

УДК 342.1

DOI <https://doi.org/10.24144/2788-6018.2022.01.28>

ПРОПАГАНДА ТА ЇЇ ВИДИ. ШЛЯХИ ПРОТИДІЇ ПРОПАГАНДИ

Драбюк С.С.,

здобувач вищої освіти

юридичного факультету

Ужгородського національного університету

Драбюк С.С. Пропаганда та її види. Шляхи протидії пропаганді.

Дана стаття присвячена проблемі пропаганди у світлі сьогодення. Актуальність досліджуваної тематики зумовлена тим, що інформація має значний вплив на суспільну свідомість, і тому може бути засобом дестабілізації чи маніпуляції суспільством. Ми спостерігаємо, що інформаційна війна є складовою війни росії проти України. Тому дослідження поняття пропаганди та засобів боротьби з нею є дуже важливим і потрібним кроком.

У статті визначено значення терміну «пропаганда», виділено характерні риси цього феномену. На підставі аналізу правової доктрини визначено як відрізнити пропаганду від звичайного обміну ідеями та інформацією.

Також було запропоновано класифікацію видів пропаганди за різними критеріями: залежно від її спрямованості; залежно від сфери поширення; залежно від ступеню достовірності інформації та залежно від етапу поширення пропаганди.

Оскільки проблема пропаганди сьогодні постає особливо гостро, то стає зрозуміло, що механізми боротьби з цим негативним явищем потребують подальшого вдосконалення. У формі тез було запропоновано кілька ідей щодо виявлення і розпізнання пропаганди, фейкових новин та дезінформації ще на початковому етапі. Втілення цих ідей на практиці, на наш погляд, дозволило б запобігти тим трагічним і руйнівним наслідкам, до яких, як показує історія, призводить вплив пропаганди.

Також було досліджено, які заходи боротьби з деструктивним впливом пропаганди застосовують в Україні сьогодні, які інструменти використовує уряд для протидії дезінформаційній кампанії рф, направленої на дестабілізацію українського суспільства в мовах війни. Було розтлумачено явище контрпропаганди та його основні риси.

На підставі вищезазначеного нами було підбито підсумки проведеного дослідження та визначено коло питань, які ще потребують подальших наукових пошуків.

Ключові слова: пропаганда, дезінформація, фейкові новини, боротьба з пропагандою, суспільна свідомість, ЗМІ, контрпропаганда.

Drabiuk S. Propaganda and its types. Ways to counter propaganda.

This article is devoted to the problem of propaganda in the today's world. The relevance of the research topic is due to the fact that information has a significant impact on the public consciousness, and it can be used as a mean of destabilization or manipulation of society. We see that the information war is part of russia's war against Ukraine. Therefore, the study of the concept and means of combating it is a very important and necessary step.

The article defines the meaning of the term «propaganda», highlights the characteristics of this phenomenon. Based on the analysis of legal doctrine, it is determined how to distinguish propaganda from the usual exchange of ideas and information.

Was proposed a classification of propaganda, based on different criterias: depending on its direction; depending on the field of distribution; depending on the degree of reliability of the information and depending on the stage of dissemination of propaganda.

As the problem of propaganda is particularly acute today, it becomes clear that the mechanisms for combating this negative phenomenon need to be further improved. In the form of abstracts, several ideas were proposed to identify and recognize propaganda, fake news and misinformation at an early stage. Putting these ideas into practice, in our opinion, would prevent the tragic and devastating consequences that, as history shows, the influence of propaganda leads to.

It was also investigated what measures to combat the destructive influence of propaganda are used in Ukraine today, what tools the government uses to counter the disinformation campaign of russia aimed at destabilizing Ukrainian society in the language of war. Were explained the phenomenon of counter-propaganda and its main features.

Based on the above, we summarized the results of the study and identified a range of issues that still require further research.

Key words: propaganda, misinformation, fake news, fight against propaganda, public consciousness, mass media, counter-propaganda.

Постановка проблеми. Війна росії проти України оголила всі недоліки системи міжнародного правопорядку і виявила цілу низку глобальних проблем. Одним із найважливіших і болючих питань є достовірність інформації та протидія пропаганді. Інформаційна війна є інструментом викривлення суспільної свідомості та управління масами. На жаль, ми можемо спостерігати трагічні наслідки пропаганди сьогодні, оскільки війна інформаційна стала частиною війни реальної.

Стан опрацювання. Питання пропаганди є і було предметом дослідження багатьох вчених. Проте, оскільки, станом на сьогодні проблема поширення дезінформації та fake news не є вирішена, ця тема є актуальною і потребує подальшого дослідження.

Мета статті. Метою статті є аналіз феномену пропаганди та його проявів, а також пошук дієвих шляхів зупинення поширення дезінформації і боротьби з фейковими інформаційними вкидами.

Виклад основного матеріалу Дослідження показують, що пропаганда – явище не нове. Історики сходяться на тому, що воно виникло внаслідок появи класової нерівності у суспільстві. Ще древні правителі використовували пропаганду для маніпуляцій народною свідомістю і лобювання власних інтересів. Першим зафіксованим фактом використання пропаганди дослідники цієї тематики Шевців М. Б. і Гончарук К. А. пропонують вважати преамбулу до Зводу законів Хаммурапі, де сказано, що ці закони «створені для справедливості в країні і для захисту слабких від сильних», однак аналіз змісту самих правових норм чітко вказує на протилежне. [1, с.119]

З часом пропаганда лише набирала обертів. Сьогодні ми можемо говорити вже про цілу систему впливу на свідомість суспільства, яку найчастіше використовують тоталітарні або авторитарні режими для досягнення своїх агресивних цілей.

Майкл Спруль характеризує пропаганду як роботу великих організацій або груп, спрямованих на одурманення громадськості для досягнення особливих інтересів шляхом нав'язування привабливих висновків, оформлених таким чином, щоб приховати переслідувану мету і брак вагомих підстав. [2]

Історик Алан Нельсон виділяє такі ознаки пропаганди: умисні та систематичні спроби змінити сприйняття, емоції, важливості контролю

передачі односторонніх повідомлень, скеровування поведінки цільової аудиторії. [3]

Пропаганда відрізняється від звичайного спілкування і вільного обміну ідеями чи інформацією умисністю і акцентом на маніпуляції. У пропагандиста є конкретна мета, щоб досягти її, він навмисно відбирає факти, аргументи і символи та подає їх так, щоб досягти найбільшого ефекту. Щоб максимізувати ефект, він може оминати істотні факти чи спотворювати їх, а також може відвертати увагу аудиторії від інших джерел інформації. [4]

Хоча термін «пропаганда» походить від лат. *propago* — «поширюю», сьогодні недоцільно говорити про так звану «хорошу» і «погану» пропаганду. Лакмусовим папером тієї чи іншої інформації та способу її подачі є мета, з якою вона подається масовому споживачу. Не слід вважати пропагандою поширення інформації про достовірні факти та події з метою інформування громадськості чи заохочення до ведення здорового способу життя тощо.

Пропаганда завжди має на меті здійснення прихованого впливу на свідомість людей та нав'язування «потрібної» точки зору. Найбільш масовий ефект пропаганди спостерігається в тоталітарних та авторитарних режимах. Яскравим прикладом були нацистський режим у Німеччині, пропаганда в СРСР, а нині ми можемо спостерігати інформаційну політику поширення ідей так званого «руського миру».

Форм та засобів пропаганди є настільки багато, що її можна порівняти із багатоголовою гідрою, де кожна голова має свої характерні риси і особливості.

Пропонуємо таку класифікацію видів пропаганди певного ідеологічного режиму.

1) Залежно від спрямованості:

1.1. Внутрішня пропаганда – спрямована на внутрішнього споживача. Можна виділити такі характерні риси даного виду пропаганди: шовінізм, прийом «зовнішнього ворога», управління свідомістю за допомогою психоемоційного впливу, залякування та нав'язування певних єдино правильних точок зору та ідей (залежно від мети), а також ізоляція суспільства від інших, незалежних, ЗМІ.

1.2. Зовнішня пропаганда спрямована «на експорт», вона зазвичай більш латентна і поміркована, оскільки її адресатами є ті, хто за межами «системи». Головною її метою є створення лояльних режиму груп за його межами та приховування чи спотворення його реальних цілей та дій.

2) Залежно від сфери поширення:

2.1. Культурна пропаганда – поширення певних політичних, ідеологічних поглядів через твори мистецтва, за допомогою відомих діячів культури чи інфлюенсерів.

2.2. Інформаційна пропаганда – поширення пропаганди, за допомогою дезінформації та фейкових новин через засоби масової інформації.

2.3. Політична пропаганда. Варто зазначити, що будь-яка пропаганда часто переслідує політичні мотиви, проте, пропагандою у політичній сфері слід вважати, насамперед, ідеологічні погляди, закладені в передвиборчих програмах політичних партій чи окремих політиків, їх публічних виступах тощо.

2.4. Особистісна сфера – поширення пропаганди через приватне спілкування в тому числі за допомогою соцмереж, месенджерів.

3) Залежно від ступеню достовірності інформації:

3.1. Правда інформація. Так, правда інформація може бути інструментом пропаганди, якщо вона подається таким чином, щоб схилити споживача до певного, нав'язаного, бачення тієї чи іншої події.

3.2. Частково спотворена інформація – події висвітлюються частково, у вигідному для пропагандиста світлі. Використовуються такі інструменти як вирвані з контексту фрази, неоднозначні кадри, змонтовані уривки відео з місця подій.

3.3. Відверта брехня – повністю сфабриковані інформаційні вкиди, деякі з них можуть виглядати як цілком реальні, інші доходять до абсурду.

4) Залежно від етапу:

4.1. Підготовча пропаганда – створення сприятливого середовища для поширення тієї чи іншої ідеї, зондування населення, перевірка рівня довіри до фейкових новин, аналіз суспільних настроїв, дестабілізація свідомості.

4.2. Активна пропаганда – нагромадження впливу на народні маси, спонукання до реалізації планів «режиму», заохочення і підтримка активних дій, нерідко примус до дій за допомогою залякування чи погроз.

4.3. Приховування слідів – замовчування, заперечення, приховування злочинів вчинених режимом.

Зазначимо, що цей перелік видів пропаганди не є вичерпним і його можна розширити.

Як вже зазначалося вище, пропаганда – явище не нове. Оскільки суспільство вже давно зіткнулося з цією проблемою, були напрацьовані певні механізми протидії дезінформації як на міжнародному, так і на національному рівні. Проте, варто зазначити, що як показує час, протидія пропаганді зазвичай виникає тоді, коли мета пропаганди вже частково досягнута, тобто вчинені певні активні суспільно-шкідливі дії, до яких вона закликала.

Якби існував чіткий і дієвий механізм виявлення поширення пропагандистських фейків та

дезінформації та активна протидія цьому ще на початковому етапі, можна було б уникнути багатьох трагічних наслідків і врятувати мільйони життів.

На підтвердження цього наведемо конкретний приклад. Після анексії Криму та часткової окупації Донецької та Луганської областей росією у 2014 році ЄС у відповідь на використання росією інструментів інформаційного впливу як елементу гібридної агресії на міжнародній арені актуалізувало питання пошуку ефективних механізмів протидії розповсюдженню антиліберальних наративів російської пропаганди у країнах-членах. Однак, протидія інформаційним загрозам тісно пов'язана з дотриманням базових цінностей ліберальної демократії, таких як свобода слова та плюралізм думок. Тому на відміну від відкритих фактів воєнної агресії РФ проти України у 2014 році, у відповідь на які ЄС, США та Україна запровадили персональні та секторальні економічні санкції, запровадження прямих обмежень чи заборон для діяльності окремих медіа у відповідь на факти інформаційної агресії не стали ключовим інструментом протидії наративам російської пропаганди серед країн ЄС.[5]

Як наслідок, подібна безкарність призвела до продовження поширення пропаганди і подальших активних дій режиму.

Спробуємо виділити основні проблеми, які слід вирішити для ефективної боротьби з пропагандою:

1. Насамперед, потрібно не дозволяти пропаганду, посиляючись на лібералізм та плюралізм думок. Не слід плутати протидію дезінформації з цензурою, яка заборонена у більшості демократичних країн. У суспільстві можуть існувати різні погляди, але не може бути двох різних правд. Якщо інформація спотворює ту чи іншу подію чи факт, джерело яке поширює подібні новини повинне бути виявлене. Якщо воно поширює фейкові новини систематично і цілеспрямовано, воно має бути заборонене.

Це стосується, насамперед, зовнішньої пропаганди пропагандистських режимів. Трансляція пропагандистських ЗМІ повинна зупинятися, шляхом блокування супутникової ретрансляції, блокування сторінок у соцмережах. Такі заходи мають вчинятися не тоді, коли злочини режиму очевидні, масові, шокуючі, коли є багато жертв і написано безліч звернень і петицій про заборону того чи іншого ЗМІ, а тоді коли просто виявлено викривлення фактів. Заборона поширення фейків має розцінюватися не як санкції проти режиму, а як захід інформаційної гігієни.

2. Ми можемо спостерігати як соцмережі блокують кадри, що висвітлюють жертв війни через «їх надмірну жорстокість». Так, жорстокість надмірна, але їй можна було б запобігти,

якби не допускалось поширення пропаганди. Виглядає абсурдно, коли блокуються реальні докази вчинених злочинів, натомість продовжується поширення дезінформації із закликами до насильства, порушення міжнародного правопорядку і цинічної зневаги до людства і моральності.

3. Також кожній державі варто звертати увагу на випадки, коли в її інформаційному просторі зростає питома вага ЗМІ іншої держави. Мається на увазі, коли суспільство черпає певний, доволі значний, відсоток інформації саме з джерел інформації, які належать конкретній країні.

Те що всередині держави основну частину інформаційного простору займають загальнонаціональні ЗМІ - це природньо, також обов'язково є наявність іноземних джерел інформації, в тому числі міжнародних засобів масової інформації. Проте, якщо зростає вплив ЗМІ якоїсь однієї іноземної держави, а на деяких територіях (як це було на сході України) їх вплив навіть переважає національні ЗМІ – це привід для занепокоєння і вжиття заходів для встановлення балансу між національними та іноземними (незалежними) джерелами інформації.

В Україні питання боротьби з пропагандою, здається, було актуальним завжди. Однак, по-справжньому ми звернули увагу на цю проблему після Революції Гідності та анексії Криму. Першими кроками була заборона використання на території України низки проросійських соціальних мереж, також блокувалися певні пропагандистські сайти і збільшився обсяг українського контенту в медіа. У 2015 році були ухвалені так звані «закони про декомунізацію», які передбачали відхід від спадщини СРСР та сфабрикованого компартією бачення української історії.

Також трохи згодом в Україні було запроваджено нові методи контрпропаганди. Ж. З. Денисюк визначає контрпропаганду як інформаційний вплив, спрямований на зниження значення цінностей, пропагованих з позицій ідеологій, далеких від панівних. [6]

У науковій доктрині визначено, що і пропаганда, і контрпропаганда – зброя інформаційно-психологічних війн, тобто протиборства сторін, «яке виникає через конфлікт інтересів і здійснюється шляхом навмисного впливу на свідомість супротивника (народу, колективу або окремої особи) для його когнітивного придушення і / або підпорядкування, а також за допомогою використання заходів інформаційно-психологічного захисту від такого впливу». [7]

Зокрема, як повідомляють українські ЗМІ у 2020 році за контрпропаганду взялися «ельфи». Насправді це мережа активістів, що обрали собі фентезійну назву на протиставлення російським

тролям, давно існують в балтійських країнах, Польщі, Чехії та Словаччині. Перші ельфи з'явилися у Литві в 2014-му році, коли місцеві активісти вирішили об'єднатися, аби давати організовану відсіч російським інформаційним атакам проти Литви, України та інших демократичних країн. Рух, до якого входять люди з різним професійним та життєвим досвідом, розрісся і охопив близько 40 000 литовців, а потім і жителів інших країн, що добровільно і на волонтерських засадах вкладають час та зусилля в боротьбу за чистоту інформаційного простору. З осені 2020-го року вони діють і в Україні. [8]

У 2021 році було створено нові органи, які б спеціалізувалися саме на боротьбі з пропагандою, йдеться про Центр стратегічних комунікацій інформаційної безпеки (ЦСКІБ) при Міністерстві культури та інформполітики та Центр протидії дезінформації при Раді національної безпеки і оборони.

У 2022 році на тлі повномасштабного вторгнення росії в Україну було остаточно припинено трансляцію російських ЗМІ на нашій території, обмежено доступ до сайтів з російським доменом. Також Президент України Володимир Зеленський підписав закон (законопроект №5101), яким вносяться зміни до раніше прийнятих нормативних актів. Даний закон спрямований на заборону пресі, телебаченню та радіо виправдовувати, визнавати правомірною, заперечувати збройну агресію Російської Федерації проти України у 2014 році, зокрема шляхом подання збройної агресії РФ проти України як «внутрішнього конфлікту», «громадянського конфлікту», «громадянської війни», заперечення тимчасової окупації частини території України.

Також забороняється прославлення (глюрифікація) осіб, які здійснюють збройну агресію Росії проти України у 2014 році, представників як збройних формувань Російської Федерації, так і збройних банд та груп найманців, зокрема шляхом їх визначення як «повстанці», «ополченці», «ввічливі військові люди». [9]

Висновки. Підводячи підсумки даного дослідження, можемо дійти висновку, що явище пропаганди виникло ще давно. Пропаганду здавна використовували як інструмент для маніпуляції суспільною свідомістю. Особливий вплив пропаганди спостерігається у країнах із тоталітарним чи авторитарним режимом правління.

Якщо не протидіяти пропаганді, вона може призвести до руйнівних наслідків. Ті механізми контрпропаганди, які існують сьогодні перебувають на етапі вдосконалення. Ми вважаємо, що пропаганда – це серйозна загроза міжнародному правопорядку і внутрішній стабільності держав. Тому у питаннях боротьби з дезінформацією і фейками не може бути жодних компромісів.

Подальших досліджень потребують механізми виявлення і протидії пропаганді на початкових етапах. А також розробка правового механізму впровадження заборони для трансляції пропагандистських ЗМІ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Шевців М. Б., Гончарук К. А. Пропаганда як соціально-правове явище: проблеми розуміння. Актуальні проблеми історико-правової та міжнародно-правової науки. Південноукраїнський часопис. Випуск 1. 2019 С. 119–122.
2. J. Mickle Sproul. Channels of propaganda, Bloomington, IN: Eric/Edinfo Press, 1994.
3. Richard Alan Nelson, A Chronology and Glossary of Propaganda in the United States. Westport, Conn. and London: Greenwood Press, 1996. 336 pp. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08821127.1997.10731916>.
4. Шведа Ю.Р. Політичні партії. Енциклопедичний словник. Львів. Астролябія, 2005. 488 с.
5. Міжнародний центр перспективних досліджень. Як Євросоюз протидіє російській пропаганді. URL: <http://icps.com.ua/yak-vrosoyuz-protydi-rosiyskiy-propahandi/>
6. Денисюк Ж. З. Пропаганда та контрпропаганда в контексті стратегій державної інформаційної політики. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Державне управління URL: http://www.pubadm.vernadskeyournals.in.ua/journals/2021/2_2021/10.pdf.
7. Павлов Д. Політична пропаганда: до визначення поняття. Гілея: науковий вісник. 2013. Вип. 79. С. 328–331.
8. Українська призма. Рада зовнішньої політики. В Україні з'явилися ельфи для боротьби з російською пропагандою! URL: <http://prismua.org/%D0%B2-%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96-%D0%B7%D1%8F%D0%B2%D0%B8%D0%BB%D0%B8%D1%81%D1%8F-%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D1%84%D0%B8-%D0%B4%D0%BB%D1%8F-%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BE%D1%82%D1%8C%D0%B1/>
9. Законопроект №5101. URL: https://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=71149