

ПРОПАГАНДА ЯК ФОРМА КОМУНІКАЦІЙНИХ ЗВ'ЯЗКІВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Визначено та описано типи та особливості пропаганди.

Ключові слова: пропаганда, інформація, джерело, громадська думка.

Abstract

Types and features of propaganda are defined and described.

Keywords: propaganda, information, source, public opinion.

Вступ

Завдяки сучасному інформаційному простору сьогодні доступна інформація як у малому, так і у великому масштабах. Правдива і неправдива, безпечна і шкідлива, вона у будь-якому вигляді впливає на свідомість людини. Поширення неправдивої інформації може здійснюватися різними шляхами та способами. Особливої уваги заслуговує характеристика одного із найбільш поширених способів висвітлення неправдивої інформації «пропаганди».

Результати дослідження

Пропаганда вже давно шириться по всьому світу. Швидкий погляд на історію показує кілька прикладів використання пропаганди. Промови Демосфена проти македонців були насичені пропагандистськими прийомами. Першохристиянські місіонери, зокрема, і майже всі інші релігії загалом, значною мірою покладалися на методи пропаганди для поширення «слова Божого». Папа Григорій XV створив Інститут католицької пропаганди в 1633 році для підтримки їхньої справи. Проте широкомасштабне застосування цих методів, і це також з руйнівними наслідками, мало місце під час світових воєн, коли «паперові кулі» вважалися такими ж руйнівними, як свинцеві кулі. Пропаганду можна вважати формою спілкування з єдиною метою задоволення потреб пропагандиста. Він намагається викликати реакцію в аудиторії, відповідаючи власному порядку денному пропагандиста. Пропаганда є потужним інструментом, який може формувати громадську думку та впливати на зміну поведінки [1].

Тому важливо зазначити, що пропаганда полягає не тільки в донесенні ідей та думок до мас, щоб впливати на їхні думки та дії. Саме заряджений стиль спілкування з використанням омнібусних символів і заряджених слів для розпалювання емоцій у масах певним чином відокремлює пропаганду від інших форм комунікації. Ідея полягає в тому, що, приймаючи рішення або вживаючи заходів, люди часто використовують когнітивні ярлики замість більш раціонального підходу, і тому схильні до маніпуляцій з боку пропагандиста. Сучасна масова комунікація, як політичними партіями, так і корпораціями, значною мірою покладається на ці методи. У нашому дослідженні ми намагаємося вивчити пропаганду, її використання в історії та сучасному світі, а також різні наукові галузі, які сприяли розвитку пропагандистської літератури.

Оскільки пропаганда має труднощі через її негативний підтекст, важливо розрізняти різні типи пропаганди [2]. Це також допомогло б нам розрізняти позитивну сторону від негативної. З одного боку, пропаганда може бути використана для підбурювання мас до певних цілей, а з іншого боку, вона може бути використана навіть для того, щоб з'єднати їх у один натовп. Існуюча література визначає такі три види пропаганди.

Біла пропаганда Це тип пропаганди, де відомо походження інформації, а вміст вважається правдивим. Це, за визначенням, охоплює більшість реклами компаній або урядів. Прикладом білої пропаганди може бути державна комунікація, щоб утримати водіїв від водіння в нетверезому стані. Так само компанії, які рекламують свою продукцію з несуттєвими заявами, можна вважати білою

пропагандою. Однак важливо зазначити, що це має дві перевірки, які необхідно очистити, тобто, навіть якщо джерело відомо, але сама інформація є неправдивою, це не можна назвати білою пропагандою. Наприклад, якщо уряд публікує дані про ефективність системи соціального забезпечення, а самі дані є шахрайськими та/або ненадійними, то це не буде вважатися білою пропагандою, незважаючи на відоме джерело.

Чорна пропаганда У цьому типі пропаганди походження джерела невідоме, а інформація, що передається, є неправдивою. Цей тип пропаганди досить поширений у військових зусиллях і політичному маркетингу, де правда може не виявитися. Наприклад, війна під проводом США в Іраку дає численні приклади, коли пропагандистський механізм США забезпечував передачу американському населенню достатньої кількості неправдивої інформації, щоб підтримувати громадську думку на користь війни. Інша справа – дезінформація. Термін, що використовується для визначення пропаганди [2]. Він використовує секретну та невірну інформацію, тому вважається чорною пропагандою.

Сіра пропаганда. Це тип пропаганди, який пропагандисти та експерти зі зв'язків з громадськістю абсолютно приймають. Тут підозріло джерело інформації, а правдивість інформації також сумнівна. Це дає пропагандисту дві переваги: по-перше, дуже важко визначити цей тип пропаганди, оскільки він зазвичай містить певну долю правди; по-друге, автори мають повну силу заперечення, оскільки джерело є підозрілим, і тому вони можуть використовувати таку техніку знову і знову. Тож, як не дивно, сіра пропаганда.

Висновки

Пропаганда є потужним інструментом для просування певної ідеології. Широкомасштабне застосування пропаганди спостерігається в політичному та корпоративному маркетингу. Використання пропаганди має подібний прихований вплив на світ. Встановлення впливу пропаганди на суспільство могло б відкрити шлях для нових теоретичних розробок навіть у суміжних сферах політики та прийняття рішень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Денисюк С. Г. Комунікологія: навчальний посібник / С. Г. Денисюк – Вінниця, ВНТУ, 2020 – С.6-7.
2. Відмінність між журналістикою та пропагандою [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://studfiles.net/preview/2265389/page:7/>
3. Пропаганда для початківців. Електронний журнал «Новий час». [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://magazine.nv.ua/journal/2978-journal-no-3/propahanda-dlja-chajnikov.html>.

Осипенко Ірина Віталіївна — студентка групи ІСТ-206, кафедра автоматизації та інтелектуальних інформаційних технологій, факультет комп'ютерних систем і автоматики, Вінницький національний технічний університет, Вінниця. e-mail: student.osypenko@gmail.com

Науковий керівник: **Корнієнко Валерій Олександрович** — кандидат історичних наук, доктор політичних наук, професор, завідувач кафедри суспільно-політичних наук, академік Української Академії політичних наук. Вінницький національний технічний університет, Вінниця. e-mail: kornienko@vntu.edu.ua.

Osypenko Iryna Vitaliivna — Faculty of Computer Systems and Automatics, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: student.osypenko@gmail.com

Supervisor: **Kornienko Valeriy Oleksandrovysh** - Candidate of Historical Sciences, Doctor of Political Sciences, Professor, Head of the Department of Social and Political Sciences, Academician of the Ukrainian Academy of Political Sciences. Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia. e-mail: kornienko@vntu.edu.ua.