

УДК 329.78

DOI <https://doi.org/10.32782/app.v72.2023.9>

А. І. Сушко

orcid.org/0000-0002-7429-6196

*кандидат історичних наук, доцент,
доцент кафедри політичних теорій*

Національного університету «Одеська юридична академія»

А. М. Прохоренко

orcid.org/0000-0003-2534-7652

доктор філософії з політології,

старший викладач кафедри політичних теорій

Національного університету «Одеська юридична академія»

ПОЛІТИЧНА ПРОПАГАНДА ЯК СКЛАДОВА ІНФОРМАТИВНО-КОМУНІКАТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ

Постановка проблеми. Осмислення технології політичної пропаганди, її інструментів та сутності є важливим для політичної науки у світлі того, що це може дати відповідь на запитання: «Як так сталося, що цілий народ збожеволів?» у категоричному ключі, і пояснює поведінку електорату на виборних процедурах, якщо взяти до уваги м'які дипломатичні визначення. Пропаганда не існує сама по собі, як онтологічно цільне утворення, вона є сумою інструментів, технік, тактик, технологій, методів, які покликані змусити суб'єкта сприймати політичну реальність виключно так, як це необхідно для політичного актора. Зараз, за умов повномасштабного вторгнення Російської Федерації на територію України, і гібридної війни, що тривала до цього моменту, це пов'язано з унікальним в сучасності, політичним маніпулюванням свідомістю індивіда, що впливає не тільки на громадян РФ, а й на поведінку українських громадян. Саме в цьому аспекті сучасний розгляд технік пропаганди з точки зору реальності, а не історичної ретроспективи, на наш погляд, є надзвичайно важливим і актуальним напрямом політичної думки.

Аналіз досліджень і публікацій. Дослідження пропаганди залучило науковий інтерес ще століття тому. Найбільш значущими дослідниками в цій галузі є Е. Бернейс, Г. Лассвел, У. Байдл, Г. Джовет, В. О'Доннел, Р. Доудж, Б. Стенлі, Л. Фрезер.

Однак предметом їхніх досліджень зазвичай ставали тоталітарні режими середини 20 століття, і американська демократична і республіканська пропаганда. Тоді як для цієї статті найцікавішими є роботи наших сучасників та співвітчизників Г. Почепцова, О. Висоцького, М. Шевцова, М. Яковлевої, які розглядають пропаганду з призми вторгнення Російської Федерації на територію України.

Метою статті є аналіз політичної пропаганди в органах державної влади, як інструмент утримання та реалізації політичної влади.

Виклад основного матеріалу. Очевидно, що влада належить тим, хто називається політичною елітою, і заходи, і стратегії, які застосовуються для легітимації влади еліт, істотно залежать від того, до якого типу політичного режиму належить та чи інша держава. При тоталітарному режимі найважливішою технікою легітимації є залякування, яке здійснюється через тотальне насильство (проте варто пам'ятати, що кількість репресій не визначає політичного режиму). Демократичний режим, припускає, що громадяни наділені рівними правами і самі мають владу, яка рівномірно розподілена серед виборців. Свою владу вони реалізують через активну участь у голосуванні. Таким чином, демократична еліта має переконати соціум у необхідності свого існування, надавши політичний проект, який видасться найбільш актуальним виборцям.

Але існують і авторитарні режими, такі як в РФ. Їх легітимація будується на переконання еліт у цьому, що тільки з конкретним лідером вони можуть зберегти своє становище у су-

спільстві. Вибори у цьому ключі відіграють роль, лише для переконання еліт, що за зміни лідера їх фінансове благополуччя обірветься.

Але за всіх трьох зазначених режимів використовується політична пропаганда. Однак технічні інструменти для кожного режиму свої. Пропаганда – це технологія, яка в сучасності може використовуватися для різних цілей: від ведення когнітивних війн, через активізацію активної меншини (іноді більшості, як у Третньому Рейху), до банального збереження статус-кво, як у випадку РФ. Політичне керівництво РФ перебувати в позиції, яка ілюструється словами Червоної Королеви з «Аліси в Задзеркаллі»: «Щоб залишатися на місці, треба бігти вдвічі швидше»: всі зусилля, що додаються політичною елітою, мають на меті лише збереження поточного становища. Упродовж 8 років, з 2014 року і до повномасштабного вторгнення в 2022 р., РФ використала політичну пропаганду не лише для демонізації та розлюднення українців в очах росіян, а й для дестабілізації самого українського суспільства. Спроби такого впливу тривають і 19 місяців війни, хоч набагато менш успішно.

Росія системно використовує пропаганду як інструмент десоверенізації, бачачи метою когнітивної війти програш свідомості супротивника (Почепцов 2016). Постійне переконання українців в тому, що вони не є справжнім народом, не мають суверенітету і права на самовизначення лише здаються недієздатними, але знайшли відгук серед багатьох громадян Росії та невеликої, але існуючої кількості українців.

Цікаво, що прийоми пропаганди, які використовує Російська Федерація, використовувалися нею століття на різних територіях, але досить добре вони описані класиками дослідження пропаганди ще сторіччя тому. При цьому на міжнародному рівні пропаганда діє не надто успішно – вона націлена на цільову аудиторію. Так, у Третнього Рейху, СРСР, РФ хоч і знаходяться шанувальники у країнах розвинутої демократії, проте вони перебувають у радикальній меншості.

Наприклад, ще до 2022 року, РФ намагалася негативно пофарбувати національні рухи в Україні, проводила паспортизацію мешканців Луганської та Донецької областей (Кремель, 2019), створювала новини про утиск російськомовного населення, називала ситуацію на сході України «громадянською війною» (Бевз, 2015).

Навіть вторгнення з чотирьох фронтів Російська пропаганда іменувала «звільненням», «захистом», «СВО» уникаючи справжніх дефініцій.

Це класичний приклад пропаганди, що повторює рішення Геббельса, Сталіна, Муссоліні.

Але в сучасності з'являються нові погляди на розуміння пропаганди. Вітчизняний політолог Г. Почепцов у книзі «Смисли і війни: Україна і Росія в інформаційній і смисловій війнах» наводить тезу американського професора А. Едельстайна про настання ери нової пропаганди (Почепцов, 2016), вона відрізняється від традиційної тим, що її аудиторія нічим не обмежена, її повідомлення різноманітніше. Класична пропаганда дотримувалася одного курсу, одного тлумачення події. Сучасна видає десятки версій, щоб відвернути увагу аудиторії від істини. Інструменти та особливості «нової пропаганди» Г. Почепцов описує у багатьох своїх роботах. Відповідно до його концепції, нова пропаганда спрямована на зміст «картини світу», здійснювана часто з допомогою використання естетично орієнтованих методів на кшталт серіалів чи кіно. Вона використовує візуальну естетику, яка є більш емоційною з погляду інструментарію її впливу (Почепцов, 2017) відповідно знижує ймовірність аргументованого раціонального опору.

Сучасна пропаганда починається з психологічної війни, яка базується на двох основних діях:

- 1) Насамперед новини відбираються під певні теми, після чого під певним світлом подаються своїм громадянам та своїм супротивникам;
- 2) По-друге, значимість події зменшується або збільшується відповідно до нарративу пропаганди (Почепцов, 2017).

Таким чином, весь феномен пропаганди пов'язаний з конструюванням реальності (Яковлева, 2016). У сконструйованому світі правдою є те, з чим погоджується аудиторія, а не те, що є нею насправді. Так реальність постає індивіду у певному ключі, тож й діє він відповідно до того, як цю реальність розуміє. Одночасно з цим у кожного індивіда формується уяв-

лення про цінності, які поділяє «більшість» (хоча в реальності, за непрацюючої соціології в результаті репресивного законодавства, ніхто не може бути впевнений, що більшість підтримує війну, є гомофобом та ксенофобом). Це називається «спіраль мовчання» – коли через побоювання висловлювати думку, навіть більшість громадян може опинитися в становищі меншості.

Таким чином, пропаганда конструює політичну свідомість населення (деякою мірою навіть у демократичних державах, але більш м'якими методами). Але пропаганда неспроможна існувати лише вертикально вниз. У певний момент, вона починає впливати на своїх творців, визначаючи як внутрішньополітичне життя, так й зовнішньополітичне. Яскравими прикладами такого впливу є М. Чаушеску, Ф. Франко, А. Салазар та В. Путін. Інструментами такого подвійного впливу є масові комунікації: інтернет, телебачення, всі друковані видання. Тобто базис пропаганди аналогічний більш ранньому, але в сучасності у неї ширше коло для реалізації.

Найважливішим негативним наслідком пропаганди у відриві від політичного життя (хоча людину неможливо виключити з нього насправді, лише в теоретичному моделюванні) є насильство над особистістю. І воно тим небезпечніше, чим менш помітне. Індивід розпадається в різноманітні ідентичностей: як представник етносу, національності, професії, держави, релігії, соціальної групи – індивід повинен виконувати певні умови, мати певні якості та ідеї. Індивід співвідносить себе з цими групами визначає себе через них, адже без цього неможлива соціалізація, але групи пропонують йому готові моделі поведінки, позбавляючи особистості та права на вибір. До того ж необхідно кожного разу доводити, що ти маєш право бути частиною групи, через яку відбувається самовизначення. Органи влади через такого роду «жорстку» та тривалу пропаганду реалізують не цінність виживання (як індивід), а бажання приписати собі та реальності зручні значення, які дозволяють контролювати не лише політичні процеси, а й загальну парадигму розвитку світу.

Висновки. У цій статті ми розглянули різноманітність інструментів реалізації пропагандистських стратегій у суспільстві. Очевидно, що роль сучасних засобів комунікації має важливе значення у розвитку інформаційного суспільства, оскільки процеси, що реалізуються окремо від соціальних медіа, не мають необхідного розголосу, а отже, і підтримки прихильників. Звідси випливає питання, як пропаганда у вигляді політичної комунікації реалізується у розвитку суспільства цього типу.

Так, пропаганда вийшла на новий рівень у сучасності. На прикладі Російської федерації, очевидно, що еліти використовують витончені та сучасні методи для контролю країни, щоб прищепити патріотизм та повагу до президента. Маніпулювання в політичному дискурсі можна прирівняти до комплексу реального та психологічного впливу, оскільки будь-яка маніпуляція створює неіснуючу реальність, яка досягається за рахунок грамотного спостереження за реакцією соціуму на певну інформацію. У свою чергу, стратегії, що мають на увазі сукупність кроків для досягнення певної мети, вимагають від політика психологічного підходу та активної життєвої позиції.

Таким чином, політична пропаганда насамперед має на меті не стільки заразити суспільство певними ідеями, скільки поширити владу. Наслідок пропаганди для окремого індивіда та соціуму загалом – це підпорядкування. Все починається з малих груп та закінчується народами. Пропаганда змушує індивіда чи групу людей віддати своє право здійснення управління державою лідеру чи партії. І це зовсім не критично, якщо м'яка пропаганда демократичного суспільства дає право обирати проект розвитку суспільства, який може вартувати цього права. Тоді як у авторитарних та тоталітарних моделях вибір безальтернативний.

Головний механізм реалізації пропаганди – це пропозиція, постійна підтримка та посилення значень, які дозволяють успішно утримувати владу конкретного режиму. Індивід повинен оцінювати інформації з погляду який йому вже позначили, в вже сформувані диспозиції, оцінки і повчання. Постійна гра на негативних емоціях, постійна дихотомія уявлень про добро і зло – все це конструює ситуацію таким чином, що об'єкт пропаганди не може вийти з неї своїм шляхом, лише тим, що запропонований пропагандистом.

Література

- Бевз Т. Українці і росіяни під прищилом російської пропаганди. Наукові записки ІПіЕНД ім. Кураса НАН України. Вип. 1 (75). С. 150–163.
- Висоцький О. Ю. Політичний моккінг як технологія пропаганди: Соціально-гуманітарні науки та сучасні виклики. Матеріали ІІ Всеукраїнської наукової конференції. 26-27 травня 2017 р., Дніпро, 2017. С. 10-12.
- Висоцький О. Ю. Стратегії фокусування та дефокусування уваги як інструменти пропаганди. Філософія, теорія та практика випереджаючої освіти для сталого розвитку: Матеріали ІІІ Всеукраїнської науково-практичної конференції. 14 грудня 2017 р., Дніпро, 2018. С. 110-113.
- Кремль готується спростити видачу російських паспортів жителям «Д/ЛНР» після виборів в Україні. 16 квітня 2019 року. URL: https://lb.ua/news/2019/04/16/424644_kreml_gotovitsya_uprostit_vidachu.html (дата звернення: 19.09.2023).
- Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології ХХІ століття. К., 2017. 260 с.
- Почепцов Г. Сенси і війни: Україна і Росія в інформаційній і смислової війнах. К., 2016. 312 с.
- Шевців М., Гончарук К. Пропаганда як соціально-політичне явище: проблеми розуміння. Актуальні проблеми історико-правової та міжнародно-правової науки URL:<http://www.sulj.oduvs.od.ua/archive/2019/1/31.pdf> (дата звернення: 19.09.2023).
- Яковлева Н. Особливості розуміння сучасної політичної пропаганди. Ukrainian politconsulting group. 30 березня 2016 року. URL: <http://upgroup.org.ua/osoblivostirozuminnya-suchasnoyi-politichnoyi-propagandi> (дата звернення: 20.09.2023).

References

- Bevz T. Ukraintsi i rosiiany pid prytsilom rosiiskoi propahandy. (2015) Naukovi zapysky IPIEND im. Kurasa NAN Ukrainy. Vyp. 1 (75). S. 150–163. [in Ukrainian]
- Vysotskyi O. Yu. Politychni mokkinh yak tekhnolohiia propahandy (2017). Sotsialno-humanitarni nauky ta suchasni vyklyky. Materialy II Vseukrainskoi naukovoї konferentsii. 26-27 travnia 2017 r., Dnipro, 2017. S. 10-12. [in Ukrainian]
- Vysotskyi O. Yu. Stratehii fokusuvannia ta defokusuvannia uvahy yak instrumenty propahandy (2018). Filosofii, teoriia ta praktyka vyperedzhaiuchoї osvity dlia staloho rozvytku: Materialy III Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii. 14 hrudnia 2017 r., Dnipro, 2018. C. 110-113. [in Ukrainian]
- Kreml hotuietsia sprostyty vydachu rosiiskykh pasportiv zhyteliam «D/LNR» pislia vyboriv v Ukraini (2019). 16 kvitnia 2019 roku. URL: https://lb.ua/news/2019/04/16/424644_kreml_gotovitsya_uprostit_vidachu.html (accessed: 19.09.2023). [in Ukrainian]
- Pochepstov H. Vid pokemoniv do hibrydnykh viin: novi komunikatyvni tekhnolohii XXI stolittia (2017). K., 2017. 260 s. [in Ukrainian]
- Pochepstov H. Smyshly i viiny: Ukraina i Rosiia v informatsiinii i smyslovii viinakh (2016). K., 2016. 312 s. [in Ukrainian]
- Shevtsiv M., Honcharuk K. Propahanda yak sotsialno-politychne yavyshe: problemy rozuminnia (2019). Aktualni problemy istoryko-pravovoi ta mizhnarodno-pravovoi nauky URL:<http://www.sulj.oduvs.od.ua/archive/2019/1/31.pdf> (accessed: 19.09.2023). [in Ukrainian]
- Iakovleva N. Osoblyvosti rozuminnia suchasnoi politychnoi propahandy (2016). Ukrainian politconsulting group. 30 bereznia 2016 roku. URL: <http://upgroup.org.ua/osoblivostirozuminnya-suchasnoyi-politichnoyi-propagandi> (accessed: 20.09.2023). [in Ukrainian]

Анотація

Сушко А. І., Прохоренко А. М. Політична пропаганда як складова інформативно-комунікативної діяльності органів державної влади. – Стаття.

Стаття ставить проблему здійснення політичної пропаганди органами державної влади, як у світлі її впливу на утримання влади, так і у світлі її впливу на існування індивіда в суспільстві. У статті проводиться диференціація типів пропаганди, зазначається що не всяка пропаганда є руйнівною для індивіда, не кожна дотримується мети виняткового маніпулювання свідомістю громадянина і заміни понять. Однак також зазначається, що за допомогою технічних інструментів пропаганди конструюється світ. У висновках статті здається очевидним, що ефективні методи пропаганди застосовуються не для умоглядних ідей створення певної ідеології, а для отримання, утримання, реалізації та продовження політичної влади. Зазначається, що більшість технологій пропаганди є універсальними, тобто такими, які можуть застосовуватися в будь-якому суспільстві, за будь-яких зіткнень держав, за будь-яких епох. З іншого боку, існують так само і специфічні методи пропаганди характерні для того чи іншого державного устрою, для тієї чи іншої історичної доби та конкретної політичної ситуації. Для автора очевид-

но, що методи та техніки пропаганди відрізнятимуться навіть за однакових політичних режимів, але за різної демографічної картини. Для молодого соціуму – революційні ідеї та погляд у майбутні, для літнього соціуму – ретроспектива, поворот до славного минулого. Так само методи пропаганди будуть відрізнятися в умовах миру та в умовах війни. Автор поділяє методи пропаганди на жорсткі та м'які. Вочевидь, перші орієнтуються на негативні емоції, придушення волі, колективізацію. М'які методи пропаганди характерні для демократичних спільнот та їхня м'якість – це не наслідок самих технологій, а результат плюралістичної політичної картини, в якій існує безліч різних ідей та безліч акторів, які прагнуть отримати або зберегти владу.

Ключові слова: пропаганда, маніпуляція, державна влада, символізація, придушення.

Summary

Sushko A. I., Prokhorenko A. M. Political propaganda as a component of informative and communicative activities of state authorities. – Article.

The article poses the problem of the implementation of political propaganda by public authorities, both in the light of its influence on the retention of power, and in its influence on the existence of an individual in society. The article differentiates the types of propaganda, noting that not all propaganda is destructive for the individual, not all adhere to the goal of exclusive manipulation of the citizen's consciousness and substitution of concepts. However, it is also noted that with the help of technical propaganda tools the world is constructed. In the conclusions of the article, it seems obvious that effective propaganda methods are used not for speculative ideas of creating some kind of ideology, but for obtaining, retaining, implementing and continuing political power. It is noted that most propaganda technologies are universal, that is, those that can be used in any society, in any clashes between states, in any era. On the other hand, there are also specific propaganda methods characteristic of a particular government system, a particular historical era and a specific political situation. It is obvious to the author that propaganda methods and techniques will differ even under the same political regimes, but with a different demographic picture. For a young society – revolutionary ideas and a look into the future, for an older society – a retrospective, a turn to the glorious past. Also, propaganda methods will be different in conditions of peace and in conditions of war. The author divides propaganda methods into hard and soft. Obviously, the former focus on negative emotions, suppression of will, and collectivization. Soft methods of propaganda are characteristic of democratic societies and their softness is not a consequence of the technology itself, but the result of a pluralistic political landscape in which there are many different ideas and many actors seeking to gain or maintain power.

Key words: propaganda, manipulation, state power, symbolization, suppression.