

Пропагандистські наративи в політичних комунікаціях

Пропагандистські наративи виступають одним з найвпливовіших інструментів політичних комунікацій, зокрема під час війн. Засоби, методи, прийоми пропаганди використовуються в мас- та соціальних медіа, зокрема велика кількість каналів комунікації, які розповсюджують міс- та дезінформацію, фальшиві новини, деструктивні наративи, інтерпретації тощо.

Пропагандистські наративи під час російсько-української війни є невід'ємною частиною політичних комунікацій як всередині країн, так і в міжнародній сфері. Пропаганда поширюється за допомогою різних інформаційних каналів та безлічі способів подачі повідомлень в інформаційному просторі, а також залучає лідерів громадської думки та політичних акторів у публічному просторі.

Вивчення політичної комунікації полягає, на думку М. А. Демасі та ін., у розумінні процесів реальної політики, а не якоїсь абстрактної сутності, що впливає на життя суспільства. Комунікація, її форми та зміст, є основою політичної культури. Тому вчені наполягають розглядати «політичні комунікації» в контексті медіа досліджень та комунікацій [1, 7].

На думку М. Остапенко, сучасні політичні комунікації враховують принципи «технологічного функціонування, що стандартизують, уніфікують та систематизують політичні процеси й відносини» [2, 144]. На її думку, удосконалення технічних засобів передачі інформації може вплинути на перенесення центру політичної взаємодії до сфери аудіовізуальних мас- та соціальних медіа, яким притаманні комерціалізація, театралізованість, сенсаційність, перекручення фактів, ірраціональне відображення інформації з політичної тематики [2, 144].

Пропаганда виявляється у новинах як спосіб сприйняття реальності. Р. Гоббс виділяє наступні засоби посилення сучасної пропаганди: фейкові новини; міс- та дезінформація; спонсорований контент; партизанські новини; теорія змов та псевдонауковий підхід; містифікація; сатиричні прийоми; меми; пародії; контент ботоферм, фабрик тролів; прийом «шкарпеткової ляльки» як чорної пропаганди з метою створення фейкового іміджу/характеру; проплачені урядом новини; помилки в матеріалах журналістів [3, 104].

Наратив можна розглядати в кількох аспектах. По-перше, це інструмент утримання соціальної системи в стабільності або виведення її з такого роду стану. Пропагандистський наратив представляє ідеологію, конкретний погляд на світ, позиціонування, формує образ ворога чи героя як ідеалу, до якого необхідно прямувати. Це розповідь, історія, які сприймаються аудиторією за допомогою фреймів. Пропагандистські наративи дозволяють аудиторії пов'язувати політичні явища у зрозумілі сюжетні лінії. Вони використовуються для просування необхідних пропагандисту тлумачень дійсності.

За допомогою прийоми типізації в пропаганді чітко окреслені герої та антигерої. Вони створюються радикально протилежними один одному. Деякі відомі архетипи використовуються в наративах. Наприклад, російські пропагандисти створили причину війни «денацифікацію» з відсилкою на Другу світову війну та боротьбу з нацизмом.

Пропагандистські наративи завжди мають приховані спеціальні цілі того, хто створив та поширює інформацію, яка спонукає до дій, зміни моделі поведінки, картину світу в цілому. Прихований вплив діє через фальшиві новини, політичні промови та інші деструктивні повідомлення. Такі наративи наявні в інформаційних, смислових і когнітивних війнах. Наративи послідовно інтерпретують певну політичну проблему за допомогою різних фреймів.

В контексті деструктивного сторітелінгу пропагандистські наративи можуть поширювати певну ідеологію. Наприклад, на думку І. Генкель дебати щодо Брекзиту та висвітлення новин, які передували їм протягом десятиліть, можна розглядати як приклад того, як політична журналістика стає демократично дисфункціональною під впливом деструктивного сторітелінгу. Це можлива історія, яка подається за допомогою серії фальшивих новин, системної дезінформації, деструктивних наративів, які об'єднані однією темою [4, 4].

Інформаційна агресія, мова ворожнечі, наративи притаманні сучасній проросійській пропагандистській комунікації під час російсько-української війни [5, 7]. У соціальних мережах та месенджерах проявляються ці особливості тенденційно.

Серед наративів про «демлітаризацію» та «денацифікацію» було демонізовано полк «Азов» за тим самим принципом, як і до цього – «Правий сектор». На початку російського повномасштабного вторгнення в Україну було запущено наступні пропагандистські наративи в контексті політичної сфери: «Через два-три дні все закінчиться, коли прийде нова влада, буде хліб і вода», «України як держави більше немає», «Збройні сили капітулювали», «Влада всіх вас кинула», «Ми (РФ – авт.) не нападаємо, а захищаємося», «Всі звинувачення на нашу адресу засновані на фейках та інсценуваннях», «Вісім років бомбили Донецьк» тощо [6, 237].

На думку Д. Самігіна, «залякування є елементом терористичної стратегії. При цьому є прямі та непрямі жертви. Адаже є насилля, а є похідний психологічний ефект від нього. Мета полягає не лише у впливі на безпосередню жертву, а й у формуванні відповідних моделей поведінки для всієї групи, зокрема й свідків через інформаційний вплив» [7]. Тобто не лише пропагандистські наративи, інформаційна агресія в мас- та соціальних медіа, але й ІПСО спрямовані саме на сприйняття інформації аудиторією.

В умовах російсько-української війни Facebook розгортає в Україні мережу фактчекерів, намагаючись усунути дезінформацію, YouTube блокує канали, пов'язані з російськими державними ЗМІ по всьому світу. Обидві платформи запровадили обмеження, що виходять за рамки правових вимог, передбачених санкціями США та ЄС проти Росії. На відміну від них Telegram і TikTok не вжили заходів обмеження дезінформації на своїх платформах, окрім дотримання санкцій ЄС щодо російських державних ЗМІ. Відмінності в реакції платформ відображають державний і громадський тиск, якому піддаються різні

платформи. Загалом, американські платформи зайняли більш жорстку позицію щодо обмеження російської дезінформації, ніж їхні міжнародні колеги Telegram і TikTok. Різниця в політиці соціальних мереж, їхні зусилля з обмеження дезінформації та географічний доступ стають потужними чинниками не лише того, як аудиторія сприймає новини про російсько-українську війну в усьому світі, але й наративів, які включають місінформацію, дезінформацію, чорну пропаганду. Зростаюча роль соціальних мереж у формуванні наративів щодо геополітичних питань, зокрема російсько-української війни, викликає протидію з боку урядів, як демократичних, так і авторитарних. Це сприяло тенденції до запровадження урядами деяких країн обмежень на використання громадянами соціальних мереж та інтернету в цілому. Наприклад, Росія обмежила свою інтернет-активність з 2012 року, але збільшила інтенсивність репресій проти дисидентів, інакомислення в Інтернеті та незалежних ЗМІ напередодні і після повномасштабного вторгнення в Україну [8].

Таким чином, пропагандистські наративи в контексті політичних комунікацій спрямовані на вплив і зміни в реальній дійсності функціонування конкретної держави та її суспільства. Вони можуть будуватися на деструктивному сторітелінгу, великої кількості каналів комунікації та різних форм подачі фальшивих новин, міс- та дезінформації, «шкарпеткових ляльок», ЛОМів, діпфейків, фейкових повідомлень в месенджерах.

References

1. Mirko A. Demasi, Shani Burke, Cristian Tileagă/ Political Communication: Discursive Perspectives (Palgrave Studies in Discursive Psychology) 1st ed. 2020 Edition. UK: PALGRAVE STUDIES IN DISCURSIVE PSYCHOLOGY. 326 p.
2. Остапенко М. Політична комунікація: теоретичні аспекти дослідження. *Політичний менеджмент*. 2012. № 3. С. 135-144.
3. Hobbs R. Mind Over Media: Propaganda Education for a Digital Age. New York. W. W. Norton & Company. 2020. 368 p.
4. Henkel I. Destructive Storytelling: Disinformation and the Eurosceptic Myth that Shaped Brexit. UK: Springer International Publishing, 2022. 197 p.
5. Melnykova-Kurhanova O. S. TRANSFORMATION OF PROPAGANDA COMMUNICATIONS IN UKRAINE: A COMPARATIVE ASPECT. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. Том 33. Вип. 6. Київ: Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського, 2022. с. 214-219.
6. Мельникова-Курганова О.С. Пропагандистські методи в інформаційному просторі під час війни в Україні. Право і суспільство: актуальні питання і перспективи розвитку. Полтава, Астроя. 2022. С. 236-237.
7. Самигін Д. Про основні пропагандистські наративи, які Кремль просував протягом півроку повномасштабної війни. URL: <https://detector.media/withoutsection/article/202304/2022-08-29-pro-osnovni-propagandystski-naratyvy-yaki-kreml-prosuvav-protyagom-pivroku-povnomasshtabnoi-viyny> (дата звернення: 05.04.2023).

8. Perez Ch. Information Warfare in Russia's War in Ukraine. URL: https://foreignpolicy.com/2022/08/22/information-warfare-in-russias-war-in-ukraine/?fbclid=IwAR0IbAlkQLTeLdoZ-9QVcXJ5hoUl6W1z_yiLBVj85_v-bnYz6JhH1vi5-m8 (дата звернення: 05.04.2023).