

DOI: <https://doi.org/10.17721/2520-2626/2022.30.11>  
УДК165.6/.8

**Олена КОМАР**  
кандидат філософських наук, доцент кафедри  
філософії та методології науки  
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ORCID: 0000-0002-6762-0074  
Email: okomar@knu.ua

## **SOFT POWER І ПРОПАГАНДА У РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКІЙ ВІЙНІ: ЕПІСТЕМОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ**

**Анотація.** М'яка сила і пропаганда – це два різні вектори на інформаційному фронті війни Росії проти України. Залежно від цільової аудиторії російська влада використовує наративи, спрямовані або на зовнішню світову аудиторію, або на внутрішню. Метою засобів "м'якої сили" є створення позитивного іміджу Росії через популяризацію російської культури, жертвового образу російської інтелігенції, розмивання кордонів між російським та українським народами через спотворення історії, мовний експансіонізм. Цільовою аудиторією російської "м'якої сили" є населення інших країн та емігранти, тоді як цільовою аудиторією пропаганди – насамперед населення Російської Федерації. Засоби пропаганди, спрямовані насамперед на внутрішнього споживача, є більш прямолінійними, жорсткими та позбавленими етичних меж. Умовою довіри до пропаганди є визнання її правильності та підпорядкованості моральній меті. Тому рішення, прийняті під впливом пропаганди, не вважаються її адептами аморальними, навіть якщо вони мають тяжкі аморальні або антигуманні наслідки.

Концепція softpower як м'якого впливу на протиположності жорсткої сили примусу була розроблена американським політиком і дослідником Дж. Наєм для характеристики напрямів зовнішньої політики США. Термін softpower традиційно протиставляється пропаганді як за формою, так і за змістом. У статті демонструється наявність спільної ідеологічної основи між softpower і пропагандою, виявляються епістемічні засоби маніпуляцій обох інструментів російської політики, а також гібридний характер їхнього застосування. Епістемічний аналіз пропаганди та softpower дозволяє довести як персональну, так і групову відповідальність за прийняття та поширення її наративів.

**Ключові слова:** softpower, пропаганда, війна, епістемічні засоби, моральна відповідальність, переконання, постправа.

Olena KOMAR

Ph.D. in Philosophy, Associate Professor.  
Department of Philosophy and Methodology of Science,  
Taras Shevchenko National University of Kyiv

## **SOFT POWER AND PROPAGANDA IN THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR: EPISTEMOLOGICAL ANALYSIS**

**Abstract.** *Soft power and propaganda are two different vectors in the information front of Russia's war against Ukraine. Depending on the target audience, the Russian authorities use narratives aimed at either the external world audience or the domestic one. The purpose of soft power means is to create a positive image of Russia through the promotion of Russian culture, the sacrificial image of Russian intellectuals, blurring the boundaries between the Russian and Ukrainian people through distortion of history, linguistic expansionism. The target audience of Russian soft power is the population of other countries and expats, while the target audience of propaganda is primarily the population of the Russian Federation. The means of propaganda aimed primarily at domestic consumers are more straightforward, harsh and devoid of ethical boundaries. Since the beginning of Russia's full-scale war against Ukraine, the hybridization of soft power and propaganda has taken place, becoming multi-vector and intertwined. The hybridization of instruments of influence reaches the greatest scale in the language question, where propaganda theses about discrimination of Russian speakers and denial of the existence of the Ukrainian language are mixed with soft power theses about the importance of protecting the language of the outstanding Russian culture. The condition of trust in propaganda is acceptance of its correctness and subordination to the moral goal. Therefore, decisions made under the influence of propaganda are not considered as immoral, even when they have grave immoral or inhumane effects. The epistemic basis for the acceptance of propaganda is the substitution of truth with post-truth, and the main symptom is the refusal to check undesirable information, because "not everything is so clear."*

*The article demonstrates the existence of a common ideological basis between soft power and propaganda, reveals the epistemic means of manipulation of both instruments of Russian policy, as well as the hybrid nature of its application. The epistemological analysis of propaganda and soft power allows proving both personal and group responsibility for the acceptance and spread of its narratives.*

**Keywords:** *Soft Power, Propaganda, War, Epistemic Instruments, Moral Responsibility, Beliefs, Post-Truth.*

**Постановка проблеми.** Термін *softpower* традиційно протиставляється пропаганді як за формою, так і за змістом. Протягом російсько-української війни у період 2014-2021 рр. *Softpower* використовується у зовнішній політиці РФ для створення позитивного, привабливого образу російської культури. Водночас переважно поза увагою залишається неочевидне культивування домінантності Росії над пострадянським простором, «величі» і особливої історичної місії «русского мира» з одночасним применшенням ролі України у світових подіях, як історичних, так і культурних, нав'язування російської мови, підживлення внутрішніх ціннісних конфліктів у західних суспільствах. Будучи радикально відмінною від пропаганди за формою, м'яка влада по суті спрямована на досягнення того ж ефекту, що і пропаганда, і є проявом агресивної та експансивної зовнішньої політики РФ. Після початку повномасштабного наступу *softpower* не зникає, а гібридизується: використовуючи пропагандистський інструмент перевертання сенсу, *softpower* активно застосовується для спонування європейських країн до самозвинувачення у війні, перекидання провини з агресора на жертву, примус українців до миру (фактично до капітуляції), посилення консервативних праворадикальних рухів, для яких війна РФ проти України є демонстрацією принципу «сильної руки», розмивання меж моралі й істини шляхом маніпуляції постправдою. Оскільки *softpower* традиційно вважалася менш шкідливою, ніж пропаганда, або навіть позитивною формою діяльності, її гібридизація у

сучасній війні проти України може становити вищий ступінь загрози через суттєву недооцінку впливу і хибно-позитивний образ.

**Аналіз наукових публікацій.** Концепція *softpower* як м'якого впливу на протидію жорсткої сили примусу була розроблена американським політиком і дослідником Дж.Наєм для характеристики напрямів зовнішньої політики США. Пізніше доповнена поняттям розумної сили (*smartpower*) Е.Вілсоном. Дослідженню м'якої сили присвячені праці Дж.Галларотті, В.Кітінга, К.Качмарської, П.Суровця. За останнє десятиліття зросла кількість досліджень способів використання *softpower* в антиліберальних, авторитарних державах, зокрема, Росії, Китаї та Ірані (М.Бар, С.Тейс).

Епістемологічною основою статті є дослідження у галузі моральної та соціальної епістемології. Класичною основою епістемічної відповідальності є концепція В.Кліффорда. Натуралізовану версію епістемології презентують Н.Леві, Р.Росс, Р.Кемпбел, Б.Хантер. Емпіричні дослідження поляризації політичних переконань проводили К.Федеріко, К.Хант, Е.Фішер. Поняття «епістемічних бульбашок» та «ехокамер» для пояснення політичних переконань застосував К.Т.Гвен.

**Мета статті.** Довести, що *softpower* є продовженням російської пропаганди та є засобом реалізації агресивної експансіоністської політики, виражає і поширює російську ідеологію, вико-

ристовуючи епістемічні засоби маніпуляції громадською думкою.

#### Виклад основного матеріалу.

*Невидима влада м'якої сили і «великий культурний наступ».*

Концепція *softpower* або "м'якої сили" Джозефа Ная була сформульована ним у книзі, присвяченій американській політиці, і розвинута у нині класичній праці «М'яка сила: засоби досягнення успіху у світовій політиці» [11]. Дж.Най розрізняє м'яку силу, спрямовану на формування привабливого образу своєї країни на противагу жорсткої сили мілітарного примусу або економічного тиску. Спокуса ефективніша за примус, тому використання м'якої сили, на думку автора, зменшує необхідність застосування жорсткої сили чи підкupu, адже може змусити бажати інших тих самих результатів, але через наслідування і захоплення. Трьома основними джерелами м'якої сили як способу формування потрібного образу країни у світовій політиці, є політичні цінності, культура і зовнішня політика. Втім, оскільки *softpower* сама по собі є лише ефективним засобом, інструментом досягнення мети, вона може слугувати різним ідеологічним цілям. Зокрема, у російському глобальному імперському експансіонізмі м'яка сила є продовженням і розширенням пропаганди так само, як пропаганда є продовженням жорстких засобів (економічний тиск на залежні бідніші країни, енергетичний шантаж Євросоюзу, пряме використання зброї проти України і Грузії тощо).

Широко відомою є теза, що до мілітарних засобів країни вдаються тоді, коли дипломатичні зазнали невдачі, а війна є лише способом нав'язати свою волю. Рідко хто утримується від згадки цитати К.Ф.Г. фон Клаузевіца про війну як звичайне продовження політики іншими засобами «Der Krieg ist eine bloße Fortsetzung der Politik mit anderen Mitteln» для пояснення причин, втім, враховуючи неймовірно антигуманний характер війни, не дивно, що збройне протистояння відсуває у тінь усі інші способи ведення боротьби. Поширення пропаганди видається меншим злочином, ніж убивство зброєю, а у використанні засобів *softpower* взагалі неможливо побачити очевидний склад злочину, хоча усі три рівні – мілітарний, пропагандистський і *softpower* служать одній спільній меті. Небезпека недооцінки впливу м'якої сили може дорого коштувати стороні, яка отримує військову перевагу, адже, на відміну від договорів про роззброєння, не може бути домовленостей чи договорів про припинення використання засобів і поширення *softpower*. Тому продовження боротьби у цьому напрямку можливе потенційно безкінечно, зважаючи на добровільну участь у цьому процесі навіть російських лібералів, які отримують на Заході дуже широку підтримку як «постраждалі від режиму опозиціонери», натомість транслюють суголосно з офіційною пропагандою основні послання про велич російської культури або месіанізм, колоніальні ідеї про єдність народів колишнього Радянського Союзу (наприклад, видаючи

усі досягнення того часу за російські), чи псевдопацифістські заклики до миру, метою яких є зняття відповідальності за війну з більшості росіян.

Культурний напрям російської *softpower* найширший, найбільш очевидний і досить добре досліджений. Від загальної тези про «видатну російську культуру» до конкретних цільових – про обов'язкове вивчення в українських школах Пушкіна, нав'язується ідея про цивілізаційну неможливість існування світу без російської культури. Втім, спосіб репрезентації цієї тези для пострадянських країн, насамперед України, і західних країн помітно відрізняється. У першому випадку просувається колоніальна імперська теза про несамоодатність, вторинність української (або іншої) культури без російської, суголосну з пропагандистською тезою про відсутність і вигаданість української мови, держави і нації. Для західних країн російську культуру позиціонують як привабливу, загадкову, відмінну, але тому необхідну для вивчення. Якщо до повномасштабної агресії акцент був саме на привабливості, величч і потужності російської культури, то після 24.02.22 р. основною повісткою російської *softpower* стала вимога «недискримінації» російського, звинувачення у канселінгу (від «cancelculture») російської культури. Про агресивний експансіонізм у м'яких шатах культури і справжні цілі, які тотожні до так званої «спецоперації», відверто висловився директор Ермітажу М.Піотровський: "Наші останні виставки за кордоном – це просто потужний культурний наступ. Якщо хочете, свого роду спецоперація, яка багатьом не подобається. Але ми наступаємо. І нікому не можна дати завадити нашому наступу... До початку "спецоперації" в Україні виставки російських музеїв були всюди... Це і була наша, якщо хочете, спецоперація, великий культурний наступ" [2]. Пряма аналогія з воєнними діями, захопленням міста і військовими перемогами у цьому «великому культурному наступі» звучить у цитаті: «Виставка Щукіна і Морозова у Парижі – це російський прапор над Булонським лісом» [2].

Однак було б помилкою зосереджуватися лише на культурному аспекті *softpower*, адже таке звуження погляду залишає за межами поля зору інші напрями м'якої сили. Моніторинг світових реакцій на російську ідеологію виявив, що вона має значний вплив у підтримці окремих правих консервативних ідей. Зокрема, автори статті «Консервативна "м'яка сила": упередженість ліберальної "м'якої сили" та "прихована" привабливість Росії» [7] доводять зв'язок між російською м'якою силою і моральним консерватизмом, антиліберальним управлінням та ідеєю сильного лідерства, часто доповнюваних антиамериканізмом, оскільки вони збігаються з основними цілями російської зовнішньої політики. У статті вказується на те, що цей аспект залишається «сліпою плямою» (blindspot), через що російські впливи на дестабілізуючі фактори політики у демократичних суспільствах залишаються недооціненими. Автори називають причиною «ліберально-

демократичного упередження» (liberal democratic bias) сформований Наєм погляд на м'яку силу як насамперед демократичну ліберальну політику як найпривабливіший варіант політичних цінностей, адже концепція була розроблена саме для США, тому недемократичні антиліберальні країни, як Росія та Китай, на його думку, мали б принаймні маскуватися під такі цінності [7, р. 3-7].

Натомість Росія використовує *softpower* як інструментальну техніку впливу, просуваючи власні цінності. Зокрема, техніка «бути прикладом для наслідування» реалізується росіянами через спортивну галузь, звідки постійні допінгові та корупційні скандали, адже для Росії спорт – це спосіб просувати імідж сильної наддержави, не гребуючи жодними засобами. Але «сліпа пляма» ліберального упередження полягає у тому, що непомітними залишаються ті стратегії Росії, які спрямовані на виявлення слабкостей усередині інших країн, посилення і підкреслення джерел розбрату, підживлення консервативних і антиліберальних напрямів, спонсорування ультраправих партій у ЄС. Прихильники таких поглядів значно частіше висловлюють підтримку пропутінської політики, не засуджують анексію Криму або знаходять історичне виправдання російській агресії. Зважаючи на поширеність проросійських симпатиків у німецькомовних країнах, на цій підставі виник термін «путінферштеєри» та «русішферштеєри» для позначення політики «розуміння і компромісів» з Росією. Цьому сприяє також тактика пошуку компромату, поширення фейкових новин, розмивання довіри до західних медіа джерел, просування концепції постправди замість традиційного поняття істини.

Крім згаданої міфологізації російської культури як незамінної, мова є наріжним каменем «русского мира». Наймасштабнішим проявом культурного фронту методами *softpower* є мовний експансіонізм, який і у тривалій перспективі становитиме одну з основних загроз єдності українського суспільства. Жодна інша стратегія настільки очевидним чином не пов'яже війну, пропаганду і м'яку силу як створення міфологеми про універсальність російської мови та спільність усіх російськомовних. Указ «Про утвердження Концепції гуманітарної політики Російської федерації за кордоном» від 05.09.22 прямим текстом засвідчує у пункті 30, що *softpower* є інструментом російської боротьби, а просування російської мови за кордоном визначається як ключовий напрям зовнішньої гуманітарної політики. Традиційні вектори російського впливу на пострадянському просторі до 2022 р. реалізуються через агентурну мережу – московську православну церкву, агентство «Россотрудничество» і фонд «Русский мир», які встановлюють насамперед контакти з експатами (близько 25 млн росіян, котрі проживають за кордоном). Нав'язування російської мови і культури методами м'якої сили створює неочевидний, втім міцний фундамент для

пропагандистського виправдання збройної агресії під приводом захисту російськомовного населення від утисків. «Гібридність» претендує на звання центрального терміну путінської політики. П.Суровець вказує на гібридизацію м'якої сили і пропаганди за допомогою медіатехнологій, що є відходом від вихідної концепції *softpower*, адже Дж.Най вважає її позитивною заміною пропаганди, тоді як російська зовнішня політика використовує мікс обох [13, р. 21–22].

Значного успіху у гібридному застосуванні *softpower* і пропаганди російській зовнішній політиці вдалося досягнути у просуванні тези миру, як би абсурдно це не звучало, адже йдеться про агресора. Примус до миру, як цілеспрямована атака, реалізується через усі можливі агентні ресурси, від релігійних до наукових. У тактиці примушення українців до миру найчіткіше виявляється спільна основа з найбільш цинічними пропагандистськими оруелівськими наративами, де агресор закликає жертву припинити протистояти агресії з метою досягнення миру. На жаль, виявилось, що такій омані, реалізованій простими маніпулятивними техніками *softpower*, Росії вдається легко залучити до своїх спільників навіть світових інтелектуалів і лідерів думок від папи Римського до найвідомішого сучасного німецького філософа Юргена Габермаса і феміністки Джудіт Батлер, які закликають українців «домовлятися», «комунікувати», йти на компроміс, що, якими б складними і гуманістичними формулюваннями не огорталося, по суті залишається простим заклик до безумовної і повної капітуляції перед агресором, а отже, сприянням злочину. Невидима влада м'якої сили у «миростворчому» процесі виявляється у тому, що поєднуються несумісні позиції, адже російській політиці вдається об'єднати протестні настрої консервативних прихильників політичного нейтралітету (наприклад, австрійські виборці, які переважно не підтримують постачання зброї – «не наша війна» або німецький пацифізм «ніколи знову»), обурення американських і європейських аполітичних виборців інфляцією («чому ми платимо за конфлікт у чужій країні»), правих прихильників «сильної руки» («слабкий має поступитися сильному, бо все одно програє»), лівих прихильників компромісу за будь-яку ціну («усі війни безглузді і несправедливі, тому потрібно зробити все, щоб її зупинити»), космополітичних інтелектуальних лібералів («яка різниця, чий Крим, аби люди не вмирали»). Надзвичайно складно протистояти такому гібридному наступу, адже позірно заради «об'єктивності», «атидискримінаційної політики» українських вчених, діячів культури, активістів правозахисників фактично примушують брати участь у спільних заходах, організовуваних у західних країнах або ставлять у ситуацію, коли відмова поділяти спільну сцену або брати участь у спільних з росіянами проєктах означатиме, що саме росіяни отримуватимуть монопольне право тлумачити події. Традиційна

концепція *softpower* передбачала, що країна у зовнішньополітичному просторі повинна намагатися сподобатися, обираючи найкращі зразки своєї ідентичності, а отже, демонструватиме цінності, яких сама буде зобов'язана притримуватися. Російській м'якій силі вдається вивертати назовні цінності західного лібералізму, атакуючи його ж власними засобами (як от антидискримінація), оскільки російська *softpower* по своїй суті є продовженням пропаганди привабливими засобами.

*Пропаганда як світ навиворіт*

*Softpower*, як було зазначено, використовується для донесення основних ідеологічних сенсів до зовнішнього споживача, тоді як для внутрішнього використовується важка артилерія у вигляді пропаганди. Сучасна російська пропаганда міксує настільки абсурдні і несумісні наративи (до прикладу, порушення законів логіки у тезі про необхідність нападу на Україну, щоб не допустити нападу на РФ, поруч із заявами, що РФ ніколи ні на кого не нападала), що, на перший погляд, має мало спільного з м'якою силою, спрямованою на посилення позитивного образу держави, покликаною приваблювати і спокушати (як от ідея культурної величі), створювати конкурентну альтернативу неоліберальним цінностям (як от консервативні традиційні «духовні цінності»). Натомість засоби пропаганди спрямовані на радикальну поляризацію позицій «хороші Ми» – «погані Вони», плекання ідеї перемоги над уявним ворогом, невідворотності зовнішньої загрози, необхідності єднання для боротьби та інших рис соціального трайбалізму. Принципова відмінність сучасної російської пропаганди від пропаганди радянського періоду – шумовий інформаційний кіберпростір першої, на протиположності інформаційній ізоляції другої. Епістемічно різниця полягає у створенні ефекту неможливості пізнання істини самої по собі, оскільки інформації не бракує, її надто багато, тому правий сильніший, гучніший, чи просто «свій».

Пропаганда ніколи не має універсального впливу, більше того, для спільнот, які не поділяють спільну ідеологічну базу, багато, якщо не більшість тез пропаганди, виглядають як дуже мало ймовірно прийнятні. Пропаганду традиційно розглядають як «зброю масового ураження свідомості», а ж схильюся до думки, що вона має вибіркову дію, й її сила ураження залежить не лише від засобів (мовних, зокрема), рівня освіти і критичного мислення у реципієнтів, але і від системи ціннісних моральних переконань. Культурований десятиліттями у Радянському Союзі колективізм і безсуб'єктність громадян, які почувають себе значущими лише у контексті належності до «Ми», групової єдності, очолюваної лідерами, не просто перейшов у спадок Російській Федерації, а розвинувся до масштабів універсальної національної ідеї. Фаталізм, а звідси, категорична відмова брати на себе особисту відповідальність за воєнні злочини своєї держави, це національна риса, яка об'єднує тотальну більшість

росіян, незалежно від ставлення до влади і політичних поглядів (або їх відсутності), адже віра у те, що від окремої людини нічого не залежить, так само притаманна умовно опозиційній столичній інтелігенції, яка не підтримує війну, як і жителю негазифікованого російського села, який щиро вірить у правдивість телевізійної пропаганди. «Оскільки російська держава відіграє важливу роль у житті громадян, серед її громадян існує тенденція сприймати комунікаційну практику уряду як належне або протистояти всім разом» [7, р.16].

Протягом останніх місяців українці вже звикли зчитувати сигнали російської пропаганди як своєрідні попередження про наміри. Адже вона наперед звинувачує саме у тому, що російська сторона збирається вчинити сама, за аналогією перекладаючи свої наміри як причину виправдання агресії. Починаючи від «Ми розпочали спецоперацію, щоб не допустити війни», до звинувачень у підготовці «брудної ядерної бомби». Усі звинувачення українців у буцімто дискримінації російськомовних, антисемітизмі, шовінізмі тощо є кривим дзеркалом внутрішньої Росії з відсутністю українських шкіл при кількомільйонній діаспорі, позиціонуванні росіян як титульної нації на протиположності іншим народам у федерації. Так, зокрема, фабрики тролів і ботів активно просували кілька років як щодо нинішнього, так і щодо попереднього президентів України підкреслення їхнього єврейського походження, втім, без жодного суттєвого результату, адже антисемітизм, на який була розрахована ця пропаганда, є притаманним саме російському суспільству, тоді як на електоральні настрої українців ця масована антисемітська атака не вплинула, так само, як і не знайшла відгуку ідея «всесвітньої змови».

Російська пропаганда – живий світ антиутопій, де мир – це війна, правда – це брехня, з тією відмінністю, що замість «квічних ідей», заради яких вчиняється зло у традиційній антиутопії, усі ідеї «руського мира» мають макіавелівською метою утримання влади за будь-яку ціну. Називати явища протилежними змісту назвами є звичною формою російської політики. ЛДПР, очолювана В.Жириновським, – яскравий приклад вивертання сенсу, оскільки шовіністична пропагандистська партія, спікер якої був виразником найжорсткіших агресивних послань влади, не має нічого спільного ані з лібералізмом, ані з демократією. За словами дослідника пропаганди П.Померанцева, комуністи 90-х у Росії виявилися правими монархістами з соціальними лозунгами [12, с.255]. Швидка зміна послань з багаторазовим повторенням цілком задовольняє кінцевого споживача пропаганди, який не бачить жодного протиріччя у портретах Сталіна поруч із портретами імператора Ніколая II. Сприяє цьому не лише методика поширення «темників» різними каналами, але й особлива мова, щедро пересипана евфемізмами. На основі російських пропагандистських евфемізмів виникають навіть стійкі мему, до прикладу, «жест доброї волі» замість

втечі чи «перегрупування» для позначення відступу, тоді як «бавовна» (евфемізм «хлопок» для заміни слова «вибух», накладений на омонімію української мови, яку не розпізнає автоматичний переклад, що використовують російські боти) стане, швидше за все, історичним символом цієї війни. Таким чином, мовний рівень доповнює епістемічний фундамент постправди, яка є основою боротьби проти реальності.

*Епістемічні засоби підміни сенсу у пропаганді та відповідальність за неправдиві переконання*

Обидва напрями інформаційного фронту – *softpower* і пропаганда мають спільну епістемічну рису, експлуатуючи тезу Дж.Найя «довіра є найдефіцитнішим ресурсом» [11]. Включившись до кібервійни компроматів, Росія застосовує у війні проти України методи, успішно випробувані у виборчій кампанії Д.Трампа (причетність РФ наразі є предметом розслідування) і британському брекзиту, де домінувала емоційна поляризація, таргетування контенту з утворенням епістемічних бульбашок, у яких відбирається тільки специфічний набір інформації, і створення ефекту ехокамер, де несумісна з уподобаннями інформація, навіть якщо проривається крізь інформаційну завісу, відкидається самими учасниками, якщо не відповідає їхнім очікуванням [10]. Звідси постає запитання, а чи є жертвами ті, хто вірять у пропаганду або ж чи мають вони відповідати за свої переконання, сформовані під впливом пропаганди?

Як контент-аналіз російських пропагандистських медіа, так і моє власне опитування, у якому взяло участь 611 респондентів, засвідчує, що найефективнішими пропагандистськими тезами, які відтворюються у комунікації з українцями, є ті, які засновані на епістемології постправди і агностицизму, а саме «Не все так однозначно» і «Ніхто не знає усієї правди», які дозволяють зняти з себе особисту моральну відповідальність не лише за рішення російської влади, але і за неправильні переконання. Іншими епістемічними засобами є аргумент «І ти теж» або *tu quoque*, аналогія, випереджувальне підтвердження, редукція до персонального досвіду, аргумент зовнішнього злого впливу, заперечення реальності через апеляцію до фейкових новин.

Думка про те, що поширення завідома неправдивих переконань, особливо таких, які мають шкідливі наслідки для інших, є морально осудливою, доволі звична для моральної епістемології. Значно менш поширеною є філософська позиція, сформульована англійським філософом-моралістом В.К.Кліффордом, про те, що ми загалом відповідальні за кожне переконання, незалежно від наслідків його прийняття: "Вірити будь-чому без достатніх доказів є неправильним завжди, скрізь і для всіх" [5, р. 551]. Цю тезу можна назвати епістемічним моральним імперативом, який зобов'язує приймати переконання лише на достатніх підставах.

Отже з позиції класичної моральної епістемології, якщо наділяти окремо взятую особу суб'єктністю, відповідальністю, просвітницькою самосвідомістю (у сенсі кантіанської тези «Май мужність користуватися власним розумом»), споживачі і поширювачі пропаганди – не жертви, а добровільні співучасники злочину. Некласична натуралізована епістемологія [4], яка відмовляється від ідеї епістемічної нормативності на користь дескриптивного підходу, притримується дещо іншої думки, зазначаючи, що у випадку групових переконань діє специфічний епістемічний механізм: індивід може приймати погані переконання («погані» як в епістемічному, тобто необґрунтовані, так і в моральному – такі, які шкодять іншим) не тому, що вірить у них, а тому, що виявляє таким чином прихильність до своєї групи чи її лідера, тому його поведінка має раціональність, однак не індивідуальну суб'єктну, а соціальну прагматичну, оскільки розподіляє відповідальність між учасниками групи або поширює її лише на лідера групи [8; 6].

**Висновки.** Продемонстрований цільовий зв'язок між зовнішньополітичним вектором впливу *softpower* і російською пропагандою доводить, що, попри суттєві формальні відмінності, обидва є повноцінними напрямками російської боротьби «русского мира» проти України. У статті проаналізовані основні епістемічні засоби формування пропаганди та *softpower*, виявлений зв'язок з концепцією постправди, засобами маніпуляції суспільною думкою і груповими переконаннями. Основним способом протистояння як м'якій, так і жорсткій силі є виявлення їхньої спільної основи, ідеологічного наповнення, єдиної експансивної мети, пояснення епістемічних засобів маніпуляцій і розтлумачення моральної та епістемічної відповідальності за прийняття та поширення неправдивих переконань, які мають аморальні, шкідливі чи антигуманні наслідки. Оскільки уникнення шкоди іншій людині має бути моральною метою, а епістемічна відповідальність зобов'язує нас до прийняття лише тих переконань, які є перевіреними, надійними і критично проаналізованими, виявлення і протидія засобам не лише російської пропаганди, але і *softpower*, повинна стати епістемічною нормою.

1. Кастуева-Жан Т. Парадоксы «мягкой силы» России. *Общая тетрадь. Школа гражданского Просвещения*. № 2-3 (65), 2014.
2. Яковлева Е. Почему необходимо быть со своей страной, когда она совершает исторический поворот и выбор. Отвечает Михаил Пиотровский. *Российская газета*. 22.06.2022. URL: <https://rg.ru/2022/06/22/kartina-mira.html>
3. Barr, M., Feklyunina, V., & Theys, S. (2015). Introduction: The Soft Power of Hard States. *Politics*, 35(3–4), 213–215. URL: <https://doi.org/10.1111/1467-9256.12210>
4. Campbell, R. and Hunter B. (2000) Introduction in *Moral Epistemology Naturalized*, R. Campbell and B.

- Hunter, (eds.), *Canadian Journal of Philosophy* (Supplementary Volume), 1–28.
5. Clifford, W.K., 1877 [1999], "The ethics of belief", in T. Madigan, (ed.), *The ethics of belief and other essays*, Amherst, MA: Prometheus, 70–96.
  6. Federico, C. M., Hunt, C. V., and Fisher, E. L. (2013). Uncertainty and status-based asymmetries in the distinction between the "good" us and the "bad" them: evidence that group status strengthens the relationship between the need for cognitive closure and extremity in intergroup differentiation. *J. Soc. Issues* 69, 473–494. doi: 10.1111/josi.12025
  7. Keating, V. C., Kaczmarska, K. Conservative soft power: liberal soft power bias and the 'hidden' attraction of Russia. *Journal of International Relations and Development*, London Vol. 22, Iss. 1, (Mar 2019): 1-27. DOI:10.1057/s41268-017-0100-6
  8. Levy, N. *Bad Beliefs: Why They Happen to Good People*. Oxford University Press, 2022.
  9. Levy, N., & Ross, R. (2021) "The cognitive science of fake news." Hannon M. & De Ridder J. (eds) *The Routledge Handbook of Political Epistemology*, pp. 181–191. Routledge.
  10. Nguyen, C. T.hi, (2020), "Echo Chambers and Epistemic Bubbles", *Episteme*, 17(2): 141–161. doi:10.1017/epi.2018.32.
  11. Nye Jr., Joseph S. (2004) *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, New York: Public Affairs.
  12. Pomerantsev P. (2019) *This Is Not Propaganda: Adventures in the War Against Reality*. Faber & Faber, Public Affairs.
  13. Surowiec Пю (2017). Post-Truth Soft Power: Changing Facets of Propaganda, "Kompromat", and Democracy. *Georgetown Journal of International Affairs*, 18(3), 21–27. URL: <https://doi.org/10.1353/gia.2017.0033>
  14. Wilson, Ernest J. (2008). *Hard Power, Soft Power, Smart Power*. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 110–124. URL: <https://doi.org/10.1177/0002716207312618>

#### References

1. Kastueva-Zhan T. (2014). *Paradoksy «myagkoj sily» Rossii* [The Paradoxes of Russia's Soft Power]. *Obshhaya tetrad'. Shkola grazhdanskogo Prosveshheniya*. № 2-3 (65) (in Russian).
2. Yakovleva E. (2022). *Pochemu neobходимо byt' so svoej stranoj, kogda ona sovershaet istoricheskij povорот i vybor. Otvechaet Mixail Piotrovskij* [Why it is necessary to be with your country when it makes a historic turn and choice. Mikhail Piotrovsky answers]. *Rossijskaya gazeta* 22.06. URL: <https://rg.ru/2022/06/22/kartina-mira.html> (in Russian).
3. Barr, M., Feklyunina, V., & Theys, S. (2015). Introduction: The Soft Power of Hard States. *Politics*, 35(3–4), 213–215. URL: <https://doi.org/10.1111/1467-9256.12210>
4. Campbell, R. and Hunter B. (2000) Introduction in *Moral Epistemology Naturalized*, R. Campbell and B. Hunter, (eds.), *Canadian Journal of Philosophy* (Supplementary Volume), 1–28.
5. Clifford, W.K., 1877 [1999], "The ethics of belief", in T. Madigan, (ed.), *The ethics of belief and other essays*, Amherst, MA: Prometheus, 70–96.
6. Federico, C. M., Hunt, C. V., and Fisher, E. L. (2013). Uncertainty and status-based asymmetries in the distinction between the "good" us and the "bad" them: evidence that group status strengthens the relationship between the need for cognitive closure and extremity in intergroup differentiation. *J. Soc. Issues* 69, 473–494. doi: 10.1111/josi.12025
7. Keating, V. C., Kaczmarska, K. Conservative soft power: liberal soft power bias and the 'hidden' attraction of Russia. *Journal of International Relations and Development*, London Vol. 22, Iss. 1, (Mar 2019): 1-27. DOI:10.1057/s41268-017-0100-6
8. Levy, N. *Bad Beliefs: Why They Happen to Good People*. Oxford University Press, 2022.
9. Levy, N., & Ross, R. (2021) "The cognitive science of fake news." Hannon M. & De Ridder J. (eds) *The Routledge Handbook of Political Epistemology*, pp. 181–191. Routledge.
10. Nguyen, C. T.hi, (2020), "Echo Chambers and Epistemic Bubbles", *Episteme*, 17(2): 141–161. doi:10.1017/epi.2018.32.
11. Nye Jr., Joseph S. (2004) *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, New York: Public Affairs.
12. Pomerantsev P. (2019) *This Is Not Propaganda: Adventures in the War Against Reality*. Faber & Faber, Public Affairs.
13. Surowiec Пю (2017). Post-Truth Soft Power: Changing Facets of Propaganda, "Kompromat", and Democracy. *Georgetown Journal of International Affairs*, 18(3), 21–27. URL: <https://doi.org/10.1353/gia.2017.0033>
14. Wilson, Ernest J. (2008). *Hard Power, Soft Power, Smart Power*. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 110–124. URL: <https://doi.org/10.1177/0002716207312618>