

11. Перемовини з Лавровим щодо війни Росії проти України. Брифінг Кулеби. *Суспільне. Новини*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=NPeZ5-fky08>
12. Президент Росії. *Стенограми*. URL: <http://kremlin.ru/events/president/transcripts>
13. Президент України. Промови та звернення. URL: <https://www.president.gov.ua/news/speeches>
14. Телеграм-канал Слуцький. URL: https://t.me/slutsky_1
15. Упущений мир: стаття Бориса Грызлова в «Российской газете». *Посольство Російської Федерації в Республіці Беларусь*. 2023. URL: https://belarus.mid.ru/ru/press-centre/news/upushchennyu_mir_statya_borisa_gryzlova_v_rossiyskoy_gazete/

Вихристюк Вікторія

Донецький національний університет імені Василя Стуса

ПЕРЕОСМИСЛЕННЯ СУТНОСТІ ПРОПАГАНДИ

Ключові слова: пропаганда, інформаційна війна, інформаційні операції, ЗМІ.

Keywords: propaganda, information warfare, information operations, mass media.

Той факт, що війни породжують інтенсивні пропагандистські кампанії, змушив багатьох людей вважати, що пропаганда – це щось нове і сучасне. Однак правда полягає в тому, що пропаганда має довгу історію, протягом якої вона неодноразово переосмислювалася. Битва за людські уми така ж давня, як і історія людства. Американські дослідники Г. Джоветт і В. О’Доннелл надають чудову історичну довідку пропаганди у книзі «Пропаганда і переконання»:

– Давньогрецький полководець Фемістокл у 480 році до н. е. використав дезінформаційну кампанію, щоб заманити Ксеркса у морську битву біля Саламанської протоки. Протока була настільки вузькою, що великий перський флот не міг маневрувати. Це допомогло грекам, які переважали чисельно, перемогти Ксеркса.

– Пропаганда широко використовувалася в Римській імперії, Юлій Цезар був винятково вправним у цьому.

– Папа Римський Урбан II використовував релігійну пропаганду, щоб заручитися підтримкою хрестових походів (XII–XIII ст.) [8, 47].

Термін «пропаганда» вперше увійшов у широкий вжиток у Європі завдяки місіонерській діяльності католицької церкви. У 1622 р. Папа Григорій XV створив у Римі Конгрегацію поширення віри. Це була комісія кардиналів, яка займалася поширенням віри і регулюванням церковних справ у язичницьких землях. За Папи Урбана VIII було створено Колегію Пропаганди, яка готувала священників для місій. За своїм походженням слово «пропаганда» є давнім і почесним. Релігійна діяльність, яка була пов’язана з пропагандою, викликала шанобливу увагу людей. Лише в пізніші часи це слово почало мати егоїстичну, нечесну або підливну асоціацію [6].

Варто зазначити, що слово «пропаганда» не було в широкому вжитку ще в XVIII і XIX ст. Сильним поштовхом до його застосування стала Перша світова війна (1914–1918 рр.). Більшість пропагандистського матеріалу містила в собі перебільшення і брехню. У Великій Британії було створено так зване Бюро вій-

ської пропаганди (1914 р.), яке пізніше перейменовано в Управління військової інформації. У Франції при другому відділі Генерального штабу Міністерства оборони був створений відділ Служби військової пропаганди (1915 р.). Обидві установи займалися розповсюдженням пропаганди серед військових і цивільних осіб інших держав.

Негативне ставлення до пропаганди, характерне для ХХ ст., було насамперед результатом асоціації цього слова з діями, які здійснювались у воєнний час, та засуджувались як такі. Ця тенденція продовжилась і під час Другої світової війни. У Третньому Рейху, наприклад, існувало Міністерство пропаганди та громадської просвіти. В СРСР так званий агітпроп, тобто відділ агітації та пропаганди при ЦК КПРС [3, 120].

Е. Кріс та Н. Лейтес виділяють основні пункти, за якими пропаганда під час Другої світової війни відрізнялась від попередньої, що проводилась у період Першої світової війни, та зводять їх до такого:

1. Пропаганда носила більш тверезий характер, оскільки використовувалось менше слів із високим оцінним потенціалом.
2. Була менш моралістичною, акцент робився на фактичних даних на шкоду висловлювань яких-небудь переваг.
3. У ній містилось більше важливої інформації [9].

У наш час швидкі темпи глобалізації та розвитку технологій спричинили зміну природи використання пропаганди. Більшість людей навіть не усвідомлюють, коли споживають пропаганду, адже вона вже повністю інтегрована в повсякденне життя. Сучасні втілення пропаганди включають ЗМІ, соціальні мережі, рекламу, релігійні організації, зв'язки з громадськістю, виборчі кампанії тощо. За цих умов людство почало активно застосовувати інформаційно-психологічні операції. Як наслідок – виникає новий інформаційний вид протиборства, головною небезпекою якого є інформаційна війна, невід'ємною частиною якої стає пропаганда.

Один із найбільш відомих дослідників психологічної війни П. Лайнбарджер визначив пропаганду як «організоване переконання без застосування насильницьких заходів». Він уважав, що сучасні війни не можуть проводитися без пропаганди, оскільки вона є дієвим засобом ненасильницького таємного примушення людини: «пропаганда може стати дійсно зброєю психологічної війни, науковою за духом і перетвореною на мистецтво, якщо проведення пропагандистських операцій буде контролюватися на основі наукових методів» [4].

У науковій статті В. О. Васишин зазначає, що під пропагандою розуміється певна форма комунікації, яка виражається в поширенні фактів, аргументів, чуток та інших відомостей з метою впливу на стан суспільної думки чи громадської позиції та її (пере)формування в інтересах того, хто здійснює зазначену пропаганду [1].

Підсумовуючи, можемо дійти висновку, що елементами пропаганди пронизана вся світова історія. Першочергово пропаганда не мала негативної конотації, однак із часом це переросло у повноцінні інформаційні кампанії, що стало логічним результатом переходу суспільства від індустріального до постіндустріального (інформаційного), прискорення процесу глобалізації та науково-технічної

революції. Сьогодні ми можемо говорити вже про цілу систему впливу на свідомість суспільства, яку найчастіше використовують тоталітарні або авторитарні режими для досягнення своїх агресивних цілей.

Джерела та література

1. Василюшин В. Основні підходи до розуміння пропаганди тероризму. *Інформація і право*. 2016. № 2(17). С. 99–105.
2. Волковский Н. Л. История информационных войн: т. 2 (XX век) / ред. И. Петрова. Санкт-Петербург: Полигон, 2003. 736 с.
3. Історія інформаційно-психологічного протидіювання: підруч. / за заг. ред. Є. Скулиша. Київ: Науково-видавничий відділ Національної академії СБ України, 2012. 212 с.
4. Лайнбарджер П. Психологическая война / ред. Н. Берникова. Москва, 1962. 350 с. URL: <file:///C:/Users/1/Downloads/95e98e93d636e309cb14ddc4e074041d.pdf>
5. Петрик В. Сутність інформаційної безпеки держави, суспільства та особи. *Юридичний журнал*. 2009. С. 122–135.
6. American Historical Association. What is propaganda? *Illinois State Library: World War II – Documents (Illinois Digital Archives), 1944. G. I. Roundtable Series, EM 2*. 47 p. URL: <http://www.idaillinois.org/iif/info/isl3/14580/manifest.json><http://www.idaillinois.org/iif/info/isl3/14580/manifest.json>
7. Jowett G. Propaganda and persuasion. 4th ed. Thousand Oaks, Calif: Sage, 2006. 422 p.
8. Jowett G., O'Donnell V. Propaganda and Persuasion. 7th ed. Thousand Oaks, Calif: Sage, 2018. 416 p.
9. Kris E., Leites N. Trends in twentieth century propaganda. *Psychoanalysis and the Social Sciences*. 1947. № 1. P. 393–409.

Анісов Артур

Донецький національний університет імені Василя Стуса

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА АМЕРИКАНО-КИТАЙСЬКІ ВІДНОСИНИ

Ключові слова: *Китай, США, конфронтація, інформаційні технології, міжнародна політика.*

Keywords: *China, USA, confrontation, information technologies, international policy.*

Сучасний стан відносин між Сполученими Штатами та Китаєм характеризується відносною напруженістю. За останнє десятиліття, відколи Китай вийшов на такий рівень економічного та технологічного розвитку, що став мало поступатися, а подекуди й випереджати США, відносини між цими державами також вийшли на рівень своєрідної конфронтації, що відображає суперництво цих двох суб'єктів політики за вплив на світовому рівні. Протистояння має багато вимірів, однак у сучасну епоху, коли в найбільш розвинені держави вже прийшло становлення інформаційного суспільства, залишається важливим виявити тенденції у відносинах між США та КНР під впливом інформаційних технологій.

Мета дослідження – з'ясувати вплив інформаційних технологій на американо-китайські відносини.

Активізація інформаційно-технологічних сутичок між США та КНР припала на перші роки після приходу до влади Сі Цзіньпіна у Китаї, коли було онов-