

3. Грогуль О. Інформаційно-аналітична діяльність Рівненської державної обласної бібліотеки. Вісник Книжкової палати. 2012. № 3. С. 1-6.

4. Діденко І.М. Деякі аспекти розвитку інформаційного-аналітичної діяльності наукових бібліотек вищих навчальних: <http://molodyvcheny.in.ua/files/conf/soc/05may2015/76.pdf>.

5. Зозуля С.М. Специфіка інформаційно-аналітичної діяльності як інноваційного напрямку бібліотечної роботи (досвід відділу науково-аналітичної обробки і поширення інформації у сфері освіти Державної науково-педагогічної бібліотеки України імені В.О. Сухомлинського). *Місце і роль бібліотек у формуванні національного інформаційного простору* : матеріали Міжнар. наук. конф. НБУВ. К., 2014. С. 192-194.

6. Зубова К. Інформаційно-аналітична діяльність обласних наукових бібліотек. *Інформація, комунікація, суспільство 2014* : матеріали 3-ї Міжнародної наук. конф. ІКС-2014, 21-24 травня 2014 року, м. Львів, Славське: Вид-во Львівської політехніки, 2014. С. 286-287.

7. Карпенко О. Інформаційно-аналітична діяльність галузевих бібліотек України (на прикладі Державної науково-педагогічної бібліотеки України імені В.О. Сухомлинського). Вісник Книжкової палати. 2012. № 2. С. 20-24.

8. Маркелов К.В. Аналитическое мышление специалиста по работе с информацией: лекция. М.: РАГС, 2007. 18 с.

### **Островська Т.І.**

*студент,*

*Київський національний університет культури та мистецтв*

## **ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНА ВІЙНА РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ**

У даній статті ми розглянемо агресивні настрої та дії Російської Федерації проти України. Для багатьох сьогодні є очевидним, що Україна – об'єкт інформаційно-психологічної агресії зі сторони Росії, яка була розпочата задовго до реальних бойових дій. Ще від моменту здобуття Україною незалежності російські ЗМІ зосередилися на формуванні у свідомості пересічних росіян спотвореного бачення, спрямоване на нагнітання міжетнічної ворожнечі і підрив європейських цінностей. Новітній час демонструє зразки інформаційного протистояння в межах боротьби за цивілізаційне домінування, коли більш розвинені цивілізації, такі як північноамериканська, використовують глобальні інформаційні технології для ідеологічної емансипації значно слабкіших за себе цивілізацій.

Підступаючи поступово до соціально-психологічного аспекту, варто відзначити, що одним із найважливіших факторів, котрий враховується в ході розробки стратегії інформаційної війни, є менталітет. Позаяк інформаційна війна відбувається на декількох рівнях – глобальному, міжнаціональному, національному, груповому та індивідуальному. І з точки зору психології всі ці рівні можна об'єднати в два – соціальний та індивідуальний, де ЗМІ чинять індивідуальний вплив на загальносуспільних каналах. Інформаційно-психологічна війна – не статичне, а динамічне явище, що структурно передбачає декілька етапів для своєї реалізації. Те, що інформаційно-психологічна війна

відрізняється від реальних бойових дій, котрі спрямовані на фізичне усунення або придушення ворога є зрозумілим фактом. По суті, її мета – інфікувати суспільну свідомість так, щоб управляти людьми, примушуючи їх діяти всупереч власним інтересам. Що стосується інструментів інформаційно-психологічної війни, до класичного набору таких інструментів впливу варто віднести проектування новітніх проблем в минуле, коли, виходячи з теперішніх позицій, добираються відповідні історичні аргументи, які підтверджують анонсовану точку зору, що висувається через пропагандистські та екстремістські друковані тексти, ЗМІ – радіо, телебачення, пресу, відео та аудіоматеріали, кінофільми з вмістом теж екстремізму, інтернет, спеціальні заходи і акції допоміжного характеру. Інформаційно-психологічні операції також можуть застосовуватись проти населення загалом чи окремих його груп, економічної, політичної чи культурної еліти, релігійних діячів, військових лідерів, а також осіб, котрі впливають на прийняття в країні життєво важливих для неї рішень. Мас-медіа виступає важливим знаряддям під час пропагандистських воєн і беручи до уваги феномен маніпуляції свідомості в контексті створення за допомогою ЗМІ «псевдореальності». Вони породжують і заохочують короткотривалі шаблони поведінки і довготривалі угоди, що мають великий вплив на соціум. Що стосується навіювання, то його основна ціль – вплив на емоційно-чуттєву сферу і на підсвідомість, а через них відповідно на поведінку, не дуже переймаючись доказовістю аргументів. Ця техніка включає в себе: демонстрацію правдивості і відкритості, що підкріплена твердою впевненістю в сказаному; мовну сугестію через, наприклад, пожвавлену динаміку, відсутність слова «ні», а також використання яскравих характеристик і образів; маніпулятивний спосіб подачі інформації, коли навмисно говориться напів-правда, змінюються дати і дані, культивується ситуація невизначеності, використовується багато непотрібних повторів, дроблення інформації, що, звісно ж, послаблює увагу і заважає зосередитися на суті справи. Відомий дослідник маніпулятивних технологій С. Кара-Мурза у роботі «Маніпуляція свідомістю» [4] наголошував, що цей інструмент чи технологія є різновидом застосування влади, при чому у такий спосіб, що той, хто має цю владу і вплив на поведінку інших, не викриває особливості і характер вчинків, які він від них очікує.

Як бачимо, російська сторона закладає конфлікти й експансіоністські за своїм змістом стратегіями по відношенню до України вже на рівні законодавчої бази, тим самим, демонструє власну готовність до будь-якого сценарію дій, до показової і примусової реінтеграції нашої країни до пострадянського простору під її патронатом, не зупиняючись навіть перед руйнацією територіальної цілісності, що показово доводять останні події в Криму та на Сході України, де Росія вже відкрито застосувала вкрай жорстку риторику і військову силу. Разом з тим, до будь-якого впливу з часом може виробитися імунітет, тому, логіки розвитку пропагандистської платформи підштовхує військово-політичні кола РФ використовувати безчесні силові і інформаційні провокації. Росія сміливо і безапеляційно використовує такий засіб інформаційно-психологічної війни проти України як фальсифікація історії. Ті історичні маніпуляції, до яких вдається Кремль, мають на меті обґрунтувати право РФ на окремі території, що

знаходяться у складі української держави. А звідси один крок до погляду на жителів південно-східних районів України як на фактично інший народ, а не сепаратистів, що прагне реалізувати право на самовизначення. Конструюючи і просуваючи проект «Новоросія».

Одним із головним центрів протидії інформаційно-психологічної агресії зі сторони Росії повинно бути Міністерство інформаційної політики України, що відповідає за організацію і забезпечення моніторингу ЗМІ, на предмет виявлення забороненої в Україні інформації, зокрема українських і російських, враховуючи інтернет-ресурси. На рівні медіа-ринку це не лише прийняття нормативно-правової бази, але й проведення люстраційної політики серед власників українських медіа-ресурсів, у частині зменшення впливу проросійських олігархів на ЗМІ.

Необхідно працювати над іміджем України і зростанням його ваги на міжнародній арені, покращуючи і підвищуючи її бренд, суттєво поліпшуючи якість і збільшуючи кількість видавничої продукції, допомагати виробництву цікавих телепрограм, розвитку українського кінематографу. Паралельно з цим, стимулювати розвиток громадського медіа-сектору як неупередженої і об'єктивної інституції, котра доносить правдиву і повну інформацію до споживача, сприяти діяльності громадських організацій, що можуть допомагати в інформаційно-психологічних операціях і оперативному інформуванні. Це має доповнювати продуктивну роботу з проукраїнськими Інтернет-товариствами,

Дослідивши комплекс питань, пов'язаних з темою інформаційно-психологічної війни Росії проти України, можна зробити наступні висновки. З'ясовано, що інформаційно-психологічна війна відноситься до виду інформаційної війни, вміщуючи психологічний, історичний, соціологічний, соціально-економічний та культурологічний аспекти. Поєднуючи трактування психологічної війни, як набору засобів, методів і форм впливу на людей, що направлені на зміну думок, цінностей, настроїв і принципів населення у бажаному для протилежної сторони напрямку. Наголошено на важливій ролі ЗМІ як інструменту пропаганди та маніпуляції свідомості в інформаційно-психологічній війні. Як окрема реальність зі своїми законами і предметністю, мас-медіа створює «псевдо-реальність».

Аналіз ситуації засвідчив, що Росія активно розгортає повномасштабну інформаційну експансію, в межах якої ключовими є ідеї насильства, сепаратизму, національної ворожнечі, трансформуючись у спроби руйнування національної ідентичності, посягання на територіальну цілісність і конституційний лад держави. Тому особлива увага має бути прикута до проблеми створення ефективної системи інформаційно-психологічної безпеки держави і визначення напрямів подолання інформаційно-психологічних загроз зі сторони Росії.

Росію можна перемогти лише симетричними діями, з додаванням більшої правдивості, професіоналізму та патріотизму.

### Список використаних джерел:

1. Абакумов В. М. Загальна характеристика форм і засобів ведення інформаційних війн в Україні / В. М. Абакумов // Вісн. Харків. нац. ун-ту внутр. справ. – 2010. – № 3(50). – С. 235-244.
2. Абакумов В. М. Суб'єкти інформаційних війн: поняття та види / В. М. Абакумов // Форум права. – 2009. – № 2. – С. 6-12.
3. Алещенко В.І. Феноменологія «гібридної війни» та її особливості у виконанні Російської Федерації: інформаційно-психологічний аспект / Вісник КНУ імені Тараса Шевченка. Сер.: Військово-спеціальні науки. – 2016. – № 1 (34). – С. 6-11.
4. Аронсон Э. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление / Э.Аронсон, Э.Пратканис. – [перераб. изд.]. – СПб. : Прайм-Евроснак, 2003. – 384 с.
5. Войтович Н. О. Сучасна інформаційна війна: Росія проти України / Н. О. Войтович, Р. К. Кравець // Обрії друкарства. – 2014. – № 1(3). – С. 69-78.
6. Гринько К. Інформаційно-психологічна агресія як різновид інформаційно-психологічного впливу. Аналіз форм і засобів здійснення у інфопросторі України та стратегії протидії. [Електронний ресурс] / К. Гринько. – Режим доступу: <http://pinchukfund.org/storage/students/works/2008/271.doc>

**Яцикович Ю.О.**

*асистент,*

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

### **ПРОБЛЕМАТИКО-ТЕМАТИЧНІ ДОМІНАНТИ ФЕЙЛЕТОНІВ У САТИРИЧНО-ГУМОРИСТИЧНОМУ ЖУРНАЛІ «ЗИЗ»**

Варто зауважити, що сатирично-гумористичний журнал «Зиз» виходив у міжвоєнному Львові майже ціле десятиліття (1924-1933 рр.) і репрезентував на своїх сторінках численні фейлетони.

Власне їх проблематико-тематичні лінії формувались в період максимального загострення суспільно-політичної ситуації, як в Галичині, так і в Наддніпрянській Україні. Звідси гострота та актуальність таких текстів, які й сьогодні можуть слугувати прикладом якісної сатирично-гумористичної публіцистики.

На нашу думку, необхідно виокремити декілька інформаційних приводів до написання таких матеріалів: різноманітні культурно-освітні, розважальні заходи у Галичині (ярмарки, віча, карнавали тощо), події в суспільно-політичному житті українства, а також проблеми пов'язані з ідеєю збереження власної ідентичності

Приводом до написання одного із таких фейлетонів послугувала друга Українська ярмарка у Станіславові (тепер Івано-Франківськ). Так, у матеріалі «Ярмарочні настрої» автор розповідає про становище української книжки, бо, коли на ярмарку натрапляєш на неї, то «обгорткою на силу усміхається» [8, с. 2]. І в цьому, на думку автора, нема нічого дивного, адже при згадці про український рух «робиться...на душі чогось сумно, глибоко... «трендовато»