

5. Tesich, Steve A Government of Lies. The Nation, January 1992, p. 12–14.

6. The Oxford English Dictionary. 2016. Post-truth. URL: https://www.oed.com/dictionary/post-truth_adj

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-443-9-4>

«ФОРМАТУВАННЯ» МАСОВОЇ СВІДОМОСТІ ЧЕРЕЗ ПРОПАГАНДУ В ЗМІ

Вернудіна І. В.

доктор філософських наук, психолог,

доцент кафедри мовної та психолого-педагогічної підготовки

Одеського національного економічного університету

м. Одеса, Україна

1933 року Йозеф Геббельс отримує портфель першого і останнього в світі міністра народної освіти і пропаганди (щоправда, в СРСР увесь час і на всіх рівнях існували відділи агітації та пропаганди) і відразу ж починаються заборони «неправильних» книг та газет. «Закон про редакторів» зобов'язує журналістів працювати «згідно з націонал-соціалізмом як життєвою філософією і концепцією державного управління» [1]. Складаються списки «корисної» та «шкідливої» літератури, шкідливу прилюдно спалюють, викрикуючи спеціально підготовані гасла. Головною зброєю пропаганди Геббельса стає радіо: всі радіостанції переходять під контроль міністерства пропаганди, прослуховування іноземних радіопрограм стає кримінальним злочином, в громадських місцях масово розвішують гучномовці. Завдання свого міністерства Геббельс втілював у понятті «ментальна мобілізація» [2]. Риторика держави радикалізується.

Основні принципи геббельсівської пропаганди:

- принцип напівправди: будь-яке неправдиве повідомлення повинно містити бодай один факт усім відомої правди – так легше повірити;
- принцип «великої брехні»: «Чим жадливіша брехня, тим охочіше в неї вірять» (Гітлер, «Майн Кампф»);
- принцип простоти: прості, майже примітивні повідомлення легше запам'ятовуються;
- принцип зрозумілості: слід обирати мову, зрозумілу конкретній аудиторії;

– принцип повторення: якщо одну й ту саму брехню повторювати багато разів, вона стає правдою.

Слова не прозвучали марно – за ними почала литися кров і призвела до одного з найстрашніших злочинів в історії – Голокосту. «Такий підхід виявився надефективним. Йозеф Геббельс створив з Гітлера нове божество для німецького народу, з націонал-соціалізму – нове Священне писання, схилив почати війну і влаштувати геноцид» [1].

Густава Марка Гілберта, офіцера військової розвідки США, перекладача, психолог-експерта і журналіста після закінчення Другої світової війни було залучено до роботи Міжнародного військового трибуналу в Нюрнберзі. Він мав вільний доступ до обвинувачених і намагався зрозуміти їхнє справжнє ставлення до того, що відбувалося у роки війни. Його методика полягала в невимушених розмовах із ними віч-на-віч і згодом отриманий матеріал втілювався у «Нюрнберзькому щоденнику» (1947). Прикметними є письмові коментарі декого з підсудних, зроблені на полях тексту висунутих їм звинувачень: «Переможець завжди суддя, а переможений – обвинувачений!» (Герман Геринг, рейхсмаршал); «Антисемітизм був лише необхідним оборонним заходом» (Альфред Розенберг, провідний нацистський філософ) [3, с. 1].

18 квітня 1946 р., з розмови з Г. Герінгом: «Звичайно, народ війни не хоче. З якого дива якомусь біднякові-селянину ставити на карту своє життя... Простий народ до війни не прагне... Це зрозуміло. Але зрештою політику країни визначає вождь, і не важко вмовити народ погодитися піти на війну, причому державний устрій особливої ролі не відіграє – чи це фашистська диктатура, чи комуністична, чи парламентська демократія. ...Народ, незалежно від того, чи наділений він виборчим правом чи ні, завжди можна змусити коритися фюреру. Це неважко. Потрібно лише одне – заявити народу, що на його країну напали, звинуватити всіх пацифістів у відсутності почуття патріотизму і стверджувати, що вони наражають країну на небезпеку. Такий метод спрацьовує у будь-якій країні» [3, с. 90].

З лекції на форумі для блогерів і журналістів рф однієї з найцинічніших пропагандисток від журналістики, ведучої тв-програми «60 мінут» країни-окупанта 19 квітня 2024 р., пряма мова: «Не до кінця має значення, що конкретно відбувається. Зверніть увагу, відбуватися може одна й та сама подія, але інтерпретація цієї події має значення. Це те, що у сучасному світі, напевно, прийнято називати епохою постправди, коли є правда чи, можливо, правди нема. Тобто, не важливо, що було завдано удару. Ну як... Важливо, але не в цьому сакраментальний зміст. Важливо, яке саме ми з вами чи вони для нас сформують ставлення до цього удару. Їхня інтерпретація: наш удар по

Харківській області – прояв агресії. Для нас все те, що ми зараз робимо в Харківській області, це створення санітарної зони. І якщо ми з вами вважаємо себе патріотами, то краще належати до державної точки зору та працювати на державу. Це теж, мабуть, хтось назве пропагандою, але це буде пропаганда здорового глузду, пропаганда інтересів твоєї країни, хай навіть агресивне нав'язування інтересів твоєї країни. Об'єктивної інформації не існує, є лише інформація, за яку хтось заплатив. Є лише інформація, яка переслідує чийсь цілі». Відеозапис у відкритому доступі на YouTube.

Це, по факту, абетка сучасної роспропаганди, інструкція з її застосування, майстер-клас від однієї з найуспішніших і найкривавіших «постправдисток» рашизму. Ідеї Третього райху живуть і процвітають.

Як зазначав свого часу видатний харківський психолінгвіст і філософ мови Олександр Потебня, слово, його поліфункціональна впливовість на мисленнєві структури мозку здатна втілити не тільки перебіг думок особистості, а й емоції, почуття, настрої і бажання, передаючи при цьому й утаємничені процеси, що відбуваються у психіці людини. «Мова – творить думку» [4], писав він, і сьогодні справедливості міркувань українського ученого відчувається особливо гостро.

Тому досі актуальним залишається подальше ґрунтовне дослідження феномену *масової свідомості*. Масова свідомість є одним з різновидів суспільної свідомості, що виявляє себе у конкретних, практичних формах реалізації і притаманна великим неструктурованим спільнотам людей. Вона проявляється як на груповому, так і на індивідуальному рівнях і діє тоді, коли за певних умов і обставин у значної кількості різних – великих і малих – суспільних груп відбувається збіг певних складових свідомості. Масова свідомість – це уявлення, норми та цінності маси людей, що оформилися у процесі їх спільного буття, спільних соціально-політичних реалій, інформаційних потоків тощо.

Х. Лассвелл у своїй роботі «Структура та функції комунікації у суспільстві» (1948) структурував складні і розгалужені процеси суспільної комунікації за п'ятьма напрямками: «хто говорить?», «що говорить?», «через який канал?», «кому говорить?» і «з яким результатом?» [5, с. 90]. Логічною, у зв'язку з цим, постає потреба бодай побіжно торкнутися явища *маніпулювання* суспільною свідомістю, яке справедливо має стійкі негативні конотації. Окрім того, що воно є складовою вивчення соціально-комунікаційних технологій, це ще й надзвичайно дієвий спосіб управляти людьми. «З часу зародження комунікації між людьми маніпуляція розвинулася із примітивного обману до справжнього мистецтва. Мистецтва бути

непомітним для об'єкта і водночас якнайефективніше досягнути поставленої цілі» [6, с. 23].

Отож, маніпуляція – це різновид психологічного впливу, який здатен змінювати психоемоційні стани людини, її установки та цінності непомітно для неї самої і спонукати (по суті: примушувати) до таких дій і вчинків, які людина не здійснила б з власної волі. В основі маніпулювання – цілеспрямований процес навіювання.

Варто підкреслити, що психіка людини вразлива до будь-яких впливів. У нормі вона «відкрита» для стимулів, які викликають певні психічні стани і сприймає їх як об'єктивне відображення дійсності. Психіка є такою філогенетичною субстанцією, що «вірить» будь-якій інформації, як завжди «вірила» природним сигналам: запаху, світлу, швидкості чи силі руху тощо і позбавлена вродженого імунітету (захисту) від інформації, яка часто не має нічого спільного з реальністю. Тому надзвичайно ефективним, на думку сучасного українського філолога Г. Почепцова, є використання з пропагандистською метою науки, зокрема історії. «Її використовують усі країни, – пише він, – як і всі країни створюють зі своїх міністерств освіти міні-міністерства пропаганди» [2]. З дитинства в головах дітей безперешкодно формується та модель і картина світу, яку сповідує їх держава, користуючись тим, що власної картини світу у дітей ще немає.

Тож саме з вразливістю людської свідомості, за Х. Лассвеллом, слід пов'язувати силу і вплив пропаганди на людей, а не лише із вправністю пропагандистів та характером повідомлень. Американський соціолог і політолог слушно вважав, що будь-яка економічна криза чи політичний конфлікт є потенційно небезпечними, оскільки здатні призводити до масового психозу і поглиблювати схильність індивідів до пропагандистського впливу.

Про психоемоційні фактори і вразливість людської психіки під час війни годі й говорити. Сьогодні це накладає на журналістів та інших працівників масмедіа потрійну відповідальність за емоційні стани людини й суспільства, за ментальне здоров'я нації і здатність кожного з нас зберігати психологічну стабільність, уміння протистояти, амортизувати, убезпечувати себе й близьких, захищатися й чинити опір шаленій силі інформаційних потоків, у коловороті яких опинилася Україна й українці.

Література

1. Прокопенко С. Геббельс – злий геній пропаганди. URL: https://was.media/2022-06-21-gebbels-zlij-genij-propagandi/?gad_source=1&gclid=CjwKCAjw68K4BhAuEiwAyIp3kpWHxaaT_jZaOs7-7xjv0I-vEnmgnXUENn8BeOr377ZwhVLPB953GxoC4EcQAvD_BwE

2. Почепцов Г. Феномен нацистської пропаганди. *Главком*. 5 серпня, 2015.

3. Гілберт Г. М. Нюрнбергський щоденник. URL: http://loveread.ec/read_book.php?id=74235&p=1

4. Потебня О. О. Думка і мова. Київ : Синто, 1993. 192 с.

5. Lasswell, Harold Dwight (1948). The Structure and function of communication for society. *The Communication of Ideas: Harper and Brothers*. P. 215–228.

6. Островська Н. В. Прикладні соціально-комунікаційні технології [Електронний ресурс] : навчальний посібник / Н. В. Островська. Електрон. дані. Запоріжжя : ЗНТУ, 2017.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-443-9-5>

FACT-CHECKING CHALLENGES OF DIGITAL POPULISM IN THE "TRUTH DECAY" ERA

Garaschuk D. V.

*Ph. D student at the Department
of International Relations and Political Management*

Serhieiev V. S.

*Doctor Habilitated in Political Science,
Professor at the Department of International Relations
and Political Management
Zhytomyr State Technological University
Zhytomyr, Ukraine*

The rise of digital populism has significantly reshaped the landscape of political communication. This shift has been facilitated by social media, which enables direct engagement with supporters, bypassing traditional media filters [1]. At the same time, the phenomenon of "truth decay" – the diminishing reliance on facts and rational discourse – has undermined the public's ability to discern accurate information, posing challenges for fact-checking efforts [2]. This essay explores the challenges associated with fact-checking digital populism within the context of truth decay, examining the roles of misinformation, echo chambers, cognitive biases, and public distrust in fact-checking entities.