

<https://doi.org/10.31516/2410-5333.060.021>

УДК 07:316.658.4](045)

**О. Є. Зіменко**

аспірант, кафедра інформаційної, бібліотечної та архівної справи,  
Харківська державна академія культури, м. Харків, Україна

asp\_zimenko\_oleksandr@xdak.ukr.education

<https://orcid.org/0000-0001-6979-2569>

## **ІНФОРМАЦІЙНИЙ ВПЛИВ: ПОНЯТТЯ ТА ЕВОЛЮЦІЯ В СУЧАСНІЙ НАУКОВІЙ ДУМЦІ**

Аналізуються концепт «інформаційний вплив», його еволюція в науковій думці, а також методологічні аспекти розвитку інформаційних технологій у контексті їх зв'язку з феноменом інформаційного впливу. Виконано аналіз науково-теоретичних поглядів з цієї проблематики. Сформульовано авторське визначення поняття «інформаційний вплив», означено його місце як інструменту маніпулятивних можливостей засобів масової інформації та комунікації. Розглянуто феномен інформаційного впливу в контексті інформаційної війни та маніпуляцій. Висновано про вплив глобальної інформатизації і високотехнологічної інформаційної інфраструктури на зростання значення інформаційного впливу як одного з інструментів маніпулятивних технологій.

**Ключові слова:** *інформаційний вплив, ЗМІ, інформаційна війна, інформаційне суспільство, маніпуляція.*

**O. Zimenko**

postgraduate student, Department of Information, Library and Archival Affairs,  
Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv, Ukraine

## **INFORMATIONAL INFLUENCE: CONCEPT AND EVOLUTION IN MODERN SCIENTIFIC IDEA**

**The purpose of this paper** is to provide an analysis of the concept of “informational impact”, its evolution in scientific idea, as well as methodological aspects of the development of information technology in the context of their connection with the phenomenon of the information impact.

**The methodology.** The work studies this issue by examining the basic methods and principles of information studies.

**The results.** The concept of “informational influence” can be represented as a form of influencing the consciousness of the individual, carried out using the media resource in order to change the formed assessments, opinions, beliefs, values for further transformation of its behavioral response to events. Not enough attention is paid to the informational influence as a phenomenon in the works of the scientists, because it is considered as an integral part of other definitions, and not as a separate phenomenon. It is important to note that the concept of “informational impact” as a phenomenon is almost not considered in scientific works. Most often, informational influence was an integral part of other definitions, rather than a separate process. Thus, this problem has not

1 This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

been considered comprehensively, and it needs additional attention of the scientific community.

Informational influence, as well as the use of media resources in modern conditions are becoming an integral part of socio-political conflicts. The media and the phenomenon of informational influence itself is a tool for both the emergence and resolution of conflict situations. The conclusion about global informatization and formation of high-tech information infrastructure, and also about importance of consideration of information influence as one of tools of manipulative technologies is made.

**The scientific novelty.** The author's definition of the concept of "informational influence" is formulated, as well as its place as a tool of manipulative possibilities are analyzed, and also the questions of manipulative possibilities of mass media and communication are considered.

**The practical significance** lies in the analysis of scientific and theoretical views of this matter. The phenomenon of informational influence in the context of information warfare and manipulations is considered.

**Key words:** *informational influence, mass media, information war, information society, manipulation.*

**Постановка проблеми.** Проблема поширення впливу новітніх інформаційних технологій на всі сфери людської діяльності складна і неоднозначна. Револуція у сфері комунікацій, масова комп'ютеризація привели до значного ривка у сферах освіти, бізнесу, промислового виробництва, наукових досліджень і соціального життя. Але, водночас з позитивними зрушеннями, виникли й деякі супутні негативні наслідки, зокрема дедалі зростаюча значущість інформації та можливості сучасних комунікацій дозволяють використовувати інформаційні ресурси і технології з метою впливу на людську свідомість, що призводить до зниження рівня безпеки особистості й безпосередньо зумовлює особливу актуальність дослідження проблеми інформаційного впливу на свідомість людини.

Актуальність цієї проблеми актуалізує інтерес до питань інформаційного впливу на людину як у дослідників гуманітарних наук, таких як соціологія, психологія, журналістика, так і у вчених багатьох технічних спеціальностей. Також особлива дослідницька зацікавленість з цієї проблематики не може не виникати в представників наук інформаційного спрямування.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Внесок у розробку означеної проблеми внесли такі вітчизняні та зарубіжні дослідники, як В. В. Різун, С. Г. Кара-Мурза, С. А. Зелінський, Г. Г. Почепцов, Г. В. Грачов, Ю. І. Мухін, М. І. Сенченко, Харріс Річард, Рашкофф Дуглас, Гарфинкель Сімсон, Д. Брайант, С. Томпсон і багато інших. Таким чином, ступінь розробленості проблематики достатньо великий. Але, водночас, комплексному спеціальному розгляду феномену

інформаційного впливу в науках соціокомунікаційного циклу приділено недостатньо уваги.

**Мета статті** — виконати науково-теоретичний аналіз феномену інформаційного впливу та аналіз його презентації в науковому товаристві.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У другій половині ХХ ст. революція у сфері комунікативних технологій перетворила інформацію не лише на найважливіший ресурс розвитку людства, а й призвела до того, що неконтрольоване зростання обсягів інформації негативно вплинуло на можливість людини критично сприймати інформацію та адаптуватися до збільшення її потоків.

Наростаючі обсяги інформації призводять до того, що свідомість і підсвідомість індивіда опиняються під впливом настільки потужного інформаційного потоку, що формування ставлення людини до світу ґрунтується не на безпосередньому досвіді, а на основі штучно створених в інформаційному полі образів. Так, частка інформації, яку індивід одержує безпосередньо від предмета, явища, людини, скоротилася до мінімально можливих обсягів, є витісненою потоком інформації, котра формується штучно. Сучасні комунікативні технології, як інструмент опосередкованої взаємодії, замінили природні, безпосередні форми взаємодії людини з іншими людьми і навколишнім середовищем, виключивши можливість діалогу з навколишнім світом.

Звернувшись до історії, можемо ґрунтовніше розглянути феномен інформаційного впливу. Так, учені зазначають (Castells, 1989; Faßler, 1999), що до виникнення писемності інформація про світ існувала виключно в образах. Люди, сприймаючи світ «на дотик», раціонально осмислювали інформацію, яка виходила безпосередньо від предметів і явищ, створюючи власне уявлення про світ.

З виникненням писемності, пізніше — друкарського верстата, телеграфу, радіозв'язку, телефонного зв'язку, інформація з образної перейшла більшою мірою в текстову (знакову). Але, як і до виникнення писемності, кількість сприйнятої інформації в цьому випадку обмежувалась фізичними можливостями людини. Так, людина сприймала лише ту кількість інформації, яку була здатна осмислити. Ми, проаналізувавши цю точку зору, зможемо ґрунтовніше висвітлити дефініцію інформаційного впливу, адже знатимемо, який шлях пройшли його засоби та як саме трансформувалось психологічне сприйняття людини.

На сучасному етапі розвитку суспільства досягнення у сфері комунікативних технологій значно розширили можливості людини та знову перетворили інформацію в образну. Але її істотна відмінність полягає в тому, що ці образи формуються поза свідомістю людини та «поставляються» їй у формі готових образів, практично позбавляючи індивіда

можливості аналізувати інформацію, яка надходить, і формувати власні позиції, погляди і зрештою поведінку.

Величезні інформаційні потоки щодня впливають на свідомість сучасної людини. Вони здатні змінити не лише життя окремого індивіда, але і сам хід історії. Погоджуючись з Р. Ф. Абдеевим, можна з упевненістю зазначити, що інформація перетворилася на глобальний, практично невичерпний ресурс людства, яке вступило в нову епоху розвитку цивілізації — епоху інтенсивного освоєння інформаційного ресурсу і «нечуваних можливостей» феномену управління (Абдеев, 1994, с. 89).

Розширене багаторазово інформаційне поле, що забезпечує прямий доступ не лише до свідомості, а й підсвідомості людини, створює абсолютно нові можливості прямого впливу на індивідів, групи і суспільство загалом, а нові інформаційні технології, як усвідомлено, так і випадково, стають інструментами в маніпулюванні свідомістю. Це надає нам змоги констатувати, що інформаційний вплив сьогодення — динамічне явище, яке стрімко розвивається та потребує дослідження вчених різних галузей.

Як стверджує В. Березовський, саме з цим якісно новим етапом в історії людства пов'язаний процес віртуалізації життя, тобто прогресуючої підміни реальних предметів і явищ їх образами. Кінцевою метою цієї підміни є зміна всієї системи сприйняття людиною і себе, і всього навколишнього світу, перетворення її в легко «маніпульовану» одиницю (Березовский, 2005).

У науковому середовищі, нині, не сформовано єдиної думки щодо самого науково-теоретичного концепту інформаційного впливу, а також основних форм і методів його проведення. Інформаційний вплив розглядався вченими як складова процесу маніпуляції, соціологічного впливу та інших галузей. Саме інформаційному впливу присвячено недостатньо уваги дослідників, адже цей феномен розглядається лише в комплексі, а не як окреме явище (Березовский, 2005). Одне з визначень інформаційного впливу надав М. І. Семечкін. На його думку, інформаційний вплив — це вплив за допомогою інформації, фактів та знань (Семечкин, 2001). М. Кордуел визначає інформаційний вплив як вид соціального впливу, коли індивід не може прийняти рішення самостійно та звертається до сторонніх думок (Кордуеэлл, 2000). Також немало вчених розглядають інформаційний вплив як синонім конформізму (Манойло, 2017), але ми не погоджуємося з цим твердженням. Порівняно нетривале існування в науковому середовищі цього феномену, нетривала практика застосування інформаційних технологій як засобу впливу на свідомість, поведінку і громадська думку не дозволяє вважати дослідження цього феномену вичерпним. Можемо зазначити,

що феномен інформаційного впливу майже не розглядається науковцями комплексно. Інформаційний вплив у дослідженнях є частиною інших понять та дефініцій, йому не приділяється достатньо уваги як окремому феномену.

Важливу роль відіграє також той факт, що у зв'язку з розвитком інформаційних технологій, так само як і з загальним процесом науково-технічного прогресу, ми можемо спостерігати еволюцію й уведення принципово нових інноваційних прийомів, що використовуються в сучасних інформаційних протистояннях у політичній сфері. Процес застосування інформаційно-комунікативних форм впливу є динамічним. Фактично з кожним відносно невеликим відрізком часу відбувається теоретико-методологічна та структурна видозміна вже наявного інструментарію концепту інформаційного впливу. Віртуалізація інформаційного простору сприяє «змережуванню» споживачів інформаційного продукту, частковою відходу зі сфери впливу публічної політики і традиційних ЗМІ (газети, радіо, телебачення) у віртуальну.

Можна констатувати інтернаціоналізацію шляхів і методів залучення аудиторії, що відбулося наприкінці ХХ — на початку ХХІ ст. Причинами такої уніфікації стали ліквідація цифрової нерівності і поразки однієї зі сторін в Холодній війні (як наслідок — домінування ринкової моделі економіки і «демократичної» лінії світової геополітики).

Соціологічні інструменти подаються в сучасних медіа найчастіше у двох видах — опитування на сайті видання без коментарів і текст на основі соціологічного дослідження з розгорнутими поясненнями і контекстом. З друку йде неупереджене висвітлення даних опитування, а теми для опитувань на сайті підбираються таким чином, щоб їх результати свідомо вкладалися в той чи інший контекст, певну ідеологію.

Останніми роками культурологічний аспект інформаційного впливу в ЗМІ загострився в результаті істерії в західних засобах масової інформації стосовно посилення впливу деяких держав у світі, зокрема і в глобальному інформаційному просторі. Конфлікт цивілізацій, таким чином, знову перейшов фактично у відкриту фазу. Особливе значення має той факт, що нагнітання істерії й посилення образу ворога охоче підтримують політики: вище керівництво перших держав, а також «третіх» країн, на противагу стриманості минулих років, активно реагують на провокаційні заяви у «ворожих» ЗМІ — навіть якщо вони спочатку не підкріплені політичним авторитетом. На цьому тлі легко створюються масові психози, які, водночас, є благодатним ґрунтом для інших маніпулятивних прийомів.

Вплив на «позитивно сприйнятливу» (свою) аудиторію може починатися з агресивних дій, на «негативно сприйнятливу» і нейтральну — з «легкого» навіювання і переконання.

Теоретичні та концептуальні засади інформаційного суспільства як принципово нової фази суспільного і цивілізаційного розвитку, де знання і володіння інформацією відіграватимуть фундаментальну й основоположну роль в становленні громадської і соціальної структури, закладені в працях М. Кастельса (Castells, 1989) та Д. Белла (Белл, 1986). Дослідження цих учених — соціально-філософські й присвячені формуванню науково-теоретичної парадигми постіндустріального суспільства знань (мережевого суспільства).

Наступним етапом науково-теоретичного осмислення стає спроба теоретико-методологічної концептуалізації поняття інформаційного впливу як форми впливу на суспільну свідомість. Для теоретичного позначення цього феномену, як правило, використовується термін «психологічна війна», де основною метою агресора (ініціатора ведення психологічної війни) стає придушення волі (деморалізація) і руйнування сформованих ціннісних установок і орієнтацій. Описовий аналіз форм і методів ведення психологічної війни набув відображення в працях А. Г. Караяні (2021). Також значний внесок у вивчення інформаційних воєн належить Г. Г. Почепцову, який розкриває основи ведення інформаційних воєн у своїй праці «Сучасні інформаційні війни» (Почепцов, 2015). Так, вчений виділяє типову модель інформаційної війни, розділив її на три етапи: першим етапом науковець вважає справжню або штучну ситуацію, яка чітко інтерпретується суб'єктом як негативна. На другому етапі окремий факт стає закономірним. Останній етап — це акцент саме на негативних наслідках ситуації (Почепцов, 2015). Таким чином, завдяки вивченню теорій ученого, можемо детальніше розглядати вплив з точки зору інформаційних воєн.

Роль засобів масової інформації в загальному функціонуванні інформаційного поля в умовах політичного протистояння розглядається такими вченими, як П. Бурдье (2002) і М. Фаслер (1999). Ці автори вивчають аспекти маніпулятивного впливу на масову свідомість за допомогою проведеної національними ЗМІ інформаційної політики. Маніпуляція як соціально-психологічний феномен, що становить форму контролю і управління поведінкою особистості за допомогою завідомо неправдивої або ілюзорної інформації, стає основним теоретичним конструктом в працях названих авторів.

Засоби масової інформації, медіасередовище конституюються як самостійна структурно оформлена гілка влади у сфері управління. Маніпулятивний контекст вивчення інформаційного впливу в політичній сфері набув науково-теоретичного продовження і розвитку в працях І. М. Панаріна (*Первая мировая информационная война. Развал СССР*), Г. В. Грачова та І. К. Мельніка (*Манипулирование личностью:*

*организация, способы и технологии информационнопсихологического воздействия*). Ця група дослідників розглядає інструмент політичних маніпуляцій під час здійснення інформаційного впливу. Слід також звернути увагу на дослідження інформаційного впливу Д. Брайанта та С. Томпсон (2004). Автори розглядають інформаційний вплив у ЗМІ та художніх масових творах. Цікавою дефініцією для нашого дослідження є визначена авторами «медіажорстокість» як фактор негативного впливу на психологічний стан та установки людини. На думку Д. Брайанта та С. Томпсон, негативний вплив ЗМІ — це давній процес. В історичному огляді медійного впливу автори надають приклади з друкарських ЗМІ XVI ст., таким чином розширюючи дефініцію впливу ЗМІ завдяки історичному контексту. Як зазначають автори, представники правлячої верхівки завжди намагались контролювати вплив ЗМІ на натовп. Це призводило як до потрібного, так й до прямо протилежного ефекту, наприклад, у XVI ст. Мартін Лютер та інші лідери думок організували протестну діяльність, спрямовану проти «Індексу заборонених книг», впровадженого Павлом IV (Брайант, Томпсон, 2004). Слід зазначити, що автори зосереджують свою увагу на інформаційному впливі в ЗМІ та не розглядають вплив у мережевих технологіях, адже у 2004 р., коли була опублікована ця праця, інформаційний вплив у ЗМІ як феномен ще не мав достатнього висвітлення. Водночас у майбутньому ми плануємо зосередити увагу саме на впливі мережевого контенту.

Спробу комплексного науково-теоретичного осмислення інформаційного впливу як використання інформації як впливу на індивідуальну і масову свідомість з метою отримання контролю над поведінкою або громадською думкою здійснили А. В. Манойло, А. І. Петренко, Д. Б. Фролов (2017). Важливим є визначення масового впливу В. В. Різуна. Учений вважає, що масовий вплив є дією, яку виконує фахівець галузі масових комунікацій стосовно інших людей, таким чином формуючи в них однакові настрої та думки, об'єднуючи цих осіб у натовп з однаковими емоційними реакціями, яким легко маніпулювати (Різун, 2008). Науковець приділяє багато уваги вивченню мас як об'єкту впливу. Так, дослідник зауважує, що існує декілька механізмів поведінки натовпу, які пропагандист завжди використовує в масовій пропагандистській діяльності: масова саморегуляція, масова рефлексія та масове наслідування (Різун, 2008). Аналіз цих механізмів дозволить нам краще вивчити інформаційний вплив, його об'єкти та суб'єкти.

Що стосується схожих дефініцій, таких як «пропаганда» та «маніпуляція», В. Різун вважає, що вони набули негативного забарвлення в науковому суспільстві України саме у зв'язку з радянськими часами (Різун, 2008). Дослідник відзначає, що ці дефініції недостатньо

розглянуті українськими фахівцями через маніпулофобію — убачання маніпуляції в комунікаційних процесах, які не передбачають маніпулятивного впливу як такого (Різун, 2008). Ми погоджуємося з цією думкою, зазначаючи, що таким поняттям як «пропаганда» та «маніпуляція» не надано достатнього висвітлення в українських наукових працях. Незважаючи на глибину теоретичного аналізу і синтезу феномену інформації, серед учених відзначаються значні розбіжності в контексті концептуалізації дефініції. Запропоновані науково-теоретичні трактування поняття за своїм змістом варіюються від абстрактних до вузько-спеціальних, що значно обмежує і деталізує предметно-об'єктну сферу визначення.

Залежно від соціальної значущості об'єкта, масовими комунікаціями формується інтенсивність громадської думки, ступінь її інтересу до нього. Досягається це шляхом підвищення інформаційного впливу, як кількісного (збільшення обсягу трансльованої інформації), так і якісного (наприклад, у результаті підтримки громадської думки в засобах масової комунікації) (Белл, 1986).

Можна зазначити, що основною функцією громадської думки є привернення уваги до актуальних тем.

У цьому світлі роль масових комунікацій визначається необхідністю актуалізації тих чи інших тем у масовій свідомості з метою формування з приводу цих питань громадської думки. Можна вважати, що спочатку тема актуалізується, потім обговорюється і лише після цього формуються точки зору (Абдеев, 1994). Однак не слід акцентувати на тому, з позицій яких соціальних пріоритетів, з чієї точки зору актуалізується тема, чиї інтереси перебувають в основі визнання теми актуальною, на яких аспектах тієї чи іншої актуалізованої теми розставлені акценти і чому саме.

Ми, розглянувши позиції авторів, пропонуємо концептуалізувати поняття «інформаційний вплив» як форму здійснення впливу на свідомість особистості, яка здійснюється із застосуванням ресурсу ЗМІ з метою зміни сформованих оцінок, думок, переконань, цінностей для подальшої трансформації її поведінкової реакції на події, що відбуваються.

Інформаційний вплив — нова форма глобального протистояння, що реалізується на різних рівнях та охоплює всі елементи інформаційного простору. Ці дії цілеспрямовані і ґрунтуються на використанні інформаційної переваги у вигляді контрольованого впливу на інформацію, інформаційні процеси та інформаційно-телекомунікаційну інфраструктуру.

Стабільне функціонування суспільства неможливе без забезпечення інформаційного простору від деструктивних інформаційних впливів,



мета яких — за допомогою формування думок, уявлень, знань, атитюдів, ціннісних орієнтацій наповнити індивідуальну і масову свідомість певним змістом, який стане базисом прогнозованої поведінки.

Феномен прихованого деструктивного інформаційного впливу належить до глобальних проблем, властивих усім соціально значущим сторонам суспільного життя.

У сучасному суспільстві прихований вплив переважає над силовими методами. Зростання його ефективності пов'язане з революційним науково-технічним прогресом, що спричинив стрімкий розвиток засобів масової комунікації.

Важливо, що в основі засвоєння, переробки і запам'ятовування будь-якої інформації перебувають певні психологічні процеси. Одним із таких процесів є пам'ять, що стає формою психічної діяльності, яка полягає в закріпленні, збереженні та подальшому відтворенні минулого досвіду. Як зазначає Г. В. Грачов (*Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационнопсихологического воздействия*), з процесами пам'яті пов'язані деякі явища, характерні для інформаційного впливу:

1. Межа насичення — ефект перенавантаження психіки, що виникає протягом короткого часу в результаті того, що в попередніх актах комунікації занадто інтенсивно були використані одні й ті самі значення. Перенавантаження призводить до того, що індивід вже не має можливості запам'ятовувати повідомлення, яке є аналогічними за змістом до тих, які зумовили цей ефект;
2. Ефект бумеранга — базується на створенні протилежного результату комунікації. Наприклад, якщо в суспільстві циркулюють певні негативні чутки, проти яких ведеться інформаційна боротьба, ця боротьба може лише збільшити довіру до чуток, хоча її ціль протилежна;
3. Сторожовий ефект — якщо образотворча або словесна форма вживаються занадто часто, це призводить до їх стирання;
4. Сплячий ефект — аудиторія значно краще засвоює той тип інформації, який орієнтований на психологічний протест. Можемо виокремити з цього феномену два важливих принципи: перший — принцип настороженості. Він базується на тому, що інформація про загрозу засвоюється значно краще, ніж будь-яка інша. Водночас якщо серед «загрозливої» інформації є інша інформація, вона блокуватиметься. Другий принцип має назву «принцип резонансу» і ґрунтується на тому, що аудиторія значно краще сприймає інформацію, яка максимально пов'язана із самою аудиторією, стосується саме її;
5. Створення сталих емоційно забарвлених образів, стереотипів, які закріплюються в суспільстві.

Під впливом інформаційного потоку відбуваються оновлення, зміна суспільної свідомості і поведінки людини, соціальної групи, організації, своєрідний зсув поглядів, переконань та вчинків.

Домінуючий методологічний підхід під час вирішення завдань створення інформаційної безпеки — розгляд людини, суспільства і держави як тих, що проходять етап саморозвитку і обмінюються із зовнішнім світом інформацією своїх систем.

Водночас нині виникає необхідність вирішення багатьох нових аспектів розглянутої проблеми. Інформатизація суспільства створює ситуацію дефіциту часу на усвідомлення факту інформаційного нападу, підвищується ймовірність прийняття помилкових рішень під впливом деструктивної інформації. Виникає потреба в синтезі інформаційно-психологічної та інформаційно-технічної безпеки.

Посилення ролі інформаційного впливу, розширення можливостей використання засобів масової інформації призводить як до позитивних (використання інформаційних ресурсів як альтернативи примусу), так і до негативних наслідків. До таких належить проблема інформаційних воєн, монополізації інформаційного простору, захисту національних традицій і цінностей в умовах розвинутого інформаційно-культурного обміну. Ефективність інформаційного впливу багато в чому залежить від того, наскільки сучасне суспільство готове використовувати його позитивний потенціал.

**Висновки.** Таким чином, проаналізувавши теоретичний генезис поняття «інформаційний вплив» у науці, необхідно сформулювати наступний висновок. Поняття «інформаційного впливу» можна представляти як форму здійснення впливу на свідомість особистості, яка здійснюється із застосуванням ресурсу ЗМІ з метою зміни сформованих оцінок, думок, переконань, цінностей для подальшої трансформації її поведінкової реакції на події, що відбуваються. Інформаційному впливу як феномену не приділено достатньо уваги в працях вчених, адже він розглядається як складова інших дефініцій, а не як окреме явище. Важливо зазначити, що поняття «інформаційний вплив» як феномен майже не розглядалося в наукових роботах. Переважно інформаційний вплив виступав частиною інших дефініцій, а не окремим процесом. Таким чином ця проблема не розглядалась комплексно та потребує додаткової уваги наукового товариства.

Інформаційний вплив, а також застосування ресурсу ЗМІ в сучасних умовах стають невід'ємною частиною соціально-політичних конфліктів. ЗМІ і безпосередньо сам феномен інформаційного впливу є інструментом як виникнення, так і вирішення конфліктних ситуацій. Глобальна інформатизація й становлення високотехнологічної інформаційної інфраструктури, з одного боку, створює нові перспективи для

прогресивного розвитку людства, з іншого — загострює взаємовідносини людини з інформаційним середовищем, призводить до появи нових загроз безпеки особистості і суспільства в цілому.

### Список посилань

- Абдеев, Р. Ф. (1994). *Философия информационной цивилизации*. Владос.
- Белл, Д. (1986). Социальные рамки информационного общества. *Новая технократическая волна на Западе*. (с. 330–342).
- Березовский, В. (2005). Информационный взрыв. *Золотой лев, 69–70*. www.zlev.ru
- Брайант, Д., Томпсон, С. (2004). *Основы воздействия СМИ*. Вильямс.
- Бурдые, П. (2002). *О телевидении и журналистике*. (Т. Анисимова, Ю. Маркова, Пер.). Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии.
- Грачев, Г. В., Мельник, И. К. *Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия*. www.eartist.narod.ru. <http://www.eartist.narod.ru/text3/72.htm>
- Караяни, А. Г. (2021). Информационно-психологическое противоборство в современной войне. *Электронный научный журнал «Пси-фактор»*. psyfactor.org. <https://psyfactor.org/lib/psywar30.htm>
- Кордуэлла, М. (2000). *Психология от А до Я: Словарь-справочник* (К. С. Ткаченко, Пер.). ФАИР-ПРЕСС.
- Краткий словарь-справочник психологии. (2004).
- Манойло, А. В., Петренко, А. И., Фролов, Д. Б. (2017). *Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны*.
- Панарин, И. Н. *Первая мировая информационная война. Развал СССР*. [https://historylib.org/historybooks/Igor--Panarin\\_Pervaya-mirovaya-informatsionnaya-voyna--Razval-SSSR/](https://historylib.org/historybooks/Igor--Panarin_Pervaya-mirovaya-informatsionnaya-voyna--Razval-SSSR/)
- Почепцов, Г. Г. (2015). *Сучасні інформаційні війни*. Києво-Могилянська академія.
- Різун, В. В. (2008). *Теорія масової комунікації: Підручник*. Просвіта.
- Семечкин, Н. И. (2001). *Социальная психология на рубеже веков: истории, теория, исследования*. Издательство Дальневосточного университета.
- Castells, M. (1989). *The Informational City: Information Technology, Economic Restructuring, and the Urban Regional Process*. M. Castells. Oxford, UK; Cambridge, MA: Blackwell. www.jstor.org. <https://www.jstor.org/stable/2563541>
- Faßler, M. (Hrsg.) (1999). *Alle möglichen Welten: virtuelle Realität — Wahrnehmung — Ethik der Kommunikation*. [digi20.digitale-sammlungen.de/de/fs1/object/display/bsb00041066\\_00001.html](https://digi20.digitale-sammlungen.de/de/fs1/object/display/bsb00041066_00001.html)

### References

- A short dictionary-reference book of psychology*. (2004). [In Russian].
- Abdeev, R. F. (1994). *Philosophy of information civilization*. Vlados. [In Russian].
- Bell, D. (1986). Social framework of the information society. *Novaja tehnokraticeskaia volna na Zapade*. [In Russian].

- Berezovskii, V. (2005). Information explosion. *Zolotoy lev*, 69–70. www.zlev.ru [In Russian].
- Bourdieu, P. (2002). *About television and journalism*. (T. Anisimova, Y. Markova, Trans). Fond nauchnykh issledovaniy “Pragmatika kultury”, Institut eksperimentalnoy sotsiologii. [In Russian].
- Bryant, D., Thompson, S. (2004). *Basics of Mass Media Impact*. Williams. [In Russian].
- Castells, M. (1989). *The Informational City: Information Technology, Economic Restructuring, and the Urban Regional Process*. M. Castells. Blackwell. www.jstor.org. <https://www.jstor.org/stable/2563541> [In English].
- Cordwell, M. (2000). *Psychology from A to Z: Dictionary-reference*. (K. S. Tkachenko, Trans.). [In Russian].
- Faßler, M. (Hrsg.) (1999). *Alle möglichen Welten: virtuelle Realität — Wahrnehmung — Ethik der Kommunikation*. digi20.digitale-sammlungen.de. [https://digi20.digitale-sammlungen.de/de/fs1/object/display/bsb00041066\\_00001.html](https://digi20.digitale-sammlungen.de/de/fs1/object/display/bsb00041066_00001.html) [In German].
- Grachev, G. V., Melnik, I. K. *Personality manipulation: organization, methods and technologies of information and psychological impact*. www.evartist.narod.ru. <http://www.evartist.narod.ru/text3/72.htm> [In Russian].
- Karayani, A. G. (2021). Information-psychological confrontation in modern war. *Elektronnyy nauchnyy zhurnal “Psi-faktor”*. psyfactor.org. <https://psyfactor.org/lib/psywar30.htm> [In Russian].
- Manoilo, A. V., Petrenko, A. I., Frolov, D. B. (2017). *State information policy in conditions of information-psychological war*. [In Russian].
- Panarin, I. N. *First World Information War. The collapse of the USSR*. historylib.org. [https://historylib.org/historybooks/Igor--Panarin\\_Pervaya-mirovaya-informatsionnaya-voyna--Razval-SSSR/](https://historylib.org/historybooks/Igor--Panarin_Pervaya-mirovaya-informatsionnaya-voyna--Razval-SSSR/) [In Russian].
- Pocheptsov, H. H. (2015). *Modern information wars*. National University of Kyiv-Mohyla Academy. [In Ukrainian].
- Rizun, V. V. (2008). *Theory of mass communication: Textbook*. Prosvita. [In Ukrainian].
- Semechkin, N. I. (2001). *Social psychology at the turn of the century: history, theory, research*. Far Eastern University Publishing House. [In Russian].

Надійшла до редколегії 14.09.2021