

ПРОСВІТНИЦЬКА І МАНІПУЛЯТИВНА ПРОПАГАНДА В УМОВАХ НИНІШНЬОЇ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Василь Лизанчук

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, м. Львів, Україна,
e-mail: kafradioiteleb@ukr.net*

Розглянуто особливості просвітницької і маніпулятивної пропаганди. Проаналізовано функції, методи, форми московської маніпулятивної пропаганди в умовах інформаційно-психологічної і військової агресії Російської Федерації проти України. Схарактеризовано засоби масової інформації, зокрема, телебачення, радіомовлення, інтернет, соціальні мережі – найпотужніший інструмент маніпулятивної пропаганди. Окреслено як традиційні, так і асиметричні, нестандартні та цільові заходи протидії російській маніпулятивній пропаганді на засадах україноцентризму.

Ключові слова: пропаганда, просвітницька пропаганда, маніпулятивна пропаганда, засоби масової інформації, україноцентризм, правда, російська агресія.

Пропаганда (від лат. *propaganda* – те, що підлягає розповсюдженню, *propagare* – плекати саджанці) – популяризація, поширення, роз’яснення і навіювання політичних, філософських, наукових, релігійних, художніх та інших ідей, вчень, знань, поглядів, оцінок засобами масової інформації, усно, писемно, аудіовізуальними та іншими методами впливу на індивідуальну і суспільну свідомість.

Пропагувати (від лат. *propago* – поширюю, розповсюджую) – поширювати, роз’яснювати якусь ідею, або вчення, погляди, позицію, з метою як позитивно, так і негативно налаштувати, спрямовувати особу, аудиторію і психологічно стимулювати її реакцію у бажаному ідеологічному напрямі.

Давні римляни термін “пропаганда” використовували для позначення просвітницької діяльності, коректного й аргументованого викладу своїх поглядів та думок з одночасним уважним сприйняттям поглядів опонента, переконуванням його силою правди і логіки. Найкращим пропагандистом у цьому сенсі вважали Сократа, а зразком пропаганди – сократичний діалог [14, с. 221]. У XVIII ст. термін “пропаганда” означав місіонерську діяльність католицької церкви. З цією метою Ватикан заснував конгрегацію пропаганди. Згодом акцент робився на політико-ідеологічній функції пропаганди.

У країнах з тоталітарним режимом пропаганда стала державним завданням. Наприклад, у нацистській Німеччині та комуністичному Радянському Союзі була створена спеціальна сітка партійно-урядових закладів, у яких працювали навчені пропагандистські кадри. Сітка пропаганди охоплювала всі сфери суспільства, підприємства, установи, навчальні заклади, армію тощо. Особливу ідеологічно-пропагандистську роль відігравали засоби масової інформації.

У Радянському Союзі будь-яку інформацію використовували лише для пропаганди комуністичних міфологем і трактували як агітацію фактами. Це означало подання лише тих фактів, які відповідали політико-ідеологічним цілям комуністичної партії, та повне замовчування або перекручування фактів, які, на думку координаторів агітації і пропаганди, цій меті не відповідали.

Завдяки тривалій масовій комуністичній пропаганді московському тоталітарному режимові значною мірою вдалося сформувати безлику людину-масу, позбавлену автотонної історичної пам'яті, національної свідомості, духовності. Тому навіть нині в Українській незалежній державі серед журналістів і вчених можна почути думку про хибність, недоцільність розгляду пропагандистської, агітаційно-організаторської функцій ЗМІ. Мовляв, це – атрибут комуністичних, тоталітарних засобів масової інформації. “Повністю погоджуюся з професором А. З. Москаленком, що такі побоювання безпідставні, передусім, тому, що сам характер демократичних перетворень в Україні зумовлює нагальну потребу дохідливо роз'яснювати теоретичні та практичні проблеми будівництва суверенної, незалежної, демократичної, соціальної, правової держави, гуманістичну суть національної ідеї, питання відродження, становлення й утвердження національних, духовних цінностей, культури, функціонування української мови, – наголошував автор цієї статті у публікаціях попередніх років. – Призначення пропагандистських матеріалів у пресі, на радіо, телебаченні – роз'яснювати животрепетні, гострі, нез'ясовані проблеми політико-ідеологічного, соціально-економічного, національно-духовного життя. Вони мають містити науково обґрунтовані, вмотивовані, зрозумілі, дохідливі, переконливі відповіді на запитання, які цікавлять, хвилюють громадян стосовно розбудови української України” [18, с. 100].

Поширюючи українські національно-громадянські цінності, засоби масової інформації можуть сприяти створенню передумов для формування освіченого, морально-духовного, національно свідомого громадянина, здатного самостійно оцінювати стан справ у громаді, суспільстві, державі, активно протидіяти зовнішнім і внутрішнім ворожим силам.

Отже, просвітницька пропаганда позитивних національно-духовних цінностей принципово відрізняється від маніпулятивної політико-ідеологічної пропаганди. Однак неполітична (просвітницька) пропаганда може бути шкідливою, коли в її основі неправдиве, фальшиве тлумачення фактів, подій, явищ, навіювання цинічних, антигуманних, протиукраїнських помислів.

Неоголошена війна Російської Федерації проти України спонукає поглиблено аналізувати, осмислювати функції, методи і форми пропаганди в сучасних умовах, характерними рисами якої є цілеспрямованість, певна диференціація, безперервність впливу, масовість, маніпуляція, універсалізм. До цих рис пропаганди більше або менше привертають увагу дослідники Олександр Децик, Микола Кравчук, Лідія Леонтьєва, Георгій Почепцов, Валерій Соловей, Неллі Яковлева та ін.

Відповідно до джерела та природи повідомлення пропаганду класифікують так:

Біла пропаганда загалом походить з відкритого доступного джерела та характеризується м'якшими методами переконання, такими як стандартні техніки відносин з громадськістю та однобічним поданням аргументів.

Чорна пропаганда подається ніби з одного джерела, проте насправді є з іншого. Маскування правдивого джерела пропаганди є найпоширенішим, коли це пропаганда ворожої країни чи організації з негативним іміджем.

Сіра пропаганда – це пропаганда без визначеного джерела чи автора. Основне призначення сірої пропаганди полягає в тому, щоб змусити ворога повірити в брехню, використовуючи так звані *солом'яні аргументи*: перша фаза – змусити когось повірити в “А”, запускається сіра пропаганда “Б”, яка протилежна до “А”. У другій фазі “Б” дискредитується, використовуючи *опудало*. Тоді ворог прийде до висновку, що “А” – правда.

Позитивна (конструктивна) пропаганда прагне довести до споживача ті або інші переконання в дохідливій формі. Мета позитивної пропаганди – сприяти соціальної гармонії, злагоди, вихованню людей згідно із загальноприйнятими цінностями. Позитивна пропаганда виконує виховну та інформаційну функції в суспільстві. Вона здійснюється в інтересах тих, до кого скерована, а не обмеженого кола зацікавлених осіб. Позитивна пропаганда, на відміну від негативної, не переслідує маніпулятивних цілей. Проте, оскільки “загальноприйняті цінності” вже й без пропаганди є загальноприйнятими, справжні цілі “конструктивної” пропаганди часто розходяться з тими, які декларуються пропагандистами.

Негативна (деструктивна) пропаганда нав'язує людям ті або інші переконання за принципом “мета виправдовує засоби”. Мета негативної пропаганди – розпалювання соціальної ворожнечі, *нагнітання* соціальних конфліктів, загострення суперечностей у суспільстві, пробудження низинних інстинктів у людей тощо. Це роз'єднує людей, робить їх слухняними волі пропагандиста. Технологія створення “образу ворога” дає змогу згуртувати натовп навколо пропагандиста, нав'язати натовпу вигідні йому переконання і стереотипи. Основна функція негативної пропаганди – створення ілюзорної, паралельної реальності з “перевернутою”, або спотвореною системою цінностей, переконань, поглядів. Негативна пропаганда активно використовує низьку критичність та *навіюваність* мас, щоб маніпулювати цими масами в інтересах невеликої групи осіб.

Ці різні типи пропаганди відрізняються кількістю правдивої та правильної інформації, яку можна використати для боротьби з маніпулятивною пропагандою. Наприклад, протидію білій пропаганді легко знайти, дискредитувавши джерела пропаганди. Протидія сірій пропаганді, якщо таку пропаганду виявлять (часто з внутрішнього джерела), може спровокувати певного рівня публічні протести. Протидія чорній пропаганді часто не очевидна та небезпечна при оприлюдненні, оскільки ознайомлення громадськості з джерелами і тактикою чорної пропаганди підірве всю кампанію чорної пропаганди або викличе протидію з боку чорних пропагандистів.

Пропаганда може здійснюватись таємно. Наприклад, принизлива дезінформація про історію певних груп або чужих країн може заохочуватися або толеруватися в системі освіти. Оскільки деякі люди двічі перевіряють вивчене у школі, така дезінформація повторюватиметься журналістами і батьками, що врешті-решт посилить ідею, ніби ця порція дезінформації є “загальновідомим фактом”, навіть якщо жоден з тих, хто повторює цей міф, не зможе вказати жодного авторитетного джерела. Ця дезінформація здійснює кругообіг в медіа та системі освіти навіть без потреби урядового втручання в ЗМІ. Така

проникаюча маніпулятивна пропаганда може використовуватись для політичних цілей: даючи громадянам хибне враження про якість та політику їхньої країни, їх можуть спонукати відкидати певні пропозиції або зауваження чи ігнорувати досвід інших.

Неллі Яковлева у 2010 році запропонувала визначення політичної пропаганди як комунікативної діяльності, орієнтованої на закріплення у свідомості або трансформацію певних установок, переконань, стереотипів цільової аудиторії за допомогою інформаційних та/або маніпулятивних прийомів, технік, методів для досягнення поставлених політичних цілей і завдань. Вона зазначала, що пропаганда, піар і реклама є самостійними способами організації комунікації, хоча вони й мають певні спільні риси: чинять вплив на погляди і поведінку людей, ретранслюються, здебільшого через ЗМІ, звернені до соціалізованих особистостей. Однак, саме через мету, завдання, об'єкт впливу, часовий період дії, функції визначаються їхні відмінності.

Микола Кравчук зазначив, що саме у XX столітті політична пропаганда і в тоталітарних, і в демократичних системах набувала офіційного статусу, держава її фінансує і регулює. Вперше з'явилися розгалужені спеціалізовані організаційні структури, для яких пропаганда стає професією і основним завданням.

Дослідники пов'язують розвиток маніпулятивної пропаганди з війнами. Як констатує Неллі Яковлева, Перша світова війна розкрила можливості її потужного впливу на погляди особистостей, а в Другій світовій війні відбулося вдосконалення багатьох технік і методів комунікації переконування, за часів холодної війни відбулося ще більше усвідомлення необхідності такого психологічного тиску на противника.

Заступник Директора Центру світової економіки та міжнародних відносин Національної академії наук України Олександр Децик у "Телекритиці" коротко схарактеризував найзагальніші методи пропаганди:

- *спрощення* (засіб перетворення складних проблем на прості);
- *замовчування* (приховування небажаної інформації);
- *витіснення* (відволікання уваги від негативних поточних подій);
- *вигаданий факт* (повідомлення факту, джерело якого не можна перевірити і стосовно якого не можна отримати будь-яких свідчень);
- *пряме коментування* (використання оціночних понять під виглядом нейтральних);
- *непряме коментування* (приховування комунікатором пропагандистського впливу через інформаційний фон або шум);
- *двостороння аргументація* (виклад декількох точок зору, альтернативні позиції не викладаються й не оцінюються як хибні);
- *напівправа й інсинуація* (надання хибної аргументації фактам, маніпулювання ними всередині матеріалу, а в деяких випадках неадекватність фактів та аргументів висновкам);
- *інформаційне дроблення* (виривання з контексту, повідомлення лише фрагменту даних, що призводить до нерозуміння ситуації й події загалом);
- *інформаційне перевантаження* (повідомлення надзвичайно великого обсягу інформації, основну частину якого складають абстрактні судження, непотрібні подробиці, різні деталі) [9].

Ідеологічна машина імперського Кремля використовує також методи маніпулятивної пропаганди, до яких привернув увагу В. Гріджук. Це – метод “гнилого оселедця”. Підбирається брехливе звинувачення. Важливо, щоб воно було максимально брудним і скандальним. Добре працює, наприклад, дрібне злочинство, або, скажімо, розбещення дітей чи вбивство, бажано з жадібності. Цей метод не передбачає необхідності доводити звинувачення. Він спрямований на те, щоби викликати широке публічне обговорення. Людська психіка влаштована так, що, як тільки обвинувачення стає предметом публічного обговорення, неминуче виникають його “прихильники” і “противники”, “знавці” й “експерти”, оскаженілі “обвинувачі” і затяті “захисники” обвинуваченого. Але, незалежно від власних поглядів, всі учасники дискусії знову і знову вимовляють ім’я звинуваченого у зв’язку з брудним і скандальним обвинуваченням, втираючи таким чином все більше “гнилого оселедця” у фігуранта скандалу, поки нарешті цей “запах” не починає іти за ним слідом. А питання “вбив–вкрав–спокусив чи все-таки ні” стає головним при згадці його імені.

Метод “40 на 60”. Засоби масової інформації 60 % своєї інформації дають в інтересах супротивника. Створивши таким чином його довіру до себе, решту 40 % використовують для надзвичайно ефективної, завдяки цій довірі, дезінформації. Під час Другої світової війни існувала радіостанція, яку слухав антифашистський світ. Вважалося, що вона британська. І тільки після війни з’ясувалося: насправді це була радіостанція Геббельса, що працювала за розробленим ним принципом “40 на 60”.

Метод “великої брехні”. Суть його полягає в тому, щоб з максимальним ступенем впевненості запропонувати аудиторії настільки глобальну і жахливу брехню, у яку неможливо повірити, що можна брехати про таке. Маніпуляція полягає в тому, що правильно скомпонована і добре придумана “велика брехня” викликає у слухача чи глядача глибоку емоційну травму, яка потім надовго визначає його судження всупереч будь-яким доводам логіки і розуму. Особливо глибокий психологічний вплив справляють описи жорстоких знущань над дітьми або жінками. Наприклад, всі ми пам’ятаємо байку про “распятого мальчика”. Вона є повною нісенітницею та очевидною видумкою агітпрому Кремля і навіть була спростована і засуджена в самій Росії. Але завдяки глибокій емоційній травмі, яку вона викликає, надовго залишається у свідомості людини, яка отримала цю інформацію, скільки б її потім не намагалися переконати, що то брехня, використовуючи звичайні логічні доводи.

Метод абсолютної очевидності. Цей метод дає хоч і не швидкий, зате надійний результат. Замість того, щоби щось доводити, подають те, в чому хочуть переконати аудиторію, як щось очевидне, само собою зрозуміле і тому безумовно підтримуване більшістю населення. Незважаючи на свою зовнішню простоту, цей метод неймовірно ефективний, оскільки людська психіка автоматично реагує на думку більшості, прагнучи приєднатися до неї. Класичним способом підтримки методу “абсолютної очевидності” є, наприклад, публікація результатів різноманітних соціологічних опитувань, які демонструють абсолютну єдність з того чи іншого питання (наприклад, 86 % рейтингу Путіна) [7].

Формами пропаганди й засобами впливу є і масові дійства, державні та професійні свята, виступи лідерів, безпосереднє звернення до населення, мистецтво, архітек-

тура, музика, телебачення, інтернет, радіо, друкована продукція, навіть насадження специфічної політичної мови.

Характерною рисою політико-ідеологічної пропаганди є її висока маніпулятивність, що маскується під інформативність, яку не завжди помічають, оскільки вона сприймається людьми під виглядом об'єктивної інформації та розваг, видовищ, шоу тощо.

Поняття “маніпуляція” має коренем латинське слово *manus* – рука (*manipulus* – пригорща, жменя, від *manus* і *ple* – наповнювати). У словниках європейських мов слово “маніпуляція” тлумачать як дії з об'єктами із певними намірами, цілями (наприклад, ручне керування, огляд пацієнта лікарем з допомогою рук і т. д.). Мовиться про те, що для таких дій потрібна спритність і вправність. У техніці подібні пристрої для керування механізмами, які ніби є продовженням рук (важелі, рукоятки, держак) називаються маніпуляторами. Йдеться про переносне значення слова “маніпуляція” – це спритне поводження з людьми як з об'єктами, предметами, речами.

В Оксфордському словнику англійської мови маніпуляцію (*manipulation*) визначено як дію з об'єктами зі спеціальними намірами, з певною метою, як ручне управління, рух, який здійснюється руками. У переносному значенні словник тлумачить маніпуляцію як “акт впливу на людей або управління ними”.

Отже, термін “маніпуляція” є метафорою, яка складалася поступово. Психологи вважають, що важливим етапом у її розвитку було позначення цим словом фокусників, які працюють без складних пристосувань, руками (фокусник-маніпулятор). Мистецтво цих артистів, яке ґрунтується на вислові “вправність рук і ніякого шахрайства”, засноване на властивостях людського сприйняття й уваги – на знанні психології людини. Своїх ефектів фокусник-маніпулятор домагається, використовуючи психологічні стереотипи глядачів, відволікаючи, переміщаючи й концентруючи їхню увагу, діючи на уяву – створюючи ілюзію сприйняття. Якщо артист володіє майстерністю, то помітити маніпуляцію дуже важко.

Науковець Валентин Молодиченко схарактеризував головні родові ознаки маніпуляції:

По-перше, це – вид духовного, психологічного впливу (а не фізичне насильство або погроза насильства). Мішенню дій маніпулятора є дух, психічні структури людини. Однією із перших книг, безпосередньо присвячених маніпуляції свідомістю, була книга соціолога із ФРН Герберта Франка “Людина, якою маніпулюють” (1964). Він дає таке визначення: “Під маніпулюванням у більшості випадків варто розуміти психічний вплив, що здійснюється таємно, а отже, і на шкоду тим особам, на яких воно спрямовано. Найпростішим прикладом тому може слугувати реклама”.

По-друге, маніпуляція – це прихований вплив, факт якого не повинен бути помічений об'єктом маніпуляції. Як зауважив Г. Шіллер, для досягнення успіху маніпуляції, вона повинна залишатися непомітною. Успіх маніпуляції гарантований, коли особа, якою маніпулюють, вірить: усе, що відбувається, – природно й неминуче. Коли спроба маніпуляції розкривається і її викриття стає досить широко відомим, акція звичайно згортається. Ще ретельніше приховується головна мета – так, щоб навіть викриття самого факту спроби маніпуляції не привело до з'ясування далеких намірів.

Тому приховання, утаємничення інформації – обов’язкова ознака, хоча деякі прийоми маніпуляції містять у собі “граничне саморозкриття”, гру в щирість.

По-третє, маніпуляція – це вплив, який вимагає значної майстерності і знань. Є, звичайно, талановиті самородки із потужною інтуїцією, здатні до маніпуляції свідомістю інших людей за допомогою примітивних засобів. Але розмах їхніх дій невеликий, обмежується особистим впливом – у родині, у бригаді, у роті або банді. Якщо ж йдеться про суспільну свідомість, про політика, хоча б місцевого масштабу, то, як правило, до розробки акції залучаються фахівці або хоча б ті, у кого є спеціальні знання, почерпнуті з літератури або інструкцій. Оскільки маніпуляція суспільною свідомістю стала технологією, з’явилися професійні працівники, які володіють цією технологією (або її частинами). Виникла система підготовки кадрів, наукові установи, наукова й науково-популярна література.

Ще одна важлива, хоча й не настільки очевидна ознака: до людей, свідомістю яких маніпулюють, ставляться не як до особистостей, а як до об’єктів, особливого роду речей [22, с. 58].

Завдання маніпулятора полягає в тому, щоби “примусити людину зробити щось потрібне, але так, щоб людині здавалось, що вона сама вирішила те зробити. При чому вирішила не під загрозою покарання, а добровільно” [30, с. 49], – так характеризує маніпуляцію Олена Сидоренко. Євген Доценко виокремлює три рівні маніпуляції: а) перший – посилення наявних у свідомості людей необхідних маніпуляторів ідей, настанов, мотивів, цінностей, норм; б) другий – пов’язаний з приватними, незначними змінами поглядів на ту чи іншу подію, процес, факт, що також впливає на емоційне й практичне ставлення до конкретного явища; в) третій – корінні, кардинальні зміни життєвих настанов шляхом повідомлення об’єктові сенсаційних, драматичних, надзвичайно важливих для нього повідомлень. “Маніпуляція все ж таки краще, ніж фізична розправа, або безпосередній примус” [12, с. 66], – наголосив Є. Доценко.

Російський історик і громадський діяч Валерій Соловей зазначив, що про категоричне недопущення маніпуляції може говорити лише той, хто сам без гріха, хто ні разу не маніпулював людьми, у тому числі рідними і близькими. Адже маніпуляція – один із найбільш розповсюджених і гуманних засобів психологічного впливу. Гуманних, бо вона дає можливість уникнути насильства і добитися потрібних результатів за допомогою мирних, хоча етично сумнівних засобів [31]. До речі, людські взаємовідносини пронизані маніпуляцією, яка стара як світ. Досить яскравий і вражаючий опис маніпуляції можна виявити у четвертих розділах Євангелія від Матвія і від Луки, в яких описано як “князь світу цього” спокушав Ісуса.

“І диявол сказав йому: “Якщо Ти Син Божий, то звели цьому каменю стати хлібом”. Ісус відповів: Написано: “Не хлібом одним буде жити людина, а кожним словом Божим”. Тоді диявол вивів Його на високу гору і показав Йому в одну мить всі царства світу, і сказав Йому диявол: “Тобі дам усю владу над усіма царствами і славу їхню, бо вона мені передана і я кому хочу, даю її. Отже, якщо Ти поклонишся мені, то все буде Твоє”. Ісус сказав йому у відповідь: “Написано: “Господу Богу твоему поклоняйся і Йому одному служи!” І диявол повів Його в Єрусалим, і поставив його на гребінь даху

храму, і сказав Йому: “Якщо Ти Син Божий, кинься звідси додолу, бо написано: “Бог накаже Ангелам Своїм берегти Тебе, і на руках понесуть Тебе, щоб нога твоя не спіткнулась об камінь”. А Ісус сказав йому у відповідь: “Сказано: “Не спокушай Господа Бога твого!”” (Луки 4: 3–12).

Тут описано, як диявол послідовно розставляє три маніпулятивні пастки, котрі Ісус прекрасно бачить і відповідає на хитрощі не конфронтацією (на кшталт: “Ти сам то хто!? На себе подивися!”) чи зустрічною маніпуляцією, а ухиляється від спокуси. Такий вчинок логічний, бо відповідаючи на маніпуляцію “батька брехні” маніпуляцією, потрапиш до нього на гачок.

Щоби люди не ловилися на отруйні гачки маніпулятивної пропаганди, то проти неї потрібно цілеспрямовано і систематично застосовувати найголовнішу, найефективнішу зброю – Правду, яка є джерелом чистих, світлих помислів, підґрунтям формування морально-духовної стійкості. При цьому слід знати і пам’ятати, що найпотужнішою складовою маніпулятивної пропаганди в сучасних умовах є засоби масової інформації, зокрема телебачення, радіомовлення, інтернет, соціальні мережі. Медіаманіпулюванню підвладні мільйони, десятки мільйонів людей. “У міжособистісному спілкуванні маніпулятор володіє прихованою владою над особистістю або невеликою групою. Медіаманіпулювання (медіаконструювання) – це влада над суспільством і країнами” [31]. Отже, агресія Російської Федерації проти України у вигляді анексії Автономної Республіки Крим і захоплення частини території Донецької і Луганської областей має, крім суто військового, ще і потужний медіаманіпулятивний вплив. Підтвердженням цьому є соціологічні дослідження, за даними яких 83–87 % росіян підтримують путінську війну в Україні. Україна у свідомості російського суспільства вважається третьою за ворожістю до Росії (після США і ЄС). Гірка правда, але Путін і російський народ – єдині, а толерантність, гуманність, взаємоповага, про які багато мовилося не лише в українських, а і в російських ЗМІ, насправді закінчується для Росії там, де бере свій початок соборна незалежна демократична Україна.

Відомий російський медіаексперт Ігор Яковенко слушно наголошує, що ЗМІ в Росії є найнебезпечнішою структурою, набагато небезпечнішою за “Аль-Каїду”, набагато небезпечнішою за терористичні структури, тому що вони є пусковим механізмом для перетворення своєї країни (Росії. – *В.Л.*) на найнебезпечніший геополітичний об’єкт у світі. Нещодавно ще таким найнебезпечнішим об’єктом був у 90-ті роки ісламизм як тоталітарне вчення, як проблема майже мільярдного пускового гачка до ісламського світу. А сьогодні ось цю пальму першості отримала Росія, і головне середовище, в якому полягає ця небезпека – це, безумовно, російські ЗМІ. Вони, як свідчить аналіз журналістських матеріалів, виконують функції дебілізації населення Росії та України, мобілізації Росії на те, щоб населення підтримувало війну з Україною, а частина – ще й брала активну участь. Чимало російських журналістів є учасниками путінської спецоперації проти України.

“Знавісна антиукраїнська пропаганда Кремля набирає вже не просто людиноненависницького, а людиноїдного характеру, – підкреслює академік Іван Дзюба. – Не зупиняються ні перед чим” [10]. Наприклад, сюжет російського телебачення, в якому

нібито біженка зі Слов'янська розповідає на камеру про звірства, вчинені українськими “карателями” в її місті. Апогей цих публічних звірств: дитину розіп'яли, різали ножем на очах у матері, а як дорізали, прив'язали матір до танка й волочили її вулицями Слов'янська. Люди ридали, а дехто втрачав свідомість.

Виникають з цього приводу запитання суто антропологічного, психічного характеру. Тим часом заступник міністра зв'язку і масових комунікацій Російської Федерації Олексій Волін в інтерв'ю телеканалу “Дождь” так схарактеризував зухвало цинічний наклеп на українців: “Моя позиція – все нормально. Перший російський канал брав інтерв'ю, він показав те, що сказали в інтерв'ю. Це повністю відповідає всім нормам, правилам і критеріям журналістської етики. Є людина, вона говорить. Синхрон дали” [37]. Як бачимо, О. Волін від імені держави видав індульгенцію на подальшу тотальну брехню, маніпуляцію, яку всебічно підтримує В. Путін. Тому вся Росія живе спільним міфом про “неповторну велич”, “особливий шлях” і путіноподібного “культурного героя”. Вся країна замість правдивої інформації, “не кривлячись, споживає пропагандистське фуфло” [36]. Якщо брати до уваги передачі російських телеканалів, то Східна Україна – це російська територія, тимчасово окупована ворогом, а діячі культури, письменники, журналісти повністю готові вбивати українських окупантів”. Оруеллівські п'ятихвилинки ненависті (із роману “1984”) – це дитяче белькотання порівняно з російськими репортажами про Україну. Олександр Проханов, приміром у своїй програмі “Реплика” (канал “Россия 24”) виразно описав, як українці, коли їх не завоювати, будуть “вспаривать животы русским беременным женщинам” (це цитата).

Відомо, що 4 березня 2014 року В. Путін безлично розповів, як російські війська в Україні прикриватимуться жінками й дітьми, і вже через кілька днів у Криму ми побачили, як під прикриттям цивільних “ввічливі” путінські найманці без розпізнавальних знаків на військовій формі штурмують казарми українських військових. На Донбасі вони вже прикривалися цілими містами-мільйонниками, втілюючи в життя іншу тезу свого президента про “найбільшу гуманітарну катастрофу століття”. Якщо катастрофи немає, її треба створити власноруч.

Автор оглядів під рубрикою “Сім п'ятниць на тиждні” у газеті “День” Андрій Плахонін наголошує, що нинішня мета В. Путіна – “перетворити Донбас на пустелю, зруйнувавши його економіку й цивільну інфраструктуру, понівечивши долі мільйонів і забравши життя десятків тисяч людей, звинуватити в цьому Україну, щоб нейтралізувати фінансові позови за окупацію Криму. План божевільного, гідний посмертної слави великого попередника російського президента Адольфа Гітлера” [27].

Захоплення Геббельсом з боку Путіна не є дивним. Досить подивитися російські федеральні телевізійні канали, щоб переконатися: заповіді гітлерівського міністра живуть в Росії. Путін з великим пієтетом говорить, що “Геббельс був талановитою людиною”. Він стверджував: “Чим неймовірніша брехня, тим швидше в неї повірять. І він домагався свого”. Для Путіна і Сталін, і Гітлер, і Геббельс були надзвичайно талановитими людьми.

Нагадаємо, що ідеолог і пропагандист нацизму Йозеф Геббельс проголосив такі принципи маніпулятивної пропаганди:

- пропаганда має бути спланована і вестися з однієї інстанції;

- тільки авторитет може визначити, має бути результат пропаганди істинним чи фальшивим;
- чорна пропаганда використовується, коли біла неможлива або вона не має належного ефекту;
- пропаганда має характеризувати події та людей відмітними фразами чи гаслами;
- для кращого сприйняття пропаганда повинна викликати інтерес в аудиторії і передаватися через привабливе узвіз середовище комунікації [13].

Пропаганда доктора Геббельса стала силою, що привела до влади у Німеччині нацистів і розв'язання Другої світової війни.

Маніпулятори-пропагандисти Російської Федерації взяли на озброєння методи та прийоми ідеологів нацистської Німеччини. Так, анексію Криму в Москві мотивували торжеством історичної справедливості та захистом російськомовних громадян. Такі самі ідеологеми висловлювали й апологети нацистської Німеччини, пояснюючи відторгнення від Чехії Судетської області у 1939 році.

Достатньо навести цитати сучасних політиків та представників влади Російської Федерації, які пояснюють і факт військового втручання Росії в Україну, і “місію” та цінності, які обстоюють у Кремлі: “У нас ще є можливість посилити війну в Україні. Через півроку такої можливості вже не буде. Подивіться на динаміку: якщо в грудні 2013 р. нацистів було 2 тис. в Києві, то в лютому – вже 20 тис. У травні їх уже 50 тис. разом з військовими, в середині літа їх буде 200 тис., а у вересні їх буде 400 тис., до кінця року вони мобілізують 500 тис. осіб. Ми отримуємо потужну військову машину, орієнтовану проти нас, нашпиговану нацистами, ідеологічно заряджену проти Росії. Кінцевою метою всіх цих дій є війна з Росією” [16].

У науковій статті “Усі брешуть. Конфлікт в Україні і трансформація російських медіа” Джилли Догерті – колишньої журналістки CNN, що була опублікована Центром Шоренштейн із питань медіа, політики та суспільної політики (The Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy) при Гарвардському університеті, проаналізовано, які процеси відбувалися в російських ЗМІ за останні роки і як сформувались основи нинішньої російської маніпулятивної пропаганди. Вона зазначила, що сьогодні російська пропаганда використовує як традиційні методи – дезінформацію, напівправду й навішування ярликів, так і величезну кількість сучасної інформаційної зброї, включаючи електронні ЗМІ, цифрові комунікації, блоги та соціальні мережі. Журналістка Маша Гессен вважає, що Росія представила себе лідером антизахідного світу, а Путіна – головним поборником тих цінностей, якими, як він заявляв, Захід знехтував [11].

Андрій Плахонін обгрунтовано стверджує, що телевізор і ядерна кнопка – от і все, що є сьогодні у Путіна. Кнопка додає йому величі у власних очах, а телевізор – єдина зброя, що дозволяє йому тримати в узді свій народ, і єдина дієва наступальна зброя Росії на зовнішньополітичній арені. Поки пульт від усіх блакитних екранів країни залишається в його руках, ніякі “змови генералів”, ніякі економічні катастрофи й голодні бунти йому не страшні. І, подібно до Адольфа Гітлера, кремлівський щуролов чаклунською телевізійною картинкою зведе Росію в свою могилу [27].

Наголошуємо, що впроваджувані у свідомість жителів Російської Федерації ідеології по лінії Солженіцин – Жириновський – Дугін чи Проханов – Кисельов – Соловйов – Мамонтов – Пушков – Доренко та інші приносять поживу для імперських шовіністичних маніакальних забаганок Кремля. Вони знаходяться в контексті стратегічної політики офіційної Росії. У лоні цієї зловісної парадигми чорносотенної великодержавності, імпералістичності всіма засобами виховували цілі покоління, яким царські, радянсько-російські чи нинішні неоімперські режими, закладали, вживлювали в генетичний код неприйнятність, нетерпимість, агресію, зверхність до інших народів, культур, традицій, зокрема й до українського [33].

Має рацію доктор педагогічних наук Г. Філіпчук, що і в самій Україні існує широко розгалужена мережа антиукраїнських структур, зокрема і в найвищому законодавчому органі – Верховній Раді, які сприяють ескалації, сепаратизму, тероризму політично, фінансово, організаційно, пропагандистсько-рекламно. Їм притаманний “свій” погляд на патріотизм, демократію, права людини, передусім обстоюючи великоімперські цінності, які завжди ігнорували особисту й національну гідність, для яких шовінізм у його нових обгортках рашизму і нетерпимість до “інших” стають парадигмою побутового, громадського, державного.

Інформаційна політика в сучасних умовах – це масовий гіпноз і, за потреби, сеанс колективної психотерапії. Погоджуюсь з Катериною Щоткіною, що інформаційна політика Росії, вся її пропаганда виходить з того, що Росія – медіакраїна. У різних її регіонів (як і в Україні з Росією) немає нічого спільного, крім медіапростору. Єдність цієї величезної частини суші як “країни”, забезпечується виключно “точкою Ру” – спільною точкою зору”. Спільними словами-мемами. Це те, що об’єднує населення Росії. “І будь-яке вторгнення в медіапростір, будь-який замах на меми й міфи – це замах на саму Росію. Бо вона сама – тільки мем” [36].

Лауреатка Нобелівської премії, німецька письменниця Герта Мюллер вражена тим, що відбувається в Україні. Це – “жахливо. Уже перший крок – анексія Криму – був неприйнятний. Путін веде антифашистську пропаганду, але його цінності характерні для крайніх правих. Він усюди бачить ворогів, тому що кожен диктатор потребує ворогів, щоб мати змогу виправдовувати порушення прав людини. Путін фахівець із дестабілізації: в нього є підготовлені співробітники, він виховує сепаратистів. По суті, він не хоче привласнювати Україну – він лише хоче дестабілізувати її настільки, щоб вона не могла вступити до ЄС. Це огидно... Путін хворий на минуле. Усе те, що відбувається в Україні, це біль, який виходить від його радянських фантазмів” [25].

“Радянськими фантазмами Путіна заражені працівники засобів масової інформації Російської Федерації. Надто багато російських журналістів виконує помийні замовлення імперського Кремля. Вони перетворилися в неохайно-аморальних, продажних пропагандистів-маніпуляторів. Російські ЗМІ заповнили не лише Росію, Україну, а в Європу неправдивою інформацією на кшталт тієї, яку продукує головний путінський пропагандист Д. Кисельов. Директор Мережі етичної журналістики Ейден Уайт (Великобританія) справедливо, хоч дещо стримано, сказав, що “Д. Кисельов – демагог, який у своїй позиції зловживає пропагандою. Завдання справжнього журна-

ліста – не пропаганда, а з повагою до аудиторії подавати якісну інформацію, що ґрунтується на фактах” [2, с. 34]. Тобто, задля сумнівного ефекту не варто маніпулювати фактами, істиною. Потрібно дотримуватися етичних цінностей. Матеріали будь-якого жанру подавати на засадах історичної правди, в межах людської і національної гідності. Адже маніпулювання фактами призводить до ненависті, конфліктів.

На превеликий жаль, чимало журналістів не розуміє, або не хоче усвідомити (заполонені московською імперською ідеологією), що людина, яка бреше, маніпулює фактами, – недалеко від тієї особи, що вбиває. Адже вона готує психолого-ідеологічне, політичне підґрунтя для вбивства. Саме таку функцію виконують російські засоби масової інформації, які тотально обдурюють, обовванюють громадян своєї країни, а також вздовж і впоперек прострілюють брехнею інформаційний простір України, отруюючи свідомість українців, насамперед населення східних і південних регіонів. Козирною картою московської маніпулятивної пропаганди – нацизм, так званий український фашизм, “оголтелый буржуазный национализм”, бандерівщина, які, мовляв, загрожують російській державі, як це робили колись мазепинці, петлюрівці. Тому будь-якими методами і способами потрібно захищати, розширювати “Русский мир”.

Роздумуючи про сучасні екстремальні умови, коли Російська Федерація веде загарбницьку війну проти України, кандидат наук із соціальних комунікацій Мирослава Чабаненко наголошує, що “виникає цілком виправдана і зрозуміла потреба, з одного боку, обмежити ворожу інформацію, а з іншого боку – посилити в медіа-просторі лінію патріотизму. Як це зробити коректно, не порушивши нічиїх прав і не втративши демократичних здобутків? Незалежним (тобто не спеціалізованим) ЗМІ за таких обставин надзвичайно складно залишатись осторонь інформаційної боротьби, адже журналіст – не робот, а людина з власною громадянською позицією, своїми емоціями і переживаннями. Ще інша проблема полягає в тому, що далеко не всі медіа, які воліють позиціонувати себе як незалежні, є такими насправді. Словом, питання делікатне. Працівникам мас-медіа, (щоб залишатися гідними своєї професії, важливо не змішувати патріотизм і агресивний націоналізм, любов до батьківщини і ненависть до чужої країни (або частини своєї), грамотну журналістику і бажання змінити світ відповідно до власних уподобань, творчість і руйнування” [34].

У цій довгій цитаті узагальнено слухні думки М. Чабаненко про засади журналістської творчості, однак вражає вислів “агресивний націоналізм”, бо у природі немає такого явища як “агресивний націоналізм”, тим паче – немає українського “агресивного націоналізму”. Якщо шановна Мирослава Чабаненко мала на увазі “шовінізм” – ненависть до інших народів, імперське прагнення завоювати, підкорити, асимілювати їх, то так і треба писати про шовінізм націй-поневолювачів, а не змішувати з ним націоналізм як вищий рівень патріотизму. Крайнім проявом шовінізму є фашизм, нацизм, а також рашизм, тобто російський фашизм. Адже відомо, що існує три види націй: а) нації вільні, які мають свої держави; б) поневолені бездержавні нації; в) нації-поневолювачі.

Українці понад три сторіччя були бездержавною і поневоленою нацією панівними націями різних імперій, головню – Російською. Тому вони постійно намагалися

здобути незалежність, а влада імперій протидіяла цьому: винищувала національно свідомих українців, прищеплюючи їм тавро “націоналізм” в негативному значенні, як вияв національного егоїзму. Насправді – це вияв прагнення до свободи, незалежності, державності.

Професор Володимир Монастирський наголошує, що націоналізм – це явище природи, своєрідний феномен. Слово “націоналізм” походить від слова “нація”, а вони разом є продуктом довготривалої еволюції суспільства від сім’ї до роду – племені – етносу і так аж до нації і націоналізму, тому можна вважати, що *немає нації без націоналізму*, так само як *немає націоналізму без нації*, вони створюють єдине ціле – *націю-націоналізм*.

Націоналізм, з одного боку, це *система поглядів нації*, поглядів філософських, політичних, правових, моральних та духовних, а з другого – це *вся діяльність нації*, її практика, яку вона проводить відповідно до зазначених націоналістичних поглядів.

“Націоналістичні погляди нації – це продукт довготривалої еволюції суспільства, продукт, який формується на базі *основного, генетично визначеного, принципу світогляду нації*. Суть цього принципу полягає в тому, що в боротьбі за виживання люди вимушені завжди і у всьому надавати перевагу своїм власним інтересам та інтересам своїх націй перед всіма іншими інтересами. А генетична визначеність цього принципу дає підстави стверджувати, що націоналізм не є випадковим штучним витвором людського розуму, він є нормальним природним явищем, що дає підстави говорити про природний націоналізм” [23, с. 142].

Отже, по-справжньому ефективним способом оздоровлення української нації є всебічне підвищення її природного імунітету, для чого “необхідно якнайшвидше повернути українців в стан їхнього власного політичного, економічного, культурного та духовного націоналізму” [24].

Московські політики та ідеологи бояться, щоби українська національна свідомість запанувала в усіх клітинах суспільного і державного організму, стала іманентною духовною складовою життєвого середовища, головним чинником відродження України, побудови соборної, демократичної, правової, соціальної держави. Тому російський імперський режим виступає проти гармонії духовно-національного розвитку українців, морально-історичного, культурно-звичаєвого самопізнання та постійного осмислення сенсу життя. З цією метою маніпулятивну пропаганду спрямовує не лише против українців, а й проти громадян Російської Федерації.

Російська маніпулятивна пропаганда завчасно спланована, нею вміло координують, добре фінансують. Щоби їй активно протидіяти, то потрібно, вважають експерти Центру дослідження Росії, враховувати три ключові чинники. *Перший* – чітко уявляти, про яку територію говоримо. *Другий* – які меседжі застосовує московська маніпулятивна пропаганда для кожної конкретної аудиторії. *Третій* – якими інструментами користується російська пропагандистська машина для їх поширення.

Керівник Центру досліджень Росії Володимир Огризко наголошує, що “Кремль “працює” на три цільові аудиторії: *Перша* – внутрішня російська. *Друга* – українська, з особливим акцентом на окуповані райони України. *Третя* – країни ЄС і НАТО. Кожна

з аудиторій має свою специфіку і потребує відмінних від інших форм і методів роботи, тобто набору ключових месиджів, форм та способів їх донесення” [26].

Найпотужнішим інструментом маніпулятивної пропаганди в сучасних умовах є підвладні засоби масової інформації, зокрема, телебачення, радіомовлення, інтернет, соціальні мережі. Вони не залишають середньостатичному росіянинові жодних шансів бути психічно здоровою людиною, перекриваючи всі альтернативні джерела інформації. Включення зомбувальної машини відбулося задовго до введення російських військ на територію України. Найбільш яскравим аспектом московської пропаганди було і продовжується навіювання тривоги щодо подій на Євромайдані в Києві, Львові, Івано-Франківську та інших великих і малих містах, розповіді про фашистів, які, мовляв, захопили Київ і хочуть заборонити все російське. Здійснивши елементарний аналіз інформації з різних джерел, увімкнувши свідомість, людина може скинути зі своїх очей полуду брехні. “Але цей потік лайна спрямовано на “несвідоме”: він спокійно співіснує та взаємодіє з такими новоутвореннями, як образ вождя та великодержавницький міф, – наголошує психолог із Полтави Артем Чернов. – Структуру будь-якого суспільства можна пояснити на прикладі структури людської психіки” [35]. Користуючись психодинамічною моделлю людської психіки, Артем Чернов описав за принципом аналогії психіку російської держави. Цей опис, аналіз став дуже важливим компонентом нашого аналізу російської інформаційно-психологічної війни проти українського суспільства.

Хронологічно першим психічним утворенням є “Ід” – це біологічний компонент людської психіки, що діє за принципом задоволення потреб. “Ід” є носієм інстинктивної діяльності людини і під час розвитку особистості стає тим самим “несвідомим”. Це поняття пов’язано з ім’ям австрійського вченого З. Фрейда. У межах “Ід” паралельно один одному існують два протилежні за змістом інстинкти: перший із них називається “лібідо”, що відповідає за збереження життя та керує творчими імпульсами; другий – “Танатос”, інстинкт смерті та руйнування, який керує всіма деструктивними посяганнями.

Артем Чернов підкреслює, що великодержавницький міф послуговується обома інстинктивними утвореннями. “Лібідо” тут використовують як прагнення побудувати “велику та єдину Росію”, а “Танатос” допомагає боротися з внутрішніми та зовнішніми ворогами. За якийсь час “Ід” вбирає у себе певну інформацію, формує внутрішній зміст та обростає комплексами й протиріччями. Зміст цих комплексів яскраво виявляє себе у творчості та у мові вождів. Стосовно Російської імперії – це комплекс великої нації, яка повинна об’єднати всі слов’янські народи. Згадайте гімн Радянського Союзу: “Союз нерушимый республик свободных сплотила навеки великая Русь”. Або чого коштують самі фрази російського керівництва: “Крым – это исконно русская земля”, “возникла историческая необходимость”. Цей психологічний комплекс нав’язували росіянам давно, кожен “новий-старий” вождь був “собирателем земель русских”.

З “Танатосом” трохи важче, бо він постійно потребує об’єктів агресії: США, бандерівці, фашисти – тут ціла специфічна зв’язка міфічних символів, які апелюють до колективного “несвідомого”, своєрідного набору містичних мантр: “фашист – ворог,

якого потрібно знищити” і “окупант наших земель (Україна – наша земля, на ній фашисти, потрібно звільняти Україну)”; “наші діди перемогли фашистів, тепер – наша черга”.

Коллективні міфи існують століттями, це складова етнічної культури, яку будь-яка людина засвоює з молоком матері. У міфах поєднано все: і ставлення до себе як до представника “великої нації”, і переконання у своїй надісторичній місії. Правителі держави – це носії і відтворювачі колективних міфів; вони борються із зовнішніми ворогами, знищують “фашиствующих молодчиков”, будують великі імперії, роблять усе, щоб підтримувати спроможність соціальних міфів. В. Путін – це породження колективного “несвідомого” Російської імперії, носій та втілювач у життя її міфів та легенд. Пересічний росіянин сумує за радянською імперією, він невдоволений тим фактом, що вона розвалилася, вважає такий стан речей несправедливим та готовий терпіти будь-які негаразди, щоб її відновити. Цей приклад А. Чернов пояснює чіткою історичною аналогією. Після закінчення Першої світової війни держави-переможці принизили німців як націю, забрали у них мрію про велику і могутню німецьку імперію. Німець почувався слабим та ображеним. І тут з’явилася постать Гітлера, який створив міф про тисячолітній рейх, запропонував взяти реванш та відновити імперію. Німці відгукнулися на його пропозиції. Те саме зараз відбувається в Російській імперії, приклад того – анексія Абхазії, Осетії, Криму. Це реванш та помста росіян за розпад Радянської імперії, втілення мрії про відновлення двополярного простору, де вони знову – могутня країна, що диктує волю всьому світові.

Розглянувши зміст “несвідомого”, або “Ід”, та його інстинктивного наповнення, А. Чернов схарактеризував “Его”. “Его” за своєю сутністю – це свідомість людини, те, чим вона себе уявляє. Ця психологічна структура стежить за зовнішнім світом, існує за принципом реальності. “Ід” існує за принципом задоволення. “Его” має свої захисні механізми і намагається вирішувати внутрішньо-особисті конфлікти. Повертаючись до аналогії з державою, можемо віднести до цієї свідомої структури російську дипломатію, свідому інтелігенцію, громадян, які цікавляться політичним життям країни. “Его” в Росії розколоте, співвідношення розколу – десь 80 % на 20 %. Більша частина з них – це дипломати, представники російської інтелігенції, котрі пояснюють агресивну поведінку своєї держави перед світом. Цю захисну реакцію А. Чернов ілюструє таким прикладом: можна щось вкрасти, а потім всім розповідати, що то була колись твоя річ і ти її просто собі повернув. “Его” шукає можливості задовольнити потяги “Ід”: нам хочеться Крим – треба влаштувати референдум про приєднання півострова до Росії, аби хоч якось виправдати свою агресивну поведінку, аби знайти якісь слова пояснення для світової спільноти. Тобто “Ід” просто хоче, а “Его” втілює це бажання в життя [35]. Отже, російська медіакратія ґрунтується на сумі психічних процесів, актів, станів, що зумовлені політико-ідеологічними явищами, під впливом яких перебуває індивід.

Осмислення російсько-українських відносин виявилось вагомим передумовою для лауреата Шевченківської премії Андрія Кравченка, щоби закликати: “Досить тішити себе ілюзією, що культурний освічений народ тимчасово підпав під вплив злочинної путінської влади, раптом опинився в полоні патологічних людиноненависників. Нічого подібного! Він і не виходив із-під цього впливу. Це не фашизм, який на кілька десятиліть

затмарив країни Європи владою злочинних режимів, чужих своїм народам, країнам, історії, культурі, традиціям. У Росії все інакше” [17].

Російський фашизм, тобто рашизм – явище небезпечніше. У рашизму аморальна палітра багатша, відпрацьована століттями. Отруйне історичне вариво – “московську блекоту” (Т. Шевченко) створили з ініціативи Катерини II. Ознайомившись з архівними матеріалами, імператриця вжахнулася. Виявилось, що у держави, якою вона править, немає своєї історії, а те, що до того так називалося, є збірка примітивних байок. Тому 4 грудня 1783 року Катерина II підписала указ про створення Комісії для складання записок про давню історію Росії. Замість того, щоб організувати пошук істини, Катерина II та її поплічники вдалися до шахрайства. Головним завданням Комісії було з’єднання історії Московії з історією давньоукраїнської держави Русі=Київської Русі. Отже, народ, якого виховували і виховують на вкраденій в русинів-українців і переписаній історії та великодержавних міфах, ввібрав у себе уявлення про особливу винятковість, благословенну місійність. Звідси манакальна зосередженість на фальшивій ідеї, понівеченій пристрасті, в жертву яким дозволено приносити все. “Для росіян це служіння, прислужування, самопожертва, приниження і лакейство перед владою, ідея холопства, кріпацтва, рабства, підкреслює А. Кравченко. – Звучить не вельми привабливо, але імперія вже давно навчилася виховувати гордих холуїв і величних лакеїв, які живуть у своєму холуїстві, як риба у воді, а тому його не помічають, змагаючись у своїй величч [17].

Безперечно, тепер російські владоможці не б’ють батогами на конюшні своїх кріпаків. Часи змінюються, все ж таки ХХІ століття! Проте дещо залишається тривким, таким самим, як і в минулих століттях, вільно конвертуючись в атрибути новітніх імперських технологій.

Відповідно до опитування, проведеного Левада Центром у Москві у березні 2015 року, громадяни Росії вважають її головними ворогами США (73 %), ЄС (64 %) та Україну (55 %). Навпаки, друзями Росії є Білорусь (85 %) та Китай (76 %). 50 % росіян вважають виправданою заяву В. Путіна про можливість застосування ядерної зброї у ході анексії Криму. 49 % вважають головним здобутком зовнішньої політики повернення Росії статусу “великої держави”. Цей же Левада Центр провів опитування у травні 2015 року і отримав такі результати:

- лише 6 % росіян вважають, що “війна на сході України продовжується у зв’язку з втручанням у конфлікт керівництва Росії, яке підтримує “ДНР” і “ЛНР” своїми військовослужбовцями, озброєнням і військовою технікою”;
- 38 % – обрали відповідь: “Нехай навіть в Україні є російські війська і військова техніка, але при сформованій міжнародній обстановці заперечувати ці факти – правильна політика для Росії”;
- 56 %, тобто кожний другий росіянин, розглядає те, що відбувається на сході України, як агресію Заходу, який підтримує війну на сході України з метою послаблення впливу Росії в світі;
- 63 % росіян у березні 2015 року вважали, що найкращою формою політичного устрою для Росії є радянська система або теперішній режим Путіна. Лише 11 % росіян хотіли б жити у демократичному суспільстві західного зразка.

Результати опитування характеризують певні тенденції у настроях російського суспільства та його загальний стан.

Перше. Громадськість Росії є відірваною від джерел об'єктивної інформації. Такою громадськістю легко маніпулювати і нав'язувати їй потрібну російській владі думку.

Друге. Велика частина російської масової свідомості приймає брехню своїх лідерів як норму. Тобто, брехня є прийнятним способом для громадської думки і не є аморальним явищем.

Третє. У російського суспільства чітко сформований і закріплений образ Заходу і західного способу життя як ворожого і неприйняттого для наслідування в Росії.

Тому заміна осіб на верхніх щаблях системи не змінює ситуації в цілому, бо російське суспільство потребує автократичного лідера й автократичної системи, як найбільш ментально і психологічно прийнятних для нього" [26].

Академік Володимир Горбулін слушно закликав, що мусимо розуміти і пам'ятати щодня: Росія в її нинішньому вигляді становить собою загрозу для всіх, хто її оточує [4]. Адже російсько-українська війна – це війна цінностей, цивілізацій, світоглядних орієнтирів. Українці завжди були будівничими – і в матеріальному, і в духовному сенсі, завжди прагнули до волі і незалежності, й нині воюють за свою свободу, соборність, демократію. Російська Федерація веде війну не лише проти України, а й проти всього західного способу існування. Експерти центру дослідження Росії вважають, що метою російської маніпулятивної пропагандистської війни є: *щодо України:* дестабілізувати політичну систему, послабити проєвропейські настрої українців і розколоти їх; *щодо Заходу:* подати вигідну собі інформацію, а по суті дезінформацію, про Крим та агресію на сході України, розколоти єдність ЄС і НАТО; *щодо самої Росії:* ізолювати суспільство від правдивої інформації, забезпечити максимальну підтримку режиму Путіна.

Російський історик і політолог Валерій Соловей назвав головні складові маніпулятивної пропаганди проти України, Заходу і громадян Росії: *перша* – державний контроль над основними засобами масової інформації; *друга* – високий професіоналізм російських медійників. Можна дорікати, ненавидіти їх з позиції моральних принципів, але насправді вони – професіонали високого рівня; *третья* – російське політичне керівництво засвоїло уроки із п'ятиденної війни за Південну Осетію, коли за загальним визнанням, Росія війну виграла, але програла на інформаційно-пропагандистському полі [31]. Для загарбницької війни проти України у Росії відпрацьовано систему ідеологічних кліше, які застосовуються залежно від обставин, що виникають, та цільових аудиторій, на які вони спрямовані. Володимир Огризко назвав такі:

- російська національна меншина зазнає гонінь та переслідувань як в Україні, так і західних країнах;
- Захід вважає Росію ворогом і прагне обмежити її вплив на міжнародній арені;
- США та інші західні країни були організаторами кольорових революцій у кількох пострадянських країнах, які мали антиросійську спрямованість;
- Росія як “велика держава” має “право” на свою сферу впливу. Такою “об'єктивною” сферою впливу для Росії виступає пострадянський простір;

- Росія є оплотом боротьби із сучасним фашизмом. Усе, що маркується як антирадянське та антиросійське, є фашизм;
- західний індивідуалізм є згубним. Колективна форма суспільної свідомості відповідає традиційним уявленням росіян;
- російська православна віра є єдино правильною. Мораль на Заході перебуває у стадії занепаду. Європа стає Гейропоєю;
- “русский мир” – це альтернатива Гейропі [26].

Отже нинішню гібридну війну, яку розв’язала Російська Федерація проти України, психологічно обумовлювали, обґрунтовували, насамперед в головах людей. За винятком окремих острівців, український інформаційний простір у Криму, на Сході і Півдні України був відсутній.

Доречно згадати професора Ноама (Аврама) Хомського (Чомськи) із США, батько якого Вільям народився і виріс в Україні. Ноам Хомський видав книжку “Десять стратегій маніпуляцій у ЗМІ” [28]. Системне осмислення діяльності ЗМІ в Україні відкриває способи промивання мізків громадян: “відволікати увагу на другорядне”, “самим створювати проблему і самим заходитися її вирішувати”, “привчати до негарздів поступово”, “відтермінувати виконання і подарувати надію” (обіцянки В. Януковича: “Почую кожного”, “Ваша думка важлива”, “Вашу думку враховано”, “Проблему буде вирішено”, “Жити стане краще вже сьогодні”, “Курс на євроінтеграцію незмінний”), “звертатися до суспільства, як до дітей” (ми уже діти Януковича, а він наш батько). Згадаймо, були дідусь Ленін, батько Сталін, які знищили десятки мільйонів українців. Наступні способи маніпулювання свідомістю: “породжувати емоції, але перешкоджати думкам”, “захоплюватися посередністю”, “підсилювати відчуття власної провини”, “знати про людей більше, ніж вони самі про себе знають”, “тримати в неuczтві й культивувати сірість”. Цю мету здійснював міністр Табачник своїми реформами в освіті, змінюючи шкільні програми на догоду Москві, під гаслами оптимізації (насправді – уніфікації в російсько-імперському дусі) закривав українські школи на Сході і Півдні України.

За кожною із десяти названих стратегій маніпуляцій у ЗМІ глибокий зміст. В Україні цей зміст був спрямований на те, щоби відволікти українців від власного осмислення того, що відбувається у світі та в Україні. Філософія українського центристського мислення полягає в тому, щоби на все, що відбувається у світі та в Україні не лише дивитися, а й бачити українськими очима, діяти з позицій інтересів України, родини, людини. Однак тривалий час в медіапросторі України відчувався потужний антиукраїнський вплив інформаційної політики Росії. Приміром, “не могло бути в Україні іншого телебачення, якщо українській владі було начхати на свою державу. Вся наша влада, передовсім, вирішувала свої вузькопартійні, кланово-олігархічні інтереси, – наголошує ведучий “5-го каналу” Віталій Гайдукевич. – Питання формування і показу національних українських сенсів, розумної, просвітницької пропаганди українськості, перспектив сильної держави ніколи не хвилювало керівників країни, а відтак такого завдання не було перед керівниками телебачення [21].

Ведучий “Експресо ТБ” Олександр Голубов поділив журналістів на *три категорії*. Частина є вкрай легковажними та недалекими, і ними легко маніпулювати без

необхідності “стимулювати” матеріально. Ці люди можуть виправдовувати запрошення Царьова у студію тим, що журналіст має подавати думки всіх сторін конфлікту. Про той факт, що брехню бажано спростовувати, згадують не всі. Друга категорія достатньо розумна, але й достатньо безпринципна, аби свідомо закривати очі на порушення усіх етичних і професійних стандартів, якщо це допомагає просуватися кар’єрними сходами або отримувати матеріальну вигоду. Третя категорія, найменш чисельна, це люди, які свідомо дбають про наслідки поширення недостовірної інформації [3].

Ще і ще наголошуємо, що нині відбувається війна цінностей, світоглядних орієнтирів. Українці завжди були будівничими – і в матеріальному, і в духовному сенсі. На їхньому креативі, згадаймо історію, поставала і Російська, і Радянська імперії. А Росія завжди була споживачем, часто агресивним, який загарбував і паразитував, із того й жив. “Війною Росія показала своє справжнє ставлення до України – агресивно-вороже. І в цьому, я б сказав, конструктив цієї війни, – наголошує філософ Ю. Лобода. – Для українців вона певний момент істини. Українці побачили справжню природу російської “братньої допомоги”. А війна ідей і цінностей з Росією не закінчиться ніколи. Принаймні доти, поки й Росія не зробить новий цивілізаційний вибір” [1].

Працівники ЗМІ покликані не лише оперативно, об’єктивно, правдиво інформувати про факти, події, явища, а й ставити перед собою вищу мету – своїми матеріалами допомагати утверджувати у свідомості громадян українські національно-патріотичні переконання, протиставити монстру Росії образ успішної європейської України. Саме тому журналісти повинні бути чесними професіоналами. Читачі, глядачі, слухачі чекають серйозної аналітики, а не пустопорожньої балаканини. Морально-духовний журналістський професіоналізм, громадянська позиція ґрунтуються на глибоких знаннях правдивої історії, української мови, літератури, мистецтва, національних звичаїв, традицій.

На жаль, навіть серед журналістів можна почути: важко визначити, чия правда правдивіша, адже, мовляв, скільки людей, стільки й правд! Хоч майже аксіома, що тлумачення слова “правда” органічно вбирає в себе категорію істини та етичну категорію справедливості. Однак і в умовах нинішньої військової агресії неототалітарної Росії проти України нав’язується постмодерна парадигма, де сама спроба розрізнення добра і зла трактується, як щось “примітивне”.

Публіцист Сергій Грабовський, осмислюючи філософію постмодернізму, наголошує, що в сенсі власне етики та моралі культура постмодернізму відмовляється від унормування рамок будь-яких типів поведінки, базується на дискурсивному плюралізмі, на варіабельності раціональностей, що призводить до відкидання ціннісного пріоритету про істинне і хибне, прийнятне і неприйнятне, до ігнорування “моральних центрів” не тільки в нормативному, а і в ціннісному значенні. Це яскраво очевидно в антиукраїнській ідеології та політиці.

“Всі колишні центри тяжіння, утворені національними державами, партіями, професіями, інституціями та історичними традиціями, втрачають свою силу” [6], зазначав Ж.-Ф. Ліотар. Сповідуючи постмодерний культурний контекст, в якому сплелися радикально різні, але при тому цілковито рівноправні світоглядні парадигми, ідеологи

“русского мира” заповзято нав’язують постмодерні постулати в Росії, Україні та Європі, тобто сприймайте нашу правду, адже, мовляв, всі правди рівнозначні, рівноправні, прийнятні; українська національна ідея суверенного державотворення – це релікт старої доби, нав’язаний ворожими силами проти централізованої російської держави. Мовляв, українська держава – це штучне утворення, це – помилка історії, тому її треба виправляти – повернути Україну у лоно російської імперії. Для цього, за світоглядною парадигмою постмодернізму, яку путінські російські рашисти переплели зі сталінською і гітлерівською антинародною ідеологією і політикою людиновбивства, “все годиться, все прийнятно” [6].

У контексті журналістської діяльності така філософія постмодернізму призводить до пропаганди найпаскудніших ідей та вчинків, до апології державної зради і замилювання насильством, до заперечення національних прав українців і загравання з “руським миром”. “Виявилось, – пише С. Грабовський, – що правда вбивці й правда жертви, правда наглядча концтабору і правда в’язня, правда генерала Пукача і правда журналіста Гонгадзе, правда злодія і правда обкраденого, правда зажерливого ВІПа і правда голодної пенсіонерки, правда цензора і правда автора понищеного тексту – всі вони однакові, всі рівноправні” [6]. З постмодерних ідей випливає, що журналістика не має нести людям правду, а бути лише ретранслятором хаосу. Потрібно глибоко усвідомлювати справжню морально-психологічну місію журналістики, розуміти, що головною гуманітарною зброєю засобів масової інформації є Правда.

Григорій Сковорода писав, що Правда – основа успішного розвитку морального суспільства. Тарас Шевченко вірив в особливу місію українського Слова, яке народившись від Правди, вселиться в людські душі, освітить їх світлом Істини, національним духом, загальнолюдською любов’ю.

У поетичній збірці “Мій ізмарагд” Іван Франко писав:

*Не може при добрі той жить.
Хто хоче злу й добру служить.
Бо хтівши догодить обом,
Він швидко стане зла рабом.*

Ці слова також мають безпосередній стосунок до журналістської, наукової, суспільної праці. Глибина думки Івана Франка наснажує величчю справедливої поваги до гідності кожної людини на землі.

Отже, є над чим задуматися нам в Україні стосовно нинішньої місії преси, телебачення, радіо, інтернету. Адже російська присутність в інформаційному просторі України є суттєвою складовою цинічної гібридної війни. Тому до стандартів журналістської професії, на мою думку, потрібно ставитися не стандартно, не традиційно, а неординарно, конструктивно. Повністю погоджуюся з думкою журналістки, громадської активістки Еміне Джеппар, що “журналісти не можуть бути поза політикою під час війни. Кожен повинен розуміти, що інформація – це зброя. Журналіст персонально відповідає, який контент він дає, що створює, до чого закликає. Від того, що пише кожен із нас, залежить міць наших українських інформаційних бастионів” [19].

Безперечно, журналісти обов'язково повинні дотримуватися морально-етичних стандартів у своїй роботі. Адже вони несуть надзвичайну відповідальність, будучи свідками подій. “Журналістика – це перша чернетка історії, – говорив директор “Голосу Америки” Девід Енсор. – Те, що ви пишете у своїй газеті, історики пізніше перерахуватимуть. Отже, наша роль як журналістів бути свідками. Ми повинні бути максимально об'єктивними, точними, збалансованими та вичерпними. Та попри це я не вважаю, що журналіст повинен бути просто нейтральним” (День. – 2014. – 13 – 14 черв.). Тим паче, в умовах російської агресії, точніше російсько-української війни. Працівники ЗМІ України покликані розуміти, що головне в їхній професії – відповідальність за зміст слова і зображення в телерадіофері та газетній шпальті. Щоб насолоджуватися свободою, ми повинні взяти на себе відповідальність. “Ціна величі – це відповідальність”, наголошував Вінстон Черчилль. Ці слова стосуються не лише владних очільників, а й журналістів, які своєю працею мають сприяти розмороженню свідомості, утверджувати велич українського національного духу.

Нагадаємо, що стандарти – це набір правил поведінки журналіста, описані у вигляді професійних/етичних кодексів або канонів журналістики, певна схема дій журналіста в різних життєвих ситуаціях та є інструментом професійної саморегуляції під час пошуку істини, подання правдивої, вичерпної інформації про факти, події, явища та їхні наслідки для читачів, глядачів, слухачів. До журналістських стандартів належать: оперативність, правдивість, точність, достовірність, баланс думок і поглядів, об'єктивність, повнота у викладі інформації, відокремлення фактів від коментарів та оцінок, неупередженість, чесність/справедливість, яскравість мовностилістичних засобів тощо.

Безперечно, журналісти покликані бути максимально точними, вичерпними, подавати правдиву інформацію. Однак журналіст не повинен бути пасивним, індиферентним ретранслятором. “Модна нинішня формула західної журналістики про “баланс думок і поглядів” у висвітленні тих чи інших подій – це справжня світоглядна порнографія, яку французький філософ Філіпп де Лара афористично сформулював так: “П'ять хвилин для Гітлера, п'ять хвилин для єврея”. Ось вам, мовляв, дві правди, обидві рівноцінні, а все інше нас не стосується...” [5], – зазначив публіцист Сергій Грабовський. Годі й казати, що такий підхід не має нічого спільного зі справді найкращими журналістськими традиціями, які мають на меті не “баланс”, а правдивість, об'єктивність, духовне осмислення вибору та поведінки людини. Баланс між білим і чорним – це сірість.

Нинішня суспільно-політична, ідеологічна ситуація засвідчує, що сучасна Росія як “гідна” наступниця царату і комуністичної імперії зля продовжує у найрізноманітніші способи (мілітарно також) чинити тиск на будь-який український самостійний, соборний поступ, спрямований на утвердження власної ідентичності й національної свободи, зберігаючи поведінку колоніста, імперіаліста, але аж ніяк не гуманіста.

Лауреат премії імені Джеймса Мейса, публіцист, луганчанин Валентин Торба наголошує, що одвічний український ворог плекав потужну систему маніпулятивної пропаганди віками. І сила пропаганди ворога не лише в тому, хто і як її створює, а й в споживачі. Споживач російської маніпулятивної пропаганди – багатомовковий “москаль”,

якому байдужа істина. У нього є лише комплекс меншовартості, який російські ЗМІ компенсують відповідними навіюваннями про месіанізм, “третій Рим”, “великість” і “неделімость”! Україна як самодостатня держава – це виклик для Росії, яка хоче будь-якими найпідлішими, найжорстокішими, найбрехливішими способами відродити, наповнити імперську чванливість. Саме у цьому коріння великодержавницького експансіонізму Росії.

“Слід розуміти, що агресивна політика Москви, і зараз, і в далекому минулому вкорінена у глибоко прихованому і неусвідомленому комплексі васальної залежності – залежності від нашої істинної, Київської Русі, від неперекрученої імперськими підтасовуваннями історії”, – наголосила Лариса Івшина. – Хіба не про це свідчить спорудження у Москві пам’ятника Володимиру Великому, нашому київському князеві? Я оцінюю це із сумною іронією: колись вони змагались за звання “Третього Риму”, пролили ріки крові, зіпсували для цього мегатонни паперу, а зараз прагнуть, по суті, стати “другим Києвом”... Московіти точно знають, де захована “голка Кощея” – на печерських пагорбах. Бо ж вкрадена, чужа історія не відтворилась, не “проросла” в Росії. Щоб заповнити пустоту – кояться нові злочини. Кояться і задля того, щоб закамуювати злочини минулі” [15, с. 6–7].

Вже давно не є сенсацією правдиве твердження, що Україна не Росія. Але тепер важливо це зрозуміти всім українцям, росіянам, а також пояснити світові, що Росія – це не Русь. Жодної іншої Русі, окрім Київської, ніколи не було. Русини=українці та московити=росіяни не одного роду-племени, це – різні етноси, народи і спадкоємницею Русі=Київської Русі є Україна, а не Московія=Росія.

Однак Україна не повинна, не має права просто сидіти на скарбах правдивого “фактажу” (Л. Івшина), а всіма способами, цілеспрямовано, наполегливо, систематично доносити до Європи і всього світу історичну і сучасну Правду про справжню Росію. У цьому є нагальна потреба. Редактор тижневика The Economist, старший віце-президент Центру аналізу європейської політики Едвард Лукас сказав, що Європа виявилася неготовою до російської агресії проти України і за це також несуть відповідальність журналісти. Провідні медіа, зокрема Бі-Бі-Сі, стверджували, що Захід безповоротно виграв холодну війну, і тому нової чекати не варто. Агресія в Грузії, а потім в Україні та Сирії спростували ці припущення.

У Російській Федерації існують величезні медіакорпорації, федеральні ЗМІ, якими керують з одного президентського центру і які слухняно виконують замовлення московського імперського режиму не лише в Україні, а й на Заході. Російські журналісти-маніпулятори у своїх брудних антигуманних цілях використовують європейські стандарти професії. У зв’язку з гібридною війною Російської Федерації проти України журналістика на Заході, яка є вільним, живим організмом, переживає певну ціннісну кризу. Адже багато західних ЗМІ після російської агресії проти України несподівано “осліпли” (В. Горбулін) стосовно того, хто агресор і як мають бути названі окупаційні війська у Криму, на Донбасі. Винаходячи натомість нові слова і словосполучення, єдиний смисл яких – не назвати Росію агресором, окупантом ворогом європейської цивілізації. Під егідою ОБСЄ намагаються реалізувати проект “Дві країни – одна

професія”, метою якого, мовляв, є прагнення примирювати журналістів. Стосовно української журналістики, то насправді це гасло спрямоване на те, щоби позбавити її національно-моральної сутності, зіштовхнути у багно космополітизму, прислужництва російській маніпулятивній пропаганді.

Представниця ОБСЄ (Бюро з питань свободи ЗМІ) Дуня Міятович в інтерв'ю “Детектору медіа” 30 грудня 2016 року жодного разу не назвала Російську Федерацію агресором проти України, а наголошувала, що в Україні криза і тому, мовляв “діалог між російськими і українськими асоціаціями зосереджений виключно на обговоренні шляхів підвищення професійних стандартів і безпеки журналістів у контексті кризи в Україні й навколо неї... Асоціації журналістів України та Росії відстоюють безпеку журналістів, хочуть зберегти єдність професії та припинити маніпуляції засобами масової інформації для досягнення політичних цілей” [8, с. 12].

Отже, про які цілі мовила Дуня Міятович? Якщо про російські імперські, то так і треба казати. Якщо ж про українські політичні національно-визвольні цілі від одвічних московських загарбників-колонізаторів, то також треба чесно про це говорити, а не прикриватися фразою про підвищення професійних стандартів. Важливим є вислів Дуні Міятович, що “правда, а не диктат влади, повинна бути метою журналіста” [8, с. 13]. Про журналістів яких країн вона казала українських чи російських? Невже так важко зрозуміти, побачити, відчувати, що у матеріалах російських журналістів ключовим словом є брехня, яка насичена ненавистю, паплюженням, цькуванням усього українського?! Головною гуманітарною зброєю національно свідомих українських журналістів є чиста, світла, моральна, духовна Правда.

Перший заступник голови Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення Ольга Герасим'юк розповіла, що була на засіданні проекту “Дві країни – одна професія”: “Захід мене дуже вразив – там були присутні пропагандисти з LifeNews, Russia Today, ОРТ, представники Союзу журналістів Росії, які зачитували свої промови з листочка, написані очевидно (наголошую – очевидно!) не їхнім пером, в яких чулася “імперська” позиція. Вони поводитися агресивно, безпardonно. Сама атмосфера цього так званого “примирення” зовсім не відповідає назві – російська сторона погоджується на компроміси тільки на умовах нашої капітуляції. Відмова від наших думок, позицій і підкорення їхнім – так вони бачать нашу співпрацю. Тому я вважаю, що поїздки представників наших медіа туди слугують тільки пропагандистським цілям – вони є матеріалом для тих російських ЗМІ, які, ганяючись за ними в кулуарах, знімають сюжети і дають подіям свої інтерпретації. Тому підтримую позицію газети “День”, що треба бути принциповими, наша поведінка і позиція мають бути незалежними і наступальними, і ні на які компроміси і колаборації, а тим більше ні на яку масовку для їхніх репортажів ми не повинні погоджуватися”[29].

У березні 2016 року “прихильники” “мирного діалогу з терористами” вчили майбутніх журналістів у Маріупольському державному університеті застосовувати термін “ополченці ДНР/ЛНР” замість “сепаратисти” і “терористи”. Цей навчальний заклад видав навіть відповідний навчальний посібник під назвою “довідник професійного журналіста” [20]. Ведуча і тележурналістка hromadske.tv Анастасія Станко під час

майстер-класу у школі журналістики Українського Католицького Університету наголосила, що “вислови “терористичні війська” щодо сепаратистських угруповань та “наші герої” до українських військових – це пропаганда, і зауважила на неприпустимості такого використання” [20]. Таку позицію обстоює чимало публічних людей, серед яких депутати Верховної Ради України – колишні регіонали. “Відомий телевізійний ведучий Андрій Куликов, який не лише на словах закликав українські медіа, так би мовити, не ставати пропагандистськими, а й їздив в окупований Донецьк і брав участь, певно, у найбільш принциповому щодо журналістських стандартів телебаченні “ДНР”” [20].

Перший секретар Національної спілки журналістів України (нині голова Спілки) Сергій Томіленко неоголошену, злочинну, загарбницьку війну Російської Федерації проти України називав таким собі “конфліктом між двома країнами” і казав, що журналісти “не повинні роздмухувати стереотипи та упереджені судження” і “просувати мову ненависті та ксенофобію” (День. – 2016. – 16 груд.) як зазначено у меморандумі представників російських і українських медіаорганізацій щодо ситуації в Україні і навколо. Двадцятирічна журналістка Анастасія Руденко, яка родом із Слов’янська Донецької області, слушно назвала цей меморандум “фактом капітуляції під виглядом примирення”, бо добре знає, що таке маніпулятивна російська журналістика.

Заступник головного редактора газети “Вечірній Київ”, журналіст-розслідувальник Леонід Фросевич слушно запитує: як можна добирати толерантне слово, коли наших полонених розстрілюють; коли ми фіксуємо сотні фактів звірства на окупованих територіях, коли російські окупанти у своїй ненависті, переходять усі цивілізовані норми і правила? І відповідає: я абсолютно переконаний, що слово сьогодні не повинне бути нейтральним. Навпаки – воно повинне “стріляти”! Якщо ми хочемо врятувати Україну, то українське слово має воювати на своїй ділянці фронту. Адже ми ще не використовуємо весь мовностилістичний інструмент, який дозволить правильно показувати героїзм воїнів, возвеличувати патріотизм українців у тилу, який дозволить пишатися самовідданістю волонтерів. “Я категорично не підтримую толерантність до ворога у час війни, – наголосив Леонід Фросевич. – Мовиться про життя і смерть, про те, як узагалі урятувати Україну. Тут не може бути нейтральної позиції. Мусить бути тільки одна позиція – українська журналістика разом із воїнами повинна домагатися вигнання ворога з нашої землі” [20].

Щоб журналісти були на громадянсько-національній позиції, могли служити суспільству правдою, у них має бути сформоване почуття моральної і соціальної відповідальності, вони повинні володіти глибокими знаннями про минуле, сучасне України, що забезпечить правдиве прогнозування майбутнього. Не піддаватися маніпулятивним технологіям і щодо вислову “мова ворожнечі”. Адже промосковські бойовики, сепаратисти, кремлівські найманці, зрадники, вбивці мирного населення – це не повстанці, не ополченці проти загарбників України, а люті вороги незалежності, Української соборності.

Українські засоби масової інформації покликані називати українських героїв – героями, подвиг захисників України – подвигом, сепаратистську зраду – зрадою, російську брехню – брехнею, московський злочин – злочином, російську агресію – агресією,

кремлівських блюдолизів – блюдолизами, російських найманців – аморальними запроданцями. Такий професіональний підхід забезпечується високим рівнем історичних, філософських, політологічних, журналістських знань, авторитетом аргументів, доказів, патріотизмом, громадянською позицією, націєвірною енергією медіасистеми.

Отже, в українських журналістів головною, вражаючою зброєю в інформаційно-психологічній війні з російськими маніпуляторами, та й не тільки з ними, має бути всебічно обґрунтована Правда на засадах україноцентризму, який в галузі комунікативістики означає сукупність концептуально-методологічних підходів, національно-громадянських і морально-духовних цінностей, аксіологічних настанов і журналістської гідності.

Україноцентризм ґрунтується на концепції націоналізму, який є філософією буття Нації, її життя, розбудови, а шовінізм, фашизм, нацизм і московський рашизм, який увібрав у себе шовінізм, фашизм, нацизм і більшовизм, – це філософія поневолення і гноблення інших націй. В основі українського націоналізму лежить національна ідея державотворення, а в основі шовінізму, фашизму, нацизму, рашизму – великодержавницький імперський інтерес. Націоналізм починається з любові до свого, а шовінізм, фашизм, нацизм, рашизм – з ненависті до чужого. Мета націоналізму – свобода своєї нації, а мета шовінізму, фашизму, нацизму, рашизму – поневолення інших націй. Націоналізм трактує інтернаціоналізм як міжнаціональні взаємини на засадах рівності націй, а шовінізм, фашизм, нацизм, рашизм перетворюють інтернаціоналізм у засіб денационалізації народів і підпорядкування їх імперській, великодержавницькій ідеї. Для націоналіста національні ознаки інших: мова, культура, традиції, звичаї – усі святині є об'єктом поваги і пошанування, а для шовініста, фашиста, нациста, рашиста – це те, що потрібно негайно знищити, викоринити і замінити своїм, московським. Саме такою є мета гібридної війни Російської Федерації проти України. Націоналізм породжує подвижників і героїв, а шовінізм, фашизм, нацизм, рашизм – убивць, грабіжників, загарбників, яничарів, холуїв.

Протидією російській маніпулятивній пропаганді мають бути як традиційні, так і асиметричні, нестандартні та цільові заходи. Не лише “оборонними”, тобто обмеженими аудиторією в країнах ЄС і НАТО, а й наступальними, цілеспрямованими, систематичними, говорити правду про сутність російського імперіалізму, причини російсько-української війни, жорстоку московську окупацію частини української території. Адже випадковими подібні традиції не бувають і бути не можуть; проте суть проблеми – не в емоційних “вибухах”, хай би якими виправданими вони були із суто людського погляду, а в тверезому, вираженому, продуманому аналізі внутрішньої суті, структури й “анатомії” путінського режиму, що дозволить абсолютно ясно зрозуміти: агресивність є внутрішньо органічною, домінантною рисою сучасної кремлівської влади; без урахування цього уявлення про її (влади) курс та наміри неминуче будуть хибними й ілюзорними” [32].

Отже, надзвичайно важливо на засадах українськоцентричної правди, загальнолюдських цінностей доносити до громадян Росії і Європи інформацію про те, що відбувається в Україні, дохідливо, аргументовано, переконливо роз'яснювати, що українці мають таке ж природне право на свою мову, культуру, духовність, соборну, незалежну

державу, як Німеччина, Польща, Румунія, Росія, Франція, Чехія, Японія... На думку експертів Центру дослідження, Росії потрібно дотримуватися певних вимог:

- у жодному разі не переходити на принцип: “відповімо брехнею на брехню”. Захід має поширювати в Росії лише і виключно правду;
- використовувати усі можливі канали донесення правдивої інформації до російського суспільства;
- у правовий спосіб домогтися зменшення присутності російської маніпулятивної пропаганди в інформаційному просторі Західних країн;
- залучити до цієї роботи усі можливі інституції і зацікавлені країни та використовувати усі доступні форми й інструменти донесення такої інформації. Вирішальним для успіху буде належна координація такої роботи;
- дуже важливо говорити по-різному, різними мовами, але одним голосом;
- зрозуміти, що однією із вирішальних передумов ефективної роботи є її фінансування. Виходити з того, що гаряча війна коштує значно дорожче, ніж інформаційна [26].

В умовах нинішньої російсько-української війни, політичної та економічної кризи для українців нагальним питанням залишається побудова стратегії національної безпеки в контексті європейської безпеки. Виходити треба з того, що Росія для України – це вічний сусід і, на жаль, вічний ворог. Це треба усвідомити і робити все з іншими близькими і далекими сусідами те, щоби обмежити, заглушити, притлумити імперські апетити росіян. Сприйняття Російської Федерації саме як загрози має допомогти знайти відповідь на низку питань для політиків України, Європи і світу, а також журналістів усіх країн. Працівники Центру дослідження Росії з огляду на це виокремили такі напрями інформаційної політики в сучасних умовах:

Перше. Треба суттєво посилити інформаційний тиск на Росію. Мова має йти про використання усіх можливих каналів впливу на громадську думку Росії. Треба створити спеціальні російськомовні телеканали, які працюватимуть не лише на російськомовне населення на Заході, а й на Росію. Однією з країн для їхнього розміщення могла б стати Україна. Це ж саме стосується і відновлення роботи кількох потужних радіостанцій, які транслювали б інформацію на Росію, за прикладом тих, які працювали у часи холодної війни (наприклад, “Голос Америки”, “Вільна Європа”, “Голос Ватикану”, Бі-Бі-Сі тощо).

Друге. Така робота матиме ефект лише тоді, коли вона буде системною. Треба визначити організацію – координатора, яка б здійснювала ефективне управління підготовкою та поширенням необхідної інформації як усередині країн ЄС і НАТО, так і в Росії.

Третє. Треба визначити найефективніші способи донесення потрібної інформації (телебачення, Інтернет, друковані ЗМІ, публічні заходи тощо) до цільових груп впливу (молодь, пенсіонери, приватні підприємці, інтелігенція, науковці, сільські мешканці, наймані працівники тощо) та скоординувати таку роботу.

Четверте. Обмежити у законний спосіб можливість російської маніпулятивної пропаганди та її політичного впливу в країнах Заходу через прийняття відповідних законодавчих актів на національному та європейському рівнях. Це має бути проведено швидко та скоординовано. Такий крок стане серйозним ударом по планах московської

маніпулятивної пропаганди щодо розширення сфери свого впливу на Заході. Розуміючи усю чутливість питання про свободу слова для західного суспільства, його можна було б пов'язати з питаннями національної безпеки та необхідності протидії дифамації у ЗМІ.

П'яте. В інформаційній роботі з російським суспільством концентрувати увагу на “больових точках” для нього. Йдеться про поширення насамперед інформації про загиблих російських солдатів на війні в Україні, зниження стандартів життя пересічних росіян як наслідок політики правлячого режиму Путіна, збільшення кількості населення, яке опинилося за межею бідності, зменшення можливостей для виїзду за кордон тощо.

Шосте. Грати на протиставленні підтримки українських громадян (скажімо, у питаннях безвізового режиму) і відсутності такої перспективи (щонайменше зараз) через безглузду політику Кремля для росіян. Те ж саме може стосуватися тем виходу українського бізнесу, включаючи малий і середній, на європейський, а пізніше і американський ринки, використовуючи можливості Угоди про асоціацію з ЄС та зближенням із Заходом у цілому. У такий спосіб українці стануть розвиватися швидше і невдовзі сягнуть значно вищого рівня життя, ніж є у Росії. Треба зіграти на українському прикладі, який середньостатистичний росіянин сприйме значно краще, ніж порівняння, наприклад, з литовцем, поляком чи хорватом.

Сьоме. Треба делікатно, але наполегливо проводити думку про те, що теперішній політичний режим не є вигідним для середньостатистичного росіянина. Зміни на краще можуть відбутися лише у тому випадку, коли система почне змінюватися у напрямі універсальних людських цінностей. Акцент на прикладах, коли влада змушена враховувати думку громади і йти на потрібні їй рішення, може серйозно стимулювати зростання громадської активності в російському суспільстві [26].

Безперечно, це не остаточний, не вичерпний перелік тем і засобів, які мають бути використані для розвінчування російської маніпулятивної пропаганди і військової агресії. Їхнє змістове, тематичне, інформаційне наповнення може оперативно змінюватися, вдосконалюватися залежно від російських маніпулятивних меседж-боксів. Зрозуміло, що не варто очікувати негайного ефекту – світоглядного прозріння усіх громадян Російської Федерації, європейських країн і духовно та морально покалічених українців. Але цілеспрямовані, систематичні потоки правдивої, духовно насиченої інформації стимулюватимуть початок змін у суспільній свідомості, то у певний історичний момент відіграє вирішальну роль у системних змінах самої Росії.

Українська журналістика у період інформаційно-психологічної та військової агресії Російської Федерації проти України має бути українськоцентрична, високогуманна і правдива. У безлічі інформації зараз людині не так легко віднайти те центральне та найголовніше. Тому в цьому потужному інформаційному потоці журналісти повинні допомагати читачеві, глядачеві, слухачеві віднайти те здорове раціональне зерно, яке сприятиме утвердженню національної, громадянської, моральної гідності. Переконалий, що так думають і польські, і японські, і чеські журналісти, коли вони стоять на засадах інтересів своєї нації та держави.

Грунтуючись саме на національних засадах, людина відчуває себе вільною і відповідальною за те, що робить. На жаль, багатьом журналістам, теле- і радіоканалам,

окремим газетам бракує цього розуміння. Йдеться не про сліпе служіння, як за Радянського Союзу, коли казали, що журналіст має служити інтересам Комуністичної партії. Більшовицька і нацистська ідеології притлумлювали все гідне людське і національне. А нині журналістика – один із важливих чинників утвердження національної гуманістичної держави – має бути соціально справедливою, дбати про розвиток кожної людини морально, інтелектуально і фізично. В основі вирішення складних соціально-економічних питань чи нинішніх безпекових проблем захисту української держави має бути глибоке національне морально-духовне переконання.

Якщо ці світоглядні цінності будуть оволодівати кожним працівником ЗМІ, політиком, громадським діячем, кожним громадянином, тоді ми швидше рухатимемося в напрямку утвердження демократичної, правової, соціальної, соборної української України.

Список використаної літератури

1. Безкоровайна Г. Війна з Росією не закінчиться ніколи / Г. Безкоровайна // Україна молода. – 2014. – 24 черв.
2. Войцехівська О. Питання етики і стандартів в Україні особливо складне / О. Войцехівська // Журналіст України, – 2014. – №6. – С. 34–36.
3. Голубов О. “Найгірше – це свідома дезінформація та нагнітання паніки / О. Голубов // День. – 2014. – 25–26 квіт.
4. Горбулін В. Хитромудра невизначеність нового світопорядку / В. Горбулін // Дзеркало тижня. – 2016. – 27 серп.
5. Грабовський С. Не “баланс”, а об’єктивність / С. Грабовський // День. – 2015. 4–5 верес.
6. Грабовський С. Постмодерна доба, війна і журналістика / С. Грабовський. – День. – 2014. – 17–18 жовтня.
7. Гриджук В. Основні методи російської пропаганди [Електронний ресурс] / В. Гриджук. – <http://kozakorium.com/osnovni-metody-rosiyskoyi-propahandy/>
8. “Детектор медіа”. Дуня Міятович: “Правда, а не диктат влади, повинна бути метою журналіста” // Журналіст України. – 2017. – №2. – С. 12–13.
9. Децик О. Методи пропаганди [Електронний ресурс] / Олександр Децик. – Режим доступу: <http://ru.telecritika.ua/print/96572>.
10. Дзюба І. Потрібен міжнародний журналістський осуд / І. Дзюба // День. – 2014. – 15 лип.
11. Догерті Джил (Jill Dougherty). Усі брешуть або як трансформувалися російські ЗМІ [Електронний ресурс] / Джил Догерті. – режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/33880>
12. Доценко Е. Л. Психология манипулирования : феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. – М. : ЧеРо, 1997. – 344 с.
13. Жуковская Д. Йозеф Геббельс – теоретик СМІ Третього Рейха [Електронний ресурс] / Д. Жуковская. – Режим доступу: http://www.historicus.ru/joseph_Gebbels_teoretik_SMI_Tretyego_Reiha
14. Журналістика: словник-довідник / авт. уклад. І. Л. Михайлин. – К. : Академвидав. – 2013. – 320 с.
15. Івшина (Жаловага) Л. Слово до читачів // Повернення в Царгород / За загальною редакцією Л. Івшиної. – Видання перше. К. : ТОВ “Українська прес-група”, 2015. – 496 с.
16. Інформаційне повідомлення. Радник Путіна запропонував вдарити по українській армії, поки вона не зміцніла [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unian.ua/politics/926970-radnik-putina-zaproponuvav-vdariti-po-ukrajinskiy-armiji-schob-ne-dati-jiy-zmitsniti.html>

17. Кравченко А. Що таке рашизм? / А. Кравченко // Слово Просвіти. – 2014. – 29 трав. – 4 черв.
18. Лизанчук В. Психологія мас-медіа: підручник / В. Лизанчук. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2015. – 420 с.
19. Лубчак В. “Чи вистоять інформаційні bastiони”? / В. Лубчак. – День. – 2016. 24–25 черв.
20. Лубчак В. “Мова ворожнечі” VS латентна безпринципність / В. Лубчак, Р. Гривинський // День. – 2016. – 25–26 берез.
21. Лубчак В... “Усі на фронті... інформаційному”. / В. Лубчак // День. – 2014. – 14–15 берез.
22. Молодиченко В. Маніпуляція цінностями та засоби убезпечення молоді від руйнаційних ідеологічних впливів. // В. Молодиченко // Освіта регіону. – 2011. – №8. – С. 57–61.
23. Монастирський В. Етноцид української нації та її наслідки / В. Монастирський // Дзвін. – 2016. – №11–12. – С. 141–149.
24. Монастирський В. Націоналізм: чим він є – злом чи добром? / В. Монастирський. – День. – 2011. – 15–16 квіт.
25. Мюллер Г. “Путін хворіє минулим” / Г. Мюллер // День. – 2014. – 16 лип.
26. Огризко В. Російська інформаційно-пропагандистська війна: деякі методи та форми протидії / В. Огризко. – День. – 2015. – 11 серп.
27. Плахонін А. “Сім п’ятниць на тиждень” / А. Плахонін // День. – 2014. – 18–19 лип.
28. Прилипко О. Ноам Хомський: 10 способів промивання мізків / О. Прилипко // День. – 2013. – 29 берез.
29. Руденко А. “Наша позиція – незалежна і наступальна, ніякої колаборації...” / А. Руденко // День. 2017. – 10–11 лют.
30. Сидоренко Е. Тренинг впливля и противостояния влиянию / Е. Сидоренко. – СПб., 2009. – 321 с.
31. Соловей В. Абсолютное оружие. Основы психологической войны и медиаманипулирования [Электронный ресурс] / В. Соловей. – 2015. – Режим доступа: http://fictionbook.ru/author/valeriyi_soloveyi/absolyutnoe_ogujie_osnovyi_psychologiches/read_online.html
32. Сюдюков І. Небезпека виходить із Кремля / І. Сюдюков // День. – 2016. – 11–12 берез.
33. Філіпчук Г. Про найголовніше в політиці / Г. Філіпчук // Слово просвіти. – 2014. – 26 черв. – 2 лип.
34. Чабаненко М. Журналістика і пропаганда: у пошуках правильних рішень [Електронний ресурс] / М. Чабаненко // Медіакритика. – Режим доступу: http://www.mediakrytyka.info/za-scho-krytykuyut-media/zhurnalistyka-i-propahanda_u-poshukakh-pravylnykh-rishen.html
35. Чернов А. Мрії про “велику Росію” як ключ до розуміння путінської пропаганди / А. Чернов // Літературна Україна. – 2014. – 3 квіт.
36. Шоткіна К. Ефірна сутність / К. Шоткіна // Дзеркало тижня. – 2014. – 22 берез.
37. Яковенко І. Мутація... / І. Яковенко // День. – 2014. – 18–19 лип.

Стаття надійшла до редколегії 05.10.2017

Прийнята до друку 26.10.2017

EDUCATIONAL AND MANIPULATIVE PROPAGANDA IN THE CURRENT CONDITIONS OF RUSSIAN-UKRAINIAN WAR

Vasyl Lyzanchuk

*Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str., 49, 79044, Lviv, Ukraine,
e-mail: kafradioiteleb@ukr.net*

Russia's undeclared war against Ukraine urges an in-depth analysis, to understand functions, methods and forms of propaganda in current conditions, characteristic features of which are purposefulness, some differentiation, continuity of influence, mass, manipulation, and universalism.

According to source and nature of the message propaganda is classified as follows: white propaganda, black propaganda, grey propaganda, positive (constructive) and negative (destructive) propagandas. These different types of propaganda vary in quantity of true and correct information, which can be used to fight manipulative propaganda.

To the most general methods of propaganda belong: simplification, suppression, crowding out, fictional fact (fake), direct comment, indirect comment, two-way argument, half true and insinuation, information dividing, information overload. Ideological machine of the Kremlin also uses such methods of manipulative propaganda: method of "rotten herring", "Principle of 40/60", "Big Lie", "Absolute evidence", "Inverted pyramid". Forms of propaganda and means of influence are mass action, state and professional holidays, leaders' speeches, direct appeal to the people, art, architecture, music, TV, radio, Internet, printing press, even the imposition of specific political language.

A characteristic feature of politico-ideological propaganda is its high manipulative that masked for informative, which is not always noticeable because it is perceived by audiences under the guise of presenting objective information, entertainment or show.

The main signs of manipulation are: a) It is a kind of spiritual psychological influence. The target of the manipulator is the spirit, the mental structure of man; b) it's a hidden influence, the fact of which should not be noticed by the object of manipulation; c) it is an impact that requires a great deal of skill and knowledge; d) people whose minds are manipulated are threatened not as personalities, but as objects, a special kind of things.

We distinguish three levels of manipulation: 1) strengthening existing in people's minds ideas, motives, values, norms necessary to manipulator; 2) associated with private, minor changes in the views of a particular event or process, fact, which also affects the emotional and practical attitude to a particular phenomenon; 3) radical changes in life guidance through announcement to the object sensational, dramatic, extremely important information to him. Manipulators – propagandists of Russia have adopted methods and techniques of ideologists of Nazi Germany and the communist Soviet Union.

The most important weapon against manipulative propaganda is the truth. In the field of communications, the truth on the basis of Ukrainocentrism means a set of methodological approaches, national-civilian, moral and spiritual values, axiological guides and journalistic dignity. Extremely important to inform citizens of Russia and Europe about what is going on in Ukraine. Effectively explain that Ukrainians have the same natural right to their own language, culture, and spirituality, an independent state like Germany, Poland, Russia, Romania, France, Czech Republic, and Japan.

Key words: propaganda, politico-ideological propaganda, manipulative propaganda, massmedia, Ukrainocentrism, the truth, Russia's war.