

влади та підпорядкування, яке всякий різновид раю відкидає, роблячи людей рівними. В утопії натомість ми спостерігаємо рівність політичну. Тобто, в утопії в такий спосіб утверджується найголовніший принцип пізнання політики: політика є інструментом людини. Доки ми сприймаємо та аналізуємо її з такого ракурсу, політичне знання є реальним, практично використовуваним та таким, що може більш-менш адекватно відображати соціальну реальність.

Висновки. Таким чином утопія є місцем постійного когнітивного дисонансу: не зважаючи на ту прірву, що існує між несвідомо сприйнятим ідеалом та усвідомленою реальністю, якої він стосується, вони поєднуються в одне ціле. Осягнення одночасно обох і є метою утопії. Вона точно передає ідею політики – служіння людині, на символічному рівні відтворює політичні архетипи, одним з яких – вічним образом ідеального місця – є сама, та являє собою незаперечний приклад інтертекстуальності як специфіки будь-якого знання сучасності, в тому числі політичного. В один і той же час утопія є і тим, що сприймають, і тим, крізь призму чого сприймають, предметом і методом, причому в обох випадках у політико-гносеологічному сенсі.

Утопія вловлює основний принцип за яким повинно відбуватися пізнання політики – через пізнання людини. Саме тому вона є формою рефлексії: людина інтелектуально опиняється в утопії, коли запитує себе, якого вигляду мала б бути її ідеальна політична життєдіяльність. З цієї позиції утопія створює можливості для самопізнання та пізнання світу через самопізнання, тобто цілком актуальною та застосовною є ідея людини як мікрокосму.

Список використаних джерел

1. Барт Р. Від твору до тексту [Електронний ресурс] / Р. Барт // Незалежний культурологічний часопис «І». – 1990. – №4. – Режим доступу: <http://www.ji.lviv.ua/n4texts/bart.htm>
2. Мангейм К. Идеология и утопия / К. Мангейм. – Москва: Юрист, 1995. – 700 с.
3. Токвіль А. Про демократію в Америці / А. Токвіль. – Київ, 1999. – 590 с.
4. Філософський енциклопедичний словник / НАН України, Ін-т філософії ім. Г. Сковороди; голов. ред. В. І. Шинкарук. – Київ: Абрис, 2002. – 742 с.
5. Chrostowska S. Political Uses of Utopia: New Marxist, Anarchist, and Radical Democratic Perspectives / S. Chrostowska, J. Ingram. – New York: Columbia University Press, 2017. – 352 p.
6. Goodwin B. The politics of utopia: a study in theory and practice / B. Goodwin, K. Taylor. – New York: Peter Lang, 2009. – 330 p.

References

1. Bart R. Vid tvor do tekstu [Elektronnyj resurs] / R. Bart // Nezaleznyj kul'turologichnyj chasopys «I». – 1990. – №4. – Rezhym dostupu: <http://www.ji.lviv.ua/n4texts/bart.htm>
2. Mangejm K. Ideologija i utopija / K. Mangejm. – Moskva: Jurist, 1995. – 700 s.
3. Tokvil' A. Pro demokratiju v Ameryci / A. Tokvil'. – Kyi'v, 1999. – 590 s.
4. Filosofs'kyj encyklopedychnyj slovnyk / NAN Ukraï'ny, In-t filosofii' im. G. Skovorody; golov. red. V. I. Shynkaruk. – Kyi'v: Abrys, 2002. – 742 s.
5. Chrostowska S. Political Uses of Utopia: New Marxist, Anarchist, and Radical Democratic Perspectives / S. Chrostowska, J. Ingram. – New York: Columbia University Press, 2017. – 352 p.
6. Goodwin B. The politics of utopia: a study in theory and practice / B. Goodwin, K. Taylor. – New York: Peter Lang, 2009. – 330 p.

Ilenkiv H. V., postgraduate student, Ivan Franko National University of Lviv (Ukraine, Lviv), galyna.ilenkiv@gmail.com

Gnosiological potential of utopia as a part of political philosophy

The article considers utopia as a form and tool of cognition of politics. The specificity of utopia as a form of existence of knowledge about politics and parts of the political theory of knowledge is distinguished. Outlined the importance of hyperbolization, generalization and detailing for the construction of utopia as a cognitive model of a political ideal.

The purpose of the article is to reveal the political and gnosiological potential of utopia through the analysis of the mechanisms of its formation as a method of cognition and prisms of world perception.

The main conclusions: utopia is a part of the political philosophy, which has a high gnosiological potential, whose study, however, does not appeal to native political science. Through the mechanisms of hyperbolization, detailing and generalization, utopia reveals the place of man in politics.

Utopia is a specific hermeneutical method of studying politics, a form of political reflection, and at the symbolic level formulates the basic principle of knowledge of politics: based on a person, that is, forms a model in which a person is a microcosm, and politics is a macrocosm.

Keywords: political ideal, political epistemology, interpretive potential, utopia, generalization, detailing, political reflection.

УДК 316.485.6

Калюжна Ю.,

аспірантка, Національний інститут стратегічних досліджень при Президентів України (Україна, Київ), expelliarmus3107@gmail.com

МАНІПУЛЮВАННЯ МАСОВОЮ СВІДОМІСТЮ ЯК ІНФОРМАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ ДЕСТАБІЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ СИСТЕМ

Зроблено спробу проаналізувати інформаційні механізми впливу на свідомість як окремої людини, так і суспільну свідомість загалом з метою дестабілізації соціальної системи. Розглянуто основні інформаційні механізми маніпуляції свідомістю та їх особливості на прикладі спрямованої проти України інформаційної агресії з боку Російської Федерації.

Ключові слова: соціальна система, інформаційні механізми, інформаційний вплив, маніпуляція свідомістю, дестабілізація, засоби масової інформації.

Актуальність теми зумовлена розвитком новітніх технологій, Інтернету та інших засобів передачі інформації, які кардинально змінюють підходи до засобів ініціювання та провадження конфліктів політичного типу. На зміну класичному застосуванню конвенційної зброї приходять сучасні інформаційно-психологічні засоби впливу на ворожі сили та соціальну систему супротивника загалом. Окреслена ситуація відбиває той факт, що інформаційний фактор посідає дедалі поважніше місце як у житті окремої людини, так і у функціонуванні соціуму загалом. Адже інформаційні засоби впливу на свідомість людини дозволяють досягти поставлених цілей без залучення значної кількості фінансових та людських ресурсів. Саме тому, для захисту власних позицій й руйнування позицій супротивника (конкурента) у сучасному світі кожна держава повинна мати не тільки розвинене, але й добре захищене конкурентоспроможне інформаційне суспільство.

Що стосується технологій інформаційного впливу на соціум, то вони можуть застосовуватись не тільки для ініціювання соціального конфлікту, але і для його ескаляції, або ж навпаки – для його врегулювання, попередження тощо. Проте, саме механізми дестабілізації є найбільш загрозливими для соціальної системи і потребують особливої уваги з боку державних органів для можливості вчасної протидії їм.

Важливо зазначити, що механізми інформаційного впливу на суспільство можна застосовувати через будь-які канали зв'язку та передачі даних. При цьому об'єкт впливу не одразу зрозуміє або ж взагалі не зрозуміє, що на нього спрямовано певний інформаційний вплив. Для обробки інформації, отриманої з будь-якого джерела, людина використовує власний досвід, на основі якого формує судження про отримане повідомлення. Саме тому, війни нового типу мають на меті вплив на саму свідомість людини, а вже в подальшому фізичні наслідки.

Коли головний ідеолог Третього рейху Й. Геббельс казав, що «новини – це зброя війни, вони використовуються, щоб вести війну, а не надавати інформацію» [5] він був недалеко від істини, бо було б вельми наївно думати, що воюючі сторони турбуються передусім про «істину в останній інстанції», а тільки потім про перемогу у війні.

Разом з тим, коли в інформаційному повідомленні забагато «брехні» й замало «істини», то пропагандист ризикує втратити або повністю, або частково довіру аудиторії. Коли колишнього генерального директора Джона Рейта ВВС, в 1940 р. призначили британським міністром інформації він сформулював два фундаментальних положення, які стосуються функціонування інформації під час війни: «новини – ударні загони пропаганди» («news is the shock troops of propaganda»); «пропаганда має оповідати правду, нічого, окрім правди, й завжди, наскільки це можливо, усю правду» («propaganda should tell the truth, nothing but the truth and, as near as possible, the whole truth» [27].

Предметом аналізу даної статті є інформаційні механізми дестабілізації держави та соціальної системи у цілому, а *метою* – дослідження цих механізмів (зокрема – на прикладі українського суспільства й держави) задля попередження і/або нейтралізації деструктивних ефектів інформаційних впливів.

Механізми інформаційного впливу на державу та соціум були предметом дослідження як зарубіжних, так і вітчизняних вчених. Так, теорії інформаційного впливу на суспільство з метою його дестабілізації досліджували В. Ліпкан, І. Панарін, В. Петрик, Г. Почепцов, С. Расторгуєв, А. Раскін та ін.

Новизна одержаних результатів полягає у спробі класифікувати та конкретизувати основні механізми інформаційного впливу на соціальну систему з метою її дестабілізації, враховуючи їх практичне застосування в сучасних умовах ведення «гібридного» конфлікту.

У сучасному світі вплив на масову свідомість здійснюється не лише за допомогою засобів масової інформації – друкованих чи електронних (ЗМІ), але і завдяки засобам масової комунікації (ЗМК) у цілому, до яких належить кіноіндустрія, поліграфія, місця, де збирається велика кількість людей (стадіони, площі тощо) та одержує інформацію від масових комунікаторів [17, с. 166]. Саме тому й слід розрізняти ЗМІ та ЗМК. Якщо ЗМІ мають на меті доведення інформації до реципієнта завдяки широкомасштабній трансляції, що розрахована та велику аудиторію і здійснюється на постійній основі [17, с.165], то ЗМК передбачають дії, у яких беруть участь щонайменше два учасники, для кожного з яких комунікація є середовищем і механізмом інформаційного обміну. Відповідно, методи інформаційного впливу на державу й соціум можна

реалізувати за допомогою широкого спектру ЗМІ (ефірного аудіовізуального інформування; глобальної мережі Інтернету тощо) [17, с. 149].

ЗМІ та ЗМК як засоби інформаційно-психологічного впливу можуть безпосередньо впливати на політичну безпеку держави й цілеспрямовано використовуватись з метою створення реальної загрози її існуванню як наслідок трансформації життєвих установок, культурних цінностей та світогляду громадян даної держави [17].

«Поява «масової» людини – це поява людини легко маніпульованої. Це відомий ще з Риму плебс, який вимагав лише хліба й видовищ. Такі люди не будуть чинити якийсь опір маніпуляціям, тому що вони не здатні аналізувати інформацію. Вони звикли ковтати інформацію разом з тими смислами, що там містяться, закличками, слоганами, імперативами... Суспільство масового споживання породжує «масову» людину. Споживання керується модою, і це переноситься до культурного життя, до політичного життя. Треба зважати, що є архетипи, є такі форми мислення для лінівих, штампи для тих, хто не хоче самостійно мислити. Це є благо для «масової» людини» [17].

Сучасні глобалізаційні процеси та розвиток науково-технічної сфери створили можливості нанесення шкоди супротивнику, не використовуючи при цьому засобів фізичного руйнування. Новітні засоби масової інформації та комунікації стирають кордони між державами, поширюючи інформацію у світовому інформаційному просторі.

ЗМІ покликані об'єктивно висвітлювати дані щодо реального стану речей у державі та світі. Але, на превеликий жаль, вони нечасто працюють під цим гаслом, а навпаки широко використовують засоби й прийоми маніпулювання інформацією, надаючи інформаційну підтримку тим чи іншим екстремістським, терористичним чи кримінальним угрупованням, поширюючи дезінформацію, завдаючи значних збитків національній безпеці держави [17, с. 149]. Саме такі дії здійснюються нині як вітчизняними, так і зарубіжними ЗМІ, які санкціоновано (легально) або несанкціоновано (нелегально, напівлегально) функціонують на території нашої держави.

Свого часу було запропоновано термін «медіа-тероризм», який в широкому розумінні слід тлумачити як зловживання медіа-комунікативними процесами задля підриву знаково-символьної системи держави чи суспільства [11]. До цього варто додати, що зазвичай для медіа-терористів засадничою метою є нищення стратегічних наративів, з якими пов'язаний смисл існування даного соціуму та його держави.

«Стратегічними наративами» (від лат. *narrare* – оповідати) у політичному сенсі є «засоби, до яких вдаються політичні актори, щоб сконструювати смисли та значення «великої політики» – як внутрішньої, так і зовнішньої, як державної, так і корпоративної, громадської тощо» [15, с. 30]. Цінність подібних наративів полягає у їх спроможності до більш-менш безконфліктного розповсюдження. А отже, вони організовують поведінку політичних акторів на засадах відданості певним ціннісним системам, що утворюють «тіло» того чи іншого наративу.

Після відомих трагічних подій 11 вересня 2001 року (терористичні напади на Америку) у західній літературі

набули особливого поширення терміни «зброя масового розбрату» й «зброя відволікання мас» (Weapon of Mass Distraction), які характеризують медіа-тероризм у його вузькому й широкому значеннях.

Наразі існує чимало класифікацій прийомів та засобів інформаційного впливу на реципієнта за допомогою засобів інформації та комунікації. Чи не вперше ці прийоми систематизував у 1939 році Інститут аналізу пропаганди, який на той час діяв у США, у книзі з іронічною назвою «Чудове мистецтво пропаганди», де описано сім таких типових прийомів.

1) Навішування ярликів («Name-calling»).

2) «Шипучі узагальнення» («Glittering Generalities»).

Популізм. Підігрування смакам і вподобанням даної аудиторії.

3) Трансфер (Transfer). Перенос рис і характеристик добре відомих історичних персонажів або ситуацій на сучасних лідерів або ситуації залежно від потреб та характеру конкретної аудиторії.

4) Посилання на авторитетних для даної аудиторії людей («Testimonial»).

5) Апеляції до думки «простих людей» («Plain Folks»). Гра в простонародність.

6) «Пересмикування карт». Інформаційне шулерство («Card Stacking»).

7) Приєднання до більшості («Bandwagon») [26].

Автори даної праці «Чудове мистецтво пропаганди» приписали усі ці прийоми популярному на той час в США католицькому священникові, радикально-популістськи налаштованому радіо-проповідникові Чарльзу Кофліну (Father Coughlin), ім'я якого навіть потрапило до назви підготовленої згаданим Інститутом «методички» («A Study of Father Coughlin's Speeches»).

Чарльз Кофлін нападав зокрема на тодішнього президента США Ф. Д. Рузвельта (FDR) якого характеризував як знаряддя «світового єврейського капіталу». Водночас за активну протидію «світовому більшовизму» радіо-проповідник прославляв диктаторів Беніто Муссоліні й Адольфа Гітлера. За відгуками американських істориків, радіо-повіді Отця Кофліна наскільки дошкуляли Ф. Д. Рузвельту, що він навіть звернувся на підмогу до Джозефа Кеннеді (Joseph Kennedy; батько майбутнього 35-го президента США й тодішній президентський радник) та єпископа Френсіса Спеллмана (Bishop Francis Spellman), щоб вони якось «заспокоїли» невгамовного «святенника». Френсіс Спеллман навіть пробував використати адміністративно-церковний ресурс, звернувшись з відповідним проханням до Папи Римського. Коли й цей ресурс не допоміг, Президент Рузвельт намагався використати для «заспокоєння» Отця Кофліна можливості Федеральної комісії з телекомунікацій (FCC). Йшлося про обмеження на використання радіохвиль, які FCC мала накласти на діячів релігійних культів. Ця давня історія зайвий раз підкреслює гостроту інформаційного протистояння і той факт, що в цьому протистоянні задіяні сторони не гребують навіть частково дозволеними прийомами.

Прийом «навішування ярликів» зводиться до використання образливих метафор, епітетів, імен для позначення людини або групи людей, певного соціального явища з метою викликати до них негативне емоційне ставлення, асоціювати їх з ганебними вчинками, і як наслідок, принизити та зганьбити в очах

громадськості. Цей прийом активно застосовується Росією для характеристики подій в Україні, починаючи з 2013 року. З цим пов'язане зокрема використання в ЗМІ у контекстах, пов'язаних з Україною таких «брендів» та висловів як «бендерівці», «хунта», «фашистські настрої», асоціювання Західної України з «нацистами» та ін. Протилежного змісту ярлики використовувалися під час окупації Криму російськими ЗМІ як безпосередньо на території півострову, так і на території Росії, коли російських військових називали «самоорганізованими добровольчими батальйонами», «зеленими чоловічками» тощо, що мало викликати у свідомості людей позитивне ставлення до цих бойовиків та зменшити супротив їх діям [4].

«Підтасовування карт» є тенденційним добром та висвітленням або ж тільки негативних, або ж навпаки, тільки позитивних тверджень та фактів при одночасному замовчуванні протилежних [4]. Даний прийом застосовувався при висвітленні подій ЄвроМайдану, протистояння в Одесі у лютому-травні 2014 року, ситуації на території Донецької та Луганської областей України [4]. Дана технологія також передбачає застосування у маніпулятивних цілях принципу зміщення акцентів у суспільній свідомості завдяки використанню загальноживаних концептів, що формують притаманну даній нації загальну картину світу. Наприклад, висвітлюючи події у Одесі, російські пропагандисти називали це протистоянням між прибічниками та противниками ЄвроМайдану. В свою чергу, дії противників ЄвроМайдану подаються як правомірні, спрямовані на відновлення порядку в державі та поновлення інтеграції з Митним союзом, на відміну від революціонерів, які прагнуть зміни влади та поглиблення дестабілізації всієї країни. Так, дії прибічників євроінтеграції висвітлюють як суто екстремістські.

Схожою на попередню є технологія надання пріоритету негативній інформації у порівнянні з позитивною, оскільки вважається, що суспільство сприймає інформацію щодо негативних подій та явищ (стихійних лих, катастроф тощо) з більшою зацікавленістю. Проте, подібні дії можуть негативно вплинути на популярність засобу масової інформації через поступове звикання аудиторії до негативного подання інформації та, як результат, зниження гостроти сприйняття подій [17, с. 189]. Так, події, що відбувалися в Києві у 2013 році, а також подальший розвиток подій на всій території держави висвітлювалися російськими ЗМІ як суто негативні, такі, що не несуть у собі жодних позитивних для населення країни наслідків. Росія транслює невпинне шоу про тотальне беззаконня на території України своїм громадянам, намагаючись переконати їх у правдивості цієї інформації [25].

Із того ж ряду «принцип інформаційного табу», який полягає у замовчуванні інформації щодо тих чи інших подій, осіб, явищ як забороненої для оголошення. Від технології простого замовчування прийом відрізняється тим, що наявність такої інформації відома усім, в тому числі і широким масам населення, але сама вона «приховується» через заборону. Так, з аналізу російських ЗМІ можна зробити висновок про те, що раніше негласне інформаційне табу розповсюджувалося на критику російського уряду та православної церкви Московського

патріархату. Наразі, подібна заборона поширилась і на будь-які критичні висловлювання Криму до Росії та позитивні згадки про ЄвроМайдан. В іншому випадку, дане джерело інформації ризикує припинити власне існування, як це відбулося з сибірським телеканалом «ТВ-2».

Прийом «посилання на авторитет» полягає у використанні висловлювань відомих особистостей – політичних чи культурних діячів, керівників підприємств тощо, які користуються значним авторитетом серед народних мас, або ж навпаки, викликають негативну реакцію у соціальній групі, на яку спрямовано інформаційно-психологічний вплив [4]. Так, наприклад, під час та після анексії Кримського півострова ЗМІ Росії постійно трансливали позиції відомих російських діячів культури, політиків, акторів та музикантів, які підтримували дій РФ [19]. Усі російські телеканали та соціальні мережі трансливали інтерв'ю з відомими представниками шоу-бізнесу та кіно, які виступали за приєднання Криму до Росії, як єдине правильне рішення у даній ситуації. До того ж, висловлювалися думки щодо жорстокості української нації, її нецивілізованість та невихованість. У свою чергу про Російську Федерацію говорили як про захисника та «старшого брата», що прагне допомогти Україні, яка, за виною некомпетентного керівництва, зійшла з вірного шляху [19].

Прийом «переповнений вагон» передбачає підбір односторонніх суджень, фраз, висловлювань тощо, які змушують об'єкти інформаційного впливу вважати, що так цю інформацію сприймає більшість населення. Дана технологія спрямована на вплив на почуття суспільної відповідальності та бажання відповідати більшості, була застосована під час анексії Криму, коли російські ЗМІ змушували сприйняти як належне інформацію, що все без винятку населення півострова незадоволене теперішньою українською «бандерівською» владою та бажає приєднання до Російської Федерації. Так, наприклад, Росія наразі спростила порядок отримання громадянства для українців, спираючись при цьому на те, що з 2014 по 2016 роки російський паспорт отримали близько 192 тис. українців і кількість бажаючих постійно зростає.

Доповненням попередньої технології є «ефект громадського несхвалення», який спирається на створенні ілюзії негативного ставлення всього громадянського суспільства до певних подій, осіб або явищ та покликане викликати невдоволення серед широких мас населення [4]. Ціль даної технології створити негативний образ предмету або особи, яка зазвичай здійснюється за допомогою підбору окремих висловів з боку об'єктів груп інформаційного впливу, проведення різноманітних соціологічних опитувань з метою виокремлення представників, що не схвалюють дані дії та особу.

Технологія «зворотного ефекту» (дезінформування «від зворотного») полягає у поданні настільки великої кількості негативних, або ж навпаки позитивних, фактів стосовно певної події, особи чи явища, що це викликає прямо протилежний ефект, викликаючи при цьому співчуття замість відрази. При цьому правдива інформація подається таким чином, що сприймається об'єктом впливу як неправдива. Внаслідок подібного людина фактично розуміє, що інформація відносно певних дій

чи осіб є правдивою (або навпаки, неправдивою), проте не здатна адекватно її сприймати [5].

Технологія «правда наполовину» («сірого» дезінформування) покликана подавати об'єктам впливу лише частину достовірної інформації, поєднуючи її з неправдивою та передбачаючи «домислювання» іншої частини за допомогою сформованих у свідомості людей уявлень. Ефект «правди наполовину» був застосований, зокрема, під час висвітлення трагічного випадку в Одесі у травні 2014 році.

Технологія «захоплення медіапростору» полягає у перешкоджанні функціонуванню інших ЗМІК, окрім вигідних опоненту, внаслідок чого відбувається блокування діяльності інших організацій у інформаційному полі. Така технологія була популярна на території Криму під час його анексії, коли населення півострова масово примушували перейти на російськомовні ЗМІ, перекриваючи при цьому доступ для українських телеканалів [4].

Технологія «висміювання» (тролінгу) полягає у негативному висвітленні як конкретної особи, так і групи людей, їх ідей та поглядів, політичних програм, осміювання їх позицій перед широкою аудиторією. Так, досить популярними серед проросійських журналістів свого часу були вислови «майданутые», «майдауны». А проросійськи налаштована, відома українська діячка Тетяна Монтян з метою тролінгу учасників Майдану запустила ще й таке словечко як «кастріологолове».

Як технологія інформаційного впливу на суспільну свідомість часто застосовуються різноманітні провокації. У даному випадку ЗМІ можуть трансливати репортажі про події, сфальсифіковані за допомогою втручання сторонніх об'єктів, або ж про події, яких не було взагалі. Так, під час Революції гідності російські ЗМІ масово поширювали інформацію про те, як українські «майданутые» жорстоко б'ють представників «Беркуту», які прагнуть мирно врегулювати кризову ситуацію [4, с. 73]. Також, канал «Россия 24» поширював відомості про те, що близько 140 тис. українських біженців намагалися покинути територію держави після зміни влади і шукали притулку у РФ, транслюючи при цьому репортаж про ситуацію на україно-польському кордоні.

Важливим й практично безвідмовним засобом впливу на масову свідомість є поширення чуток, пліток, пересудів тощо. Особливо ефективною дана технологія є в період загострення соціальних протиріч в державі, що впливають на соціально-психологічний характер чуток. Поширення чуток набуває пропагандистського характеру в умовах дефіциту інформації. Істотною перевагою даної технології є швидкість поширення інформації, яку опоненти не встигають спростовувати новою інформацією. Зазвичай, подібні чутки та міфи «вмонтовуються» у чисельні політ-ток-шоу. Перед впровадженням такої інформації у потоки новин та соціальні мережі проводиться фахова оцінка користі й збитків від надання подібної інформації, аналіз цільових груп, здатність джерела поширити інформацію у достатній кількості, можливі наслідки тощо. Наприклад, свого часу йшлося про поширення у російських ЗМІ інформації про те, що українська армія, що перебуває у східних областях України, неспроможна вести бойові дії через деморалізацію та недовіру до особового складу керівництва [5].

Порівняно ефективною є технологія поширення у ЗМІ «стверджувальних заяв», які видаються за самоочевидні факти, що не вимагають жодних доказів. Причому такі факти можуть бути як достовірними, так і невірними [4, с. 73]. Наприклад, впродовж 2014–2015 років у російських ЗМІ популярним було твердження про те, що Україна нездатна пережити зиму без забезпечення російським газом і заклик до перегляду газових контрактів між країнами.

Контрпропагандистська технологія «порушення часових та логічних зв'язків між подіями» використовується для зниження ефекту «дії» супротивника, а також створення ілюзії розвитку певних подій або ж можливих тенденцій.

Контрпропагандистська технологія «прямого спростування» полягає у тотальному спростуванні усіх елементів пропаганди ворожої сторони як неможливих «у принципі».

Технологія «формування оточення» спрямована на створення спеціального інформаційного оточення навколо певної події, явища, особи з метою зменшення або збільшення рівня довіри до нього [4, с. 74]. Наприклад, правдивий факт в оточенні неправдивої інформації знижує рівень довіри до нього. При використанні даного методу інформаційне середовище (так звані інформаційні закладки) формується заздалегідь з метою підготувати аудиторію до майбутньої інформаційної атаки. Для цього на різноманітних другорядних інформаційних ресурсах розміщується неправдива інформація, готується два удари з протилежних сторін, які в подальшому замикаються на одній і тій самій проблемі. При цьому об'єкт вже знаходиться у сформованому інформаційному оточенні, з якого неможливо швидко вибратись [10].

Технологія «зменшення значущості теми» полягає у відволіканні уваги людини від проблеми завдяки перенесенню акценту на подію або явище, що несе у собі менш негативне забарвлення. Дана технологія покликана переключити увагу об'єкта впливу з реально важливих на менш значимі події за допомогою використання помітних заголовків.

Технологія використання комунікативного шуму та інформаційного сміття [10, с.190] спрямована на поширення великої кількості порожньої інформації з метою приховування реально важливої. Так, за неможливості приховати інформацію, ЗМІ забувають ефір звичайним комунікативним шумом або інформаційним сміттям – розважальними телешоу, спамом, другорядними новинами, неактуальними питаннями, рекламними пропозиціями та ін. у найбільш актуальний час [10, с. 190].

Технологія заміни джерела повідомлення або обхід с флангу передбачає заміну джерела інформації для зменшення або збільшення довіри до повідомлення. Наприклад, для дискредитування особи або події інформація може подаватися у джерелі, що не викликає довіри у суспільства. Водночас, для уникнення припущень у заангажованості повідомлення інформація подається у «незалежних» джерелах інформації. Так, навіть якщо людина впевнена у тому, що одержана інформація є неправдивою і суперечить її позиції, вона спирається на рівень довіри до джерела інформації. Завдяки власним рейтингам засоби масової комунікації та інформації здатні обійти негативне або з позитивне

ставлення громадськості до певних подій і маніпулювати їх свідомістю.

Технологія створення «фейкових» новин та фабрикація інформації базується, як і принцип поширення чуток, на розповсюдженні неправдивої інформації стосовно певних подій, осіб чи явищ з метою введення в оману та маніпуляції свідомістю цільової групи. Яскравим прикладом інформаційного впливу Росії на соціум з боку є висвітлення інформації щодо падіння малайзійського пасажирського літака Boeing 777 над територією Донецької області у липні 2014 року [2]. Ця катастрофа стала наймасштабнішою у XXI столітті, адже з 298 пасажирів літака ніхто не вцілів.

Інформаційно–психологічний вплив ЗМІ Російської Федерації є досить парадоксальним. Намагаючись показати себе «братнім народом», Росія навпаки створює негативний образ серед українського населення. В результаті ставлення українського суспільства до російських громадян з кожною інформаційною атакою змінюється в гіршу сторону. До того ж, подібне ставлення до українців як до «бендерівців», «маріонеток Заходу», ворожої нації викликає зміну поглядів пересічних росіян, які вже не бачать у сусідній державі братній народ. Опитування, проведені Київським міжнародним інститутом соціології та російською соціологічною організацією «Левада–Центр» свідчать про те, що з лютого по травень 2014 року кількість позитивно налаштованих до Російської Федерації скоротилась з 78% до 25%. Водночас, чисельність позитивно налаштованих громадян Росії до українців зменшилась до 35% у травні у порівнянні з 66% у лютому 2014 року, а кількість негативно налаштованих збільшилась до 49% проти 26% [19]. І це дані ще до початку військових дій на території східних областей України. Відповідно до даних, опублікованих «Левада–Центр» у жовтні 2017 року, російським громадянам нецікава тема ЛНР та ДНР, вони не вважають, що Росія повинна «допомогати» вирішити цю ситуацію. Проте, як ми можемо бачити з усіх засобів, застосованих урядом та ЗМІ РФ для впливу на громадську свідомість, ситуація може швидко змінитися на протилежну завдяки вдалому використанню механізмів маніпулювання.

Особливістю інформаційної війни Росії проти України є не тільки спроба дестабілізувати державу зсередини, проте також створити негативний імідж у світі [10]. Даний процес розпочався ще у 2005 році за часів газової війни між Росією та Україною. І починаючи з подій 2013 року подібні заяви російського уряду та ЗМІ покликані поглибити ситуацію. Так, кожна нестандартна подія або ж натяк на можливі заворушення масово поширюються у російських ЗМІ з метою дестабілізувати суспільство, нашкодити на думку про некомпетентність українського уряду, висвітлити жорстокість українців. Також, Росія активно фінансує крайні ліві та праві (радикальні) політичні партії та об'єднання в Європі та Азії для просування власних інтересів. Не є секретом, що Росія фінансувала політичну кампанію Марі ле Пен у Франції, яка підтримувала позиції Росії у світі.

До того ж, Росія активно використовує свої засоби масової інформації у світі, серед яких міжнародні агентства новин «Russia Today» (RT) та «Sputnik», мережі радіостанцій, веб–сайти та соціальні мережі. Всі ці агенції здійснюють трансляції багатьма мовами

для розширення аудиторії впливу, яка станом на 2015 рік оцінювалась у 700 млн. чол., а перегляди на Youtube досягли 2 млрд. переглядів [3].

Наприклад, у своїй діяльності, спрямованій на маніпулювання свідомістю громадськістю, агентство RT використовує технологію «інформаційного розмивання», яка передбачає змішення об'єктивних правдивих новин з неправдивими. Мета такої технології полягає у тому, щоб розмити поняття правда як таке, а не просто показати її альтернативні варіанти [3]. За умови регулярного транслявання «альтернативної» версії подій, навіть найбільш абсурдні її «варіанти», то об'єкт такого впливу з часом починає сприймати той факт, що навіть найбільш неприйнятна точка зору нічим не гірша або краща за всі інші [3, с. 4], що призводить до втрати довіри до всіх засобів інформації. Як наслідок, у випадку допущення невеликої помилки такими авторитетними ЗМІ як «BBC» або «New York Times» стає доказом, що вони є маріонетками у руках власних урядів [8]. таку позицію підтверджують слова самого президента Росії В. Путіна про те, що ключовою ціллю RT та Sputnik є покінчити з «англосаксонською монополією на глобальні новини», а також про те, що засоби масової інформації та комунікації Європи стали «зброєю для маніпулювання громадською свідомістю» [24]. Найбільшою аудиторією цих ЗМІ є населення Великобританії, Франції та Німеччини, адже вони є найбільш впливовими країнами Європейського Союзу і саме від них залежить прийняття більшості рішень всередині об'єднання [3, с. 6].

Висновки. Отже, інформаційна війна між Росією і Україною ведеться вже відкрито, і з боку Росії вона спрямована не лише на дестабілізацію Української держави зсередини, але і на створення її негативного іміджу на міжнародній арені. Для цього РФ використовує всі можливі засоби інформаційних атак, шкодуючи засобів для ведення інформаційної війни проти України, фальсифікуючи дані, вигадуючи нові теорії, підробляючи дані позиції та надаючи широкого висвітлення вигідним реально-невигаданим й вигаданим подіям і фактам за допомогою усіх можливих ЗМІК. Водночас, українська інформаційна інфраструктура є достатньо вразливою для ворожих кібератак через низький рівень інформаційної освіти користувачів та нехтування елементарними правилами інформаційної безпеки.

Значну увагу слід звернути на фаховий рівень діячів вітчизняних ЗМІК, які ще не навчилися належним чином використовувати інформацію як зброю у протистоянні агресору.

Належаною увагою в процесі налагодження української медіа-освіти мають користуватися такі контрманіпулятивні стратегії як збір інформації з різноманітних джерел для більш повного розуміння певних подій або явищ суспільного життя; протидії шкідливій, негативній, спотвореній інформації; дезінформації як складовій ворожих операцій, спрямованій на дестабілізацію української соціально-політичної системи зсередини та її негативне сприйняття інших представниками інших країн.

Список використаних джерел

1. Боти спекулюють на єврономерах і реформах – представник Мінінформполітики [Електронний ресурс] // Радіо «Свобода». – 2017. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/28723646.html>
2. Бугоркова О. Катастрофа МН17: як змінювались версії російських СМІ [Електронний ресурс] / Ольга Бугоркова // BBC. – Режим доступу: <http://www.bbc.com/russian/features-37496581>
3. Власенко Р.В. Уразливість інформаційного простору ЄС щодо впливу російської пропаганди [Електронний ресурс] / Р. В. Власенко. – 2017. – Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/ros_propaganda-723d5.pdf
4. Войтович Н.О. Сучасна інформаційна війна: Росія проти України / Н. О. Войтович, Р. К. Кравець // Обрії друкарства. – 2014. – №1 (3). – С.69–78.
5. Грушин Б.А. Массовое сознание: Опыт определения и проблемного исследования / Б. Грушин. – М.: Политиздат, 1987. – С.368–420.
6. Єремича В. Інформаційна війна Кремля від початку окупації Криму. Рекомендації для протидії [Електронний ресурс] / В. Єремича // Радіо «Свобода». – 2017. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/28394020.html>
7. Історія інформаційно-психологічного протистояння: підруч. / Я. М. Жарков, Л. Ф. Компанцева, В. В. Остроухов, В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Є. Д. Скулиш; за заг. ред. д.ю.н., проф., засл. юриста України Є. Д. Скулиша. – К.: Наук.-вид. відділ НА СБ України, 2012. – 212 с.
8. Кремльские зазеркальные войны (10.04.2015) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.theguardian.com/global/2015/apr/10/kremlin-hall-of-mirrors-peter-pomerantsev-long-read-russian-translation>
9. Ліпкан В. Інформаційна безпека України в умовах євроінтеграції [Електронний ресурс] / В. Ліпкан, Ю. Максименко, В. Желіховський. – Режим доступу: http://mobile.pidruchniki.com/15800119/politologiya/ponyattya_zmist_zagroz_informatsiyniy-bezpetsi
10. Магда С. Виклики гібридної війни: інформаційний вимір / Євген Магда // Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України. – 2014. – №5. – С.138–142.
11. Ожеван М.А. Медіа-тероризм: тепер і в Україні? [Електронний ресурс] / М. Ожеван // Телекритика. – 2002–05–21. – Режим доступу: <http://www.telekritika.ua/lyudi/2002-05-21/444>.
12. Ожеван М.А. Політика та мас-медіа [Текст] / М. Ожеван // Підприємство в Україні. – 2001. – №8. – С.29.
13. Ожеван М.А. Медіатизація та медіакратія: масові комунікації у системі міжнародної та національної політичної безпеки [Текст] / М. А. Ожеван // Стратегічна панорама. – 2007. – №2. – С.198–203.
14. Ожеван М.А. Основні напрями зовнішніх інформаційно-маніпулятивних впливів на суспільні трансформації в Україні: засоби протидії [Текст] / М. А. Ожеван // Стратегічні пріоритети. – 2011. – №3. – С.118–126.
15. Ожеван М.А. Глобальна війна стратегічних наративів: виклики та ризики для України [Текст] / М. А. Ожеван // Стратегічні пріоритети. – 2016. – №4. – С.30–40.
16. Панарин І. Н. СМІ, пропаганда и информационные войны / Игорь Николаевич Панарин. – М.: Поколение, 2012. – 411 с.
17. Петрик В. Сучасні технології маніпулювання свідомістю, ведення інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій: навч. посіб. / В. Петрик, В. Остроухов, та ін. – Київ, 2006. – 196 с.
18. Пишут специальные люди: Залишук раскрыла масштабы путинской пропаганды в Европе (14.10.2016) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.obozrevatel.com/abroad/28374-zalischuk-raskryla-masshtabyi-propagandistkoj-setikremlya-v-evrope.htm>
19. Попова Т. Війна і пропаганда. Як працюють війська інформаційних операцій Росії? [Електронний ресурс] / Тетяна Попова // Радіо «Свобода». – 2017. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/28351969.html>
20. Попова Т. Захист національного інформаційного простору. Досвід США для України [Електронний ресурс] / Тетяна Попова // Радіо «Свобода». – 2017. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/28830390.html>
21. Почепцов Г.Г. Информационные войны: новый инструмент политики / Георгий Почепцов. – М.: Алгоритм, 2015. – 256 с.
22. Путин: RT ломает монополию англосаксонских СМІ (11.06.2013) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://vz.ru/news/2013/6/11/636789.html>
23. Сенченко О. Інформаційні війни як фактор трансформації соціальних систем / О. Сенченко // Вісник Книжкової палати. – 2015. – №9. – С.40–46.

24. Сучасні технології та засоби маніпулювання свідомістю: ведення інформ. війн і спец. інформ. операцій: навч. посіб. / В. М. Петрик [та ін.]. – К.: Росава, 2006. – 206 с.

25. Чирва Р. Інформаційна війна – зброя, страшніша за ядерну [Текст] / Раїса Чирва // Профспілкові вісті. – 2014. – №13. – С.8–9.

26. The Fine Art of Propaganda: A Study of Father Coughlin's Speeches. Edited by Alfred McClung Lee and Elizabeth Briant Lee. – New York: Harcourt Brace and Company, 1939.

27. Welch, David. Persuading the People: British Propaganda in World War II. – London: British Library, 1996. – 224 p.

References

1. Boty spekulujut' na jevronomeraх і reformah – predstavnyk Mininformpolityky [Elektronnyj resurs] // Radio «Svoboda». – 2017. – Rezhym dostupu: <https://www.radiosvoboda.org/a/28723646.html>

2. Bugorkova O. Katastrofa MH17: kak menjalis' versii rossijskikh SMI [Elektronnyj resurs] / Ol'ga Bugorkova // BBC. – Rezhym dostupu: <http://www.bbc.com/russian/features-37496581>

3. Vlasenko R. V. Urazlyvist' informacijnogo prostoru JeS shhodo vplyvu rosij's'koi' propagandy [Elektronnyj resurs] / R. V. Vlasenko. – 2017. – Rezhym dostupu: http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/ros_propaganda-723d5.pdf

4. Vojtovych N. O. Suchasna informacijna vijna: Rosija proty Ukrai'ny / N. O. Vojtovych, R. K. Kravec' // Obrii' drukarstva. – 2014. – №1 (3). – С.69–78.

5. Grushin B. A. Massovoe soznanie: Opyt opredelenija i problemy issledovanija / B. Grushin. – M.: Politizdat, 1987. – С.368–420.

6. Jeremica V. Informacijna vijna Kremlja vid pochatku okupacii' Krymu. Rekomendacii' dlja protydii' [Elektronnyj resurs] / V. Jeremica // Radio «Svoboda». – 2017. – Rezhym dostupu: <https://www.radiosvoboda.org/a/28394020.html>

7. Istoriya informacijno-psychologichnogo protyborstva: pidruch. / Ja. M. Zharkov, L. F. Kompanceva, V. V. Ostrouhov, V. M. Petryk, M. M. Prysjazhnyuk, Je. D. Skulysh; za zag. red. d.j.u.n., prof., zasl. jurysta Ukrai'ny Je. D. Skulysha. – K.: Nauk.-vyd. viddil NA SB Ukrai'ny, 2012. – 212 s.

8. Kremlovskie zerkal'nye vojny (10.04.2015) [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: <https://www.theguardian.com/global/2015/apr/10/kremlin-hall-of-mirrors-peter-pomerantsevleng-read-russian-translation>

9. Lipkan V. Informacijna bezpeka Ukrai'ny v umovah jevro-integracii' [Elektronnyj resurs] / V. Lipkan, Ju. Maksymenko, V. Zhelihov's'kyj. – Rezhym dostupu: http://mobile.pidruchniki.com/15800119/politologiya/ponyattya_zmist_zagroz_informatsijnyy_bezipetsi

10. Magda Je. Vyklyky gibrydnoi' vijny: informacijnyj vymir / Jevgen Magda // Naukovi zapysky Instytutu zakonodavstva Verhovnoi' Rady Ukrai'ny. – 2014. – №5. – С.138–142.

11. Ozhevan M. A. Media-teroryzm: teper i v Ukrai'ni? [Elektronnyj resurs] / M. Ozhevan // Telekrytyka. – 2002–05–21. – Rezhym dostupu: <http://www.telekritika.ua/lyudi/2002-05-21/444>.

12. Ozhevan M. A. Polityka ta mas-media [Tekst] / M. Ozhevan // Pidpryemstvo v Ukrai'ni. – 2001. – №8. – С.29.

13. Ozhevan M. A. Mediatyzacija ta mediakratija: masovi komunikacii' u systemi mizhnarodnoi' ta nacional'noi' politychnoi' bezpeky [Tekst] / M. A. Ozhevan // Strategichna panorama. – 2007. – №2. – С.198–203.

14. Ozhevan M. A. Osnovni naprjamy zovnishnih informacijno-manipuljativnyh vplyviv na suspil'ni transformacii' v Ukrai'ni: zasoby protydii' [Tekst] / M. A. Ozhevan // Strategichni priorityty. – 2011. – №3. – С.118–126.

15. Ozhevan M. A. Global'na vijna strategichnyh naratyviv: vyklyky ta ryzyky dlja Ukrai'ny [Tekst] / M. A. Ozhevan // Strategichni priorityty. – 2016. – №4. – С.30–40.

16. Panarin I. N. SMI, propaganda i informacionnye vojny / Igor' Nikolaevich Panarin. – M.: Pokolenie, 2012. – 411 s.

17. Petryk V. Suchasni tehnologii' manipuljuvannja svidomistju, vedennja informacijnyh vijn i special'nyh informacijnyh operacij: navch. posib. / V. Petryk, V. Ostrouhov, ta in. – Kyi'v, 2006. – 196 s.

18. Pishut special'nye ljudi: Zalishhuk raskryla masshtaby putinskoj propagandy v Evrope (14.10.2016) [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: <https://www.obozrevatel.com/abroad/28374-zalishhuk-raskryla-masshtaby-propagandistkoj-setikremlya-v-evrope.htm>

19. Popova T. Vijna i propaganda. Jak pracjujut' vijs'ka informacijnyh operacij Rosii'? [Elektronnyj resurs] / Tetjana Popova

// Radio «Svoboda». – 2017. – Rezhym dostupu: <https://www.radiosvoboda.org/a/28351969.html>

20. Popova T. Zahyst nacional'nogo informacijnogo prostoru. Dosvid SSsA dlja Ukrai'ny [Elektronnyj resurs] / Tetjana Popova // Radio «Svoboda». – 2017. – Rezhym dostupu: <https://www.radiosvoboda.org/a/28830390.html>

21. Pochepcov G. G. Informacionnye vojny: novyj instrument politiki / Georgij Pochepcov. – M.: Algoritm, 2015. – 256 s.

22. Putin: RT lomaet monopoliju anglosaksonskih SMI (11.06.2013) [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: <https://vz.ru/news/2013/6/11/636789.html>

23. Senchenko O. Informacijni vijny jak faktor transformacii' social'nyh system / O. Senchenko // Visnyk Knyzhkovoï palaty. – 2015. – №9. – С.40–46.

24. Suchasni tehnologii' ta zasoby manipuljuvannja svidomistju: vedennja inform. vijn i spec. inform. operacij: navch. posib. / V. M. Petryk [ta in.]. – K.: Rosava, 2006. – 206 s.

25. Chyryva R. Informacijna vijna – zbroja, strashnisha za jadernu [Tekst] / Rai'sa Chyryva // Profspilkovi visti. – 2014. – №13. – С.8–9.

26. The Fine Art of Propaganda: A Study of Father Coughlin's Speeches. Edited by Alfred McClung Lee and Elizabeth Briant Lee. – New York: Harcourt Brace and Company, 1939.

27. Welch, David. Persuading the People: British Propaganda in World War II. – London: British Library, 1996. – 224 p.

Kaliuzhna Y., postgraduate student, The National Institute for Strategic Studies(Ukraine, Kyiv),expelliarmus3107@gmail.com

The manipulation of mass consciousness as information mechanisms of destabilization of social political systems'

The paper is explored information mechanisms of impact on both an individual and mass conscience for the purpose of social system destabilization. As examples, there were used means of information aggression of Russian Federation against Ukrainian society.

Keywords: social system, information, information mechanisms, information impact, manipulation of consciousness, destabilization, mass media.

* * *

УДК 323.266:321.011.5](045)

Крупеня І. М.,

кандидат політичних наук, доцент
кафедри міжнародних відносин,
Київський міжнародний університет
(Україна, Київ), 24tokiss@gmail.com

БОРЬБА З ФЕЙКАМИ В УМОВАХ ЕРИ «ПОСТ-ПРАВДА» – НЕБЕЗПЕКА ДЛЯ ДЕМОКРАТІЇ

Розглядається проблема поширення неправдивої, недостовірної інформації та боротьба з фейками в умовах ери «пост-правда». Піднімаються питання функціонування в цих умовах демократії, ефективності політичних інститутів, взаємовідносин громадянства, суспільства й державної та політичної еліти. Особлива увага звертається на питання регулювання урядом розповсюдження фейкових новин.

Ключові слова: дезінформація, демократія, засоби масової інформації, неправда, правда, «пост-правда», «фейк».

«Головна задача – жити без брехні»

*(Борис Гуменюк, доктор історичних наук, професор,
ректор Дипломатичної академії України при МЗС України,
Надзвичайний і Повноважний Посол України)*

Не випадково епіграфом до даної статті взято слова відомого українського науковця! Словом 2016 р. за версією Оксфордського словника англійської мови став вираз «post-truth», який можна перекласти як «пост-правда» чи «пост-істина». За визначенням британських лінгвістів, це поняття позначає «обставини, за яких