

Д.М. Павлов

СИМВОЛІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ПОЛІТИЧНОЇ ПРОПАГАНДИ

Стаття присвячена розкриттю особливостей функціонування символічного механізму політичної пропаганди. Автор визначає символічний механізм пропаганди як систему взаємопов'язаних символів, комплексний вплив яких перетворює індивідів та соціальні групи на слухняні інструменти інформаційно-психологічної боротьби за владу. У статті доводиться, що символи відіграють роль носіїв смислів, з яких конструюються символічні універсуми та світи як певні знаково-символічні системи для виправдання політичних порядків, рішень та проектів політичного розвитку. Визначено, що ключовою річчю у функціонуванні символічного механізму пропаганди є конструювання значущості та престижності певного роду соціальної реальності, політики, діяльності, досвіду та часу. Встановлено, що символічний механізм пропаганди забезпечує приписування значень речам, подіям та особам з тим, щоб вдало для претендентів на здійснення влади структурувати сприйняття потоку реальності. Цей механізм складається з таких компонентів як номіналізація, міфологізація, метафорізація та ритуалізація.

Ключові слова: політична пропаганда, вплив, ідеї, символічний механізм, символізація, номіналізація, міфологізація, метафорізація та ритуалізація.

Постановка проблеми. Одним із важливих механізмів здійснення політико-пропагандистського впливу виступає символічний механізм. Не дарма на символічний вимір політико-пропагандистських практик звертав увагу цілий ряд політичних діячів та видатних мислителів сучасності, серед найбільш відомих з них, безумовно, імена Леніна, Сталіна, Гітлера, Дебора, Бодрийяра та Жижека. Річ у тому, що ефективна символізація у політичному просторі завжди слугувала ресурсом влади. Завдяки символічному пропаганда проникає в усі сфери життя, нав'язуючи чи підмінюючи смисл. Символічний механізм пропаганди забезпечує функціонування влади, безмежно розширюючи перспективи підпорядкування. Крім того, символічне дозволяє пропаганді діяти непомітно, тим самим визначаючи її ефективність. Незважаючи на генетичний зв'язок символічної реальності та пропаганди, проблема функціонування символічного механізму пропаганди повною мірою досі не осмислена. Зазначимо, що проблема символічного механізму пропаганди стає як ніколи актуальною сьогодні, коли символічні субститути реальної політики набули повноцінного онтологічного значення, функціонуючи у таких формах як шоу-політика, віртуальна політична реальність, вебкратія, віртуальний уряд, віртуальна демократія, гібридний режим, гібридна війна, фейкова політика і т.ін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дуже багато публікацій, які стосуються пропаганди, в тій чи іншій мірі присвячені проблемі організації пропагандистської структури впливу на громадську думку та політичну поведінку соціальних суб'єктів, проте така складова цієї проблеми як особливості функціонування символічного механізму пропаганди ще не знайшла гідного висвітлення в науковій літературі. Серед авторів, чий наукові результати склали передумови нашого дослідження, слід назвати Е. Аронсона [1], Ж. Бодрийяра [4], П. Бергера, Т. Лукмана [2], Д. Бурстіна [8], Ж. Еллюля [9; 10], С. Кара-Мурзу [5], Г. Ласвела [12; 13; 14], Г. Почепцова [7], Б. Сміта [15] та С. Хандельмана [11].

Мета статті – з'ясувати особливості функціонування символічного механізму політичної пропаганди.

Виклад основного матеріалу. Одним із перших, хто звернув увагу на роль та значення символів у здійсненні пропагандистського впливу, був американський вчений Г.Лассвелл. У своїй роботі «Теорія політичної пропаганди» (1927 р.), даючи визначення пропаганді, він зазначав: «Пропаганда є управлінням колективними настановами через маніпуляцію значущими символами» [14, р.627]. У праці «Техніка пропаганди в світовій війні» (1927 р.) Г.Лассвелл також відзначав роль символів у здійсненні пропаганди: «Пропаганда зводиться виключно до контролю громадської думки через значущі символи чи, - говорячи більш конкретно, але менш точно, - через розповіді, чутки, повідомлення, картини та інші форми соціальної комунікації» [13, р.9].

Зазначимо, що Г.Лассвелл розглядав символи переважно як стимули, на які має бути отримана реакція аудиторії. «Стратегія пропаганди, яка була сформульована в культурних термінах, може бути легко описана на мові стимул-реакція. Перекладаючи на цю лексику, яка особливо зрозуміла небагатьом, пропагандист, можна сказати, зацікавлений примноженням тих стимулів, що найкраще розраховані викликати бажані реакції, та анулюванням тих стимулів, які, ймовірно, спровокують небажані реакції. У вираженні деякої речі в формі соціальної пропозиції завдання пропагандиста полягає в тому, щоб посилити всі пропозиції, які є сприятливими для відносин, що він бажає створювати та зміцнювати, і обмежити всі пропозиції, які є несприятливими для таких відносин» [14, р. 630], - стверджував Г.Лассвелл.

Пропаганда як управління значущими символами припускає, на думку Г.Лассвелла, поширення насамперед політичних міфів і стереотипів. Політичний міф він визначає як сукупність соціальних переконань, які включають стійкі уявлення про ідеальний тип влади в рамках конкретного суспільного устрою. «Політичний міф містить в собі «фундаментальні припущення», що стосуються політичних питань. Він складається з символів, до яких вдаються не тільки з метою роз'яснення, а й виправдання специфічних практик влади» [12, р. 9]. Політичний міф - це не тільки «іраціональне», вигадане, прийняте на віру аксіоматично, бездоказово. Г. Лассвелл вважає, що політичний міф реалізується в політичних доктринах та ідеологіях і відбивається в структурі політичної свідомості через такі поняття, як «креденда» і «міранда», у зв'язку з чим пропаганда завжди звернена як до розуму, так і до почуттів реципієнтів. «Креденда» (догмати віри) - це сфера раціональної свідомості, більш відповідна політичним доктринам; це статuti, конституції, декларації, договори, звернені до розуму і забезпечують довіру до влади на когнітивному рівні. «Міранда» - це символи, які виражають ставлення і самоідентифікацію в політичному міфі. Їх функція полягає в тому, щоб викликати захоплення і ентузіазм, зміцнювати віру і почуття лояльності індивіда до влади. Вони не тільки викликають необхідні для існування даної соціальної структури емоції, але сприяють усвідомленню необхідності розділити ці емоції з іншими людьми. Міранда містить такі комунікативні засоби, як гасла, прапор, гімн, церемонії, демонстрації, народні герої та легенди про них [12, р. 10-11].

Відаючи належне Г.Лассвеллу щодо осмислення ролі символів у здійсненні пропаганди, слід звернути увагу на те, що американський дослідник «не бачить» усієї будови символічного механізму пропаганди. Дійсно, символи пронизують усю тканину політичного, соціального та людського, взаємодіючи з ідеологічним, психологічним, ціннісним та комунікативним механізмами пропаганди, які не можливі без символів, оскільки вони виступають носіями смислів, повідомлень, кодів, емоцій, когніцій. Але в осмисленні символів як інструментів пропаганди нам важливі не стільки їх поодинокі ефекти, скільки структура їх взаємодії зі свідомістю та поведінкою учасників пропагандистського процесу – розповсюджувачів, носіїв, реципієнтів пропаганди.

Що ж слід розуміти під механізмами пропаганди? Механізми пропаганди є системами засобів, послідовно організованих з метою структурування сприйняття, мислення та поведінки індивідів та груп для зміни владних потенціалів у суспільстві в інтересах сил, що ініціюють відповідні трансформації громадської думки. Символічний механізм пропаганди є системою взаємопов'язаних символів, комплексний вплив яких перетворює індивідів та соціальні групи на слухняні інструменти інформаційно-психологічної боротьби за владу. Йдеться про те, що за успішної дії символічного механізму пропаганди, індивіди стають активними її продовжувачами, носіями пропагандистського впливу.

З нашого погляду, ключовим у дієвості символічного механізму пропаганди є конструювання значущості та престижності певного роду соціальної реальності, політики, діяльності, досвіду та часу.

Тут важливим стає певний символічний погляд на реальне, яке завдяки цьому погляду стає значущим для досвіду суб'єктів політичних відносин та зобов'язуючим щодо їх подальших дій або бездіяльності, тому що саме з нього вони черпають власну значущість як суб'єктів. Йдеться про функціонування символічного універсуму, що своєю чергою складається з символічних світів, які відповідають соціальним та політичним групам. Для кожного суспільства та соціальної або політичної групи створюються та постійно перекоструюються системи символів, призначення яких полягає саме у виправданні існування суспільств та груп.

Символічні універсуми та світи як певні знаково-символічні системи слугують для самоінтерпретації та самоідентифікації суспільств та груп, для виправдання політичних порядків, рішень та проектів політичного розвитку.

Символ у пропагандистському процесі виступає як бажання, з боку пропагандистів - залучити під вплив «символічної парасольки» певного гасла, ідеї чи прапора якомога більшої кількості суб'єктів соціально-політичних відносин, нав'язати їм свою волю, зробити слухняною силою, а з боку соціальних суб'єктів-реципієнтів пропаганди – підвищити соціальну значущість, престиж.

Будь-який символ вбудований в структуру символічного універсуму. Це дозволяє йому відтворювати стереотипні реакції у свідомості та поведінці індивідів, які надають йому відповідне значення та за його допомогою конструюють свою ідентичність.

Роль символів у політико-пропагандистському процесі полягає у присвоєнні значень, вторинному означуванні політичної реальності, яка примушує вести боротьбу із силами, що позначаються символом «ворог», добиватися більшого задоволення духовних та матеріальних потреб, що позначаються символами «демократія», «держава добробуту» або «правова держава», підтримувати насильницькі чи несправедливі дії, якщо вони позначаються символом «народна революція» чи «реформи заради суспільства». Будь-яка влада намагається отримати необхідну символізацію «легітимної», «справедливої», навіть попри те, що фактично репрезентує інтереси певних олігархічних груп та обрана з порушенням виборчого законодавства.

Тому можна стверджувати, що влада набуває імперативного характеру завдяки вдалої символізації, яка є результатом функціонування символічного механізму політичної пропаганди. Цей механізм складається з таких компонентів як номіналізація (присвоєння та закріплення значень через називання), міфологізація (конструювання, розповсюдження та розвиток міфів), метафорізація (структурування реальності за допомогою слів, що мають непряме значення, з метою смислопобудови), та ритуалізація (розповсюдження та укріплення значущості політичних ідей у формі емоційно-чуттєвих образів).

Символічний механізм пропаганди забезпечує приписування значень речам, подіям та особам з тим, щоб вдало для претендентів на здійснення влади структурувати

сприйняття потоку реальності. У результаті вдалої символізації, покращення життя більшості суспільства приписується мудрій політиці керівників держави, а прорахунки в соціальній, економічній чи зовнішній політиці – списуються на ворогів чи попередників. В основі символізації лежить номіналізація (називання), яка є способом передачі символічних кодів та закріплення їх за певними елементами структури політичної реальності через вербально-знакову систему. У пропагандистському механізмі номіналізація доповнюється архаїзацією, що структурує реальність у свідомості реципієнтів за принципом «третього не дано», тобто або друг - або ворог, або добре - або погане, або чорне – або біле.

Разом з номіналізацією, важливу роль у символічному механізмі пропаганди відіграє міфологізація. Міфологізація – це процес конструювання, розповсюдження та розвитку міфів, які пояснюють та структурують політичну реальність, мобілізуючі індивідів, групи та маси на підтримку певних політичних сил. Відповідно до двоступеневої концепції механізму пропаганди Ж.Еллюля, керуючі міфи наділяють пропаганду особливою владою над масами, звертаючись до глибинних рівнів вірувань, цінностей та життєвих ідеалів. До керуючих міфів Ж.Еллюль відносив міфи прогресу, щастя, роботи, нації, фюрера, героя, вільного ринку та демократії [9, р. 76].

Керуючі міфи виступають важливою складовою предпропаганди, що, своєю чергою, допомагає забезпечувати ефективність пропаганди. Предпропаганда означає розповсюдження та прийняття певних міфів та загальних презумпцій, що мають метою мобілізацію людської діяльності. На відміну від активної, інтенсивної пропаганди предпропаганда психологічно готує індивідів, щоб у відповідний момент активна пропаганда могла їх підштовхнути до потрібної дії [9, р. 30].

Міфи, за елюллівською концепцією, це те, що визначає основні світоглядні настанови людини. Вони упорядковують світ, надаючи йому ціннісного виміру, та, завдяки цьому, уможливають його некритичне сприйняття. Наприклад, ті, хто думають про прогрес як про щось добре та неминуче, відмовляються підтримати можливі критичні оцінки того, що вони вважають прогресом. За думкою Ж.Еллюля, міф завжди виконує пояснювальну функцію, він пояснює ситуацію та мету щоразу, коли розум виявляється нездатним це зробити [10, р. 93-94].

Базові міфи підтримують видиму пропаганду. Як тільки вони прийняті суспільною свідомістю, до них можна приєднувати більш безпосередні пропагандистські цілі. Оскільки міфи за визначенням не піддаються сумнівам, пропагандист легко під чарами міфів добивається виконання директив, вміло приєднаних до цих міфів.

Важливою складовою символічного механізму пропаганди виступає метафоризація, яка є процесом символічного структурування реальності за допомогою слів, що мають непряме значення, з метою смислопобудови. Метафоризація як компонента символічного механізму пропаганди виконує такі функції як одивнення, поєднання несумісного, концептуалізації, прогностична функція, багатоплановості, цілісності, метатекстуальності, фасцінації, інтенсифікації смислу, актуалізації, експліцитна, креативна, непрямой передачі інтенцій та функція емпатії.

Не менш значущою у ефективному здійсненні символічного механізму пропаганди, ніж метафоризація, виступає політична ритуалізація, яка є механізмом розповсюдження та укріплення значущості політичних ідей у формі емоційно-чуттєвих образів за рахунок актуалізації утверджених у масовій свідомості символів. Політична ритуалізація здійснюється через організацію та проведення різноманітних дій, заходів, зокрема демонстрацій, «майданів», що не мають практичного значення, але покликані об'єднати суспільство на основі емоційно-прихильного ставлення до знакових подій минулого або важливих процесів теперішнього. Офіційна влада, як правило, намагається

за допомогою політичних ритуалів укріпити солідарність суспільства та піднести підтримку режиму.

Висновки. Отже, без використання символів неможлива будь-яка політична влада та пропаганда. Символ як знак, що має смисл, є елементарною частинкою, із розмаїття яких складається пропагандистський процес. Символи відіграють роль носіїв смислів, з яких конструюються символічні універсуми та світи як певні знаково-символічні системи, що слугують для самоінтерпретації та самоідентифікації суспільств та груп, для виправдання політичних порядків, рішень та проектів політичного розвитку. Символ у пропагандистській системі впливу виступає як бажання. З боку пропагандистів, це бажання залучити під вплив «символічної парасольки» певного гасла, ідеї чи прапору якомога більшої кількості суб'єктів соціально-політичних відносин, нав'язати їм свою волю, зробити слухняною силою. З боку соціальних суб'єктів-реципієнтів пропаганди, це бажання підвищити соціальну значущість, престиж.

Символічний механізм пропаганди є системою взаємопов'язаних символів, комплексний вплив яких перетворює індивідів та соціальні групи на слухняні інструменти інформаційно-психологічної боротьби за владу. За успішної дії символічного механізму пропаганди, індивіди стають активними її продовжувачами, носіями пропагандистського впливу. Ключовою річчю у дієвості символічного механізму пропаганди є конструювання значущості та престижності певного роду соціальної реальності, політики, діяльності, досвіду та часу.

Символічний механізм пропаганди забезпечує приписування значень речам, подіям та особам з тим, щоб вдало для претендентів на здійснення влади структурувати сприйняття потоку реальності. Цей механізм складається з таких компонентів як номіналізація (присвоєння та закріплення значень через називання), міфологізація (конструювання, розповсюдження та розвиток міфів), метафорізація (структурування реальності за допомогою слів, що мають непряме значення, з метою смислопобудови) та ритуалізація (розповсюдження та укріплення значущості політичних ідей у формі емоційно-чуттєвих образів).

Перспективи подальших досліджень теми передбачають розгляд комунікативного та ціннісного механізмів пропаганди та їх взаємодію з символічним механізмом. Крім того, подальші дослідження мають розкрити питання критеріїв, за якими можуть бути оцінені ефективність того чи іншого символічного механізму пропаганди.

Список використаної літератури

1. Аронсон. Э. Эпоха пропаганды: механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление / Э.Аронсон, Э. Р. Пратканис, предисл. Е. Волкова. - 3-е междунар. изд. – Санкт-Петербург ; Москва : Прайм-еврознак, Нева, Olma-Press, 2002. - 380 с. ; Pratkanis E. R., Epokha propagandy: mekhanizmy ubezhdeniya, povsednevnoe ispolzovanie i zloupotreblenie / E. R. Pratkanis, E. Aronson; predisl. Ye. Volkova. - 3-e mezhdunar. izd. – Sankt-Peterburg ; Moskva : Praym-evroznak, Neva, Olma-Press, 2002. – 380 s.
2. Бергер П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П.Бергер, Т.Лукман. – Москва : Academia–Центр, МЕДИУМ, 1995. – 323 с. ; Berger P. Sotsialnoe konstruirovaniye realnosti. Traktat po sotsiologii znaniya / P.Berger, T.Lukman. – Moskva : Academia–Tsentr, MYeDIUM, 1995. – 323 s.
3. Берн Э. Игры, в которые играют люди: Психология человеческих взаимоотношений; Люди, которые играют в игры: Психология человеческой судьбы : пер. с англ. / Э Берн. – 3-е изд. – Минск : Попурри, 2003. – 512 с. ; Bern E. Igrы, v kotorye igraыut lyudi: Psikhologiya chelovecheskikh vzaimootnosheniy; Lyudi, kotorye igraыut v igrы:

Psikhologiya chelovecheskoy sudby : per. s angl. / E Bern. – 3-e izd. – Minsk : Popurri, 2003. – 512 s. ;

4. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция / Ж. Бодрийяр; перевод О. А. Печенкина. – Тула, 2013. – 204 с. ; Bodriyyar Zh. Simulyakry i simulyatsiya / Zh. Bodriyyar; perevod O. A. Pechenkina. – Tula, 2013. – 204 s.

5. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – Москва : Эксмо, 2005. – 832 с. ; Kara-Murza S. G. Manipulyatsiya soznaniem / S. G. Kara-Murza. – Moskva : Eksmo, 2005. – 832 s.

6. Лебон Г. Психология толп / Г. Лебон // Психология толп : Сб. / сост. А. К. Бовиков. - Москва : Ин-т психологии Изд-во КСП+, 1999. – С.15-120 ; Lebon G. Psikhologiya tolpy / G. Lebon // Psikhologiya tolpy : Sb. / sost. A. K. Bovikov. - Moskva : In-t psikhologii Izd-vo KSP+, 1999. – S.15-120.

7. Почепцов Г. Г. Пропаганда и контрпропаганда / Г. Г. Почепцов. – Москва : Центр, 2004. – 256 с. ; Pochepctsov G. G. Propaganda i kontrpropaganda / G. G. Pochepctsov. – Moskva : Tsentr, 2004. – 256 s.

8. Boorstin D.J. The image: a guide to pseudo-events in America / D. J. Boorstin. – New York : Atheneum, 1971. – 315 p.

9. Ellul J. Propaganda: The Formation of Men's Attitudes / J. Ellul. – New York : Vintage Books, 1973. – 320 p.

10. Ellul J. The new demons / J. Ellul ; translated by C. E. Hopkin. - New York : Seabury Press, 1975. – 228 p.

11. Handelman S. Thought manipulation : the use and abuse of psychological trickery / S. Handelman. - Santa Barbara, Calif. : Praeger, 2009. - 163 p.

12. Lasswell H. D. Language of power / H. D. Lasswell // Lasswell H. D. Language of politics; studies in quantitative semantics / H. D. Lasswell, N. Leites and associates. – New York : G. W. Stewart, 1949. – P.3-19.

13. Lasswell H. D. Propaganda technique in the world war / H. D. Lasswell. – London : K. Paul, Trench, Trubner & co., ltd.; New York : A. A. Knopf, 1927. – 233 p.

14. Lasswell H. D. The Theory of Political Propaganda / H. D. Lasswell // The American Political Science Review. – 1927. - Vol. 21. № 3. - P. 627-631.

15. Smith B.L. Propaganda / B. L. Smith // International encyclopedia of the social sciences / ed. D. L. Sills. – New York : Macmillan Co. & The Free Press, 1968. - Vol. 12. - P. 579-589.

Стаття надійшла до редакції 18.04.2016 р.

D. Pavlov

THE SYMBOLICAL MECHANISM OF POLITICAL PROPAGANDA

The article is devoted to revealing features of the mechanism of symbolical political propaganda functioning. The author defines the symbolical mechanism of propaganda as a system of interrelated symbols, complex effect of which turns individuals and social groups into obedient tools of information and psychological struggle for power. In the propaganda system, a symbol acts as a desire. From view of the propagandists, it is the desire to attract as many subjects of socio-political relations as possible into the influence of the "symbolic umbrella" of a particular slogan, an idea or a flag, to impose its will, to make obedient force.

In the article it is proved that the symbols take the role of meaning carriers, from which symbolic universes and worlds are constructed as certain sign-symbolic system to justify political orders, decisions and projects of political development.

It is determined that a key thing in the symbolic functioning of the mechanism of propaganda is to construct the significance and prestige of a certain kind of social reality, policy, activities, experience and time.

It is established that the symbolic mechanism of propaganda provides attributing values to things, events and persons in order to structure the perception of the flow of reality well enough for actors which exercise of political power. This mechanism consists of components such as nominalization, mythology, metaphorization and ritualization.

Nominalization is a mechanism of assigning and fixing the values to certain elements of the structure of political reality by using verbal-symbolic system. Mythologization is a process of design, distribution and development of the myths which explain and structure political reality, mobilizing individuals, groups and the masses to support certain political forces. Metaphorization is a process of symbolic structuring of reality by means of indirect value words by purpose of giving meaning. Ritualization is a mechanism for the dissemination and strengthening the relevance of political ideas in the form of emotional-sensual images by synchronizing symbols approved in the mass consciousness.

The author argues that, thanks to the symbolic mechanism, propaganda penetrates into all spheres of life, imposing or changing the meaning. The symbolic mechanism of propaganda ensures the functioning of power, expanding the prospects for ruling infinitely. In addition, the symbolic mechanism allows the propaganda to act hidden, thereby determining its effectiveness.

Keywords: *political propaganda, influence, ideas, symbolic mechanism, symbolization, nominalization, mythology, metaphorization and ritualization.*

УДК 070(450):355.48(477.62)''2014''(045)

С.П. Пахоменко, Г.В. Рудницька

КОНФЛІКТ НА ДОНБАСІ У ДЗЕРКАЛІ ІТАЛІЙСЬКИХ МЕДІА

У статті з'ясувано особливості висвітлення початкових етапів конфлікту на Донбасі на сторінках найвпливовіших суспільно-політичних видань Італії – «Ла Републіка» (La Repubblica) та «Корр'єре делла сера» (Corriere della Sera). До уваги були взяті електронні версії газет. Для аналізу було обрано матеріали газет (репортажі, інформаційні повідомлення, аналітичні статті) дотичні за тематикою конфлікту на Сході України за період з квітня по грудень 2014 р. Лівоцентристська «Ла Републіка» висвітлювала конфлікт упереджено, часто використовуючи меседжі й кліше російської пропаганди, «гучні» заголовки, елементи сенсаційності, зміщення акцентів, а також прийом «односторонньої перспективи», надаючи лише сепаратистську точку зору. «Кор'єре делла сера» подавала більш збалансовану інформацію. Газета демонструвала не стільки компліментарність до української сторони конфлікту, скільки неприйняття російської позиції. Видання регулярно зазначало вплив олігархічних кіл на політику в Україні, а також підкреслювало роль зовнішніх сил у протистоянні на Сході України.

Ключові слова: *медіа, Донбас, конфлікт, Італія, газети, «Ла Републіка», «Корр'єре делла сера»*

Українська криза стала переломним моментом не тільки для державного розвитку нашої країни, але і для формування її образу у європейському медіапросторі. Адже мас-медіа зарубіжних країн формують думку широкої аудиторії про події в Україні. Важливим є те, що європейські уряди дослухаються до неї та відповідно можуть скеровувати свої дії. Італія – одна з тих провідних країн ЄС, що, скептично ставиться до посилення світовою спільнотою санкцій проти Росії. Причинами такої позиції є, з