

21. Суший О. В. Державотворення чи держава, яка не склалася, – український контекст? [Текст] // Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса. – 2014. – Вип. 4–5. – С. 65–78.

22. Українське суспільство: моніторинг соціальних змін. Випуск 1 (15), Т. 1 / Головні редактори д.екон.н. В.М.Ворона, д.соціол.н. М.О.Шульга. – Київ. Інститут соціології НАН України, 2014. – 650 с. – Додаток: таблиці моніторингового опитування «Українське суспільство – 2014». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://i-soc.com.ua/files/u/US-2014.pdf>

23. Фролов П. Д. Консолідована громадська думка: спроба операціоналізації [Текст] // Наукові студії із соціальної та політичної психології. – 2015. – Вип. 35. – С. 34-46. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nsspp_2015_35_6

24. Якушик В. М., Пироговська Є. В. Типологія держав за їхньою могутністю [Текст] // Наукові записки НаУКМА. Політичні науки. – 2014. – Т. 160. – С. 3-10.

Воляннюк О. Я. *Новый контекст понимания сущности государства в современных политических реалиях Украины (на примере позиций лидеров общественного мнения)*

В ходе анализа выбранных публичных выступлений, интервью, блогов охарактеризованы актуальные общественные запросы к государству, роль в жизни общества, которую лидеры общественного мнения отводят этой институции. Утверждается, что общественные авторитеты часто говорят о государстве, влияют на мировоззрение современников, формируют общественные ценности и убеждения, способствуют консолидации или дезинтеграции украинского общества. Выяснено, что большинство из них критически настроены к государству, но пропагандируют идеи саморазвития граждан и рост гражданского общества на пути налаживания сотрудничества с государственными институтами и их совершенствования.

Ключевые слова: государство, Украинское государство, общественные авторитеты, общественное мнение, гражданское общество.

Volyanyuk O. *New Context of Understanding the Nature and Role of the State in the Current Political Realities Ukraine (the Opinion Leaders' Example)*

Selected public appearances, interviews, blogs are analyzes, urgent requests to the state, the role in society that opinion leaders assign this institution are characterized. It is alleged that public authorities often are talking about state influence on contemporary world, forming social values and beliefs, promote disintegration or consolidation of Ukrainian society. It was found that most of them critics of the state, but the idea of promoting self-development of individuals and the growth of civil society in the way of cooperation with state institutions and their development.

Keywords: state, Ukrainian government, public authorities, public opinion, civil society.

УДК 32.019.5

Павлов Д. М.

ІДЕОЛОГІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ПОЛІТИЧНОЇ ПРОПАГАНДИ

Стаття присвячена розкриттю особливостей функціонування ідеологічного механізму політичної пропаганди. Автор визначає ідеологічний механізм пропаганди як систему взаємопов'язаних ідей, комплексний вплив яких перетворює індивідів та соціальні групи на слухняні інструменти інформаційно-психологічної боротьби за владу. У статті доводиться, що ідеї у пропагандистському механізмі уявляють собою добре структуровані уявлення, що стимулюють прагнення індивідів та груп позбутися страждань травмуючої реальності та задовольнити духовні та матеріальні бажання, на шляху реалізації яких стоять різноманітні вороги. Визначено, що дієвість ідеологічного механізму пропаганди полягає в тому, що він акцентує увагу громадськості на боротьбі з ворогами, тим самим не лише

формує відповідним чином громадську думку, але й залучає активну частину суспільства на бік одного із політичних таборів, що змагаються за владу.

Ключові слова: політична пропаганда, вплив, ідеї, ідеологічний механізм, соціалізація, символізація, виміри, моделі, бажання, страждання, аудиторія.

Постановка проблеми. Одним із ключових механізмів здійснення політико-пропагандистського впливу виступає ідеологічний механізм. Не дарма цілий ряд мислителів схильний був розглядати пропаганду переважно як розповсюдження певних ідей та думок. Генетичний зв'язок, з одного боку, релігії та пропаганди, а з іншого, релігії та ідеології, багато про що говорить. Але досі проблема зв'язку ідеології та пропаганди не була повною мірою осмислена. Більш того, ідеологія як рушійний механізм політико-пропагандистського впливу за великим рахунком вислизав від уваги дослідників. Проблема ідеологічного механізму пропаганди стає як ніколи актуальною сьогодні, коли політичні ідеології як доктринальні практики переживають не кращі часи, мутуючі та набуваючі форми прихованих стратегій переконання громадськості в справедливості політичних рішень.

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 ідеологічного механізму пропаганди ще не знайшла гідного висвітлення в науковій літературі. Серед авторів, чий науковий результат склав передумови нашого дослідження, слід назвати Е. Аронсона [1], Ж. Бодрийяра [4], Г. Почепцова [7], П. Бергера, Т. Лукмана [2], Д. Бурстіна [8], С. Кара-Мурзу [5], Г. Лассвелла [11], Ж. Еллюля [9], Б. Сміта [13] та С. Хандельмана [10].

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

Виклад основного матеріалу. 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. Ідеологічний механізм пропаганди є системою взаємопов'язаних ідей, комплексний вплив яких перетворює індивідів та соціальні групи на слухняні інструменти інформаційно-психологічної боротьби за владу.

Відзначимо, що пропаганда відіграє соціалізаційну роль у суспільстві, розповсюджуючі не просто знання про світ, а ідеї, які є своєрідними «правильними» настановами щодо соціальної та політичної реальності з позицій інтересів реципієнта пропаганди. Переосмислена на основі певних ідей реальність, стає потенціальним об'єктом перетворення цілеспрямованої поведінки обробленого пропагандою суб'єкта, виходячи із структури його ідеалізованих уявлень про майбутнє. Процес соціалізації обумовлений низкою чинників, серед яких, крім ідеологічної, соціальна, національна, релігійна та статева. Вони визначають когнітивно-ціннісну, раціонально-інструментальну та емоційно-образну специфіку орієнтацій, настанов та інтенсивність підтримки чи неприйняття політичних рішень. Соціалізаційна роль пропаганди забезпечується за допомогою певних інституціоналізованих практик. Сутність цих практик виявляється у виробництві, систематизації, інтеграції та передачі знань як сукупності «загальноприйнятих істин стосовно реальності», що складають «мотиваційну динаміку інституціоналізованої поведінки» та визначають і конструюють ролі, що мають відігравати соціальні суб'єкти, поведінка яких, тим самим, стає контрольованою і передбачуваною [2, с. 109-110]. До таких інституціоналізованих практик, які виступають елементами когнітивного та нормативного механізмів пропаганди, у концепції П. Бергера та Т. Лукмана належать: по-перше, часте повторення; по-друге, типізація ситуацій та ролей; по-третє, розповсюдження та розподіл знань; по-четверте, лінгвістичні, теоретичні, ролеві та символічні репрезентації. Пропагандистська сутність цих практик полягає в тому, що вони роблять обґрунтованими та виправданими суспільно-політичні відносини як певний порядок

розподілення та реалізації політичної влади у суспільстві, та роблять це ефективно, тобто, користуючись словами П. Л. Бергера та Т. Лукмана, «з економією зусиль» [2, с. 90].

Часте повторення запускає механізм узвичаєння, габітуалізації, який лежить біля витоків інституалізації. «Усяка людська діяльність піддається габітуалізації (тобто узвичаєнню). Будь-яка дія, що часто повторюється, стає зразком, згодом вона може бути відтворена з економією зусиль й *ipso facto* усвідомлена як зразок її виконавцем. Крім того, габітуалізація означає, що розглянута дія може бути знову здійснена в майбутньому тим же самим чином і з тим же практичним зусиллям» [2, с. 89-90], – зазначають П. Л. Бергер та Т. Лукман. Часте повторення або систематичність дій певного роду як інструмент пропаганди має структуро-формулюючий вплив на свідомість, яка зникає до повторюваності, інтерпретуючи її як об'єктивну взаємодію речей. Часте, більш-менш незмінне повторення, що знаходить максимальне втілення у перетворенні на звичай, ритуал, забезпечує соціальну підтримку політичної влади.

Завдяки *типізації ситуацій та ролей*, надання їм певних значень встановлюються канали можливої поведінки індивіда, діяльність якого стає передбачуваною та контрольованою. «Вписуючи» себе в ту чи іншу ситуацію, індивід вимушений брати на себе ту чи іншу роль та в її межах, відповідно, підтримувати діяльність тих політичних суб'єктів, які допомагають її успішній реалізації [2, с. 92-93]. Підтримка влади інститутів багато в чому обумовлена їхнім смислом, який пов'язаний з соціальним визнанням інститутів як «перманентних» рішень «перманентних» проблем певної спільноти [2, с. 116].

Розповсюдження та розподіл знань об'єктивує існуючі політико-владні відносини, надаючи їм значущість важливих чи необхідних у контексті демократичних принципів та ідеалів, соціально-економічних пріоритетів чи захисту національних інтересів. «Це знання... опосередковує об'єктивовані структури соціального світу, коли воно інтерналізується в межах індивідуальної свідомості... програмує канали, якими в процесі екстерналізації створюється об'єктивний світ. Воно об'єктивує цей світ за допомогою мови і заснованого на ній когнітивного апарату, тобто воно упорядковує світ в об'єкти, які мають сприйматись як реальність» [2, с. 110-111], – стверджують П. Л. Бергер та Т. Лукман.

Лінгвістичні, теоретичні, рольові та символічні репрезентації змушують приймати дії та їх виконавців як таких, що мають об'єктивний смисл незалежно від пов'язаних з ними суб'єктивних процесів. Так, вчинення певної дії визначає діяча і визначає його в об'єктивному смислі, який є соціально пов'язаним з цією дією. Наприклад, виступаючи за підвищення соціальних гарантій, політичні діячі, тим самим, визначають себе прихильниками «лівих» поглядів. Іншими словами, ідентифікують себе з певною соціально об'єктивованою типізацією, яка приймається також більшістю суспільства [2, с. 121-122].

Когнітивний та нормативний механізми пропаганди є частиною її ідеологічного механізму, але, власне, ідеологічний механізм має свою специфіку дії, хоча й має багато спільного з релігійним механізмом. Подібно до релігійного механізму пропаганди, ідеологічний поділяє світ на дві реальності – хибну та істинну, деградовану та ідеальну. Тут можна говорити про архаїзацію як інструмент пропаганди та, одночасно, складову її як релігійного, так й ідеологічного механізму. За рахунок поділу реальності на деградовану та ідеальну (гріховну та божественну, в релігійній версії), реципієнт пропаганди вже не може зберігати нейтральність щодо реальності, яка нав'язана йому як деградована, гріховна.

Ідеологічний механізм пропаганди діє безжально до своїх наївних реципієнтів, які приймають гру. Варто пригадати роботи Е. Бьорна, який пояснює поведінку людей, які грають у такі ігри, недостатнім психічним розвитком та безвідповідальністю [2, с. 187-188]. Дійсно, ідеологічний механізм пропаганди запускає гру, яка передбачає прийняття на себе певної ролі, що ідентифікує її носія. На цьому, до речі, побудований принцип роботи ЗМІ у суспільстві, які кристалізують свою роль у відповідності зі своїми комерційними інтересами, що визначаються замовником, який оплачує обсяг уваги цільової аудиторії. Завданням пропаганди стає не стільки розповсюдження повідомлень, скільки сценарна розробка та

постановка подій. Навіть повідомлення має бути не просто передаванням деякої інформації, а емоційно захоплюючим дійством.

Ідеологічний механізм пропаганди працює за логікою боротьби за світле майбутнє, де наявна реальність – це джерело страждань та результат діяльності ворогів, а бажане майбутнє має прийти внаслідок героя-спасителя. Виходячи з концепції Ж. Лакана, тут має місце взаємодія реального, символічного та уявлюваного, де соціально-економічні, матеріальні проблеми, несправедливості, корупція, злочинність, зрадництво, біль та смерті як вияв реального має бути компенсоване уявлюваним світлим майбутнім та символізоване як наслідок дії різноманітних ворогів. Уявлюваний вимір завжди привабливіше, ніж травматичне реальне. В уявлюваному кожен може почувати себе ідеальним в ідеальному бутті, де всі бажання втілилися, а вороги дивним чином зникли.

Символізаційний вимір ідеологічного механізму пропаганди – це приписування значень речам, подіям, особам з тим, щоб вдало для претендентів на здійснення влади структурувати сприйняття потоку реальності. В 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 – номіналізація (називання). 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.

Ідеологічний механізм пропаганди схожий на релігійний механізм, в основі якого – ідея спасіння. Як відомо, для впливу будь-якої ідеї на маси необхідна відповідна структурація сприйняття, необхідне тло, на якому ідея буде не просто релевантною, а й привабливою. Таким тлом виступає травматична реальність в одному із своїх аспектів, яка породжує страждання. У випадку релігійного механізму пропаганди діє простий принцип компенсації. Якщо є страждання, має бути спасіння. Якщо потрібне спасіння, необхідна жертва, яка буде символізувати спокуту. Проте релігія пропонує у поцейбічному світі лише надію на спасіння, а саме спасіння відкладає для потойбічного існування.

На відміну від релігійного, ідеологічний механізм пропаганди дещо інший. Страждання у будь-якій формі залишається, а звільнення від нього пропонується не у наступному житті, а вже в цьому. Як і релігія, ідеологія вимагає від людини віри, прихильник будь-якої ідеології має повірити в можливість існування ідеального справедливого порядку.

Ідеологія раціонально та доступно вказує простий шлях до бажаного майбутнього. По суті, дає прості відповіді на складні запитання, що її ріднить з пропагандою. Ідеологія має неперевершений потенціал пояснення світу, ситуацій та подій, надає активній частині суспільства необхідні мотивації для осмисленої соціальної та політичної діяльності.

Ідеологічний механізм пропаганди структурує суспільство, об'єднуючи тих, хто готовий діяти у відповідності з ідеалами щасливого суспільства у різних його формах символізації (громадянське суспільство, правова держава, комунізм, держава добробуту). Такі дивні ідеологічні субститути як євроінтеграція, наприклад, у випадку українського суспільства, також ефективно працюють як ідеологічний механізм пропаганди.

Ідеологія пропонує шлях подолання страждання від зіткнення з реальністю через обіцянку переходу до вищого рівня існування, де бажання будуть реалізовані. Можна стверджувати, що ідеологічний механізм оформлює бажання індивідів, надаючи їм статусу законних вимог до політичних суб'єктів, що мають відношення до використання влади. Незадоволення бажань є одним із важливих складових ідеологічного механізму пропаганди ще й тому, що передбачає винуватців та ворогів.

Наявність ворогів в структурі ідеологічного механізму пропаганди є своєрідним самозахистом пропагандистської системи. Неможливо звинуватити пропагандиста у брехні, перекручені реального стану справ, тому що, по-перше, такий обвинувач в пропагандистській системі мимоволі приймає на себе роль ворога, тому що так чи інакше заперечує здійсненність суспільно значущих інтересів-бажань, по-друге, будь-яке твердження стосовно майбутнього не може бути підтвержене або спростоване до того

моменту, коли це майбутнє не прийде, а воно може кожного разу відкладатися на невизначений термін.

Висновки. Таким чином, механізм пропаганди є системою 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. Ідеологічний механізм пропаганди є системою взаємопов'язаних ідей, комплексний вплив яких перетворює індивідів та соціальні групи на слухняні інструменти інформаційно-психологічної боротьби за владу. Ідеї у пропагандистському механізмі уявляють собою добре структуровані уявлення, що стимулюють прагнення індивідів та груп позбутися страждань травмуючої реальності та задовольнити духовні та матеріальні бажання, на шляху реалізації яких стоять різноманітні вороги. Дієвість ідеологічного механізму пропаганди полягає в тому, що він акцентує увагу громадськості на боротьбі з ворогами, тим самим не лише формує відповідним чином громадську думку, але й залучає активну частину суспільства на бік одного із політичних таборів, що змагаються за владу. У результаті, пропагандистський вплив здійснюється не лише на уми, але й на соціальні та політичні дії, а об'єкти пропаганди, ставши носіями її ідей, перетворюються на її вторинних суб'єктів.

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

Використана література:

1. Аронсон Э. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление [Текст] / Э. Аронсон, Э. Р. Пратканис. Перераб. изд. – СПб.: ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2003. – 384 с.
2. Бергер П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания [Текст] / П. Бергер, Т. Лукман. – М.: «Academia–Центр», «МЕДИУМ», 1995. – 323 с.
3. Берн Э. Игры, в которые играют люди : Психология человеческих взаимоотношений; Люди, которые играют в игры: Психология человеческой судьбы [Текст] / Э. Берн // Пер. с англ. – 3-е изд. – Мн. : Попурри, 2003. – 512 с.
4. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция [Текст] / – Перевод О. А. Печенкина. – Тула, 2013. – 204 с.
5. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием [Текст] / С. Г. Кара-Мурза. – М.: Издательство: Эксмо, 2005. – 832 с.
6. Лебон Г. Психология толп [Текст] / Г. Лебон // Психология толп. – М.: Институт психологи РАН; Издательство «КСП», 1998. – С. 15–120.
7. Почепцов Г. Г. Пропаганда и контрпропаганда [Текст] / Г. Г. Почепцов. – М. : Центр, 2004. – 256 с.
8. Boorstin D. J. The image: a guide to pseudo–events in America [Text] / D. J. Boorstin. – New York: Atheneum, 1971. – IX. – p. 315
9. Ellul J. Propaganda: The Formation of Men's Attitudes [Text] / J. Ellul. – New York: Vintage Books, 1973. – XXII. – p. 320
10. Handelman S. Thought manipulation : the use and abuse of psychological trickery [Text] / Sapir Handelman. – Santa Barbara, Calif. : Praeger, 2009. – xiv, p. 163
11. Lasswell H. D. Propaganda technique in the world war [Text] / H. D. Lasswell. – London: K. Paul, Trench, Trubner & co., ltd., New York: A. A. Knopf, 1927. – p. 233
12. Lasswell H. D. The Theory of Political Propaganda [Text] / H. D. Lasswell // The American Political Science Review. – 1927. – Vol. 21. – № 3. – P.627–631.
13. Smith B. L. Propaganda [Text] // International encyclopedia of the social sciences / D. L. Sills, ed. – Vol.12. – New York : Macmillan Co. & The Free Press, 1968. – С.579–589.

Павлов Д. Н. *Идеологический механизм политической пропаганды*

Статья посвящена раскрытию особенностей функционирования идеологического механизма политической пропаганды. Автор определяет идеологический механизм пропаганды как систему взаимосвязанных идей, комплексное воздействие которых превращает индивидов и социальные группы в послушные инструменты информационно-психологической борьбы за власть. В статье доказывается, что идеи в пропагандистском механизме представляют собой хорошо структурированные представления, стимулируют стремление индивидов и групп избавиться от страданий травмирующей реальности и удовлетворить духовные и материальные желания, на пути реализации которых стоят разнообразные враги. Определено, что действенность идеологического механизма пропаганды заключается в том, что он акцентирует внимание общественности на борьбе с врагами, тем самым не только формирует соответствующим образом общественное мнение, но и привлекает активную часть общества на сторону одного из политических лагерей, которые борются за власть.

Ключевые слова: политическая пропаганда, влияние, идеи, идеологический механизм, социализация, символизация, измерения, модели, желания, страдания, аудитория.

Pavlov D. *The Ideological Mechanism of Political Propaganda*

The article is devoted to revealing features of the mechanism of ideological political propaganda functioning. The author defines the ideological mechanism of propaganda as a system of interrelated ideas, complex effect which turns individuals and social groups into obedient tools of information and psychological struggle for power. This paper argues that the ideas of the propaganda mechanism are well-structured presentation, stimulating the desires of individuals and groups to get rid of sufferings, which generates traumatic reality, and to satisfy the spiritual and material desires, on realization way of which there are a variety of enemies. It is determined that the validity of the ideological mechanism of propaganda is that it focuses public attention on the fight against the enemies, thus not only forms the public opinion duly, but also attracts active part of society to the certain political side, which compete for power.

Keywords: political propaganda, influence, ideas, ideological mechanism, socialization, symbolization, dimensions, models, desires, sufferings, audience.

УДК 316.776.32

Демченко Д. А.

ПРАВО НА ІНФОРМАЦІЮ ЯК ВАЖЛИВЕ ПОЛІТИЧНЕ, СОЦІАЛЬНЕ ПРАВО ЛЮДИНИ В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

З усіх прав людини, одним з найважливіших є право на інформацію, яке в умовах формування інформаційних суспільств максимально сприяє розвитку комунікативних засад спілкування та демократизації суспільних відносин.

Ключові слова: інформація, інформаційна політика, право на інформацію, інформаційний простір, інформаційний захист.

Беззаперечно, що роль і місце інформації в житті людства потужно зростають. Сучасне насичення біосфери, інформаційними потоками, створеними людською цивілізацією, невпинно продовжується. При цьому новітні комунікаційні супутникові й комп'ютерні технології уможливають організацію в режимі on-line інформаційного обміну в будь-якій точці земної кулі. Інформаційні технології при цьому мають величезні потенційні можливості: вони дають змогу контролювати процеси не тільки національних, а й цивілізаційних інформаційних просторів у галузі збирання, зберігання, оброблення, обміну, поширення та використання відомостей і даних, які стосуються майже всіх сфер життєдіяльності людини.