**EPISTEMOLOGICAL STUDIES IN PHILOSOPHY,
SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES**

ISSN 2618-1274 (Print), ISSN [2618-1282](https://doi.org/10.26181/2618-1282) (Online)

Journal home page: <https://visnukpfs.dp.ua/index.php/PFS/index>

СОЦІАЛЬНІ НАУКИ

Володимир Абрамович Полторак

Доктор філософських наук, професор
Професор кафедри соціології та соціальної
роботи
Класичний приватний університет
Вул. Жуковського 70-б, Запоріжжя, 69002,
Україна E-mail: v.a.poltorak20@gmail.com

Volodymyr Abramovych Poltorak

Doctor of Philosophical Sciences, Professor
Professor of the Department of Sociology and Social
Work
Classical Private University
70B, Zhukovsky St., 69000, Zaporizhzhya, Ukraine
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4414-719X>

Альона Георгіївна Стадник

Кандидат соціологічних наук
Старший викладач кафедри соціології
та соціальної роботи
Класичний приватний університет
Вул. Жуковського 70-б, Запоріжжя, 69002,
Україна

Alona Heorhiyivna Stadnyk

PhD of Sociological Sciences
Senior Lecturer of the Department
of Sociology and Social Work
Classical Private University
70B, Zhukovsky St., 69000, Zaporizhzhya,
Ukraine

E-mail: a.g.stadnyk@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2986-9765>

УДК 316.776

**ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ
В ПРОЦЕСІ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІЙН**

Received 15 August 2019; revised 26 September 2019; accepted 29 October 2019

DOI: 10.15421/341926

Анотація

В статті розглянута важлива проблема формування громадської думки як одного з основних об'єктів інформаційних війн в процесі їх ведення в сучасних умовах розвитку суспільств. Основна увага приділена розгляду ключових джерел, які використовуються при подібному формуванні, аналізуються специфічні особливості їх використання. Аналіз здійснюється основним чином на базі розгляду проблем формування громадської думки в процесі інформаційної війни між Російською Федерацією та Україною, що ведеться з 2014 року. Наведені приклади різноманітного використання джерел формування громадської думки в процесі організації пропаганди та контрпропаганди.

Ключові слова: *громадська думка, джерела формування громадської думки, інформаційна війна, пропаганда.*

Problems of forming public opinion in the context of modern information wars

Abstract

The article deals with the important problem of forming public opinion as one of the main objects of information wars in the course of their conduct in modern conditions of social development. Purposeful influence on the state and meaningful characteristics of the mass consciousness, public opinion occur through the use of propaganda, political advertising, public relations. It is clear that sustainable formation of public opinion occurs in the process of interpersonal communication of its carriers. In general, there are two points to be made. First, how does the process go, second, what are its features when it comes to information warfare.

The main attention is given to the consideration of the key sources used in such formation, the specific features of their use are analyzed:

1. Individual and collective experience of people, social groups, population of the country as a whole. It is this kind of experience (for example, when it comes to relations between Ukraine and the Russian Federation in recent years) that generates certain assessments, opinions, and overall attitude to existing problems.

2. Scientific information that functions not only in scientific and political circles, but also in a certain way among the general population.

3. General social information transmitted through different channels and categories should be characterized by such information characteristics as novelty, reliability, accessibility and some others.

4. Rumors, gossip, certainly play a significant and important role in shaping public opinion in times of information wars.

5. Ideological and information filters act as the next important factor in the formation of public opinion, fulfilling the specific but important role of a "grid" that misses or delays one or another information on its path to the recipient, the recipient.

6. Stereotypes also serve as a very important element of the public opinion system.

The analysis is mainly based on the consideration of problems of public opinion formation in the process of information war between the Russian Federation and Ukraine, which has been going on since 2014. Examples of various use of sources of public opinion formation in the process of organizing propaganda and counter propaganda are given.

Keywords: public opinion, sources of opinion formation, information war, propaganda.

Проблемы формирования общественного мнения в процессе современных информационных войн

Аннотация

В статье рассмотрена важная проблема формирования общественного мнения как одного из основных объектов информационных войн в процессе их ведения в современных условиях развития обществ. Основное внимание уделено рассмотрению ключевых источников, которые используются при подобном формировании, анализируются специфические особенности их использования. Анализ осуществляется основным образом на базе рассмотрения проблем формирования общественного мнения в процессе информационной войны между Российской Федерацией и Украиной, которая ведется с 2014 года. Приведенные примеры разнообразного использования источников формирования общественного мнения в процессе организации пропаганды и контрпропаганды.

Ключевые слова: общественное мнение, источники формирования общественного мнения, информационная война, пропаганда.

Постановка проблеми.

Сучасні інформаційні війни представляють собою доволі серйозний, важливий та актуальний процес розвитку десятків країн світу та відносин, що складаються поміж ними. Існує практично безліч різновидів подібних війн. Особливу значущість аналізу їх сутності та специфіки надав приклад активного та жорсткого інформаційного протистояння, що виникло в процесі збройного конфлікту у 2014 році поміж Російською Федерацією та Україною на сході країни.

Якщо виходить із того, що у соціальному плані (ми не торкаємося тут проблем, пов'язаних безпосередньо із боєвими діями, озброєними і т.ін.) об'єктом подібних війн, тобто їх впливу на соціальний стан, тип суспільства, соціальні процеси та соціальні інститути виступає масова свідомість та у першу чергу така її складова, як громадська думка, можна виділити наступні специфічні риси цієї інформаційної війни:

— по-перше, вплив на громадську думку та

інші складові масової свідомості відбувається паралельно із веденням реальних військових дій;

— по-друге, використовується активна та маніпулятивна пропаганда (у першу чергу з боку Російської Федерації), пропаганда, яка призначена для реалізації самого серйозного впливу на формування громадської думки як серед населення сучасної країни, так і країни-супротивника;

— по-третє, як населення України, так і влада, не дивлячись на існуючі протягом багатьох останніх років щодо взаємин поміж Російською Федерацією та Україною, виявились недостатньо підготовленими не тільки для ведення бойових дій, а й до інформаційного протистояння, ведення активних пропаганди та контрпропаганди.

Відповідно, з одного боку, дуже активна і досить ефективна російська пропаганда зробила достатньо серйозний вплив на формування громадської думки населення України. З іншого, проблемна ситуація, яка склалась в

Україні із ефективністю інформаційного протистояння із Російською Федерацією, активністю і результативністю процесу формування громадської думки виступила на перший план необхідність наукового аналізу цієї проблеми в цілому та джерел інформації, що впливають на подібне формування – зокрема.

Мета статті: аналіз джерел формування в суспільстві громадської думки в період інформаційних війн.

Виклад основного матеріалу.

Розгляд проблеми формування громадської думки треба почати з того, що необхідно відмітити три основні аспекти подібного формування. По-перше, основний соціологічний механізм формування громадської думки. По-друге, найважливіші ключові підходи до формування громадської думки. По-третє, основні джерела її формування.

Якщо казати безпосередньо про соціологічні механізми реалізації процесів формування громадської думки, то у якості таких виступають, з одного боку, механізм взаємозв'язку, взаємовпливу громадської думки та думок індивідуальних, з іншого – механізм, що характеризує безпосередньо процес формування громадської думки, його динаміку та специфіку.

Отже, якщо розглядати механізм взаємозв'язку поміж індивідуальними думками та думкою громадською, то, з іншої точки зору, найкраще характеристика йому надана в одній із робіт автора цієї статті, зокрема каже. Що подібний механізм реалізується у першу чергу через відому діалектику загального та одиночного, що виходить із того, що загальне існує лише у окремому та через окреме. Громадська думка існує лише у думках індивідуальних: у громадську думку «входить» лише загальні риси індивідуальних думок [Полторак 2000: 90-91].

Зокрема, важливо відзначити, що громадська думка виникає не тільки на базі індивідуальної думки, а й індивідуальна думка підлягає впливу з боку громадської думки (саме це виникає особливу тривогу, коли йдеться про реальний вплив російської пропаганди не тільки на залежну громадську думку україн-

ців, але на думки окремих громадян, викликаючи в них певні настрої). Тобто індивідуальна думка піддається впливу громадської думки, яка має доволі сильний вплив на індивідуальні думки людей. У той же час громадська думка може існувати і існує тільки в індивідуальних думках. Проте її не можна розглядати механічно, як їх суму (це спеціально проблемне, яку треба розглядати окремо).

Перейдемо далі до характеристики найважливіших, ключових підходів до процесу формування громадської думки. Вочевидь, що ці процеси можуть відбуватися та відбуваються або стихійно, або цілеспрямовано. Аналіз цієї проблеми має особливе значення, коли мова йде про інформаційні війни, їх особливості, в першу чергу – вплив на масову свідомість населення та формування громадської думки. Відзначимо, що у цьому плані «працюють» обидва підходи.

Цілеспрямований вплив на стан та змістовні характеристики масової свідомості, громадської думки відбуваються через використання пропаганди, політичної реклами, піару. Зрозуміло, що стійке формування громадської думки відбуваються в процесі міжособистісного спілкування її носіїв. Треба в цілому плані визначити два моменти. По-перше, яким чином відбувається відповідний процес, по-друге, які його особливості, коли йдеться про нього в аспекті інформаційних війн. Ця проблематика заслуговує окремого та глибокого наукового аналізу.

Головним аспектом проблеми формування громадської думки в процесі ведення інформаційних війн виступає, безумовно, проблема джерел її формування, у першу чергу тих інформаційних джерел, які тим чи іншим чином впливають на цей процес. При цьому треба враховувати ту обставину, що на подібне формування можуть впливати та впливають як стихійні, та і цілеспрямовані способи формування громадської думки, про що вже йшлося. Тобто інформація, яка функціонує у офіційних каналах, засобах масової інформації та ін. та призначена саме для того, щоб тим чи іншим чином формувати громадську думку. А також інформація, яка стихійно функціонує

на той чи інший час по відповідній проблемі у суспільстві. Зрозуміло, що у першу чергу йдеться про міжособистісне спілкування людей.

Отже розглянемо шість основних, з нашої точки зору, джерел формування громадської думки в ході реалізації сучасних інформаційних війн. Треба зауважити, що взагалі ці джерела «беруть участь» у формуванні громадської думки стосовно будь-яких соціальних процесів, подій та обставин, що мають місце в суспільстві, функціонують серед населення та впливають на його погляди і поведінку. Але особливого розгляду вони заслуговують саме коли йдеться про соціально-політичні процеси. Отже, проаналізуємо ці джерела.

1. Індивідуальний та колективний досвід людей, соціальних груп, населення країни в цілому. Саме подібний досвід (наприклад, коли йдеться про відносини України та Російської Федерації в останні роки) формує певні оцінки, думки, в цілому ставлення до існуючих проблем. Так, низка обставин, що певним чином «увійшли» у подібний досвід (наприклад, події на Тузлі, харківської угоди про продовження перебування російського Чорноморського флоту в Криму та деякі інші) сформували у населення країни дійсне, реальне ставлення до «щиросердних, братніх» відносин поміж Україною та Російською Федерацією. Особливо враховуючи сумний досвід Грузії, Придністров'я та деяких інших країн. Особливо щодо того, чим подібна «дружка» в кінцевому рахунку закінчилася.

2. Наукова інформація, що функціонує не тільки в наукових та політичних колах, але й певним чином серед широких кіл населення. Саме вона у певних випадках визначає підвалини та специфіку тих проблем, що можуть виникати та часто-густо виникають, коли йдеться про жорсткі та конфліктні підвалини соціально-політичних подій та їх течію. Причому подібна інформація використовується як для формування громадської думки у «свого» населення, так і у населення «інформаційного супротивника».

Так, в ході російсько-української інформаційної війни, проведення АТО, зокрема, росій-

ськими «фахівцями» всіляко використовуються різноманітні джерела, теорії, положення з історичної, політичної, соціологічної, економічної та низки інших наук, зокрема і геополітики. Так, росіянами зокрема «обґрунтовуються» проблеми пов'язані із приналежністю Криму та низки східних регіонів України, що, з їх точки зору, належать «Новоросії». З використанням політологічних та соціологічних теорій обґрунтовуються переваги, так званої, «контрольованої демократії», що має місце в Російській Федерації, будується найбільш сприятливий імідж сучасної імперської російської держави. У той же час активно обговорюються проблеми націоналізму в Україні, що приводять та призвели до специфічного, «фашистського» з їх точки зору, політичного режиму.

3. Загальна соціальна інформація, що передається по різних каналах та категорій повинні бути притаманні такі інформаційні характеристики, як новизна, надійність, доступність та деякі інші. Дуже цікавими в плані оцінки джерел інформації в цьому плані з точки зору їх впливу на формування громадської думки є результати власного соціологічного дослідження авторів цієї статті (дослідження було проведено у 2016 та 2017 роках серед експертів – опитування представників ряду специфічних категорій населення: воїнів АТО, волонтерів, викладачів суспільно-політичних кафедр закладів вищої освіти (32 особи) та серед населення м. Запоріжжя – опитано 640 мешканців по репрезентативній квотній вибірці). Достатньо очікувано (див. табл. 1) найбільш інформативним для населення як і для експертів в плані здобуття інформації по проблемам російсько-української війни виявилися українське телебачення та Інтернет (більше для експертів). У той же час виявилось, що достатньо несподівано з ними практично конкурують міжособистісні контакти людей, тобто їх бесіди із родичами, друзями, знайомими. Важко оцінити виявлену проблему однозначно. З одного боку, це дуже добре, з іншого – нерідко саме у подібних бесідах народжуються різні чутки.

Таблиця 1

**Канали отримання інформації населенням та експертами
про події, що відбуваються в АТО, роботі військових дій
(% опитаних експертів, $n_1 = 32$ та опитаних громадян, $n_2 = 640$)**

№	Канали отримання інформації	Експерти	Населення
1	Українські телеканали	84	77,7
2	Російські телеканали	16	12,7
3	Українське радіо	38	17,3
4	Російське радіо	3	3,6
5	Зарубіжні радіостанції («Бі-бі-сі», «Голос Америки», Радіо «Свобода» тощо)	13	2,8
6	Інтернет	75	54,2
7	Українська преса: газети, журнали	28	34,1
8	Лекції, різні виступи фахівців	16	4,2
9	Мітинги, демонстрації тощо	9	8,4
10	Різні плакати, стенди, білборди	3	5,5
11	Збори за місцем проживання населення, на підприємствах, в організаціях	3	4,8
12	Зустрічі і розмови з депутатами, керівниками підприємств, організацій	6	1,7
13	Документальні джерела: закони, постанови	28	3,4
14	Бесіди з родичами, друзями, знайомими	47	39,1
15	Інші джерела	6	0,2
16	Нізвідки не отримую	0	8,8
17	Важко відповісти	3	0,8

Щодо довіри до інформації, що розповсюджується за допомогою різних каналів інформування (див. табл. 2), то, по-перше, зафіксована не дуже значна довіра експертів до інформації українського телебачення (позначили 31% опитаних, хоча дивляться це телебачення 84%). По-друге, виявилось, що хоча більшість населення та експертів використовують в цьому плані Інтернет, довіряють йому не дуже (вважаємо, що цілком виправдано, зважаючи на те, хто «викладає» подібну інформацію в Інтернеті, соціальних мережах). По-третє, рівень довіри до інформації, що здобувається із міжособистісних контактів досить значний. Усе це, з нашої точки зору, пояснює ту не од-

ностайність та суперечливість громадської думки, що формується в українського населення щодо подій на сході країни.

4. Чутки, плітки безумовно відіграють значну та, що важливо, особливу роль у формуванні громадської думки в періоди інформаційних війн. Відомо, що чутки – це спосіб інтерпретації інформації, обумовлений її дефіцитом, невизначеністю ситуації, поширенням тривожних настроїв у суспільстві [Бойко 2010: 230]. Зрозуміло, що саме тому їх роль у період інформаційних війн величезна. Візьмемо для прикладу лише один різновид чуток, які використовуються у протистоянні України і Російської Федерації в останні роки.

Таблиця 2

**Довіра до каналів, з яких експерти та населення отримують інформацію
про події, що відбуваються в АТО, роботі військових дій
(% опитаних експертів, n1 = 32 та опитаних громадян, n2 = 640)**

№	Канали отримання інформації	Експерти	Населення
1	Українські телеканали	31	50,5
2	Російські телеканали	22	6,3
3	Українське радіо	22	12,0
4	Російське радіо	9	2,8
5	Зарубіжні радіостанції («Бі-бі-сі», «Голос Америки», Радіо «Свобода» тощо)	16	0,8
6	Інтернет	25	35,9
7	Українська преса: газети, журнали	19	19,2
8	Лекції, різні виступи фахівців	19	3,3
9	Мітинги, демонстрації тощо	19	4,4
10	Різні плакати, стенди, білборди	16	1,6
11	Збори за місцем проживання населення, на підприємствах, в організаціях	16	2,2
12	Зустрічі і розмови з депутатами, керівниками підприємств, організацій	16	0,9
13	Документальні джерела: закони, постанови	19	2,2
14	Бесіди з родичами, друзями, знайомими	34	26,1
15	Інші джерела	6	0,5
16	Нізвідки не отримую	3	16,9
17	Важко відповісти	19	16,9

Мова йде про постійно виникаючі та розповсюджені чутки відносно можливого широкого військового наступу по усій території України, який готує російська влада. Вочевидь, що дійсно, по-перше, відносно необхідної в цьому плані інформації для українців відчувається її дефіцит, населення дійсно не може знати і розуміти правдива ця інформація або ні. По-друге, подібне нагнітання ситуації деякими політичними силами, засобами масової інформації, в тому числі і в Україні, завдяки дезінформації дійсно вдається нагнітати ситуацію, оскільки реальна ситуація не до кінця зрозуміла. Нарешті, по-третє, подібна ситуація дійсно викликає поширення три-

вожних настроїв в українському суспільстві. Тільки в останній час, завдяки певним заходам (зокрема, укріплення боєздатності української армії, підтримці західних партнерів та деяким іншим) відповідні чутки сприймаються спокійно та виважено.

Треба відзначити, що чутки розглядають сьогодні не тільки як стихійне комунікативне явище, а і як спеціальна, активно використовувана технологія впливу на суспільну свідомість, ефективний засіб ефективної протидії ситуаціям, що складаються в суспільстві. Р. Ронін, розширюючи поле чуток, пише, що при веденні активної гри ретельно підібрані чутки запускають для: оптимального поши-

рення правди; створення певної думки про подію, ситуацію або людину; підготовки оточення (шляхом притуплення їх реакції) до наміченого діяння; уникання офіційної цензури; з'ясування ставлення людей до того, що повідомляється для розпалювання смуту, страху, невпевненості [Караяни 2003]. Найчастіше люди швидко підпадають під вплив чуток, це зумовлено нездатністю значної частки населення самотійно й критично оцінити правдоподібність чуток. Так само на них впливає соціальний настрій населення, наприклад, більш сприйнятливими до чуток виявляються люди, які відчувають невдоволення, що знаходяться в стадії тривалого очікування. Так само в більшості випадків чутки, слухи, плітки розглядають як достовірні, а їх спростування (особливо коли це робиться офіційними органами) як прагнення приховати істину.

5. Ідеологічні та інформаційні фільтри виступають як наступний важливий чинник формування громадської думки, виконуючи специфічну, але важливу роль «сітки», що пропускає або затримує ту чи іншу інформацію на її шляху до реципієнта, здобувача. Причому (це важливо!) подібні фільтри не завжди бувають зовнішніми для особистості, тобто «відбирають» ту чи іншу інформацію, яка поступає лише ззовні.

Подібна дія фільтрів може відбуватися і тоді, коли людина припустимо сприймає певну картину світу «через себе» (так, наприклад віруюча людина буде оцінювати сформовану ситуацію через свою віру, а соціаліст – через свої специфічні переконання тощо). Саме досвід індивіда й отримана ним інформація в процесі формування його думки, безумовно, ретельно класифікуються, оцінюються з урахуванням відповідних фільтрів [Стадник 2015: 220]. На даному етапі на базі подібної інформації і в силу яскраво вираженого інтересу формуються індивідуально-групові судження (думки, оцінки). Ці судження можуть у суперечити одне одному. Це пояснюється різним рівнем обізнаності суб'єкта, дією широкого спектра джерел інформації, неможливістю відразу ж перевірити цю інформацію і таке інше.

Але, безумовно, подібні ідеологічні та інформаційні фільтри можуть виступати як дійсно «сітки», через які так чи інакше інформація «ззовні» пропускається чи не пропускається до потенційного споживача. Це може відігравати як негативну роль (людина не здобуває необхідних повідомлень і не може чітко та впевнено «створити» власну думку на ті чи інші події, процеси, особистості). Так і роль позитивну, коли заради зменшення впливу, наприклад, інформаційних каналів супротивника, який намагається створювати вигідну для нього громадську думку, ті чи інші повідомлення затримуються, або зовсім не пропускаються до реципієнтів.

Яскравим прикладом створення та використання подібних фільтрів в процесі російсько-управлінської інформаційної війни виступає система відмови від трансляції в Україні російських телеканалів та радіостанцій, які ведуть проти України активні пропагандистські кампанії. З нашої точки зору, подібний підхід до організації такої своєрідної контрпропагандистської діяльності є достатньо виваженим та справедливим, оскільки у цьому випадку мова йде не про інформаційну діяльність як таку, а про діяльність пропагандистську. Причому таку, що характеризується недостатньо виваженим підходом. Наявністю елементів наклепу та підбурювання населення, що викликає формування певної специфічної негативної громадської думки.

6. Стереотипи також виступають як дуже важливий елемент системи формування громадської думки. У політичній психології стереотип характеризують як спрощене, стандартизоване, схематизоване, аксіоматичне та емоційно забарвлене уявлення про певний суб'єкт політики, соціальне чи політичне явище [Бойко 2010: 212-213].

З точки зору У. Ліппмана саме соціальні стереотипи надають основний розумовий матеріал, на якому будуються суспільні думки. Стереотипи, які виступають як стимулу, покликані викликати у людей реакцію це почуття симпатії і антипатії, страху і гніву, любові і ненависті по відношенню до інших соціальних явищ. [Дубин & Толстых 1993]. Стереотип

розглядають як механізм взаємодії, найпростіша форма комунікації, результат взаємного тяжіння й культурної напруги, що одночасно характеризує ступінь соціалізації людей. Коли складні ідеї втілюються у спрощеному збірному образі, то на сприйняття і осмислення їх потрібно менше часу і зусиль. Стереотипи відчують людину аналізувати явища, критично їх оцінювати, привчають їх беззастережно.

Американський теоретик пропаганди У. Олбиг звертає увагу не те, що «стереотипи можуть бути підробкою під реальність, і відоме створення і маніпулювання ними широко практикуються сьогодні» [Дубин & Толстых 1993]. Отже, в більшості випадків стереотипи випадків стереотипи використовуються пропагандою для виклику відповідної емоційної реакції аудиторії. Таким чином стерео типізація інформації, наприклад, у ЗМІ дуже часто веде до її стандартизації, дезінформації читачів, до маніпулювання громадською думкою в інтересах як власної еліти, так і конкурентів в ідеологічній та іншій боротьбі, зокрема в ході інформаційних війн.

Але й це не все. Відомо, що стереотипи можуть негативно позначатися як на поведінці людей, так і в формуванні у них відповідної індивідуальної думки, що потім транслюється в думку громадську. Вони дійсно спричиняють спрощене сприйняття світу та відмову від аналізу та сприйняття різних подій та явищ; викликають неадекватні емоційні реакції; стимулюють виникнення та закріплення упередженого ставлення до людей і соціально-політичних явищ; провокують загострення конфліктів і таке інше.

Можна й не казати про те, яким чином та з якою наполегливістю використовує стереотипи російська пропаганда в ході інформаційної російсько-української війни, формуючи у свого населення (і не тільки свого) стереотипні образи України, української влади, воїнів українських збройних сил, добровольців, волонтерів і т.ін. Навряд чи є сенс називати тут ті стереотипи, якими вони оперують – ці стереотипи відомі усім. На жаль, проблема у тому, що багато з подібних стереотипів закріплюється у свідомості росіян та формує певне

ставлення до України і українців, певний стан громадської думки щодо цієї проблеми.

На завершення аналізу проблем та джерел формування громадської думки в період інформаційної війни треба зауважити наступне. Безумовно, подібне формування серйозно впливає на, так би мовити «якість» громадської думки, під якою ми розуміємо в першу чергу рівень її компетентності. Відомо, що подібна компетентність відіграє значну роль в процесі використання громадської думки в соціально-політичному управлінні.

Відомо, також, що громадська думка в процесі подібного управління реалізує три основні функції: директивну, консультативну та експресивну [Полторах 2000: 83-85]. Перша з них у тому, що громадська думка сама по собі виносить певні рішення з тої чи іншої проблеми, що мають суто імперативний характер. Так, саме проблеми прийняття в Україні ефективною заміну про загально-управлінський референдум спрямована на вирішення одного з найважливіших завдань відносно визначення громадською думкою шляхів припинення війни на Донбасі, відповідно – згортання інформаційної війни.

Консультативна функція громадської думки у тому, що вона «бере участь» у прийнятті та реалізації управлінських рішень шляхом використання органами управління тих «порад», які дає їм громадська думка, що їх консультує (зрозуміло, що це як раз у першу чергу і залежить від рівня її компетентності. Добре відомо, скільки порад дала громадська думка Президентові України, уряду, окремим міністрам щодо організації участі добровольців та волонтерів в АТО, контрпропагандистської діяльності, створенні служби каналів, надання воїнам медичної допомоги та таке інше.

Нарешті, експресивна функція громадської думки у тому, що вона, незалежно від того, у яких умовах діє, займає певну позицію у ставленні до фактів і подій, що відбуваються в суспільстві. Добре відомо, якою неоднозначною є позиція управлінської громадської думки по відношенню до напрямків та умов припинення воєнних дій на сході країни. Можна навести лише один з прикладів став-

лення одного із її сегментів до цієї проблеми. Перед поїздкою Президента В. Зеленського на зустріч у «Нормандського формату» дуже невелика частка населення виступила на Майдані із висловленням громадської думки, зміст якою був наступним: «Ні капітуляції!».

Отже, при реалізації будь якої управлінської, політичної функції потребується використання громадської думки (навіть, якщо його не робити, вона все одного обов'язково займе певну позицію). І, безумовно, треба використовувати компетентнісну громадську думку. Відповідно постає питання: а чи може громадська думка бути компетентною? Розглядати цю проблему треба лише на увазі, що мова може йти про органічну компетентність (або некомпетентність) та неорганічну компетентність (або некомпетентність).

У першому випадку йдеться про те, що громадська думка іноді може висловлюватися по деяким науковим або спеціалізованим проблемам, які недоступні її розумінню взагалі (йдеться, наприклад, про проблеми медицини, Томосу та ін.). Інша річ неорганічна компетентність громадської думки. Подібна може бути досягнута, якщо не порушуються наступні умови [Полторак 2018: 67-68]:

- громадська думка не висловлюється з тих проблем, що недоступні її розумінню, так, як йдеться про інформаційну війну між Російською Федерацією та Україною, напевно чи є сенс вивчати та враховувати громадську думку з проблем зброї, що використовується, стратегії та тактики військових дій та ін.;

- громадська думка не є достатньою поінформованою (див. вище про канали інформування), щодо тих чи інших проблем, у тому числі пов'язаних із перебігом подій на сході України;

- замість громадської думки використовуються, так звані, «артефакти», що з'являються завдяки використанню (в тому числі при опитуванні громадської думки) деяких спеціальних технологій. Так, вище вже йшла мова про те, яким чином використовуються при організації пропаганди в інформаційній війні ідеологічні та інформаційні фільтри та стереотипи;

- не має спроб використання громадської думки при аналізі складних соціально-економічних (наприклад, щодо підвищення цін) та соціально-політичних проблем. У цьому випадку з'являються різноманітні чутки та плітки, що функціонують замість висловлення громадської думки. Цього, наприклад, варті чутки щодо цін на газ, призначення субсидій та ін. Цікаво, що саме це порівнюється із ситуацією на окупованих територіях та розмовами про те, що їх мешканці отримують «по дві пенсії».

Отже, в цілому, якщо грамотно та професійно використовувати при формуванні громадської думки проаналізовані вище маніпулятивні технології, можливо здобутки для застосування соціально-політичної діяльності взагалі та урегульовані процесів інформаційних війн достатньо «неорганічно компетентнісну громадську думку».

Висновки.

Проведений аналіз засвідчив, що проблема формування громадської думки в процесі ведення інформаційних війн є найактуальнішою, оскільки недоліки у подібній діяльності, зокрема вплив на населення цілеспрямованої і активної пропаганди приводять до самих негативних наслідків у подальшому функціонуванні громадської думки.

Серед основних джерел, за допомогою яких відбувається формування громадської думки, важливе місце займають як джерела, що несуть змістовну функцію, зокрема свідчення, що здобуваються з колективного та індивідуального досвіду людей, наукова та загальна соціальна інформація, чутки, плітки та ін. А також різноманітні ідеологічні і інформаційні фільтри, стереотипи, що певним чином «пропускають» інформацію у свідомість людей для подальшого формування громадської думки.

Також цей процес має особливе значення для формування і подальшого використання в соціальному управлінні, процесах ведення інформаційних війн компетентної громадської думки.

Бібліографічні посилання

- Бойко О. Д. (2010). Політичне маніпулювання: навч. Посібник. Київ: Академвидав. 242 с.
- Дубин Б. В., Толстых А. В. (1993). Слухи как социально-психологический феномен. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.voppsy.ru/issues/1993/933/933077.htm> (дата звернення: 23.11.2019).
- Караяни А. Г. (2003). Слухи как средство информационно-психологического противодействия [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://psyfactor.org/lib/rumours4.htm> (дата звернення: 23.11.2019)
- Полторак В. А. (2000). *Социология общественного мнения*. Киев; Днепропетровск: Центр «СОЦИОПОЛИС». 264 с.
- Полторак В. А. (2018). Компетентність громадської думки: органічна та неорганічна. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики* : зб. наук. пр. / редкол.: Я. В. Зоська (гол. ред.) та ін. Запоріжжя: КПУ, Вип. 78. С. 163-170.
- Стадник А. Г. (2015). Форми впливу на громадську думку в процесі інформаційної війни. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*: зб. наук. пр. / редкол.: Я. В. Зоська (гол. ред.) та ін. Запоріжжя: КПУ. Вип. 69-70. С. 216-224.

References

- Bojko O. D. (2010). Politychne manipuljuvannja: navch. posibnyk [Political manipulation: teach. manual]. Kyi'v: Akademvydav, 2010. 242 s. (in Ukr.)
- Dubin B. V., Tolstyh A. V. (1993). Sluhi kak social'no-psihologicheskij fenomen [Rumors as a socio-psychological phenomenon]. Retrieved from <http://www.voppsy.ru/issues/1993/933/933077.htm> (data zvernennja: 23.11.2019). (in Russ.)
- Karajani A. G. (2003). Sluhi kak sredstvo informacionno-psihologicheskogo protivodejstvija [Rumors as a means of information and psychological counteraction]. Retrieved from <http://psyfactor.org/lib/rumours4.htm> (data zvernennja: 23.11.2019). (in Russ.)
- Poltorak V. A. (2000). *Socyologyja obshhestvennogo mnenyja* [Sociology of public opinion]. Kyev; Dnepropetrovsk: Centr «SOCYOPOLYS», 2000. 264 s. (in Russ.)
- Poltorak V. A. (2018). Kompetentnist' gromads'koi' dumky: organichna te neorganichna [Public Opinion Competence: Organic is inorganic]. *Social'ni tehnologii': aktual'ni problemy teorii' ta praktyky: zb. nauk. pr. / redkol.: Ja. V. Zos'ka (gol. red.) ta in. Zaporizhzhja: KPU, Vyp. 78. S. 163-170.* (in Ukr.)
- Stadnyk A. G. (2015). Formy vplyvu na gromads'ku dumku v procesi informacijnoi' vijny [Forms of influence on public opinion in the process of information war]. *Social'ni tehnologii': aktual'ni problemy teorii' ta praktyky: zb. nauk. pr. / redkol.: Ja. V. Zos'ka (gol. red.) ta in. Zaporizhzhja: KPU. Vyp. 69-70. S. 216-224.* (in Ukr.)