

Костицька С. В.,

юрист, психолог

Київська міська рада

ORCID: 0009-0001-6777-3898

ПРОБЛЕМИ ВПЛИВУ ПОЛІТИЧНОЇ ПРОПАГАНДИ НА СУСПІЛЬСТВО ТА ЛЮДИНУ

PROBLEMS OF THE IMPACT OF POLITICAL PROPAGANDA ON SOCIETY AND THE INDIVIDUAL

В умовах глобалізації суспільного та особистого життя та формування інформаційного суспільства зростає важливість дослідження проблем соціальних комунікацій, впливу на людину, соціальні групи та суспільство у цілому політичної пропаганди. Авторка досліджує цю проблематику у контексті російської пропаганди в останні роки, зумовленої як російською воєнною агресією в Україні, так і прагненням російської влади залишатися на вершині світової політики. У статті відзначається, що виникнення пропаганди пов'язане із соціальним розшаруванням суспільства, що обумовило появу такого явища, як адресність пропаганди. Авторка підкреслює зростання ролі пропаганди під час інформаційної війни, що веде до створення умов для мультимодальної війни, у якій використовуються різні інструменти тиску – від інформаційного, економічного та політичного до психологічного впливу а значимим стає застосування методів дезінформації, дезорієнтації, економічної блокади та підризу авторитету влади. У статті сформульовано ряд висновків, один із яких – твердження, що пропаганда є синонімом духовної влади, яка зв'язує уявлення, думки, бажання, наміри та вчинки соціальних суб'єктів у єдиний простір панування. Авторка також звертає увагу на необхідність розмежування пропаганди від агітації. Наприклад, передвиборна агітація завжди має певні вкраплення політичної пропаганди, наперед формуючи серед виборців стійкі та довготривалі переконання, стереотипи та установки, спрямовані на отримання їхніх голосів на виборах із долученням до агітації ідеологій партій та кандидатів у народні депутати та президенти. За результатами дослідження у статті зазначається, що сучасна пропаганда є формою комунікації, спрямованою на поширення інформації для впливу на суспільну думку з метою підтримки певного явища чи позиції, включає багатогранні політичні технології, покликані формувати суспільні настрої через створення стійких соціальних установок і стереотипів, які відповідають інтересам того, хто цю пропаганду реалізує. Метою політичної пропаганди є досягнення бажаного стану свідомості та прогнозованої поведінки мас, соціальних груп чи окремих індивідів.

Ключові слова: пропаганда, агітація, політична пропаганда, політична пропаганда в інформаційній війні, особливості російської пропагандистської діяльності в Україні та у Європі.

In the context of globalization of social and personal life and the formation of an information society, the importance of studying the problems of social communications, the impact of political propaganda on humans, social structures and society as a whole is growing. The author explores this issue in the context of Russian propaganda in recent years, caused by both Russian military aggression in Ukraine and the desire of the Russian government to remain at the top of world politics. The article notes that the emergence of propaganda is associated with the social stratification of society, which led to the emergence of such a phenomenon as targeted propaganda. The author emphasizes the growing role of propaganda during information warfare, which leads to the creation of conditions for a multimodal war, in which various instruments of pressure are used – from information, economic and political to psychological influence, and the use of methods of disinformation, disorientation, economic blockade and undermining the authority of the authorities becomes significant. The article formulates a number of conclusions, one of which is the statement that propaganda is a synonym for spiritual power, which connects the ideas, thoughts, desires, intentions and actions of social subjects into a single space of domination. The author also draws attention to the need to distinguish propaganda from agitation. For example, election campaigning always has certain inclusions of political propaganda, in advance forming among voters stable and long-term beliefs, stereotypes and attitudes aimed at obtaining their votes in elections with the involvement of the ideologies of parties and candidates for people's deputies and presidents in the agitation. According to the results of the study, the article notes that modern propaganda is a form of communication aimed at disseminating information to influence public opinion in order to support a certain phenomenon or position, and includes multifaceted political technologies designed to shape public sentiment through the creation of stable social attitudes and stereotypes that meet the interests of the one who implements this propaganda. The goal of political propaganda is to achieve the desired state of consciousness and predicted behavior of the masses, social groups or individuals.

Key words: propaganda, agitation, political propaganda, political propaganda in information warfare, features of Russian propaganda activities in Ukraine and Europe.

Пропаганда існує та поширюється за допомогою діяльності масової комунікації. Деякі автори, надаючи політичній пропаганді важливого значення, вважають, що це політично мотивований інформаційно-психологічний вплив на емоційно-вольову сферу масової свідомості за допомогою якого впроваджується політичні ідеї, погляди, установки і формується політична поведінка, з чого виводиться основна мета політичної пропаганди – зміна системи цінностей людини її громадських політичних та інших переконань. Основними елементами процесу пропаганди є: її суб'єкт (соціальна група, інтереси якої виражає пропаганда), зміст, форми і методи, засоби чи канали пропаганди (радіо, телебачення, друковані та онлайн-медіа, система лекційної пропаганди і т.д.), об'єкт (аудиторія чи соціальні спільноти, яким адресована пропаганда) [1, с. 46-51, 47]. Історики зазначають, що в, у зв'язку із цим пропаганда зорієнтована саме на успіх правлячої верхівки, адже саме ця група осіб переважно монополізує владу в державі. Таким чином відбувається переливання фінансового, політичного та духовного капіталу, залучення грошей у пропаганди та здійснення і утримання влади[2].

Звідси, важливими складовими дослідження проблем політичної пропаганди стають класифікації цільової аудиторії, політична мета, розвиток та зміна політичних поглядів і суспільної поведінки (зокрема, електоральної) індивідів та інш.

Найскладніше досліджувати вплив політичної пропаганди на конкретну вікову аудиторію, для якої властиві і інші критеріїв – насамперед політичні, а також географічні, освітньо-професійні, класові та гендерно-статусні, поєднання або конфігурація (набір) яких визначають характер і зміст пропаганди відносно цієї вікової аудиторії. Ба більше, українсько-російська війна кардинально вплинула на зміну класової, гендерно-демографічної та культурно-інформаційної структури українського суспільства, що зумовило виникнення таких феноменів, як волонтерство, добровольчі (неформальні) військові утворення (в. ч. капеланство), організації гуманітарно-психологічної підтримки, географічну (виїзд дружин і дітей закордон) й воєнно-політичну (роз'єднаність сімей, загибель, зникнення безвісти, потрапляння в полон).

Деякі дослідники вважають, що головна мета пропаганди полягає у впливі на систему ідейних, суспільних і політичних установок особистості. Цей вплив може проявлятися у створенні нових установок або в посиленні чи послабленні вже наявних. Інформація подається таким чином, щоб у отримувача виникло бажання поширювати її далі. Крім того, характерними рисами пропаганди є емоційне забарвлення та інтерпретаційний підхід до даних, представлених у повідомленнях. Зазвичай така інтерпретація

позбавляє людину необхідності або навіть можливості самостійно аналізувати подану інформацію, залишаючи для неї лише завдання ознайомлення. [3, с.261]

Особливу роль пропаганда відіграє під час інформаційної війни, оскільки її ефективно застосування може надати суттєві переваги над противником. У результаті створюються умови для мультимодальної війни, у якій використовуються різні інструменти тиску – від інформаційного, економічного та політичного до психологічного впливу а значимим стає застосування методів дезінформації, дезорієнтації, економічної блокади та підриву авторитету влади. [4, с.980]

Психологічні механізми політичної поведінки соціальних груп є важливим компонентом пропаганди, оскільки вони визначають усталені схеми сприйняття та реакції на пропагандистські повідомлення. Інформаційно-психологічний вплив спрямований на зміну поведінки або світогляду як окремих осіб, так і суспільства в цілому. Використання сучасних інформаційних технологій у комунікації дозволяє охоплювати великі аудиторії, підсилюючи ефективність цих впливів.

Сьогодні Україна стикається з інформаційно-психологічною експансією, що руйнівно впливає на психічне здоров'я нації. У цих умовах постала гостра необхідність переосмислення пріоритетів у системі національної безпеки та підвищення уваги до питань інформаційно-психологічної війни. Особливо важливим є вивчення форм і методів інформаційного впливу. Проте на міжнародному рівні поки що відсутні правові механізми, які могли б ефективно протидіяти інформаційній агресії. Більше того, ця агресія зазвичай здійснюється приховано, що ускладнює її своєчасне виявлення, запобігання та організацію протидії.

Тут один із головних пропагандистських російських інструментів – соціальні медіа. Наприклад, у «Х.» створено цілі мережі блогерів та медіаресурсів, які просувають меседжі про нелегітимність української влади., з чого робиться висновок про недоцільність допомоги Україні, зокрема, зброєю. Ще однією інформаційною російською операцією у Центрі протидії дезінформації при Раді Національної Безпеки і Оборони називають кампанію, спрямовану на зрив мобілізаційних заходів і зменшення довіри до Збройних сил України (цільова аудиторія такої пропаганди – звісно, особи переважно раннього дорослого віку як потенційні кандидати на мобілізацію). Одна з ключових російських інформаційних атак покликана також дискредитувати головнокомандувача ЗСУ Олександра Сирського та інших військових і політичних діячів України[5].

Ще одна поширена думка про суть пропаганди, яку вважають формою комунікації,

спрямованою на маніпулювання свідомістю конкретно визначеного суб'єкта з метою формування у нього певних уявлень і позицій.[6, м.121]. У зв'язку з тим, що пропаганда виступає інструментом політичного впливу вона виникає паралельно з поняттям влада. Методи, форми та напрямки її реалізації постійно змінюються, що пов'язано як з появою нових засобів комунікації, так і трансформацією суспільних норм та цінностей.[7, с.35]

Стосовно впливу пропаганди на формування політичних переконань та ідентичності, деякі автори вважають, що поширенням прийомом пропаганди є конструювання політичного наративу конфлікту, визначення союзників і ворогів, що посилює сприйняття громадськістю політичної напруженості. Пропаганда є синонімом духовної влади, яка зв'язує уявлення, думки, бажання, наміри та вчинки соціальних суб'єктів у єдиний простір панування та підпорядкування в очікуванні обіцяного задоволення. Істинна пропаганда зазвичай є непомітною для своїх реципієнтів, але вона переслідує їх 24/7.

Політичною ж пропагандою можна вважати будь яку ідею, що ефективно слугує інтересам влади, відповідно забезпечує добровільне підпорядкування соціальних суб'єктів правлячим силам всупереч їх власним життєвим цінностям, ідеалам та об'єктивним потребам. [8, С.98-99]

Незважаючи на виокремлення в теорії та практиці позитивних і негативних аспектів пропаганди, вона здавна має постійну тенденцію до легітимізації (узаконення, унормування). Яскравим прикладом використання узаконеної пропаганди є передвиборна агітація як стадія виборчого процесу, зокрема така її форма, як політична реклама. Згідно з ч. 2 ст. 51 Виборчого кодексу України, передвиборна агітація може проводитися у таких формах: 1) проведення зборів громадян, інших зустрічей з виборцями; 2) проведення мітингів, походів, демонстрацій; 3) проведення публічних дебатів, дискусій, "круглих столів", прес-конференцій щодо положень передвиборних програм та політичної діяльності кандидатів, партій (організацій партій) – суб'єктів виборчого процесу; 4) оприлюднення в друкованих та аудіовізуальних (електронних) медіа політичної реклами, виступів, інтерв'ю, нарисів, відеофільмів, аудіо- та відеокліпів, інших публікацій та повідомлень; 5) розповсюдження виборчих листівок, плакатів та інших друкованих агітаційних матеріалів чи друкованих видань, в яких розміщено матеріали передвиборної агітації; 6) розміщення друкованих агітаційних матеріалів чи політичної реклами на носіях зовнішньої реклами; 7) проведення концертів, вистав, спортивних змагань, демонстрації фільмів та телепередач, проведення інших публічних заходів за підтримки кандидата, партії (організації партії) – суб'єкта виборчого процесу, а також оприлюднення інформації про таку підтримку; 8) публічні

заклики голосувати за або не голосувати за кандидата, партію (організацію партії) – суб'єкта виборчого процесу або публічні оцінки їхньої діяльності; 9) встановлення агітаційних наметів; 10) в інших формах, що не суперечать Конституції України та законам України[9].

Водночас на здійснення передвиборної агітації законом встановлено деякі обмеження та заборони. Так, забороняється поширювати агітаційні матеріали, що містять пропаганду війни, насильства та розпалювання міжетнічної, расової, релігійної ворожнечі, посягання на права і свободи людини, здоров'я населення. Подібні заборони також поширюються на положення виборчих програм кандидатів та статутів політичних партій – суб'єктів виборчого процесу, що є підставою для відмови у реєстрації кандидатів на виборні посади. [9, с.48]

Незважаючи на концептуальне розмежування пропаганди від агітації, передвиборна агітація завжди має певні вкраплення політичної пропаганди, наперед формуючи серед виборців стійкі та довготривалі переконання, стереотипи та установки. В різні роки з моменту відновлення незалежності України під час виборчих кампаній можна було спостерігати боротьбу чи протиставлення навіть цілих ідеологій кандидатів – у президенти та народні депутати: комуністичного, націонал-демократичного чи ліберально-демократичного шляху соціального економічного розвитку; прозахідної чи проросійської зовнішньополітичної орієнтації.

Для здійснення пропаганди та агітації залишаються як традиційні (телебачення, радіо, кіно, естрадно-концертні шоу), так і новітні (інтернет, соціальні мережі) засоби політичної пропаганди. З цього приводу також варто згадати масовану з боку олігархічних проросійських медіа-корпорацій та самої російської влади антиєвроінтеграційну риторику напередодні підписання у 2013 р. Угоди про асоціацію між Україною та ЄС за допомогою таких наративів, як «безробіття», «втрата ринків збуту в росії та СНД», «кінець дешевим російським енергоносіям», «руйнування єдиного мовного, культурного та інформаційного простору і традиційних братерських зв'язків», «в Європі ніхто Україну не чекає та не знають про таку державу» тощо. А вже після перемоги Революції гідності для зриву євроінтеграції України російська пропаганда застосувала весь гібридний арсенал впливу, особливо порушення територіальної цілісності, як це раніше вона вчинила щодо Молдови та Грузії у покарання за їхні європейські устремління.

Прикладів результативності маніпулятивного впливу зовнішньої пропаганди на прийняття державно важливих політичних рішень у цілком демократичний спосіб (вибори, референдуми) на сьогодні більш ніж достатньо.

Найбільш промовистий приклад – це «Brexit», референдум про вихід Великої Британії із ЄС,

проведений 23 червня 2016 р. за ініціативи мера Лондона і майбутнього прем'єр-міністра Бориса Джонсона. Тоді 52 % британців на референдумі проголосували за вихід із ЄС. Шотландці та мешканці Північної Ірландії загалом виявили своє бажання лишитися в складі ЄС, а валлійці й англійці, без урахування Лондона, проголосували за вихід. Відповідно до рішення референдуму 31 січня 2020 року о 23:00 за місцевим часом Велика Британія покинула Європейський Союз. І тут не обійшлося без російського впливу. Як повідомило видання «Politico» із посиланням на двох високопоставлених ірландських чиновників в уряді та судовій системі, російська розвідка завербувала ірландського депутата у якості пропагандистського "крота" і емісара у 2019 році, коли російські інтернетресурси намагалися розпалити пов'язану із Brexit напруженість між Ірландією та Великою Британією, особливо у британському регіоні Північної Ірландії.[10]

Головні наративи та контраверсійні теми звернутої на Захід російської пропаганди після широкомасштабної російської агресії і розгортання війни в Україні – «загрози міграційної навали з країн третього світу», «марні та безперспективні зусилля щодо військової, фінансової і гуманітарної допомоги України та її біженцям, оскільки країна глибоко занурилася в хаос, вихід із якого добре знає виключно росія», яка має віковий досвід (особливо за імператорства Катерини II) наводити лад (поневолювати народи) у зонах її впливу (не лише в Україні, а й Центральній Європі з Балканами) за відмашки освічених монархів та просвітителів Заходу». А головний посил пропаганди – «небезпека втрати народами Європи своєї національної, або, взагалі, європейської ідентичності».

Російська пропаганда максимально використовує ідею онтологічної безпеки. Її успіх у пострадянських країнах та в деяких європейських державах із патерналістськими рисами багато в чому пояснюється історичними обставинами останніх десятиліть. Оскільки людина має природну, хоча й неусвідомлену потребу в екзистенційній стабільності, це відчуття підтримується за рахунок повсякденних рутин. Рутини є основою соціальних процесів, забезпечуючи сталу взаємодію між людьми, що, у свою чергу, сприяє формуванню та підтримці особистої ідентичності.

Радянська пропаганда, хоч і в перевернутому вигляді, вселяла в людей відчуття стабільності. У таких умовах багато людей прагнули повернутися до знайомої «рутинності», щоб відновити втрачене відчуття себе. Ідея відродження Радянського Союзу, активно поширювана російською пропагандою, стає для них рятівною соломинкою. Завдяки цьому вони нібито відновлюють втрачену стабільність, повертаючись до звичних практик, які допомагають від-

чувати себе більш захищеними. Подібні процеси часто є характерними для постколоніальних суспільств, де важливим стає пошук онтологічної безпеки. Водночас важливо розуміти, що традиційне сприйняття безпеки, як «свободи від страху та потреби», не завжди здатне забезпечити онтологічну безпеку з точки зору постколоніальної перспективи; таке розуміння базується на культурно специфічному, європоцентричному підході, який трактує людину як істоту, «відкритую для життя» (bare life), і не враховує інших можливих поглядів на природу безпеки.[11]

Отже, можемо зазначити, що сучасна пропаганда, як стверджують деякі українські дослідники, є формою комунікації, спрямованою на поширення інформації для впливу на суспільну думку з метою підтримки певного явища чи позиції. Пропаганда виступає багатогранною політичною технологією, покликаною формувати суспільні настрої через створення стійких соціальних установок і стереотипів, які відповідають інтересам того, хто цю пропаганду реалізує. [12. С.50] Основна мета політичної пропаганди полягає у досягненні бажаного стану свідомості та прогнозованої поведінки мас, соціальних груп чи окремих індивідів. Проте для ефективного досягнення цих цілей важливо чітко визначити їх на різних рівнях і врахувати умови їх реалізації.

Пропаганда вирізняється своєю масовістю, тривалістю та орієнтованістю на конкретні цілі, які можуть стосуватися певних подій, явищ, осіб чи ситуацій. Вона має не лише інформаційний, а й психологічний аспект. Зокрема, її психологічна мета полягає у впливі на ідеологічні, соціальні та політичні переконання людей, що може включати формування нових установок або зміцнення (чи ослаблення) вже існуючих.

Слабкість пропаганди полягає в її здатності створювати очікування, які можна задовольнити лише шляхом конструювання нових смислових образів. Це особливо стає помітним у ситуаціях, коли завищуються очікування, наприклад, щодо швидкої та вирішальної перемоги. У такому разі виникає потреба або створити образ цієї перемоги, або знайти пояснення її відсутності.

Політична пропаганда є складним соціально-комунікативним інструментом, який може мати різні, у тому числі і катастрофічні наслідки для суспільства та впливає на масову свідомість. Роками можуть формуватись думки стосовно тієї чи іншої теми та спотворювати реальність. Розвиток політичної пропаганди мав довгий шлях від архаїчних форм впливу до сучасних технологій інформаційної маніпуляції. Даний вид пропаганди виконує функції формування ідейної бази, легітимізації влади, контролю суспільних настроїв та багато інших. Методи її реалізації включають маніпуляцію емоціями, дезінформацію, повторення ключових тез, а форми варіюються від традиційних засобів масової інформа-

ції до цифрових платформ. Тому надалі зростає значимість досліджень проблем соціальних та інших політичної пропаганди, у тому числі і у контексті забезпечення національної безпеки, що може бути предметом подальших наукових розвідок.

Список використаних джерел:

1. Денисюк Ж. З. Пропаганда та контрпропаганда в контексті стратегій державної інформаційної політики. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Державне управління*. 2021. Том 32 (71). № 2. С. 46-51.
2. Костицький В. В. Закон перманентної концентрації капіталу: економічна історія та українські реалії / В. В. Костицький ; Ін-т законодав. передбачень і правової експертизи. К., 2003. 198 с.
3. Зеленін В. В. Роль психологічної пропаганди у військових конфліктах. *Габітус*. 2024. Вип. 61. С. 258-265.
4. Кузьмук О. М., Любчук В. В. Пропаганда як зброя: соціальний дискурс. *The Russian-Ukrainian war (2014-2022): historical, political, cultural-educational, religious, economic and legal aspects: Scientific monograph*. Riga, Latvia: «Baltija Publishing». С. 976-982.
5. Бій пропаганди: які наративи і в який спосіб просуває РФ в Україні та ЄС (03.05.2024). URL : <https://www.rfi.fr/uk/%>.
6. Шевців М. Б., Гончарук К. А. Пропаганда як соціально-політичне явище: проблеми розуміння. *Південноукраїнський правничий часопис*. 2019. № 1. С. 3119-122. С. 121.
7. Висоцька О. Особливості трансформації пропаганди як інструменту впливу у суспільстві метамодерну. *Вісник Дніпровської академії неперервної освіти «Філософія. Педагогіка»*. 2024. № 1 (6). С. 23-31.
8. Висоцький О. Слоп сліпих мудреців: політична пропаганда в нескінченності вимірів. *Політичне життя*. 2023. № 3. С. 91-101.
9. Вибірчий кодекс України від 19.12.2019. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*, 2020, № 7, № 8, № 9, ст.48. <https://www.google.com/search?q=%D0%92%D0%B8%D0%B1%D0%BE%D1%80%Dhttps://zakon.rada.gov.ua/laws/show/396-20#Text>.
10. Російська розвідка завербувала ірландського депутата під час Brexit – Politico (07.10.2024). URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3913626-rosijska-rozvidka-zaverbuvala-irlandskogo-deputata-pid-cas-brexite-politico.html>.
11. Shani G. Human Security as ontological security: a post-colonial approach. *Postcolonial Studies*, 2017, No. 20(3), p. 275-293. <https://doi.org/10.1080/13688790.2017.1378062>.
12. Міненко Є. Вплив російської пропаганди на суспільно-державну стабільність України: аналіз методів та наслідків. *Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Політичні науки та публічне управління*. 2023. Вип. 3 (69), с. 47-51.