

Електронний журнал «Державне управління: удосконалення та розвиток» включено до переліку наукових фахових видань України з державного управління (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 1643 від 28.12.2019).

Спеціальність – 281.

Державне управління: удосконалення та розвиток. 2024. № 9.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2156.2024.9.14>

УДК 35:354

T. M. Vegera,

аспірант кафедри державознавства, права та європейської інтеграції,

Навчально-науковий інститут публічної служби та управління

Національного університету «Одеська політехніка»

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0007-3291-6696>

ЗАГАЛЬНОТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ «ПРОПАГАНДИ» ТА «ДЕЗІНФОРМАЦІЇ» В УКРАЇНІ

T. Vegera,

Postgraduate student of the Department of Political Science, Law and European

Integration, Educational and Scientific Institute of the Public Service and

Management, Odesa Polytechnic National University

GENERAL THEORETICAL ASPECTS OF THE STUDY OF «PROPAGANDA» AND «DISINFORMATION» IN UKRAINE

У статті досліджуються передумови формування, становлення й розвитку «пропаганди» та «дезінформації». В процесі проведеного дослідження встановлено етапи, складові та умови формування цих двох негативних явищ. Визначено їх сутність, поняття та види. Окреслено похідні та негативні чинники їх впливу на суспільне і державне життя. Вказано на адаптаційні процеси, ключові моменти їх дії та впливу, мету і результати досягнення встановлених цілей, виходячи із реалій сьогодення. Проаналізовано

етап формування й впровадження державно-правового механізму протидії (попередження) «пропаганди» та «дезінформації», з практичної точки зору, яку впроваджено Європейською спільнотою, та виходячи з апробаційних процесів України.

Зазначено перехідний період розвитку «пропаганди», який був зумовлений: історично, формуванням різних моделей державності, впливом політичних та провладних сил, думкою індивіда (заінтересованої особи) чи суспільної думки через примус або прихований примус, умовами плинності часу та технологічною складовою змін – виступаючи каналом (провідником) для її дії та впливу, тощо. Вказано на складові етапи «пропаганди», які мали місце для суспільного, суспільно-державного та державного характеру розвитку, у свою чергу, розкриваючи кожен із них.

Проаналізовано низку чинників, які сприяли виокремленню «дезінформації» з «пропаганди», встановлено її похідну ознаку, умови формування, посилення, трансформування, поширення та дії. Розглянуто «дезінформацію» через призму інформації та інформаційного поля – виступаючи перехідним для її розповсюдження та дії. Вказано на її негативний чинник впливу, який транслюється (застосовується) через інформаційну маніпуляцію, психологічну складову, політичні медіа технології та є встановленим знаряддям для проведення інформаційних війн.

За результатами проведеного аналізу низки наукових досліджень і праць сформовано загальні, похідні й відмінні чинники «пропаганди» та «дезінформації». Запропоновано визначення поняття «пропаганди» та «дезінформації», вказано на їх сутність, ознаку і умовну класифікацію за видами.

The article explores the prerequisites for the formation, establishment, and development of «propaganda» and «disinformation». The research identifies the stages, components, and conditions that contributed to the formation of these two negative phenomena. Their essence, concepts, and types are defined. The article outlines the derivative and negative factors influencing their impact on social and state life. It highlights the adaptive processes, key moments of their action and

influence, goals, and the results of achieving established objectives in the context of current realities. The article also analyzes the stage of forming and implementing a state-legal mechanism for countering (preventing) «propaganda» and «disinformation» from a practical perspective, based on the experience of the European community and the testing processes in Ukraine.

The article points to the transitional period in the development of «propaganda», which was influenced by historical events, the formation of various statehood models, the impact of political and governmental forces, the views of individuals (interested parties) or public opinion through coercion or concealed coercion, the conditions of the passage of time, and the technological component of changes – acting as a channel (conduit) for its action and influence, among others. It specifies the stages of «propaganda» that contributed to social, socio-state, and state development, with each being analyzed in detail.

The article also examines a range of factors that led to the differentiation of «disinformation» from «propaganda», establishing its derivative characteristics, conditions of formation, intensification, transformation, dissemination, and action. «Disinformation» is considered through the lens of information and the information field, acting as a medium for its spread and influence. The negative impact of «disinformation» is highlighted, which is conveyed (applied) through information manipulation, psychological components, political media technologies, and is recognized as an established tool for conducting information wars.

Based on the analysis of a series of scientific studies and works, the article forms general, derivative, and distinct factors of «propaganda» and «disinformation». Definitions of the concepts of «propaganda» and «disinformation» are proposed, with their essence, characteristics, and conditional classification by types being specified.

Ключові слова: дезінформація, пропаганда, наративи, загрози, вплив, суспільне життя, державне життя.

Keywords: disinformation, propaganda, narratives, threats, impact, social life, state life.

Постановка проблеми. Боротьба з російською «пропагандою» та «дезінформацією» в Україні є однією із стратегічних цілей та завдань держави, які закріплені в Стратегії інформаційної безпеки і Стратегії зовнішньополітичної діяльності України. Враховуючи потреби і реалії сьогодення, перед державою постає питання щодо перегляду затверджених цілей та завдань, у тому числі порушення питання щодо створення іншої інституції та формування належної системи протидії й боротьби з «пропагандою» та «дезінформацією». Вказані питання, наразі, є відкритими, актуальними та мають всі передумови для майбутнього наукового дослідження.

До першочергових питань, які залишаються відкритими та підлягають розгляду державою, належать: становлення поняття «пропаганда» та «дезінформація»; визначення «пропаганди» та «дезінформації» за видами, підвидами; встановлення для «пропаганди» та «дезінформації» характерних і спільних ознак; формування для «пропаганди» та «дезінформації» однієї класифікаційної системи; на підставі сформованої класифікаційної системи визначення чітких кроків протидії й боротьби з «пропагандою» та «дезінформацією» по кожному кластерю окремо; закріплення переліченого в правовому полі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У наукових працях присвячених питанням «пропаганди» та «дезінформації», ці явища аналізуються саме через призму публічного управління, зокрема, щодо їх впливу на суспільні процеси та зміни думки громадян, на формування державної політики та внутрішнього впливу на прийняття рішень у державі, вплив на зовнішні відносини та визначення України як держави на геополітичній карті світу.

Серед зарубіжних та вітчизняних науковців, а також експертів, дотичних до питань розвитку та формування «пропаганди» та «дезінформації», точуться дискусії щодо їх належного застосування, визначення, розгляду сутності, встановлення наратив та застосування класифікації за видами. У дослідженні та вивченні цих питань, неодмінно

учать брали (беруть) наступні науковці та експерти: В.М. Петрик, Г.Г. Почепцов, І.О. Поліщук, Л. Флоріді, Н.П. Карпчук, Д. Фалліс, К. Уордл та Х. Деракшан, Дж. Пемент, Е. Бернейс, Е. Аронсон, Е.Р. Пратканіс, М.Б. Шевців та К.А. Гончарук, Г. Джовет та В. О'Доннел, Р.А. Нельсон, Р. Додж, М.А. Ожеван та О.В. Шевченко, Ю.Р. Шведа, Г.Д. Лассвелл.

Метою статті є теоретично-історичний аналіз виникнення та розвитку «пропаганди» та «дезінформації», етапів їх становлення та визначення процесів на які вони впливають.

Виклад основного матеріалу дослідження. З історичної точки зору «пропаганда» виникла раніше чим «дезінформація». Формування «пропаганди» припадає на 1622 рік та пов'язана із створенням Конгрегації поширення віри. У цей період розвитку «пропаганди» релігія стала її складовою та полягала в розповсюдженню серед населення підготовлених наратив місіонерами для зміни й впливу на думку (переконання) кожного. Вказані дії призвели до розколу між римсько-католицькою церквою та протестантськими церквами. При цьому забезпечивши для «пропаганди» новий етап трансформування, а саме виділення її в окрему складову – політичну. Зумовлені зміни дали можливість і для перегляду затверджених завдань для місіонерів, де серед іншого було протистояння з християнськими місіями, а з іншого приховування таємного інтересу, спонсорами яких були урядовці й політичні групи [31]. Тому вказаний період ще називають переконливо-нав'язаною ідеєю, яка спрямована на суспільне життя (за сучасним трактуванням вплив на іноземну аудиторію).

У період з XVIII по XIX століття термін «пропаганда» сприймався як нейтральне визначення та вважався поширенням політичної ідеї [8]. Однак, до середини XIX століття «пропаганда» змінює свій вектор і стає сприйматись як негативне явище.

Спільним для періоду XX століття є те, що більшість істориків та науковців, які розглядали тези «пропаганди», одноставно роблять висновок про кардинальну трансформацію «пропаганди» та перетворення її в «токсичну». Це зумовлено тим, що «пропаганда» стала невід'ємною частиною диктатури.

Яскравим прикладом є створення при Третньому Рейху Міністерства «пропаганди» та громадської просвіти, в Союзі Радянських Соціалістичних Республік її ще називали «агітпроп», тобто відділ агітацій та «пропаганди» [2]. Зокрема, завданнями такого міністерства було виконання брудної «пропагандистської» роботи та поширення її в суспільні маси. Мета, цілі та завдання, якої формувались і просувались нацистським режимом, на чолі із Гітлером. Сформовані наративи «пропаганди» мали нацистську та фашистську ідеологію, ноти нетерпимості, насильства проти євреїв, культивування та сам культ вождя – обожнення Гітлера (імідж Гітлера), створення нової карти світу, один світогляд, думка та мета, тощо.

У цей період для закріплення визначення «токсична пропаганда» значну роль відіграв Радянський Союз. Політичною ідеологією якого був комунізм та побудова «пропаганди» на рівні військових організацій і спецслужб. Радянський Союз культивував «пропаганду» за участі журналістів, митців, літераторів, науковців, лідерів спілок і організацій та за допомогою телебачення й кіно. Метою «пропаганди» було змінити світогляд народів союзу та спотворити реальність подій, підсилюючи це проведенням масових демонстрацій як доказ всенародного підтримання влади та зворотної любові влади до народу. Прикладом такої моделі радянської «пропаганди» є розроблені заходи, а саме щодо проведення свят 7 листопада («День Великої Жовтневої соціалістичної революції»), 1 травня («День міжнародної солідарності трудящих»), 9 травня («День перемоги у Радянському Союзі»), тощо. Також в залежності від тематичного прояву чи ступеню поширення «пропаганди», поряд з цим, мало місце проведення параду із незмінним складом демонстрантів у її республіках – символ єдності та згуртованості. Історики зазначають, що не слід значну увагу приділяти таким заходам чи методам просування «пропаганди», оскільки вони були запозичені Радянським Союзом із античності. При цьому, відмінним у цьому контексті є те, що Радянський Союз додав метод жорсткого примусу (тиску), а саме нав'язування ідеологічного постулату комунізму – ціною життів десятків, сотень і тисяч людей [9].

Що стосується наукового дослідження розвитку, формування і становлення «пропаганди», то значна кількість науковців по різному його трактують. Зокрема, американський політолог і теоретик комунікацій Г.Д. Лассвелл у праці «Propaganda Technique in the World War» (переклад з англійської мови: «Техніка пропаганди у світовій війні») зазначає, що основною умовою «пропаганди» є «контроль громадської думки через значущі символи чи, – говорячи більш конкретно, але менш точно, – через розповіді, чутки, повідомлення, картини та інші форми соціальної комунікації» [27, с. 74]. Він вважає, що «пропаганду» слід сприймати як менеджмент колективних думок, який впроваджується за допомогою маніпуляції. У праці «The Theory of Political Propaganda» (переклад з англійської мови: «Теорія політичної пропаганди») він надає вперше визначення «пропаганди», вказуючи, що це «управління колективним ставленням шляхом маніпулювання значимими або значущими символами, де слово-настанова означає схильність діяти у відповідності з певними зразками оцінювання, а існування настанови не є безпосереднім даним досвіду, виведеним із знаків, що мають конвенціональне значення» [28, с. 627]. У праці «The Strategy of Soviet Propaganda» (переклад з англійської мови: «Стратегія радянської пропаганди») зазначене визначення дещо видозмінює і додає, що «пропаганда це створення одностайної позиції шляхом маніпулювання важливими поняттями та символами» [26].

Г. Почепцов у праці «Пропаганда 2.0» та інших працях, розглядає «пропаганду» виходячи із контексту нацистського та радянського режиму, характеризує її як «політичну пропаганду». Разом з тим, у своїх дослідження Г. Почепцов вказує на те, що «пропаганда» перестала бути ідеологічною та стала ґрунтуватися виключно на жорстких підставах. Тому в цьому контексті «пропаганду» слід формувати за моделлю «пропагандистської комунікації». Він вказує, що визначення «пропаганда» майже не використовується та більше схиляється до терміну «стратегічна комунікація» [16, с. 8]. А. Едельстайн бере за основу думки Г. Почепцова та розвиває їх у праці «Теорія комунікації» вказуючи, натомість, про зародження нового етапу «пропаганди», яка за своїм

обсягом має вже більшу аудиторію, бере на себе складні повідомлення та за суттю є різноманітною [15, с. 129].

За дослідженнями Е. Бернейс «пропаганда» є «організованою діяльністю з розповсюдженням того чи іншого переконання або доктрини – механізм широкомасштабного навіювання поглядів» [14, с. 12]. Пізніше Е. Бернейс доповняє це визначення та вказує на її послідовну, тривалу дію, яка зосереджена на створенні чи інформаційному зібранні різних подій з метою впливу на відношення мас (груп) до ідеї (установки) [14, с. 16]. На думку Е. Аронсон, Е.Р. Пратканіс «пропаганда» поширює лише необ'єктивні дії та погляди, використовуючи більше брехні та обману [13, с. 14].

У праці «Пропаганда як соціально-політичне явище» М.Б. Шевців та К.А. Гончарук розглядають «пропаганду» через призму маніпулятивного та шовіністичного аспекту – «нацистська пропаганда, що виправдовувала голокост та комуністична пропаганда, яка приховувала голодомор». Вони вказують, що «пропаганда» є зброєю масового знищення, яка впливає на свідомість населення, ніж інформація, що регулює суспільні відносини [11, с. 119-122]. Р.А. Нельсон вважає, що «пропаганду» слід виводити через психологічну складову. За своєю суттю «пропаганда» полягають в умисній та систематичній спробі змінити «сприйняття, емоції, важливості контролю передачі односторонніх повідомлень, керування поведінкою цільової аудиторії» [33]. Дослідники Г. Джовет та В. О'Доннел у праці «Propaganda and persuasion» (переклад з англійської мови: «Пропаганда та переконання») погоджуються із думкою Р.А. Нельсон та додають, що «пропаганда цілеспрямовано застосовує систематичні зусилля, щоб маніпулювати свідомістю, формувати сприйняття і спрямовувати поведінку в необхідний пропагандисту бік» [24]. Також до кола однодумців слід віднести Ю.Р. Шведа, який визначає, що «пропаганда являє собою більш-менш систематичний процес маніпуляції шляхом переконання, відносинами чи діями інших людей за допомогою символів (слів, жестів, плакатів, монументів, музики, одягу тощо)». Він зазначає про відсутність потреби у виділенні «пропаганди» на види та вказує на застосування до неї класифікації, яка

ділиться на позитивну та негативну [10, с. 181]. Л. Дуб у своїх працях виходить із цих же доводів і зазначає про похідну зміну свідомості людини чи груп, що викликана «пропагандою» [18, с. 90]. Натомість Р. Додж розширює зазначені тези та вказує, що «пропаганда – це мистецтво впливу на суспільну думку, що є постійним доповненням до соціальних та політичних обставин». Він застосовує до «пропаганди» класифікацію та вказує, що вона є пряма та прихована. У цьому випадку пряма вказує на відкриту аргументацію, а прихована працює через емоційний вплив [19].

В.М. Петрик на відміну від інших дослідників розглядає «пропаганду» через призму філософських, політичних, наукових та інших художніх й мистецьких ідей, які впливають на громадську думку або діяльність населення [6]. Натомість Т. Бевз визначає «пропаганду» через інформаційну складову та вказує на те, що «будь-яка інформація, ідеї, доктрини або спеціальні методи формують думки, емоції, настанови або поведінку спеціальної групи задля отримання переваг, прямих чи не прямих» [1, с. 151]. Науковці М.А. Ожеван та О.В. Шевченко вважають, що «пропаганда» спеціально надає інформацію вибірково, щоб мати спеціальне узагальнення або використовувати емоційно заряджені повідомлення для підкріплення емоційної складової [5, с. 65].

Перетворення «пропаганди» через інформаційну складу спонукав до початку формування (виокремлення) «дезінформації». Експерти Міністерства оборони Сполучених Штатів Америки розглядають «пропаганду» з практичної точки зору та зазначають про її суміжне поняття з «дезінформацією» і неправдивою інформацією. Вони вказують, що «дезінформація є ширшим поняттям, передає інформацію, яка поширюється за допомогою непрямих та нетрадиційних засобів». Наголошуючи на тому, що «дезінформація» має в собі «пропагандистські» операції, а неправдива інформація – «ненавмисну некоректну інформацію, що надходить від будь-кого з невідомих причин або для отримання відповіді чи задоволення інтересу, які не мають політичного чи військового походження» [32]. На думку М. Туджман та Н. Мікеліч «пропаганда – це набагато більше значення, ніж дезінформація». Обґрунтовуючи це тим, що

«пропаганда» має мету, яка виражена в маніпуляції користувача шляхом випадкового чи навмисного поводження з інформацією в процесі комунікації. Саме передача неправдивих чи спотворених фактів як істини й відрізняє «дезінформацію» від загальної інформації [29].

Досліджуючи напрацювання науковців, які розглядали питання «дезінформації», слід згадати й про Л. Флоріді, який вказує, що: «дезінформація виникає тоді, коли обробка інформації є неякісною»; «джерело інформації знає про її оманливу природу, а тому можна вважати це дезінформацією»; «в дезінформації належним чином сформовані значущі й водночас хибні дані, які цілеспрямовано поширюються з метою того, щоб отримувач повірив, що дані є інформацією» [23]. Експерти Європейської комісії ідентифікують «дезінформацію» як «хибна, неточна чи оманлива інформація, яку створюють, презентують і поширюють з умисною метою публічної шкоди чи заради прибутку» [21]. Натомість науковці в області міжнародної та національної безпеки Р. Шульц та Р. Годсон у деякій мірі погоджуються із думкою експертів європейської інституції та вказують, що «дезінформація є хибна, неповна чи оманлива інформація, яка спрямована на конкретного індивіда, групу, країну» [34].

Зважаючи на масив думок різних науковців В.М. Петрик все ж таки вважає, що «дезінформацію» слід розглядати з площини «дезінформування», де вказує на мету, яка передбачає обман або уведення об'єкта в оман, стосується справжніх намірів для спонукання такого об'єкта до запрограмованих дій [6, с. 22]. М. Кіца також дотримується такої думки та робить акцент на об'єкт, який піддається обману. Надає «дезінформації» чіткого визначення та вказує, що вона полягає у психологічному впливі та в намірі подання об'єктові такої інформації, яка цілеспрямовано вводить в оману щодо реальних справ і створює викривлену реальність [4].

На відміну від зазначених дослідників Н. Карпчук працюючи над питанням «дезінформації» не виводить її в окреме поняття, натомість зазначає, що це виключно один з видів інформації [3, с. 99]. Американський вчений Д.

Фалліс відносить «дезінформацію» до виду інформації і вказує на її основні риси – оманливість та умисну оманливість. Надаючи з часом їй визначення як оманливої інформації, функціями якої є введення когось в оману [22]. М. Кіца теж вважає, що «дезінформація» є видом, але не інформації, а фейку. Вказуючи на те, що фейк слід сприймати як жарт. Однак, на її думку, жарт все одно з часом частіше переростає в «дезінформацію» та як наслідок об'єкт інформування вводиться в оману [4].

Розглядаючи питання інформаційної війни російської федерації проти України Г. Почепцов вказує на те, що «дезінформація» являє системою інструментарій багаторазового використання, що завжди тісно пов'язана із військовою справою та є сучасним винаходом людства. За його думкою «дезінформацію слід рекласифікувати на різні типи відхилень і викривлень». Це саме зумовлено не узгодженістю визначення терміну у сфері інформаційних війн, оскільки державні й недержавні діячі вкладають у нього різний зміст. Г. Почепцов вказує, що «дезінформація має інституційне походження», «дезінформації притаманна емотивність, що спонукає її поширенню на значні маси людей»; «дезінформація складна у спростуванні»; «дезінформації притаманне просування вигаданого віртуального об'єкту, який активно ламає значну частину світу»; «дезінформація підштовхує об'єкт дезінформування до повних дій, що є вигідними суб'єкту дезінформування»; «дезінформація містить умисний обман» [8, с. 8].

Український політолог І.О. Поліщук у свою чергу розглядав «дезінформацію» як складову політичних медіа технологій. Він вказує, що «дезінформація» у більшості просувається засобами масової інформації, подаючи інформацію, яка є цілковитою брехнею. При цьому застосовуючи різні канали для поширення та впливає на прийняття відповідних суспільно-політичних рішень [7].

В. Шлапаченко дослідуючи тему «дезінформації» розглядає її у широкому (побутовому) та вузькому (фаховому, професійному) розумінні. Відносячи до першої складової розуміння «дезінформації» як викривленої, спотвореної,

неправдивої інформації (брехня, обман, облуда) з наміром спотворити умисно (наклеп, плітки). До другої, що «дезінформацію слід розглядати уже як спосіб (різновид) психологічного впливу на свідомість людини (суспільства), засобом якого є інформація, тобто інформаційно-психологічний вплив, що здійснюється шляхом унесення змін до інформації, яка надходить до об'єкта впливу, для формування в нього хибних уявлень про певні події, факти, явища та, завдяки цьому, спонукання його до прийняття певних рішень (учинення певних дій або бездіяльності), вигідних суб'єкту впливу» [12].

Маючи значне тлумачення «дезінформації» довгий час залишалась без офіційного визначення. У межах дослідження, яке було представлено Раді Європи у 2017 році науковцями К. Уордл та Х. Деракшан в праці «Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making» (переклад з англійської мови: «Інформаційний розлад: до міждисциплінарних рамок для досліджень та формування політики») розглянуто «дезінформацію» через призму неправдивої інформації, яка створена навмисно з метою заподіяння шкоди особі (соціальній групі, організації чи країні) [36].

Наступним не менш важливим кроком для офіційного визначення терміну «дезінформації» є поданий у 2018 році звіт «High Level Group on Fake News and Online Disinformation» (переклад з англійської мови: «Група високого рівня з фейкових новин і онлайн-дезінформації»), який визначає «A multi-dimensional approach to disinformation» (переклад з англійської мови: «Багатовимірний підхід до дезінформації») та розглядає проблематику «дезінформації» і встановлює зв'язок з цифровим медіа розвитком. У майбутньому саме теза звіту стала невід'ємною частиною документів Ради Європи та Європейської комісії щодо визначення поняття «дезінформація» [17].

Міжнародне закріплення визначення поняття «дезінформація» мало місце в «EU Code of Practice on Disinformation» (переклад з англійської мови: «Кодекс практики Європейського Союзу щодо протидії дезінформації»), який було прийнято в 2018 році. Так, за своїм змістом «дезінформацію» було встановлено як «очевидно неправдива або така, яка вводить в оману, інформація, що в

сукупності: створена, представлена і поширена з метою економічної вигоди або умисного введення в оману громадськості та може заподіяти шкоду суспільству через загрозу демократичним політичним процесам і процесам вироблення політики, а також таким суспільним благом, як захист здоров'я громадян». Разом з тим, вказаним кодексом зазначено, що не являється «дезінформацією», а саме: «недостовірна реклама, помилка у звітності, сатира та пародія, необ'єктивні новини й коментарі» [20]. Дж. Пеммент після офіційного встановлення поняття «дезінформація» проводить наукове дослідження: «Future Threats, Future Solutions that looks into the future of the European Union's (EU) disinformation policy (2020)» (переклад з англійської мови: «Майбутні загрози та рішення, які розглядаються в перспективі щодо протидії дезінформації в ЄС (2020)»), у частині «The EU's Role in Fighting Disinformation: Crafting A Disinformation Framework» (переклад з англійської мови: «Роль ЄС у боротьбі з дезінформацією: посилення рамкових програм») в якому розмежовує поняття «дезінформація» і неправдива інформація, однак вказує на спільний акцент зовнішнє втручання та вплив. Разом з тим, він вказує, що «дезінформацію» слід вважати неправдивим контентом, який створюється і поширюється з метою економічної вигоди чи для навмисного введення в оману громадськості, задля нанесення шкоди [30].

Серед іншого слід відзначити працю Ж. Вілмера та А. Ескорія «Information manipulation: A Challenge for Our Democracies» (переклад з англійської мови: «Інформаційні маніпуляції: виклик для нашої демократії») в якому дослідники роблять акцент на «суб'єктів дезінформації» та «головних акторів її розповсюдження», розкриваючи дії суб'єктів «дезінформації», вплив який вони несуть на свідомість людей, вказують на поняття жертв інформаційних маніпуляцій, фабрикування новин, тощо [35].

Спеціальна доповідь Організації Об'єднаних Націй із заохочення і захисту права на свободу думок і їхнє вільне вираження І. Хан в одній із своїх доповідей наголосила, що «дезінформація – це не нове явище, але новим є те, що цифрові технології дозволили різним суб'єктам створювати, поширювати та

посилювати неправдиву, чи підроблену інформацію в політичних, ідеологічних або комерційних цілях в небачених до цього масштабах та з такою швидкістю і межах доступності, про які раніше не було відомо» [25]. Слід зазначити, що саме це зауваження є слушним, оскільки сучасний етап розвитку цивілізації припадає на еру цифрових технологій, а відповідно «пропаганда» та «дезінформація» має більше змоги для своєї трансформації і розвитку. У цьому випадку яскравим прикладом є Україна, яка на сучасному етапі має практичний досвід прийняття «пропаганди» та «дезінформації» у всіх її форматах, яку застосовує щодня країна агресор – росія.

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі.

Таким чином, за результатами проведеного дослідження, встановлено, що «пропаганда» та «дезінформація», під тягарем часу, неодноразово мали трансформаційні етапи (періоди) розвитку. З часом лише «дезінформація» знайшла своє міжнародне законодавче закріплення в Кодексі практики Європейського Союзу щодо протидії дезінформації. Що стосується законодавчого врегулювання питань з визначення поняття «пропаганда» та «дезінформація» в Україні, вони так і залишаються не визначеними в правовому полі. Відсутність правого регулювання даних суспільно визначальних для України умов негативно впливає на стійкість та міцність державності на етапі повномасштабної війни оголошеної росією. Саме тому зараз слід визначити поняття «пропаганда» та «дезінформація» на законодавчому рівні. Із запропонованого визначення «пропаганду» слід розуміти як цілеспрямована дія, яка має інформаційний підхід та поширюється на всі сфери суспільного і державного життя, за мету несе зміну світогляду та поглядів людини, груп чи навіть цілих нації, застосовує форми та методи впливу, які націлені на результат не відкидаючи можливості для застосування допоміжного способу дії чи впливу. Що стосується «дезінформації», то останню слід розглядати як інформацію, первинні дані чи відомості, яка піддається умисному чи неусвідомленому впливу (наклеп, плітки, обмова, очорнення, ганьблення тощо) зі сторони особи (осіб, групи осіб), які на неї (них) впливають з метою зміни

(викривлення, спотворення, перекручення, надання неправдивої (недостовірної, неточної, неповної інформації), тощо) із застосуванням прихованого психологічного впливу на об'єкт (людину, людей, народ, націю, тощо) та поширенням на всі сфери суспільного і державного життя.

Слід зазначити, що ці два негативних явища мають спільні ознаки, а саме: сторону, яка в цьому зацікавлена та яка несе інформацію чи дані, які спрямовані на негативний вплив на людину, суспільство, націю, державу або суспільні процеси з метою зміни світогляду, думки, введення в оману чи повалення державного або суспільного життя. «Пропаганда» та «дезінформація» одночасно несе загрозу для всіх сфер життя: охорони здоров'я, національної безпеки та оборони, політичного життя і демократичних виборів, освіти та просвітництва, соціальної та культурної сфер, судової системи (влади) тощо. Разом з тим, слід визначити та законодавчо закріпити «пропаганду» та «дезінформацію» за встановленими видами, підвиди, характерними ознаками, єдину форму класифікаційної системи, чітких кроків протидії й боротьби по кожному кластерю окремо.

Література

1. Бевз Т. Українці і росіяни під прицілом російської пропаганди: Наукові записки ШЕНД ім. Кураса. 2015. Вип. № 1(75). С. 150-163.
2. Жарков Я.М., Компанцева Л.Ф., Остроухов В.В., Петрик В.М., Присяжнюк М.М., Скулиш Є.Д. Історія інформаційно-психологічного протиборства. Київ: Наук.-вид. відділ НА СБ України, 2012. 212 с.
3. Карпчук Н.П. Міжнародна інформація та суспільні комунікації: навч. посіб. для студ. закл. вищ. Овіти. Луцьк, 2018. 514 с.
4. Кіца М. Особливості та методи виявлення фейкової інформації в українських ЗМІ. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2019/apr/16109/kitsa.pdf>

5. Ожеван М.А, Шевченко О.В. Війна інформаційна. Українська дипломатична енциклопедія: редкол. Л.В. Губерський (голова) та ін.; Київ: Знання України. 2004. 760 с.
6. Петрик В.М., Бедь В.В., Присяжнюк М.М. Інформаційно-психологічне протиборство: підручник. видання друге перекладення, доповнене та перероблене; за заг. ред. В.В. Бедь, В.М. Перрика; ПАТ «ВІПОЛЬ». Київ, 2018. 388с.
7. Поліщук І.О. Політичні медіатехнології. *Вісник національної юридичної академії України ім. Я. Мудрого*. 2014. № 2. С. 125-134.
8. Почепцов Г. Інформаційна політика. URL: <http://westudents.com.ua/glavy/52146-81-ponyattyu-nformatsynovyni.html>
9. Феномен радянської пропаганди: Psyfactor.org, 2015. URL: <http://psyfactor.org/lib/propaganda36.htm>
10. Шведа Ю.Р. Політичні партії: Енциклопедичний словник; Астролябія. Львів, 2005. С. 488.
11. Шевців М.Б., Гончарук К.А. Пропаганда як соціально-політичне явище: проблеми розуміння: Актуальні проблеми історико-правової та міжнародно-правової науки. *Південно український правничий часопис*. 2019. С. 119-122.
12. Шлапаченко В.М. Дезінформація як спосіб інформаційного-психологічного впливу. *Інформаційна безпека людини, суспільства, держави*. 2013. № 2 (12). С. 78-86.
13. Аронсон Э., Пратканис Э. Эпоха пропаганды: механизмы убеждение. Повседневное использование и злоупотребление, СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. 384 с.
14. Бернейс Е. Пропаганда: Каунас; Изд-во Кнугу klubas, 2016. 112 с.
15. Поченцов Г. Теория коммуникации. Edelstein A. Total propaganda. From mass culture to popular culture. Mahway. London, 1997.
16. Почепцов Г.Г. Пропаганда 2.0. Харьков: Фоли, 2018. 791 с.

17. A multi-dimensional approach to disinformation. The independent High level Group on fake news and online disinformation, 2018.

18. Doob L.W., Robinson E.S. Psychology and Propaganda. The Annals of the American Academy of Political and Social Science. Vol. 179, Pressure Groups and Propaganda (May, 1935). Pp. 88-95. URL: https://www.jstor.org/stable/1020283?readnow=1&refreqid=excelsior%3Af5ae5a66c0d88157386e60ee964013e1&seq=3#page_scan_tab_contents

19. Doudge R. The Psychology of Propaganda. Religious Education: The official journal of the Religious Education Association, 2006. URL: <https://zenodo.org/record/2339156#.YHdGP-gzZPY>

20. EU Code of Practice on Disinformation. URL: <https://www.nrada.gov.ua/wpcontent/uploads/2019/09/1CodeofPracticeonDisinformation-1.pdf>

21. European Commission. A Multidimensional Approach to Disinformation. Report of the Independent High-Level Group on Fake News and Online Disinformation. Luxembourg, Europe: Publications Office of the European Union, 2018a.

22. Fallis D. What is disinformation?: Library trends, 2015. Pp. 401-426.

23. Floridi L. Brave.net.world: The internet as a disinformation superhighway?: *Electronic Library*. 1996. № 14. P. 509-514.

24. Jowett G., O'Donnell V. Propaganda and persuasion. Sage publications, 2006. URL: https://books.google.fr/books/about/Propaganda_and_Persuasion.html?id=vIC92PdJ010C&redir_esc=y

25. Khan I. Disinformation and freedom of opinion and expression: Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression, 2021.

26. Lasswell H. The Strategy of Soviet Propaganda. Proceedings of the Academy of Political Science. URL: <http://ics.leeds.ac.uk/papers/pmt/exhibits/2944/Lasswell2.pdf>

27. Lasswell H.D. Propaganda technique in the world war, New York: A.A. Knopf, 1927. P. 233.
28. Lasswell H.D. The Theory of Political Propaganda. The American Political Science Review. Pp. 627-631.
29. Nwachukwu Egbunike. Social media contributed to the spread of ethnocentric disinformation and propaganda during the Nigerian elections. GlobalVoices. URL: <https://uk.globalvoices.org/2019/11/18/1952/>
30. Pamment J. The EU's Role in Fighting Disinformation: Crafting A Disinformation Framework. Carnegie Endowment for International Peace: web-page, 2020. URL: <https://carnegieendowment.org/2020/09/24/eu-s-role-in-fighting-disinformation-crafting-disinformation-framework-pub-82720>
31. Propaganda Definition, Meaning, Types, Techniques & Examples. URL: <https://studylecturenates.com/propaganda-definition-meaning-types-techniques-examples/>
32. Psychological Operations Tactics, Techniques, and Procedures. Headquarters. Department of the Army. Field Manual. №. 3-05.301. Washington, DC, 31 December 2003. 439 p.
33. Richard Alan Nelson, A Chronology and Glossary of Propaganda in the United States. Westport, Conn. And London: Greenwood Press, 1996. P. 336. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08821127.1997.10731916>
34. Shultz R., Godson R. Dezinformatsia: Active Measures in Soviet Strategy. Pergamon-Brassey's, 1984. Pp. 37-38.
35. Vilmer J.-B., Escorcía A. Information manipulation: a challenge for our democracies. Policy Planning Staff (CAPS) of the Ministry for Europe and Foreign Affairs and the Institute for Strategic Research (IRSEM) of the Ministry for the Armed Forces, 2018. URL: https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/information_manipulation_rvb_cle838736.pdf
36. Wardle C., Derakhshan H. Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Council of Europe: web-

page, 2017. URL: <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/information-disorder>

References

1. Bevz, T. (2015), “Ukrainians and Russians under the crosshairs of Russian propaganda”, *Naukovi zapysky IPEND im. Kurasa*, vol. 1 (75), pp. 150-163.
2. Zharkov, Ya.M. Kompantseva, L.F. Ostroukhov, V.V. Petryk, V.M. Prysiazhniuk, M.M. and Skulysh, Ye.D. (2012), *Istoriia informatsijno-psykholohichnoho protyborstva* [History of information and psychological struggle], NA SB Ukrainy, Kyiv, Ukraine.
3. Karpchuk, N.P. (2018), *Mizhnarodna informatsiia ta suspil'ni komunikatsii* [International information and public communications], Ovity, Luts'k, Ukraine.
4. Kitsa, M. (2019), “Features and methods of detection of fake information in ukrainian media”, available at: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2019/apr/16109/kitsa.pdf> (Accessed 15 Aug 2024).
5. Ozhevan, M.A. and Shevchenko, O.V. (2004), “Information war”, *Ukrains'ka dyplomatychna entsyklopediia* [Ukrainian diplomatic encyclopedia], Znannia Ukrainy, Kyiv, Ukraine.
6. Petryk, V.M. Bed', V.V. and Prysiazhniuk, M.M. (2018), *Informatsijno-psykholohichne protyborstvo* [Informational and psychological conflict], PAT «VIPOL'», Kyiv, Ukraine.
7. Polischuk, I.O. (2014), “Political media technologies”, *Visnyk natsional'noi iurydychnoi akademii Ukrainy im. Ya. Mudroho*, vol. 2, pp. 125-134.
8. Pocheptsov, H. (2008), “Information policy”, available at: <http://westudents.com.ua/glavy/52146-81-ponyattya-nformatsynovyni.html> (Accessed 15 Aug 2024).
9. Psyfactor.org (2015), “The phenomenon of Soviet propaganda”, available at: <http://psyfactor.org/lib/propaganda36.htm> (Accessed 15 Aug 2024).
10. Shveda, Yu.R. (2005), “Political parties”, *Entsyklopedychnyj slovnyk* [Encyclopedic dictionary], Astroliabiia, L'viv, Ukraine.

11. Shevtsiv, M.B. and Honcharuk, K.A. (2019), “Propaganda as a socio-political phenomenon: problems of understanding”, *Aktual'ni problemy istoryko-pravovoi ta mizhnarodno-pravovoi nauky. Pivdenno ukrains'kyj pravnychyj chasopys*, pp. 119-122.

12. Shlapachenko, V.M. (2013), “Disinformation as a method of informational and psychological influence”, *Informatsijna bezpeka liudyny, suspil'stva, derzhavy*, vol. 2 (12), pp. 78-86.

13. Aronson, E. and Pratkanys, E. (2003), *Epokha propahandy: mekhanyzmy ubezhdnye. Povsednevnoe yspol'zovanye y zloupotreblenye* [The era of propaganda: mechanisms of persuasion. Everyday use and abuse], *prajm-EVROZNAK*, St.Petersburg, Russia.

14. Bernejs, E. (2016), *Propahanda* [Propaganda], Knygu klubas, Kaunas.

15. Edelstein, A. (1997), *Total propaganda. From mass culture to popular culture*, Mahway, London, UK.

16. Pocheptsov, H.H. (2018), *Propahanda 2.0.* [Propaganda 2.0.], Foly, Khar'kov, Ukraine.

17. Publications Office of the European Union (2018), “A multi-dimensional approach to disinformation. The independent High level Group on fake news and online disinformation”, available at: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/6ef4df8b-4cea-11e8-be1d-01aa75ed71a1> (Accessed 15 Aug 2024).

18. Doob, L.W. and Robinson, E.S. (1935), “Psychology and Propaganda”, *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 179, *Pressure Groups and Propaganda*, pp. 88-95, available at: https://www.jstor.org/stable/1020283?readnow=1&refreqid=excelsior%3Af5ae5a66c0d88157386e60ee964013e1&seq=3#page_scan_tab_contents (Accessed 15 Aug 2024).

19. Doudge. R. (2006), “The Psychology of Propaganda. Religious Education”, *The official journal of the Religious Education Association*, available at: <https://zenodo.org/record/2339156#.YHdGP-gzZPY> (Accessed 15 Aug 2024).

20. EU (2019), “Code of Practice on Disinformation”, available at: <https://www.nrada.gov.ua/wpcontent/uploads/2019/09/1CodeofPracticeonDisinformation-1.pdf> (Accessed 15 Aug 2024).

21. European Commission (2018), *A Multidimensional Approach to Disinformation. Report of the Independent High-Level Group on Fake News and Online Disinformation*,: Publications Office of the European Union, Luxembourg, Europe.

22. Fallis, D. (2015), “What is disinformation?”, *Library trends*, pp. 401-426.

23. Floridi, L. (1996), “Brave.net.world: The internet as a disinformation superhighway?”, *Electronic Library*, vol. 14, pp. 509-514.

24. Jowett, G. and O'Donnell, V. (2006), “Propaganda and persuasion”, Sage publications, available at: https://books.google.fr/books/about/Propaganda_and_Persuasion.html?id=vIC92PdJ010C&redir_esc=y (Accessed 15 Aug 2024).

25. Khan, I. (2021), “Disinformation and freedom of opinion and expression”, Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression.

26. Lasswell, H. (1951), “The Strategy of Soviet Propaganda”, Proceedings of the Academy of Political Science, available at: <http://ics.leeds.ac.uk/papers/pmt/exhibits/2944/Lasswell2.pdf> (Accessed 15 Aug 2024).

27. Lasswell, H.D. (1927), *Propaganda technique in the world war*, A.A. Knopf, New York, USA.

28. Lasswell, H.D. (1927), “The Theory of Political Propaganda”, *The American Political Science Review*, pp. 627-631.

29. Nwachukwu, Egbunike. (2019), “Social media contributed to the spread of ethnocentric disinformation and propaganda during the Nigerian elections”, *GlobalVoices*, available at: <https://uk.globalvoices.org/2019/11/18/1952/> (Accessed 15 Aug 2024).

30. Pamment, J. (2020), "The EU's Role in Fighting Disinformation", Crafting A Disinformation Framework. Carnegie Endowment for International Peace, available at: <https://carnegieendowment.org/2020/09/24/eu-s-role-in-fighting-disinformation-crafting-disinformation-framework-pub-82720> (Accessed 15 Aug 2024).
31. Study Lecture Notes (2024), "Propaganda Definition, Meaning, Types, Techniques & Examples", available at: <https://studylecturenates.com/propaganda-definition-meaning-types-techniques-examples/> (Accessed 15 Aug 2024).
32. Department of the Army (2003), Psychological Operations Tactics, Techniques, and Procedures. Headquarters. Department of the Army. Field Manual, vol. 3-05.301, Washington, DC, USA.
33. Nelson, R. A. (1996), A Chronology and Glossary of Propaganda in the United States, Westport, Conn. Greenwood Press, London, UK, available at: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08821127.1997.10731916> (Accessed 15 Aug 2024).
34. Shultz R. and Godson R. (1984), "Dezinformatsia: Active Measures in Soviet Strategy", Pergamon-Brassey's, pp. 37-38.
35. Vilmer, J.-B. and Escorcía, A. (2018), "Information manipulation: a challenge for our democracies. Policy Planning Staff (CAPS) of the Ministry for Europe and Foreign Affairs and the Institute for Strategic Research (IRSEM) of the Ministry for the Armed Forces", available at: https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/information_manipulation_rvb_cle838736.pdf (Accessed 15 Aug 2024).
36. Wardle, C. and Derakhshan, H. (2017), "Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking", Council of Europe, available at: <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/information-disorder> (Accessed 15 Aug 2024).

Стаття надійшла до редакції 20.08.2024 р.