

**СВОБОДА СЛОВА ТА ЇЇ ОБМЕЖЕННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ:
АМЕРИКАНСЬКИЙ ДОСВІД ТА ЙОГО ПРОЕКЦІЇ НА УКРАЇНУ**

Анотація. У статті розглянуто досвід США в сфері свободи слова, проаналізовано різновиди цензури в умовах військових дій та зроблено узагальнення для України.

Ключові слова: свобода слова, зовнішньополітичні виклики, війна, Україна, США.

Annotation. In the paper is examined the United States experience in the field of free speech, analyzed a censorship model during the military operations and made up conclusions towards Ukraine.

Key words: freedom of speech, foreign-policy challenges, war, Ukraine, the USA.

Аннотация. В статье рассмотрен опыт США в области свободы слова, проанализированы разновидности цензуры в условиях военных действий и сделаны обобщения для Украины.

Ключевые слова: свобода слова, внешнеполитические вызовы, война, Украина, США.

Свідоме чи несвідоме, державне чи позадержавне пригнічування інформаційної діяльності (діяльності мас-медіа зокрема), тобто цензура, має своїми виявами:

* головний науковий співробітник Національного інституту стратегічних досліджень при Президентові України, доктор філософських наук, професор

- обмежений доступ певних суб'єктів до певного кола джерел публічної інформації;
- повну або часткову заборону на діяльність деяких медіа;
- повний або частковий контроль над інформаційними потоками (включно з особистим листуванням) тощо.

Особливим різновидом цензури є самоцензура, коли зовнішні обмеження зазнають інтерналізації (перетворюються на внутрішні). Подібна інтерналізація цензури асоціюється зазвичай з «вихованістю», «правилами хорошого тону» (етикету), різноманітними естетично-етичними кодексами, мовою політичної коректності тощо. Існує навіть крилатий вислів щодо «дозволеного Юнітеру, але не дозволеного бикові».

Доречно зауважити існування в англійській мові двох слів для позначення «цензури», – «*Censure*» й «*Censor*», які мають подібне звучання, але залежно від контексту означають вельми різні процеси. «*Censure*» означає різку критику, осуд, незгоду, але в жодному разі не строгу заборону (на відміну від «*Censor*»).

Ф. Кук й К. Хайльменн вибували п'ятиелементу модель цензури:

1. Виправдане певною метою співвідношення між дозволеними (пермісивними) експресивними атитюдами й тими, які, що існують насправді.
2. Визначення контенту концепції пермісивних експресивних атитюдів.
3. Насильницьке впровадження нагляду за дотриманням концепції пермісивних експресивних атитюдів.
4. Відношення між цензором та цензурованим (the censor and censee).
5. Інтерація цензора та цензурованого.

Відповідно, автори зазначають функціонування цензури у двох режимах, – публічному й приватному, ставлячи резонне запитання: чи є необхідним існування окремішнього соціального інституту цензури за

умов розвиненості самоцензури, бо у такому разі кожен є цензором сам собі [1].

Таблиця

Виміри цензури

Публічні атитюди / Приватні атитюди	Публічна опозиція	Публічна індиферентність	Публічна підтримка
Приватна опозиція	Повне співпадіння (1)	Слабке «прагматичне» співпадіння (4)	Повне заперечення (8)
Приватна індиферентність	Слабке «ідеалістичне» співпадіння (6)	Повне співпадіння (2)	Слабке «прагматичне» співпадіння (5)
Приватна підтримка	Повне заперечення (9)	Слабке «ідеалістичне» співпадіння (7)	Повне співпадіння (3)

Унаслідок взаємодії публічної й приватної цензури виникає 9 різних режимів. «Повне співпадіння» (Perfect alignment; в таблиці позиціонується як 1, 2, 3) означає, наприклад, що між цензором й цензурованим виникає повна згода, а між публічними й приватними атитюдами - повна когеренція; це та ситуація (bandwagon), яку охоче експлуатують різноманітні продержавно налаштовані пропагандисти.

А) У випадку опозиційності – повна когеренція між публічними й приватними атитюдами, так що публічне несхвалення певної ідеї співпадає з приватним, й особа, таким чином, може стати «досконалим дисидентом».

Б) У випадку індиферентності – особа й соціум однаково байдуже ставляться певної політичної реальності (наприклад, - диктаторського режиму).

В) У випадку схвалення – виникає, наприклад, ситуація повної лояльності до правлячої партії в умовах однопартійного політичного режиму.

«Слабке «прагматичне співпадіння» (Weak «pragmatic» alignment; у таблиці позиціонується як 4, 5) означає неповну когерентність між приватним та публічним атистюдами.

За умов війни (підготовки до війни) цензуру зазвичай доповнює пропаганда в усіх її «білих», «сірих» та «чорних» різновидах. Якщо цензура – прийом **негативного контролю** громадської думки, то пропаганда має на меті **цілеспрямоване формування** цієї думки на користь певної політичної ідеї. Обидва підходи до комунікативної політики є вельми непопулярними у сучасному світі, де панують зазвичай норми ліберальної демократії, однією з яких є «свобода слова». У багатьох Конституціях сучасних держав (з українською включно) міститься офіційна заборона на впровадження цензури.

Водночас, суспільств, позбавлених цензури, продиктованої тими або іншими «благими намірами», практично не існує. Бо цензура слів, вчинків тощо є основою соціального контролю, соціалізації на бажаних взірцях. Отже, всупереч пропаганді «вседозволеності», цензура в найрізноманітніших формах існує навіть у світі найдемократичніших країн.

Зокрема, коли на тлі публікації карикатурних зображень пророка Мохамеда у Франції сталася трагедія, пов'язана з розстрілом редакції журналу «*Charlie Hebdo*», а ще раніше спалахнув міжнародний скандал у зв'язку з датською газетою «*Jyllands-Posten*», чимало європейців (не кажучи уже про українців та росіян), почали активно заявляти про межі свободи слова, про неприпустимість здійснення журналістами «святотатств», «богохульств» тощо. Таким чином, заради особистої й суспільної безпеки люди погоджуються на певні обмеження щодо діяльності медіа. І це є найпоширенішим «мотиватором» впровадження постійної чи тимчасової цензури.

Проте, мотиви впровадження в певній країні цензури можуть бути найрізноманітнішими, починаючи від турботи про «моральнісне здоров'я

нації» й закінчуючи міркуваннями збереження державної й воєнної таємниці, підтримання на належному рівні морально-політичного духу нації.

Скажімо, мотивом для створення у 1804 р. у царській Росії Цензурного статуту (видозмінений у плані більшої жорсткості після декабристського повстання у 1826 р.) було *«запобігання поширенню вільнолюбних ідей через пресу, переповнену марними і згубними мудруваннями новітніх часів»*. Себто йшлося про страх царського режиму перед примарою буржуазно-демократичної революції. Безумовно зіграв свою роль й фактор Наполеона Бонапарта.

Так само активно боровся царський політичний режим з українською мовою. (Валуєвський циркуляр 1863 р. та Емський указ Александра II 1876 р.). Й справа була звичайно не в мові як такій, а в нації творенні, тісно пов'язаному з мовним питанням.

В сучасному українському суспільстві на тому ж ґрунті так само відбуваються запеклі мовні дискусії. Особливо плідним середовищем цензури є війна, яка передусім обумовлює необхідність розтотоження («розлюднення») образу ворога й створення натомість образу «Іншого». Дегуманізований образ ворога має навіювати думку про те, що він заслуговує на знищення. З цією метою використовуються, зокрема, образи різних захворювань (включно з ментальними) та «непопулярних» тварин.

Для стану війни або підготовки до неї вельми характерними є звинувачення на адресу преси в тому, що вона «видає державні секрети». Конструюються спеціальна мова війни, переповнена образливими стосовно ворога словами й словосполученнями (пейоративами). Й навпаки, мова війни передбачає евфемізми, покликані применшити або нівелювати негативи, пов'язані з власними воєнними діями.

Яскравим прикладом того, як не контрольована цензурою діяльність медіа може негативно вплинути на перебіг війни є «в'єтнамський синдром» (цензура на цей час в США уже не діяла). На театрі воєнних дій

у В'єтнамі було акредитовано до 2 000 репортерів, які зазвичай брали інтерв'ю у звичайних солдат, а не у генералів й створювали картину війни, далеку від того ступеня «рожевості», який влаштовував би Пентагон.

До того ж, у 60-ті роки минулого століття, коли ця війна розгорталася, новим потужним медіа стало телебачення. Власне це й дало поштовх народженню самого терміну «медіа», сконструйованого Гербертом Маршалом Маклюеном. Телевізійні репортажі з В'єтнаму, у яких важко було приховати правду війни, створили в американського телеобивателя негативістське настановлення до цієї війни, що посилювало антивоєнний рух й спонукало США у 1975 році вийти з цієї війни, так її і не вигравши.

Пентагон зробив належні висновки і у наступних війнах запровадив жорсткі рестрикції на діяльність журналістів на полі битви. У 1983 р. на початковій фазі вторгнення до Гренади воєнну активність США не висвітлював жоден журналіст. Вторгнення до Панами у 1989 р. висвітлювало всього-на-всього півтора десятка «добре відфільтрованих» журналістів, яким, до того ж, було заборонено відвідувати найбільш проблемні об'єкти (аеропорт тощо). Зате, коли наступного 1990 р. американські війська почали восени 1990 р. прибувати до Саудівської Аравії, в процесі підготовки до Війни у Затоці, то їх уже супроводжувало до 2000 журналістів, поділених на «пули» числом 18-ть кожен. При цьому Пентагон запровадив для діяльності прикріплених до військових з'єднань журналістів 5-ть жорстких правил:

1. Журналісти мали відвідувати табори концентрації американських військ лише в складі свого «пулу» й не відвідувати у жодному разі інші місця.

2. Жодному журналістському пулу не дозволено пересовуватися місцями дислокації військових з'єднань без супроводу офіцера з питань зв'язків з громадськістю (public-affairs officer (PAO)).

3. Жодне інтерв'ю з представниками військової місії не повинно братися без офіційного супроводу.

4. Усі відправлення журналістів повинні проходити перевірку на предмет «чутливої воєнної інформації офіцерами з питань зв'язків з громадськістю.

5. Наслідком порушень журналістами встановлених правил могло бути позбавлення акредитації, арешт, затримка під варто й видалення за межі театру воєнних дій [7].

Воєнна пропаганда здійснюється зазвичай у «чорному» форматі, тобто «не дружить» з правдою. Звідси популярний вислів Артура Понсонбі «Коли оголошують війну, то найпершою її жертвою є правда» («When war is declared, truth is the first casualty»). Вісім типових прийомів воєнної пропаганди відображено у популярній книзі А. Понсонбі (між 1928 й 1933 роками вона витримала 8 перевидань)

1. *Вживання стереотипів* (пруський офіцер обов'язково має мати «бичачу шию»).

2. *Видумування на адресу ворога імен, пов'язаних з негативними конотаціями* («Ганси»).

3. *Вживання паліативних термінів*, покликаних послабити негативне сприймання невігідних фактів (відступ називається, наприклад, «вирівнюванням лінії фронту»).

4. *Пропаганда злочинів, вчинених ворогом* (згвалтовані німцями сестри милосердя; вщент вирізані малі дітки тощо).

5. *Вживання гучних слоганів* (типу - «Ця війна ведеться заради того, щоб покінчити з війнами як такими»).

6. *Тенденційно-упереджене висвітлення воєнних подій* (маленькі перемоги подаються як великі, а великі поразки применшуються).

7. *Постійні негативістські характеристики ворога* («німецький мілітаризм»).

8. *Експлуатація ефекту «переповненого вагону»* («bandwagon effect»), тобто приєднання до більшості («кожен патріот разом з нами») [2].

Згодом, у міжвоєнний період Інститут аналізу пропаганди (Institute for Propaganda Analysis (IPA), керований Гарольдом Ласуеллом, запропонував «сім типових прийомів пропаганди» («seven common propaganda devices»), які у цілому відтворюють список, запропонований А.Понсонбі.

6 квітня 1917 року Конгрес оголосив війну Німеччині, а вже 14 квітня того ж року президент США Вудро Вільсон підписав директиву №2594, про створення Комітету з публічної інформації (The Committee on Public Information (CPI), який очолив «реklamний геній» Джордж Кріл (George Creel). Завданням нового комітету було створення суспільної атмосфери на підтримку сумнівної ідеї вступу Америки у Першу світову війну. Передусім слід було максимально демонізувати ворога.

Характерно, що Дж. Кріл ретельно уникав використовувати термін «пропаганда», кваліфікуючи натомість діяльність очолюваного комітету як «найбільшу у світі рекламну пригоду» («the world's greatest adventure in advertising»). Але пропагандистські «стигмати» у діяльності новоствореного комітету приховати не вдалося й В.Вільсон, зважаючи на погану репутацію пропаганди в американському суспільстві, поспішив закрити Комітет Кріля щойно війна закінчилася.

У книзі *«Як ми рекламували Америку»*, вперше виданій у 1920 році [4], Дж. Кріл визнавав, що очолюваний ним комітет (CPI) використовував прийоми реклами для того, щоб переконати американський народ в необхідності воювати проти Німеччини. Отже, реклама у діяльності CPI була лише засобом, а мета ставилася пропагандистська.

У діяльності Комітету Кріла надзвичайно цікавим був досвід роботи «людей-чотирьох-хвилинників» (The Four Minute Men). В усій Америці (5 200 общин) було відібрано 75 000 «спікерів» (тобто агітаторів і пропагандистів), які, за даними, наведеними в книзі Дж. Кріла, встигли

проголосити 755 190 стислих промов на користь Америки та її участі у війні. Ця ідея вочевидь й надихнула Дж. Оруелла ввести в свій роман-антиутопію «1984» образ «п'ятихвилинок правди», які регулярно проводить «міністерство правди».

У роки II Світової війни Великобританія й США наскільки вдосконалили систему воєнної цензури й пропаганди за рахунок створення «пулу довірених журналістів», що вона була малопомітною, створюючи враження самоцензури, хоча це зовсім не означає, що цензура була відсутня взагалі як стверджують деякі автори («американська цензура насправді була самоцензурою») [5]. Скажімо, американська преса часів Другої Світової війни ніколи не публікувала фото поранених або вбитих американських солдат, оскільки це могло би завадити призовній практиці. Так само було накладено заборону на фотографії жертв серед мирного населення (особливо жінок і дітей).

Соціально-політичні зміни в Україні та зміни міжнародної ситуації на тлі офіційно неоголошеної російської агресії поставили державну інформаційну політику перед гострою необхідністю реформування організаційно-правових відносин в інформаційній сфері й запровадження певних обмежень на свободу діяльності медіа.

Роль Цензурного комітету (аналогу американського Комітету Кріла) фактично було покладено на Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення Так, постановою Верховної Ради України від 28 лютого 2014 року № 837-VII за результатами розгляду звіту згаданого регулятивного органу за 2013 рік було висловлено недовіру його старому складу, наслідком чого стало дострокове припинення його повноважень й формування нової Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення. Уже всередині березня 2014 року реформований регулятивний орган влади вніс пропозицію щодо заборони в судовому порядку трансляції в Україні програм чотирьох російських телеканалів, хоча цей малопопулярний захід не досяг головної мети: не захистив

населення окупованих російськими військами територій Сходу України від згубного впливу російської пропаганди (за 60 км від українського кордону знаходиться потужний ретранслятор в Ростові-на-Дону). До того ж, цей рестрикційний захід стосувався ефірного мовлення й кабельних мереж. Але існує супутникове й онлайнове мовлення, де зазначені телеканали цілковито доступні.

Подальша діяльність Національної ради була також активною, хоча і вельми неефективною й контроверсійною. Особливе збурення у середовищі медіа-громадськості викликали попередження на адресу каналу «112 Україна», пов'язані з трансляціями шоу Shuster live, оскільки деякі його учасники дозволяли собі сумнівні висловлювання з точки зору негласної (реально не існуючої) Воєнно-інформаційної доктрини України.

Водночас, в медіа України часто-густо поширюється інформація, яка об'єктивно шкодить успіхові АТО, але не отримує належної відсічі на медіа-інформаційному рівні. Йдеться зокрема про розв'язану деякими журналістами у 2015 році антипризовну кампанію.

Справа передусім полягає у відсутності в Україні надійних правових засад для впровадження цензури сучасного типу. Усі парламентські спроби ухвалити подібні закони нашоувхуються на активний спротив медіа-магнатів, які мають потужне парламентське лобі. Не зацікавлене в прийнятті подібних обмежень й саме журналістське середовище. Вихід напевно слід шукати в укладанні спеціальних Етичних кодексів журналістики на час проведення військових дій й впровадженні найкращого світового досвіду (передусім – американського) гнучкого поєднання цензури й «м'якої» пропаганди.

Список використаних джерел

1. Cook, Philip. Heilmann, Conrad. *Censorship and Two Types of Self-Censorship* [Електронний ресурс]. / Philip Cook // *The Social Science Research*

Network (SSRN). – March 20, 2010. – Режим доступу:
http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1575662

2. Ponsonby, Arthur. Falsehood in War-Time. Propaganda Lies of the First World War [http](http://www.vlib.us/wwi/resources/archives/texts/t050824i/ponsonby.html) [Електронний ресурс]. / Arthur Ponsonby – Режим доступу:
<http://www.vlib.us/wwi/resources/archives/texts/t050824i/ponsonby.html>

3. Sproule, Michael. Authorship and origins of seven propaganda devices: A research note. [Електронний ресурс]. / Michael Sproule – Режим доступу:
<http://www.roarofthebewilderedherd.org/sproule.pdf>

4. Creel, George. How we adwertized America. The First Telling of the Amazing Story of the Committee on Public Information that Carried the Qospel of Americanism to Every Corner of the Qlobe. – N.Y. London: Harper& Brothers Publishers, 1920.

5. Лук'янчук, Сергій. Про втрати - тільки з офіційних повідомлень. Як американські журналісти саморганізувалися для добровільної цензури [Електронний ресурс]. / Сергій Лук'янчук // Тексти. Org.Ua. – 23.02.2015. – Режим доступу : http://texty.org.ua/pg/article/newsmaker/read/58595/Ne_bez_cenzury_Jak_amerykanska_vlada_zdijsnuvala

6. Young, Kimball. Censorship: The Negative Control of Opinion. [Електронний ресурс]. / Kimball Young // Chapter 26 in Social Psychology: An Analysis of Social Behavior. – New York : Alfred A. Knopf, 1930 – 632-652 p. – Режим доступу : https://www.brocku.ca/MeadProject/Young/1930/1930_26.html.

7. Press Freedom vs. Military Censorship. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.crf-usa.org/america-responds-to-terrorism/press-freedom-versus-military-censorship.html>