

ПРОПАГАНДА В ХХІ СТОЛІТТІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У цій доповіді розглядається вплив сучасних технологій на пропаганду, зокрема роль соціальних мереж у маніпуляції громадською думкою. Особливу увагу приділено тому, як цифрові інструменти змінюють способи поширення ідеологічних повідомлень і підвищують ефективність пропаганди в різних контекстах.

Ключові слова: пропаганда, цифрові технології, соціальні мережі, маніпуляція, фейкові новини, політичний вплив, контроль інформації, критичне мислення, демократія, цифрова ера, соціальна поляризація.

Abstract

This article explores the impact of modern technologies on propaganda, particularly the role of social media in manipulating public opinion. It focuses on how digital tools are changing the ways ideological messages are spread and enhancing the effectiveness of propaganda in various contexts.

Keywords: propaganda, digital technologies, social media, manipulation, fake news, political influence, information control, critical thinking, democracy, digital age, social polarization.

Вступ

Пропаганда в ХХІ столітті стала важливим інструментом маніпуляції громадською думкою, змінивши свою форму завдяки технологічним інноваціям та розвитку інтернету. Якщо раніше основними інструментами пропаганди були газети, радіо та телебачення, то в епоху цифрових технологій ситуація кардинально змінилася. Можливості соціальних мереж, таких як Facebook, Twitter, Instagram, значно розширили потенціал маніпулювання громадською думкою. Завдяки алгоритмам, що персоналізують новини та рекламні меседжі, пропагандисти можуть тепер цілеспрямовано впливати на конкретні групи людей, що робить їх вплив ще ефективнішим. Такі технології дозволяють не лише досягати великої аудиторії, а й маніпулювати емоціями та поведінкою індивідів.

Основною особливістю сучасної пропаганди є її здатність до персоналізації та точного націлювання на конкретні аудиторії. Соціальні мережі, такі як Facebook, Twitter, YouTube, дають можливість для розповсюдження повідомлень і маніпуляцій, що безпосередньо звертаються до інтересів, переконань і навіть страхів людей. Наприклад, алгоритми цих платформ аналізують поведінку користувачів, зокрема їхні вподобання, перегляди, лайки, щоб пропонувати саме ту інформацію, яка відповідає їхнім переконанням, що утворює інформаційну бульбашку. Це дозволяє створювати ілюзію консенсусу або більшості, навіть якщо реальна ситуація є набагато більш складною та неоднозначною. Таким чином, пропаганда сьогодні не лише поширюється швидше, ніж раніше, але й стає набагато більш цілеспрямованою.

Важливою складовою сучасної пропаганди є створення «фейкових новин» — фабрикованих або сильно перекораних історій, які мають за мету змінити громадську думку або підтримати певні політичні наративи. Вони часто створюються з метою формування емоційної реакції: страху, гніву, ненависті або, навпаки, оптимізму та надії. Швидкість, з якою ці новини можуть поширюватися через соціальні мережі, створює великий виклик для традиційних ЗМІ, які намагаються підтримувати об'єктивність і перевірку фактів.

Приклад політичної пропаганди

Одним із прикладів використання пропаганди в ХХІ столітті є кампанія, що передувала референдуму щодо виходу Великої Британії з Європейського Союзу в 2016 році. Вибори, що привели до Brexit, стали яскравим прикладом того, як маніпуляція емоціями може вплинути на великий політичний процес. Кампанія «Leave» активно використовувала стратегії пропаганди, спрямовані на

те, щоб викликати у виборців страх перед імміграцією, а також підкреслювати негативні аспекти членства Великої Британії в ЄС. Одним із найбільш відомих прикладів такої пропаганди було твердження, що Великій Британії буде вигідніше позбутися від європейських бюрократичних обмежень і контролю з боку Брюсселя, що формувало уявлення про ЄС як непотрібний та надмірно регульований орган.

Водночас активно використовувались маніпуляції з інформацією про міграцію. Пропагандисти кампанії «Leave» широко розповсюджували меседжі, що членство у ЄС призводить до масової імміграції, яка забирає робочі місця у британців і підвищує рівень злочинності (рис.1). Публікації, які висвітлювали проблему міграції, подавались у спотвореному контексті, створюючи у громадськості негативний образ іммігрантів як головної загрози для національної безпеки та економіки. Поширення таких меседжів через соціальні мережі, новини та навіть плакати в місті дозволяло створити атмосферу страху, що й стало одним із факторів, які вплинули на підсумки референдуму[1].



Рисунок 1 – Vote Leave campaigners in London, June 2016.

Ця кампанія показала, як маніпуляції інформацією можуть серйозно вплинути на демократичні процеси. Пропагандисти свідомо використовували емоційно насичені меседжі, які не мали достатньої фактологічної основи, щоб переконати громадян у необхідності виходу з ЄС. Це яскравий приклад того, як пропаганда здатна маніпулювати рішеннями на важливих політичних етапах.

Пропаганда в культурі та медіа

Пропаганда не обмежується лише політичними кампаніями. Вона активно застосовується і в культурних продуктах, таких як фільми, музичні відео, телевізійні шоу та навіть реклама. Через ці продукти пропаганда може сформувати цінності, переконання та стереотипи, що відповідають певним політичним чи соціальним наративам. Наприклад, в кіноіндустрії часто використовуються шаблони, які підсилюють певні ідеології — від зображення ворогів у негативному світлі до героїзації певних груп людей, що підтримують домінуючі політичні погляди.

Окрім того, реклама та бренди теж можуть бути інструментами пропаганди. Через створення позитивних іміджів чи кампаній, що акцентують увагу на соціальних чи політичних питаннях, компанії також можуть впливати на громадську думку, направляючи її у певному напрямку. Тому пропаганда активно проникає в усі сфери життя, формуючи сприйняття світу у людей через культури масового споживання[2].

Пропаганда в Північній Кореї: контроль над інформацією

У країнах, де існує авторитарний режим, як у Північній Кореї, пропаганда набуває ще більш агресивного характеру. Північна Корея є одним із найбільш суворо контрольованих суспільств, де інформація є зброєю режиму. Влада країни постійно маніпулює історією та створює культ особистості лідера, використовуючи державні медіа для просування ідеології, яка представляє країну як уособлення боротьби проти імперіалізму та захисту національних інтересів (рис. 2).



Рисунок 2 – Kim Il Sung and Kim Jong Il on a propaganda poster, May 10, 2010, in Pyongyang, North Korea.

Одним із найяскравіших прикладів є «Місяць ненависті до Америки», який регулярно проводиться в Північній Кореї. Протягом цього місяця на всіх рівнях суспільства, від шкіл до урядових установ, проходять заходи, на яких жителів країни навчають ненавидіти США, зображуючи американців як головних ворогів. В цих заходах використовуються спеціально створені плакати, фільми, а також навчальні матеріали, що поширюють пропагандистські меседжі[3]. Це є прикладом того, як пропаганда може перетворитися на систему, де єдиний спосіб отримати інформацію — це через офіційні джерела, що контролюються урядом.

Можна зробити висновок, що пропаганда в Північній Кореї стала ще більш потужною завдяки цифровим технологіям. Влада використовує новітні методи для створення та поширення ідеологічних повідомлень, включаючи використання інтернету і мобільних телефонів, що дозволяє контролювати навіть приватну комунікацію громадян, обмежуючи доступ до будь-якої несанкціонованої інформації.

Висновок

Сучасна пропаганда є великою загрозою для демократичного суспільства, адже вона здатна серйозно змінювати погляди людей і маніпулювати їхніми переконаннями, а завдяки цифровим технологіям, пропаганда стала ще більш ефективною. Вона не лише змінює політичні рішення, але й глибоко впливає на соціальні настрої, культуру та навіть особисті переконання. Коли маніпуляція здійснюється через медіа, це може призвести до радикалізації суспільства, посилення поляризації та зниження довіри до традиційних інститутів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. The Guardian. "British rights propaganda is an affront to democracy" – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/oct/14/british-rights-propaganda-is-an-affront-to-democracy-brexite> (дата звернення 02.03.2025)
2. Washington Post. "Why propaganda is more dangerous in the digital age" – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.washingtonpost.com/outlook/2019/03/12/why-propaganda-is-more-dangerous-digital-age/> (дата звернення 03.03.2025)
3. New York Post. "North Korea Celebrates Hate America Month" – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nypost.com/2015/06/25/north-korea-celebrates-hate-america-month/> (дата звернення 03.03.2025)

Козак Олександра Володимирівна – студентка групи ЗПІ-236, факультет інформаційних технологій і комп'ютерної інженерії, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: iam.asssya@gmail.com

Науковий керівник: **Герасимов Тимофій Юрійович** – доктор історичних наук, доцент кафедри суспільно-політичних наук, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: timger84@gmail.com

Olexandra V. Kozak – a student of ЗПІ-23b, Faculty of Information Technologies and Computer Engineering, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: iam.asssya@gmail.com

Scientific Supervisor: **Tymophiy U. Gerasymov** – doctor of historical sciences, assistant of professor of Social and Political Sciences, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: timger84@gmail.com