

РОЗДІЛ 1. ПОЛІТИЧНІ ІНСТИТУТИ ТА ПРОЦЕСИ

Бакланова Наталія Михайлівна
Михайліченко Анастасія Русланівна

Політична пропаганда як один із найефективніших засобів формування громадської думки

УДК 316.658.2:32-043.2](045)
DOI <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2023-1.1>

Бакланова Наталія Михайлівна
кандидат політичних наук,
доцент кафедри міжнародних відносин
та права
Національного університету
«Одеська політехніка»
просп. Шевченка, 1, Одеса, Україна
ORCID: 0000-0002-9286-2593

Михайліченко Анастасія Русланівна
здобувачка вищої освіти IV курсу
Національного університету
«Одеська політехніка»
просп. Шевченка, 1, Одеса, Україна
ORCID: 0009-0008-0033-5384

Питання пропаганди набуло найбільшої актуальності у наш час, особливо, коли мова йде про Україну сьогодні. Все це зумовлено тим, що громадська думка посідає важливе місце у становленні та розвитку європейської політичної системи. Тому з'являється необхідність в пошуках засобів впливу на цю думку. Одним із інструментів впливу є пропаганда, але якщо розглядати детально, то саме політична пропаганда, як інструменту впливу на людей, що набуває загострення в період війни. Щодо методології та результативності дослідження, то в статті розглянуто поняття політичної пропаганди, як ефективного засобу впливу на формування громадської думки. Наведено приклади позитивного та негативного забарвлення політичної пропаганди. Новизна та практичне значення наукового дослідження полягає в аналізі прикладів політичної пропаганди. Зауважимо, що пропаганда впливає на формування громадської думки, яка в свою чергу впливає на взаємодію влади та суспільства, має значення у процесі державного управління, відіграє важливу роль у виборчих кампаніях. Можемо зробити висновок, що будь-хто підпадає під когорту людей, на яку намагаються вплинути. В той же час пропаганда може мати, як позитивне, та і негативне забарвлення. Все залежить від остаточної мети того, хто використовує такий вид взаємодії з громадськістю. Сутність політичної пропаганди розкривають мета, характер та способи її реалізації. Але будь-яка пропаганда є своєрідною маніпуляцією думками або способом підштовхнути до певних дій задля реалізації запланованих політичних інтересів. Політична пропаганда існує незалежно від режиму влади. А постійна інформатизація суспільства призводить до того, що політична пропаганда розвивається і використовує найрізноманітніші можливості. Подальшого дослідження потребує комплексне наукове осмислення політичної пропаганди та аналіз її впливу в сучасному світі.

Ключові слова: пропаганда, громадська думка, політична пропаганда, політична реклама, мотивація, маніпуляція, політична свідомість.

Вступ. Питання пропаганди набуло найбільшої актуальності у наш час, особливо, якщо мова йде про Україну сьогодні. Наразі люди гостро реагують на будь-яку інформацію, яку висвітлюють ЗМІ.

Крім цього, ми можемо спостерігати за яскравими прикладами людей, які довіряють лише одному джерелу інформації і не вмюють її обробляти: аналізуючи та пропустивши почуте через справжнє «сито правди».

Якщо перед вами людина, яка постійно повторює про те, що новини на неї не впливають, бо вона вмє їх аналізувати, то будьте певні, що це брехня. Достатньо тільки послухати співрозмовника і почути перелік джерел, де взято інформацію, а далі ви знайдете безліч фраз чи абзаців, які вам будуть переказувати, стверджуючи, що це лише їх думка, а не з телевізора чи мережі Інтернет.

Тобто, громадська думка посідає важливе місце у становленні та розвитку європейської політичної системи. Тому, з'являється необхідність в пошуках засобів впливу на цю думку. Одним із інструментів впливу є пропаганда, але якщо розглядати детально, то саме політична пропаганда.

Особливої актуальності дослідження політичної пропаганди, як інструменту впливу, набуло декілька років тому. Адже Україна, під час становлення демократичних інституцій, зазнала у 2014 році воєнної агресії й анексії, що в майбутньому призвело до повномасштабного вторгнення.

Саме тому, **метою** статті є проблема використання політичної пропаганди, як інструменту впливу на людей, що набуває загострення в період війни.

Методи дослідження. Дослідження політичної пропаганди обумовило застосування як загальнонаукових методів пізнання (індукція і дедукція, аналіз і синтез, порівняння й аналогія, узагальнення й абстрагування), так і спеціальних методичних підходів. Саме порівняльний метод дозволив визначити особливості політичної пропаганди як одного із найефективніших засобів формування громадської думки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Неможливо перерахувати всі джерела, які висвітлюють питання пропаганди в сучасному світі, але більшість таких джерел іноземні. Унікальну роль пропаганди в здобутті та утриманні влади дослі-

джували теоретики пропаганди, такі як: Г. Лассвел, Ж. Елюль, Н. Хомський тощо. Питанню вивчення пропаганди, як інструменту впливу на формування і становлення громадської думки присвячено праці Г. Блумера та В. Ліппмана. Українські дослідники ще недостатньо вивчили проблематику політичної пропаганди та сфери її впливу. Також недостатньо уваги приділено окремо проблемі впливу політичної пропаганди на світогляд, особливо в останній час. Адже, як зазначає Георгій Почепцов [1], ця «гібридна війна» має потужну інформаційну складову частину.

Результати. На сьогодні пропаганда наявна у всіх сферах людської життєдіяльності. Наразі пропаганді надають лише негативного відтінку через її зв'язок з тоталітарним режимом та прагненням диктаторів прийти до влади. Але слово «пропаганда» має латинське походження і дослівно означає «щось, що підлягає поширенню». За своєю етимологією пропаганда має не лише негативне забарвлення, а й позитивне.

Пропаганда на початку взагалі була нейтральною та використовувалася загалом доброзичливо і без будь-якої шкоди. Більше того, пропаганда формувала громадську думку в Сполучених Штатах протягом ХХ століття. Тобто, її застосовували для зв'язку з громадськістю. Така пропаганда виконувала виховну, мотиваційну, інформаційну та роз'яснювальну функції у суспільстві, а отже не переслідувала маніпулятивних цілей. Тому що, зв'язок з громадськістю – це діяльність, що спрямована на досягнення взаєморозуміння та згоди між людьми, групами, націями, коли все базується на основі цілеспрямованого формування громадської думки та управління нею.

Доречно згадати Франкліна Рузвельта, американського політика та 32-го президента США, на долю якого випала гостра необхідність вивести країну з «великої депресії». Було створено серію з 30 вечірніх радіопередач, де Ф. Рузвельт говорив у неофіційному стилі з мільйонами американців про все, що відбувалося в країні. Радіопередачі мали назву «Бесіди біля каміна» і допомагали президентові розвіювати чутки і пояснювати свою політику. Ці зустрічі, в першу чергу, спрямовувалися на створення і підтримку доброзичливих стосунків і взаєморозуміння народу з владою. Таким чином, він намагався передати частинку впевненості в собі мільйонам американців, відновити громадську довіру та надію на те, що країна подолає кризу. Такий різновид зв'язку з громадськістю несе лише позитивний сенс і використовується з метою надихнути, вмотивувати, об'єднати або ж просто зарядити до роботи. Отже, якщо перед нами демократична держава, то вона може використовувати позитивну пропаганду для підняття духу своїх громадян, але після Другої світової війни ситуація змі-

нюється і часто використовується різновид пропаганди, який несе виключно негативу мету.

Широкого розголосу пропаганда набула в ХХ столітті, коли з'явилася диктатура. Якщо заглянути в історію, то в СРСР існував цілий відділ агітації та пропаганди при ЦК КПРС. Це був окремий відділ, який постійно намагалися перейменувати, щоб уникнути слова «пропаганда». Незважаючи на це, й досі важко пояснити, що ж таке пропаганда. Завжди виникають труднощі у визначенні пропаганди та її негативного значення.

Для нас доречним є визначення американського політолога, Гарольда Лассвела, який велику частину праць присвятив вивченню явища пропаганди і в одній зі своїх книг зазначав, що «пропаганда – це вираження думки або дії, свідомо спрямоване індивідом або групою з метою впливу на думку або дії іншого індивіда або групи з визначеною кінцевою метою за допомогою маніпуляції» [2].

Раніше пропаганда була серед людей усною, тобто переконання і думки звучали на площах від людини, яка намагалася маніпулювати думками інших. Згодом, з'являється друк і тому впливати стає легше. Можемо зробити висновок, що з постійною появою радіо, телебачення, мережі Інтернет, пропаганда набуває великих масштабів і проявляється не лише у створенні плакатів чи усній розмові, а й впливає на нас через новини, мистецтво, літературу, кіно, освіту, науку та релігію.

Існує розподіл пропаганди на види, який зробив історик Збинець Земан [3]:

- біла (без приховання мети та джерела інформації);
- сіра (мета та джерела інформації можуть бути неоднозначними, або взагалі прихованими);
- чорна (подається фальшива інформація).

Після запропонованого розподілу пропаганди на види доречно навести приклад. Слід звернути увагу, який саме вид пропаганди використовує країна-агресорка проти української держави, щоб продовжувати війну. Коли було проголошено Незалежність України, російську пропаганду можна було віднести до сірого виду. Тобто, пропаганда виконувала свої завдання (основне – вплив та нав'язування потрібної думки), а от джерела цієї пропаганди, як і кінцеву мету, було приховано. Ситуація змінилася, коли в Україні відбулися політичні та суспільні зміни, а саме після Революції гідності (листопад 2013 – лютий 2014). Пропаганда набула нового характеру і її вже можна віднести до третього виду – чорна. Особливістю якої є створення та розповсюдження рейкової інформації.

Стратегію пропаганди загалом і політичної зокрема, можемо прослідкувати та зрозуміти: після аналізу аудиторії впливу, продумують план та обирають, кого висунути пропагандистом. Спочатку політична пропаганда, яка націлена на кон-

кретну аудиторію, розповсюджується серед малої групи людей, які піддалися впливу. Далі ця ж пропаганда розповсюджується в маси, що доходить до масштабів країни, а в окремих випадках, навіть, виходить за її кордони.

Щодо війни в Україні, то й зараз активно працює пропаганда, саме політична. Засоби масової інформації та мережа Інтернет наповнена хештегами (Мітка, яка складається із символу # та ключового слова чи словосполучення. Хештег поєднує тематично пов'язані публікації та допомагає швидше знаходити потрібну інформацію.) #Ukrainewar чи #Ukrainewar2022, після прочитання хештегу виникають питання: «Це війна лише України? Україна воює сама з собою? Україна сама на себе напала?». На питання відповідаємо – ні! А значить і популярний хештег слід замінити на #Russia-Ukraine war, для того, щоб було зрозумілим, яка саме країна розпочала цю війну.

Як бачимо, це є доказом, що пропаганда завжди має свої правила і слідує ним. Подібні правила пропаганди виділяв Вільям Бідл у 1931 році [4]:

- не дискутувати, а спиратися на емоції;
- сформувані чіткий поділ на «вони» та «ми»;
- працювати як з окремою людиною, так і з групою;
- приховати, наскільки це можливо, пропагандиста.

З появою мережі Інтернет, пропаганда теж зазнала змін, саме тому виникає необхідність звернути увагу на принципи пропаганди, які виділив Рене Гоббс:

- активує сильні емоції;
- спрощує інформацію до мінімуму;
- апелює до страхів, надії, мрії цільової аудиторії;
- виконує атаку на опонента.

Зауважимо, що принципи пропаганди наштовхують на неабиякий інтерес до політичної пропаганди. Бо саме через політику найлегше навести приклади та продемонструвати маніпуляції, що несе політична пропаганда.

Якщо ви маєте на меті зрозуміти принципи політичної пропаганди, достатньо знову повернутися до аналізу, як працює російська пропаганда останні роки. Саме інформація сьогодні найголовніша зброя, якою користується Росія у війні проти України. Згадайте тільки переконання про наступ НАТО з боку України, про бандерівців (які знаходяться при владі в Україні), про нацистів, які є противниками російської мови і виступають за заборону російськомовним громадянам її використовувати. Вищезазначені пропагандистські закиди використовує російська влада, щоб переконати і показати своєму народові, що ведення війни в Україні є вимушеним кроком, бо інакше ніяк не можна врятувати людей. Мова є фактором, який виступає зброєю в руках пропагандиста.

Зауважимо, що, навіть засоби масової інформації, які працюють в РФ, повністю залежать від влади і контролюються нею. А це є доказом, що канали мають на меті просувати пропагандистські позиції. Подібна політична пропаганда вже довгий час впливає на росіян, іноземців та українців і, як бачимо, викликає сумніви та різні позиції відповідно до війни в Україні.

Тому що, пропаганда впливає на формування громадської думки, яка в свою чергу впливає на взаємодію влади та суспільства, має значення у процесі державного управління, відіграє важливу роль у виборчих кампаніях. Громадська думка виступає в якості дзеркала суспільно-політичних процесів, є своєрідним індикатором сприйняття громадськістю діяльності владних та політичних діячів.

Як зазначає Євген Магда [5, с. 7], «Гіпотетична поразка України може спричинити негативний вплив і справити гнітюче враження не лише на пострадянські країни, але й держави Балтії та Центральної Європи, що стали членами Європейського Союзу і НАТО. Саме послаблення цих альянсів є завданням Російської федерації». Як бачимо, в умовах війни та глобалізаційного розвитку одним із основних завдань є пошук доступних та ефективних механізмів, які допомагають сформувати громадську думку, яка б відповідала вимогам часу та сприяла вдалому політичному діалогу влади та громадянського суспільства. Пропаганда ж є одним із найефективніших засобів формування цієї думки.

Можемо прослідкувати один із зв'язків пропаганди та громадської думки. На формування та становлення громадської думки великий вплив має політична реклама, а якщо брати загалом, то мова йде саме про політичну пропаганду, без якої не обходиться жодна політична реклама чи виборча кампанія.

Вже зрозуміло, що історично так склалося, що однією із перших комунікативних технологій стала пропаганда. Широкого розголосу пропаганда дійсно набула з другої чверті ХХ століття, як інструмент тоталітарного режиму, що допомагав досягнути повного підпорядкування знання державній політиці. Але сам термін «пропаганда» походить від назви однієї служби католицької церкви, обов'язком якої було поширення віри, тобто, та ж сама пропаганда серед конкретної групи людей.

Наприклад, традиційно так склалося, що інформування виборців здійснювали агітатори – представники кандидата та партії, які ходили по вулицях «від будинку до будинку», «від дверей до дверей», а кульмінації агітаційний процес сягав у день виборів. Тоді агітація перетворювалася на «грюкання в двері», коли тих, хто попередньо пообіцяв проголосувати за ту чи іншу партію, переконують вийти і проголосувати за неї» [6, с. 19].

Це яскравий приклад застосування політичної пропаганди заради переконання. Лише в сучасному світі подібний вплив відбувається на великій дистанції, але набуває популярності та вдосконалюється відповідно до інформатизації сучасного суспільства. Отже, політична реклама виступає додатковим інструментом пропаганди, що допомагає вплинути на громадську думку, популяризує потрібні ідеї та провокує збільшення кількості прихильників думки, яку пропагують. Зауважимо, що політична реклама класифікується за спрямованістю на аудиторію, широтою охоплення аудиторії, каналами розповсюдження, цільовим призначенням. За характером політична реклама поділяється на інформативну, умовчу, порівняльну, нагадувальну тощо.

Отже, виконуючи інформаційну та пропагандистську функції, політична реклама, як інструмент пропаганди, впливає на кожну людину та здійснює вплив на стан політичної культури у суспільстві.

Висновки та перспективи подальших розвідок напрямку. Підсумовуючи вищесказане, можемо зробити висновок, що будь-хто підпадає під когорту людей, на яку намагаються вплинути. Навіть, якщо ви впевнені, що вмієте аналізувати почуте чи прочитане, ви все одно займаєте сторону пропагандиста або протилежну. А далі відбувається та ж сама пропаганда (можемо віднести її до білої), тобто ви вже пропагуєте свою позицію і намагаєтеся переконати співрозмовника у правильності особистої думки. Ваш співрозмовник знає джерело інформації і мету пропаганди, тому обирає вашу сторону або протилежну.

В той же час пропаганда може мати, як позитивне, та і негативне забарвлення. Все залежить від остаточної мети того, хто використовує такий вид взаємодії з громадськістю. З одного боку, ми можемо стикнутися з мотивацією та заохоченням, а з іншого – з маніпуляцією та навіюванням конкретних пропагандистських ідей.

Сутність політичної пропаганди розкривають мета, характер та способи її реалізації. Але будь-яка пропаганда є своєрідною маніпуляцією думками або способом підштовхнути до певних дій задля реалізації запланованих політичних інтересів. Політична пропаганда існує незалежно від режиму влади. Інформатизація суспільства, в свою чергу, призводить до того, що політична пропа-

ганда розвивається і використовує найрізноманітніші можливості. А уникнути вплив пропаганди можна за рахунок розвитку політичної свідомості і культури населення, чого можна досягнути лише просвітницькою й освітянською роботою.

Потребує подальшого дослідження комплексне наукове осмислення політичної пропаганди та аналіз її впливу в сучасному світі. Особливо, цікавим буде подальше дослідження проблеми політичної пропаганди серед молоді через мережу Інтернет, блоги, популярні сайти та комп'ютерні ігри.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Почепцов Г. Гібридна війна: інформаційна складова. *Незалежний культурний часопис «І»*. URL: http://www.ji-magazine.lviv.ua/2015/Pochepcov_Gibr_vijna_inf_skladova.htm
2. Lasswell H. D. The Theory of Political Propaganda. *American Political Science Review*. 1927. № 3. P. 627–631.
3. Modern Political Propaganda: Definition, Examples & How To Spot It. *Liberties.eu*. URL: <https://www.liberties.eu/en/stories/political-propaganda/43850>
4. Огляд поняття пропаганда. *Science Direct*. URL: <https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/propaganda>
5. Магда Є. В. Гібридна війна: вижити і перемогти. Харків: Vivat, 2015. 304 с.
6. Політологічний словник: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / За ред. М. Ф. Головатого, О. В. Антонова. Київ: МАУП, 2005. 792 с.

REFERENCES:

1. Pocheptsov H. Hibrydna viina: informatsiina skladova. *Nezaleznyi kulturnyi chasopys «I»*. URL: http://www.ji-magazine.lviv.ua/2015/Pochepcov_Gibr_vijna_inf_skladova.htm
2. Lasswell H. D. (1927) The Theory of Political Propaganda. *American Political Science Review*, no. 3, pp. 627–631.
3. Modern Political Propaganda: Definition, Examples & How To Spot It. *Liberties.eu*. URL: <https://www.liberties.eu/en/stories/political-propaganda/43850>
4. Ohliad poniattia propahanda. *Science Direct*. URL: <https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/propaganda>
5. Mahda Ye. V. (2015) Hibrydna viina: vyzhyty i peremohty. Kharkiv: Vivat.
6. Holovaty M. F., Antonov O. V. (ed.) (2005) *Politolohichnyi slovnyk: navch. posib. dlia stud. vishch. navch. zakl.* Kyiv: Maup.

Political propaganda is one of the most effective means of formation civil thought

Baklanova Nataliia Mykhailivna

Candidate of Political Sciences,
Associate Professor at the Department
of International Relations and Law
Odesa Polytechnic National University
Shevchenko Ave., 1, Odesa, Ukraine
ORCID: 0000-0002-9286-2593

Mykhailichenko Anastasia Ruslanivna

4th year Student
Odesa Polytechnic National University
Shevchenko Ave., 1, Odesa, Ukraine
ORCID: 0009-0008-0033-5384

Nowadays, the problem of propaganda is obtained the great relevance, particularly, when Ukraine is mentioned today. It is caused by the civil thought that has a significant part of establishment and development European political system. So, it appears the necessity to find out the means of influence to this idea. One of the most powerful tools is propaganda, but in more detailed the political propaganda is considered. The purpose of this study is to explore a problem of using political propaganda, as a tool of influence over people, that it occurs during the war period. According to the research methodology and outcome, the term of political propaganda is explored in this paper. The samples of positive and negative political propaganda are proposed. The research novelty and practical significance are connected with the analysis of political propaganda examples. Propaganda influences on the formation of political thought, which, in turn, influences on the interaction between authority and community, it has a great significance in the process of public administration, it plays a major role in election campaigns. The result indicates that anyone can be under the influence. At the same time propaganda has both positive and negative coloring. Everything depends on the final aim, who use such type of interaction with community. The purpose of this study, the character and methods of political propaganda reveal its main point. But any propaganda is a kind of thoughts manipulation or a way to encourage to certain actions for realization of well-planned political interests. Political propaganda exists independently of the authority mode. And permanent informatization of the community leads to that political propaganda develops and uses the most different possibilities. The further research is required to find out the comprehensive research understanding of political propaganda and a certain analysis of its influence in the world today.

Key words: *propaganda, civil thought, political propaganda, political advertisement, motivation, manipulation, political consciousness.*