізованої свободи особистості та приватної власності на засоби виробництва слід констатувати так само наявність жахливих катаклізмів в системах міжособистісних стосунків, державного управління, у економічних сферах, що призвело до скорочення населення країни на 15%. Такі катастрофічні темпи системного винищення громадян співставні з вікопомними війнами, з голодними та епідемічними морами. Практично кожна українська сім'я зазнала втрат унаслідок смертей від хвороб, травм, аварій, катастроф переважно через відсутність системи виховання людини як найвищої Богом даної цінності, через незугарну медико-санітарну службу, яка спричинює низьку тривалість життя на загал.

Згубна для нації соціальна політика влад усіх рівнів поставила на грань виживання як пенсіонерів, так і працездатне населення, зокрема осіб, зайнятих продуктивною працею з позірним соціальним пакетом. Сюди, звісно, не належать чиновники найвищих рангів, які цими процесами опікуються у власних інтересах.



Небачених масштабів сягнула трудова еміграція українців у світі, що є причиною і наслідком злочинних маніпуляцій з національною і народною власністю, а також результатом дикунського, неадекватного ринку товарів, капіталів і робочої сили.

Проте найважливішим чинником, який ставить на грань тотального нищення Україну як націю, як державу і як народ, є відсутність належної ринковим реаліям системи виховання людей, що вона має формувати духовно-естетичні, морально-етичні, психофізіологічні стани, фізичну досконалість, техніко-технологічну вправність та креативну мисленнєву діяльність громадян. Цим самим є шанс забезпечити конкурентоздатність нації і громадян на ринку товарів, капіталів і робочої сили.

Інакше, панівна система збанкрутілого українського монополізованого нездалими особами менеджменту призведе державу і її громадян до рабської залежності від чужоземних інвесторів, до тотальної підпорядкованості чужинцям та власним нуворишам і зрештою до втрати суверенітету й незалежності.

Стосовно моєї особи, мушу зауважити наступне. Мабуть, якби не перший запис у моїй трудовій книжці «вчитель української та німецької мов» у 8-річній сільській школі на Харківщині після закінчення десятирічки й першої невдалої спроби вступу до Харківського держуніверситету, я б не переймався цією проблематикою углиб і вшир. Понад те, передостанній запис у цьому моєму документі свідчить, що як підприємець у двох іпостасях: засновник/власник юридичної особи й фізична особа-підприємець ще з 1990 року до часу здобуття Україною незалежності починаючи, маю повне право висловлювати адекватні історичній епосі власні судження, аби забезпечити мій народ від нищівних ідеологічних та фінансово-економічних внутрішніх і зовнішніх впливів та від соціальних потрясінь.

Маючи за плечима досвід духовного й морального самовдосконалення, самовиховання й виховання персоналу, політичні, ідейно-теоретичні й практичні доробки, вважаю своїм покликанням втілити у практику буття і діяння українства напрацьоване – власний позитивний досвід. Це у першу чергу узагальнений багаж знань і навичок, – значний і достатній як для експериментальних, так і для теоретичних досліджень, так і для пізнання й осягнення сутності форм і явищ виховання нової людини – громадянина в новітній системі цінностей ринку, вільного підприємництва, конкуренції і свободи особистості, так і для формування новітньої системи влади в Україні.

Фундаментальний мій висновок, який випливає з системного аналізу

подій, фактів, досвіду і розмаїтих джерел знань, є таким: перш ніж братися за навчання й виховання дітей і молоді в нинішній Україні, необхідно **навчити вчителя вчителя основами ринкового мислення, буття та діяння**. Тобто переформатувати ментальність викладачів і науковців у особі академіків, професорів, доцентів і викладачів усіх без винятку наукових, навчальних та педагогічних установ і закладів включно Національна академія наук України (НАНУ), але у першу чергу чиновників та інституцій Міносвіти.

Адже наш, лібертаріанський спосіб мислення, буття і діяння означає не дріб'язкове заперечення заперечення, що є невід'ємним атрибутом матеріалістичної діалектики, а навпаки – включення у позитивне русло навіть негативних осіб, протилежних тенденцій і сторін, будь-яких явищ і форм на компромісних засадах задля досягнення бажаного позитивного результуючого ефекту на користь усій спільноті.

Тут, звісно, можливо наразитися на шалений, я би сказав, скажений спротив з боку лівих та правих українських і закордонних ультра-ура-патріотів, та ненаситних експлуататор, які сплять і бачать Україну узалеженою чи то від близьких / далеких сусідів, чи то від власної недоумкуватої антилюдської ідеології. Ці навіть у найстрашнішому сні не допускають усвідомлення українцями етнічних, етичних і естетичних норм, правил і цінностей демократії, цивілізованої ринкової економіки, формування змалечку і становлення упродовж усього життя самодостатньої особистості, громадянської позиції у середовищі, говорячи їхнім дебілізуєчим сленгом, «пересічного українця»...

Як ми тепер вже усвідомлено розуміємо, покладатися на постулати й адепти «авторитетів» совкомуністичної педагогіки: К. Д. Ушинського, (інспектора класів Смольного інституту шляхетних дівчат), А. С. Макаренка (засновника совкомівської табірної колонії для неповнолітніх злочинців, – дітей вирваних союдами-нелюдями з нормальних українських сімей), В. О. Сухомлинського (Героя соц. праці, член-кор. АПН СРСР, провідника педагогіки совєцької партієслухняної «особистості»), є марною справою. Адже нація на загал і кожен громадянин зокрема змушені конкурувати у метрополії й у світах, які переповнені немилосердними, грабіжницькими й жорстокими недолюдками. На милість чи на милостиню тут не доводиться розраховувати.

Духовність та душевність недавнього минулого, як бачимо, ґрунтувалася на системних принципах дресирування смиренних підлеглих партії, царям і отечествам усіх часів. Натомість сьогодні запанували кардинально протилежні учорашнім суспільно-політичні й економічні реалії. Пріоритетними нині слід

вважати такі: усвідомлена триєдність буття індивіда / особистості, як втілює у собі гармонію духу, душі й тіла; особистості-громадянина, який свідомо прагне, бореться й досягає успіху в усій повноті належних прав, свобод і у неухильному дотриманні закону при виконанні власних та належних іншим сторонам зобов'язань.

На перший план національної політики, стратегії, тактики і практики виходить проблематика виховання й вишкіл самодостатньої, конкурентоздатної й законослухняної особистості, яка у висліді спроможна взяти відповідальність за саму себе, а згодом і за власну сім'ю, й за державу у повному обсязі.

Тож першочерговим кроком у всеохоплюючому векторі становлення національної системи морально-етичних норм, принципів і засад повноцінного функціонування української нації є найскладніше – це переформатування свідомості, підсвідомості й мислення співгромадян, але у першу чергу дітей і молоді. Ціннісні орієнтири ринкової трансформації спільноти неможливі без усвідомлення і без застосування філософії ідеалізму з її метафізичним методом в теорії і практиці буття і діяльності в усіх сферах буття.

Кращі приклади успіху українців, які підтверджено на батьківщині й деінде у світі, мають слугувати взірцем для молоді у процесі вибору життєвого шляху. Віковічна українська духовність зі скарбниці історії минулих поколінь не має права зводитися до самовдоволення від банального переспіву чи бряжчання артефактами, але надихати сучасних українців на креативність та конкурентоздатність, на вичавлення з «себе-коханого» раба чи холопа. Ось про що йдеться у Національному нашому Гімні, коли співається «Запануємо і ми, браття, у своїй сторонці»...

Коли ж від пафосу публіцистики, опускаємося до реалій сьогодення, то мимоволі спіткаємося об камінь – риторичне запитання: «А який з непана, з підлого халявщика, з холопа, чи з сумирного гультя пан?»...



Олександр Нагорний

