

«КІНЕЦЬ ПРОПАГАНДИ» ТА ІНШІ ПОМИЛКОВІ ІСТОРІЇ

Уявлення про ґрунтовані на WWW постмодерні медіа як анігілятор пропаганди виявилися утопічними. Здобутки соціального інжинірингу, соціотехніки, зокрема у сфері комерційної реклами, дає змогу вести мову про суттєве підсилення маніпуляційних технік та ймовірний розквіт пропаганди в XXI столітті.

Ключові слова: маніпуляція, пропаганда, постмодерні медіа, соціальний інжиніринг.

Події в Україні та Росії наприкінці 2013 – у першій половині 2014 року змушують суттєво переглянути наші уявлення про можливості соціотехніки у XXI столітті. Зокрема, автор цих рядків змушений визнати, що упродовж тривалого часу дотримувався хибного погляду стосовно співвідношення між мережевими технологіями і пропагандою, який можна сформулювати так: *нові медіа = кінець пропаганди*.

Спочатку варто уточнити значення термінів. Під новими медіа розуміємо передусім всесвітню мережу, WWW. У поняття «пропаганди» вкладаємо здебільшого негативне значення, хоч і не на 100 відсотків. Нам близька така дефініція психолога Роджера Брауна: пропаганда – це переконання, яке корисне для того, хто переконує, але далеко не завжди відповідає інтересам тих, кого переконують.

Отже, звідки взявся вислів «кінець пропаганди»? Не приховуватиму, що таке формулювання було нав'язане модною тоді й добре відомою усім книгою Френсіса Фукуями «Кінець історії і остання людина» («The End of History and the Last Man»).

Мабуть, я потрапив під вплив цієї моди, чи то пак – мему, який вірусно поширювався на інші терени. Коли наберемо в пошуковому вікні Google «the end», то отримаємо досить цікаву колекцію словосполучень:

the end of the internet
 the end of the American dream
 the end of history beer.

Тут варто зазначити, що згадана книжка Фукуями вийшла 1992 року. А перший есей на цю тему (який власне було розгорнуто у книгу) – три роки перед тим – 1989-го. Щойно впав берлінський мур, але мало хто тоді ще сподівався на розвал ССРСР. Тому, як на 1989 рік, есей Фукуями виглядає досить сміливим. Ще попереду були бурхливі події у Вільнюсі, Тбілісі, Єревані. Ще попереду було московське ГКЧП, перші студентські протести у Києві, перша і друга іракські війни, балканські гуманітарні катастрофи й безліч інших подій. Тому неабияким контрастом до цього звучать тодішні міркування Фукуями про те, що «кінець історії буде доволі нудним часом. Економічні калькуляції замінять боротьбу за визнання, ризик, принесення життя в жертву абстрактним ідеям, мужність, ідеалізм, уяву, світову ідеологічну боротьбу. Усе це відійде, поступившись місцем нудним фінансовим розрахункам, розв'язанню технічних проблем чи проблем довкілля та задоволенню дедалі вибагливіших споживацьких вимог. Навіть філософії не буде – вона поступиться місцем звичайному догляду за речами та ідеями в музеї людської історії»¹.

Звичайно, перед тим автор, щоби не здаватися безнадійним утопістом, застерігає від буквального розуміння кінця історії. Мовляв, це зовсім не означає, що запас подій у Божій кишені вже вичерпався, що їх більше не буде. Зовсім ні. Фукуяма не виключав навіть повернення тоталітаризму на якийсь час. Річ не у цьому. Йшлося радше, як ми всі знаємо, про закінчення суспільної еволюції у вигляді ліберальної парламентарної демократії.

А втім, свій есей Фукуяма закінчує словами про ностальгію. Потужну ностальгію, яку він відчуває за тими часами, коли історія існувала. Тобто тоді, 1989-го, автор, принаймні якоюсь частиною своєї свідомості, допускав, що історія справді вже закінчилась. Бо інакше до чого ж тоді ностальгія?

І ось цей мем власне й породив уявлення про кінець пропаганди. У моїй свідомості це пов'язувалося зі стрімкою експансією WWW, яка саме тоді, між 1989-м і 1992-м, випурхнула на світ Божий. Логіка була доволі проста: веб, як виглядало, є концептуально плюралістичним, різновекторним медіа з постмодерною іронією та самоіронією, грою сенсами, де *всі спілкуються з усіма*, з безліччю альтернативних джерел. У таких умовах, як мені здавалось, шанси цілеспрямованої індоктринації разуче зменшуються.

¹ Francis Fukuyama. The End of History // *Wesjones* (www.wesjones.com) (07.07.2014).

На користь такого оптимістичного погляду свідчили і безпосередні спостереження за медіа, які у той час бурхливо розвивалися, і міркування впливових інтелектуалів. До прикладу, німецький філософ Юрген Габермас писав: «Користування інтернетом одночасно розширило і роздрібило комунікативні контексти. Через це інтернет має руйнівний вплив на авторитарні режими публічної сфери. Однак горизонтальна і менше формалізована освіта комунікативних мереж одночасно вихолощує досягнення традиційних публічних сфер. Адже їхня функція полягала у тому, щоб у межах політичних угруповань зосереджувати увагу анонімної і розсіяної аудиторії на певних вибраних повідомленнях, щоб громадяни водночас могли зайнятися одними і тими ж критично відфільтрованими темами і висловлюваннями стосовно них. Інтернет сприяє загальній рівності, що можна лише вітати, але платою за це стає децентралізація доступу до невідредагованих висловлювань. У таких умовах висловлювання інтелектуалів втрачають свою здатність зосереджувати увагу публіки»².

Або ж взяти міркування апостола інформаційного суспільства Мануеля Кастельса: «Що більше маємо автономії, то більше користуємося інтернетом. А що більше користуємося інтернетом, то більше стаємо автономними»³.

Врешті, на допомогу можна покликати технологічних детерміністів, як-от Маршалла Маклуена з його «ЗМІ і є самим повідомленням» («Medium is the Message»). За їхньою логікою, винахід Гутенберга сприяв творенню не тільки модерних націй, протестантизму чи масового шкільництва. Опосередковано друкарський верстат створив також пропаганду в її сучасному розумінні. Радіо і телебачення її ще більше підсилили. Отже, за цією логікою, можуть бути медіа, які пропаганду знищать. За нашим припущенням, це міг бути інтернет.

Подібно до Фукуями, пасувало б дати застороги. Мовляв, йдеться про дещо умовний «кінець пропаганди». Адже влада має можливість фільтрувати інформацію в мережі, блокувати небажані ресурси, ініціювати хакерські атаки, наймати тролів, як це власне робилося і робиться в сучасному світі. Але загалом «кінець пропаганди», точнісінько так, як і «кінець історії», здавався неминучим і неунікненним.

У такому настрої автор цих рядків перебував до весни 2014 року, коли почали надходити переможні реліції про успіхи російської пропаганди. Передусім у самій Росії. Останнє з таких повідомлень, наприклад,

² Ю. Габермас. *Важливо відчувати першим, або Чим відрізняється інтелектуал*. Цит. за: Б. В. Потятиник *Інтернет-журналістика*. Львів 2010, с. 150.

³ Manuel Castells. *The Information Age: Economy, Society and Culture*, т. 1: *The Rise of the Network Society // The Culture of Real Virtuality* (1996) 372–375.

стосувалося того, що російські діячі культури та мистецтва вже вкотре масово ставлять свої підписи під листом «На підтримку позиції Президента РФ у справах України та Криму». Серед цих імен – актори Олексій Баталов, Сергій Безруков, Михайло Боярський, Василь Лановий, співак Олег Газманов, піаніст Денис Мацуєв, диригенти Юрій Башмет і Володимир Співаков, кінорежисери Федір Бондарчук і Павло Лунгін, актор і кінорежисер Станіслав Говорухін, керівник Театру естради Геннадій Хазанов, художній керівник МХТ ім. А. П. Чехова Олег Табаков, президент Російської академії мистецтв Зураб Церетелі та багато інших. У листі йдеться про те, що «в дни, когда решается судьба Крыма и наших соотечественников, деятели культуры России не могут быть равнодушными наблюдателями с холодным сердцем. Наша общая история и общие корни, наша культура и ее духовные истоки, наши фундаментальные ценности и язык объединили нас навсегда. Мы хотим, чтобы общность наших народов и наших культур имела прочное будущее. Вот почему мы твердо заявляем о поддержке позиции Президента Российской Федерации по Украине и Крыму»⁴.

Подібної позиції, за даними соціологічних опитувань «Левада-Центру», на час написання статті дотримувалися понад 80 % мешканців РФ. Ще до розгорання конфлікту у східних областях України, в березні 2014 року, переважна більшість росіян – 74 % – підтримала б президента Путіна, якби він віддав наказ війську РФ атакувати Україну.⁵

Постмодерністська мережа виявилася таким самим ефективним знаряддям пропаганди, як і телебачення чи радіо, що власне й змушує поставити під сумнів наше попереднє рівняння (WWW = кінець пропаганди).

Можна було б спробувати зберегти згадану вище формулу, вдавшись до соціологічних пояснень: за даними «Левада-Центру», менше 20 % росіян отримують інформацію про Україну з мережі, більшість – з телебачення.⁶

Проте це не виглядає переконливим виправданням. Річ у тому, що російська аудиторія МАЄ можливість брати цю інформацію з мережі. Адже інтернет-проникнення там вище, ніж в Україні (у Росії, за даними Internet World Stats, на 2012 р. – майже 50 %, тобто більше, ніж, наприклад, у деяких країнах ЄС, як-от у Румунії. Тоді як в Україні інтернет-проникнення значно скромніше – приблизно 35 %).

⁴ Деятели культуры России – в поддержку позиции Президента по Украине и Крыму // *Mkrf* (07.07.2014) (www.mkrf.ru)

⁵ Враждебность россиян к Украине существенно выросла // *News.liga* (www.news.liga.net) (31.03.2014).

⁶ Росіяни бачать Україну через призму російського телебачення // *Pravda.com* (www.pravda.com.ua) (07.07.2014).

Отже, далі не зрозуміло, чому аудиторія РФ, а разом з нею і велика частина мешканців східних областей України, маючи доступ до мережі, не користуються нею для отримання об'єктивної інформації політичного характеру, зокрема стосовно України? Чому типово постмодерні інтернет-медіа не виконують функції нейтралізатора такої, здавалося б, примітивної та архаїчної речі, як пропаганда?

Перше, що спадає на думку в наших спробах прояснити ситуацію, – це процеси дезінтеграції та фрагментації аудиторії в епоху WWW. Однією з великих переваг мережевої комунікації є персоналізовані інформаційні добірки, які з легкої руки професора Мічиганського технологічного інституту Ніколаса Негропонта (Nicholas Negroponte) отримали метафоричну назву «Daily Me» («Я – щодня», або «Мої щоденні новини») і, здавалося б, мають винятково позитивне значення. Тому дивним може видатися трактування цих тенденцій як шкідливих. Занепад традиційних новинних медіа, як вважає Ніколас Крістов, підсилить зростання персоналізованих новинних сервісів на кшталт «Daily Me», які значно менше драгуватимуть нас розбіжними поглядами й незручними фактами. Проте небезпека полягає в тому, що ці дібрані нами факти діють як наркотик, занурюючи нас в ілюзію інтелектуально комфортного середовища «Я – щодня». Пересічна людина дбає не так про отримання об'єктивної інформації, як про підтвердження власних оцінок і переконань. Теоретично ми, звісно, можемо говорити про необхідність брати до уваги увесь спектр фактів і думок, але на практиці ми схильні закритися в комфортному для нас інтелектуальному середовищі, яке відлунює нашими ж думками.⁷ Про це також переконливо пише відомий есеїст Фархад Манжу (Farhad Manjoo) у книзі «Досить правдиво: навчаючись жити у суспільстві пост-факту» («True Enough: Learning to Live in a Post-Fact Society»)⁸.

Про подібні речі понад півстоліття тому писав Поль Лазарсфельд (Paul Lazarsfeld) у «Теорії мінімального ефекту» («Minimal Effect Theory»). Цю теорію він розвинув, дослідивши вплив медіа на поведінку виборців у США після Другої світової війни. Саме тоді було здобуто переконливі свідчення, що пересічний виборець схильний до фільтрації інформації, сприймаючи тільки ті аргументи чи факти, які підтверджують його переконання. Отже, ефект заколисування «Я – щодня» не можна вважати чимось новим в історії мас-медіа. Подібні явища фіксували і в доінтернетну епоху.

⁷ Kristof Nicholas. The Daily Me // *Nytimes* (www.nytimes.com) (10.06. 2010).

⁸ Review: True Enough by Farhad Manjoo // *Techcrunch* (www.techcrunch.com).

Утім, можна поставити запитання: чи є підстави вважати, що така інформаційна фільтрація посилюється в епоху інтернету? На жаль, так. І розширення потенційного доступу до різних джерел інформації справцює далеко не завжди.

Касс Санстейн (Cass R. Sunstein) логічно пояснює, що у середині ХХ століття більшість своїх новин американці отримували з декількох великих медіамереж і масових журналів. Люди мусили стикатися з політичними поглядами, які відрізнялися від їхніх власних. Ба більше, медіа давали американцям загальний погляд. Якщо ви зустрічали когось у перукарні, то могли бути певні, що матимете багато спільних тем для розмов, тому що дивилися ті самі телешоу.

Санстейн міркує над тим, чи раптом інтернет не підриває всього цього. Науковець зауважує, що нові медіа дають вам змогу персоналізувати свої газети так, що ми можемо бачити тільки ті статті, теми, які нас цікавлять. Ви можете відвідувати тільки ті веб-сайти, які підтверджують ваші упередження. Замість публічного форуму ми отримуємо колекцію інформаційних коконів. Санстейна особливо турбувало це, тому що роками він проводив дуже важливе дослідження наших когнітивних упереджень. Нам подобається чути те, що підтверджує наші припущення. Ми не пропускаємо через фільтр ті дані, які суперечать їм.

Ба більше, ми маємо вроджену схильність до крайніх поглядів. Людям властиво збиратись у групи однодумців. Тільки-но це стається, як вони доводять один одного до ще екстремальніших поглядів. У книжці «Прямуючи до крайнощів» («Going to Extremes») Санстейн показує, що ліберальні судді стають ще ліберальнішими, коли перебувають у середовищі інших лібералів. А консервативні судді стають при цьому ще консервативнішими. К. Санстейн побоюється, що інтернет може спричинити появу більш поляризованого, розбитого на гетто, ізольованого електорату. Ці побоювання підтверджуються даними деяких інших досліджень, і вони збігаються з нашими спостереженнями. Здається, щодня зустрічаємо людей, які живуть у партійних гетто, не відаючи про іншу сторону.⁹

До філософської критики зарахуємо також міркування французького мислителя Поля Віріліо (Paul Virilio), зокрема про негативні аспекти інтерактивності та нехайності. Примітно те, що сучасні методи дезінформації мають дуже мало спільного з цензурою. Ідеться радше про втрату контролю за здоровим глуздом і логічним мисленням. У цьому й полягає нова загроза, яка йде від комп'ютерів і мультимедійних технологій. Поль Віріліо наводить на підтвердження цієї тези пророчі міркування Альберта

⁹ Cass R. Sunstein. *Going to Extremes*. Цит. за: Б. В. Потятиник. *Інтернет-журналістика*, с. 150.

Ейнштейна, який ще в середині ХХ століття говорив про «другу бомбу», яка прийде після атомної – електронну, сутність якої пов'язана з інтенсифікацією інтерактивності в реальному часі («наживо»). Ця інтерактивність для інформації означає те саме, що радіоактивність для енергії.¹⁰

Подібні застереження стосовно інтерактивності має Артур Шлезінгер (письменник, історик та колишній спеціальний помічник президента Дж. Ф. Кеннеді у США): «Інтерактивність заохочує миттєві відповіді, приглушує роздуми та дає вихід демагогії, егоманії, образам та ненависті. В результаті маємо емоційні та непродумані дії». Сказане, правда, стосується плебісцитарної кібердемократії – «електронної ратуші». Але те саме можна сказати й щодо масових комунікацій.¹¹

У цьому контексті промовистими виглядають міркування про те, що інтернет-комунікація загалом має згубний вплив на існування наративу як такого. Бен Макінтайр обстоює думку, що наратив – важливий складник будь-якої культури. І тепер цей елемент розмивається під «ураганим натиском мікроскопічних бітів інформації». Нетери скаржаться, що більше не в змозі зануритися в читання великих книг, оскільки інтернет розщеплює їхню здатність до зосередження та роздумів.¹²

Постмодерні медіа (WWW) в ситуації агресивного і спланованого впливу модерних медіа (ТБ) мало спроможні протидіяти ідеологічній індоктринації / пропаганді.

Можна припустити, що вони, навпаки, підсилюють один одного. Дезінтеграція великих наративів, фрагментація та геттоїзація аудиторії ніби розчищають поле для телепропаганди, роблять її ще ефективнішою.

Телебачення формує поле відносно слабкої міжособистісної взаємодії. Натомість соціальні мережі спричиняють значно сильнішу міжособистісну взаємодію, формують замкнуті спільноти, анклавні, здатні до радикалізації. І хоча поєднання цих психологічних полів – слабого і сильного – мало би ще стати предметом дослідження, все ж можна висловити гіпотезу, що сильні поля соціальних мереж черпають додаткову енергію, «пасуться» на слабких полях телебачення.

Фрагментація та геттоїзація аудиторії WWW може сприяти піднесенню архаїчних пластів людської психіки, позначених агресією та насильством. Чи не випадково саме сьогодні спостерігаємо в ЄС зростання

¹⁰ Paul Virilio. Speed and Information: Cyberspace Alarm! // Ctheory (www.ctheory.net) (10.06. 2010).

¹¹ Артур Шлезінгер. Чи має демократія майбутнє? Цит. за: Б. В. Потятиник. *Інтернет-журналістика*, с. 151.

¹² Ben Macintyre. The Internet is Killing Storytelling // Timesonline (www.timesonline.co.uk) (05.11. 2009).

популярності правих і праворадикальних сил? Не кажучи вже про ісламський та російський православний фундаменталізм (див., наприклад, «Русская Православная Армия»).

Окрім ефекту самопідсилення певних ідеологем, які циркулюють у доволі закритих групах користувачів соціальних мереж, варто згадати ефект особливої довіри до «своїх» у невеликій інтернет-спільноті. Френди і фоловери подають інформацію у більш неформальній, майже довірливій формі, що контрастує з «великими», мейнстримовими медіа. Ілюзія «свого», майже інтимного довілля в соціальній групі (в обраній віртуальній спільноті) здатна психологічно розпружувати й відмикати фільтри критичного сприйняття інформації. Такі особливості віртуальних інтернет-спільнот створюють додаткові можливості для ідеологічної маніпуляції.

Ось такі наші гіпотетичні пояснення провалу місії. Уявленої місії нових інтернет-медіа як анігілятора пропаганди.

Новий початок

З іншого боку, сама пропаганда стала набагато ефективнішою. Маємо підстави припустити, що пропаганда у XXI столітті виходить на новий виток свого розвитку, який робить її значно потужнішою порівняно з версією XX століття. У цьому сенсі можна вести мову аж ніяк не про кінець пропаганди, а, щонайменше, про її продовження і майбутній розквіт. Полемічно загострюючи постановку проблеми, скажемо, що можна констатувати початок її нової фази, яка збагатилася здобутками соціотехніки в її розширеному трактуванні.

Соціотехніку, на наш погляд, можна вважати парасольковим терміном, який, окрім іншого, передбачає комерційну рекламу, політичну рекламу і пропаганду.¹³ Сюди ж можна додати, як окремий різновид, маніпуляційні техніки, які застосовують релігійні організації, зокрема так звані тоталітарні секти.¹⁴ Іншим кандидатом на роль такого парасолькового терміна може бути соціальний інжиніринг (Social Engineering) – теж у його роширеній версії. Для цих методик властиве використання певних когнітивних установок чи когнітивних упереджень (Cognitive Biases) – систематичних відхилень від раціональних форм поведінки, які виявляються в системі переконань, економічних пріоритетах та в поведінці загалом.

¹³ Соціотехніка – сукупність форм, методів і засобів, які використовуються суб'єктами управління для досягнення поставлених цілей – (www.100balov.com/predmet/politolog/pol/p75.php). До нашого контексту пасує трактування соціотехніки, яке набуло популярності в польській науковій літературі (socjotechnika), яка там пов'язується з поняттям Spin – ([www.pl.wikipedia.org/wiki/Spin_\(socjotechnika\)](http://www.pl.wikipedia.org/wiki/Spin_(socjotechnika))).

¹⁴ Див. напр.: Б. Верещагіна. Церква Муна: «включене спостереження» // *RISU* (www.risu.org); Тоталітарні секти – загроза XXI віку // *Religioterno* (www.religioterno.ucoz.ua)

Соціотехніка ХХІ століття особливо збагатилася завдяки розвиткові комерційної реклами, яка залишила далеко позаду перші технології підсвідомого впливу, як-от знаменитий 25-й кадр-невидимка Джеймса Вайкери 1957 року. Відтоді психологія впливу принесла чимало відкриттів.

Разом з описаними вище особливостями комунікації у віртуальних соціальних мережах вони є, на наш погляд, базою для недосяжного раніше соціального інжинірингу (соціотехніки, пропаганди). Тобто пропаганду нині варто аналізувати не тільки із застосуванням традиційних інструментів політології, психології чи семіотики, а й розглядати з погляду когнітивістики. Можливо, саме тому про багатьох втікачів із Донбасу пишуть у доволі песимістичних тонах: «Частина переселенців з Донбасу, на жаль, і далі перебуває в полоні ідей „русского міра“. У цьому нескладно переконатися, поспілкувавшись з ними ближче. І навіть жахіття українсько-російської війни не вплинули на їхні погляди, а то й посилили їх. Коли картинка телебачення перемагає логіку, в людини починає домінувати права півкуля. Вона невпинно чує одні й ті самі речі з телевізії та тисяч уст і вже сприймає світ через картинку. Потрібно мати неабиякий внутрішній опір, стрижень, щоб залишатися самим собою, при власній думці, власному баченні. Тривога, страх, пригніченість, безпорадність, деструктуризація у таких ситуаціях масово ширяться серед біженців»¹⁵.

І це при тому, що ініційована у Кремлі пропаганда ґрунтується, як відомо, на цілком вигаданій, неіснуючій загрозі етнічним росіянам та російськомовним особам, тобто на грандіозному за своїми масштабами фейку. Навіть у містах Західної України понад 80 % журналів у газетних кіосках – російською мовою. За оцінками експертів, російська меншина в Україні (17 % населення) має кращі умови, ніж етнічні меншини в інших країнах-членах ОБСЄ.¹⁶

Чи можна щось протиставити щораз більшим можливостям соціоінжинірингу/соціотехніки пропаганди?

Перше, що спадає на думку, це депрограмування (англ. *deprogramming* ще можна перекласти як «перепрограмування» або, ще ліпше, «звільнення свідомості»). Варто визнати, що йдеться про доволі радикальні способи «лікування» від ідеологічної залежності. Цим терміном позначають практику розблокування свідомості людей, які потрапили під ідеологічний вплив тоталітарних релігійних організацій. Часто батьки юних прибічників тоталітарних сект наймали фахівців, які, окрім психологічних методів роботи з жертвами, могли вдаватися до неконвенційних прийомів, як-от викрадення і примусова ізоляція молодої людини, іноді навіть

¹⁵ Біженці Донбасу: чи можна вплинути на їх картину світу? // *Texty.org* (www.texty.org.ua).

¹⁶ www.smucc.us

побиття – мабуть, щоб викликати психологічний шок і в такий спосіб вибити з усталеної ідеологічної колії, стерти зомбувальну інформацію і примусити людину мислити самостійно. Одним із найвідоміших фахівців у цій царині був Тед Патрік (Ted Patrick), який ще далекого 1976 року опублікував книжку «Відпустіть наших дітей» («Let Our Children Go»), базовану на його досвіді. Досвіді доволі неоднозначному з правового погляду: за викрадення і побиття молодих людей Теду доводилось відбувати тюремне ув'язнення.

Словом, така методика психологічного зцілення нагадує лікування електрошоком, який застосовують до осіб з шизофренічними, маніакальними станами. Електроконвульсивна терапія (ЕКТ), особливо популярна в 30–50-х роках ХХ століття, була піддана серйозній критиці з медико-етичних позицій. Тим паче вона неприйнятна, коли йдеться про масові психологічні відхилення, спричинені тривалою і цілеспрямованою пропагандою.

Проте чи є альтернатива?

Якщо і є, то не надто ефективна в короткій часовій перспективі.

Медіакритика і пов'язана з нею медіаграмотність дадуть ефект через певний час. За умови масового охоплення населення, ці напрями медійної та ідеологічної профілактики цілком можуть сприяти виробленню критичнішого ставлення до усіляких медіаманіпуляцій.

Є певні багатонадійні тенденції і в самій світовій мережі. На противагу геттоїзації соціальних мереж, є дані, що «більшість користувачів інтернету не залишаються в межах своїх громад і часто відправляються в ті сфери, де більшість відвідувачів не подібні. Навіть білі супрематисти і неонацисти здійснюють далекі і тривалі мандрівки всією мережею. Тому, на думку Метью Генцков і Джессі Шапіро, є більша ймовірність того, що ви перетнетесь з політичними опонентами он-лайн, ніж з власним сусідом. Частина нетерів схильні здійснювати далекі і тривалі подорожі, шукаючи пригод, інформації, конфліктів і збудження. Це не означає, що вони не поляризовані. Факт перегляду сайту нічого не говорить про те, як ви сприймаєте інформацію, чи про характер уваги, яку ви цьому приділяєте. Можливо, люди витрачають багато часу на своїх звичних домашніх сайтах, а потім здійснюють набіги на інші сайти, шукаючи речі, які хочуть ненавидіти. Якщо результати цього дослідження правильні, інтернет створить не поділений на кокони громадський простір, а вільний, необмежений, багаторівневий громадський простір у стилі фільму «Божевільний Макс» («Mad Max»).

¹⁷

¹⁷ David Brooks. Riders on the Storm // *Nytimes* (www.nytimes.com) (20.04.2010).

Підсумуємо:

1. Уявлення про базовані на WWW постмодерні медіа як про анігілятора пропаганди виявилися утопічними.

2. Віртуальні спільноти в соціальних мережах підсилюють відфільтровану для конкретної групи інформацію, фрагментують аудиторію, дезінтегрують великі ментальні поля, стимулюючи пробудження приспаних «демонів» нетерпимості, ненависті та агресії.

3. Здобутки соціального інжинірингу, соціотехніки, зокрема у сфері комерційної реклами, дають змогу вести мову про суттєве підсилення маніпуляційних технік та можливий розквіт пропаганди в XXI столітті, результати якої все частіше нагадують наслідки групової психотерапії чи гіпнозу.

4. Радикальні способи подолання таких психологічних станів, як-от депрограмування, «звільнення свідомості», – неприйнятні з етично-правового погляду (порушення прав індивіда на вільний вибір, насильство щодо нього тощо).

5. Прийнятною альтернативою такого психологічного «лікування» на тривалу часову перспективу можна вважати медіакритику та медіаграмотність.

Висловлені міркування мають радше гіпотетичний характер, спрямовані на формулювання проблеми і потребують емпірично-соціологічних підтверджень.

Borys Potyatynuk

“THE END OF PROPAGANDA” AND OTHER ERRONEOUS STORIES

Assumptions about the internet, the ultimate postmodern communications medium, as a reliable counterbalance to propaganda have proved illusory. Major developments in social and political engineering, especially within commercial advertising, have clearly led to more sophisticated manipulation technologies. As a result, the 21st century may witness increasingly potent propaganda.

Keywords: manipulation, propaganda, postmodern medium, social engineering.