

## **СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ**

**Храбан Т.**

– кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов  
Військового інституту телекомунікацій та інформатизації

**УДК 81'373.48**

**ORCID: 0000-0001-5169-5170**

### **ІНТЕРНЕТ-МЕМИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНО- ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ**

*У статті визначено спрямовані на українську аудиторію користувачів соціальних мереж форми інформаційно-психологічного впливу, які найбільш ефективні при використанні інтернет-мемів як інструмента інформаційно-психологічного протиборства. Доведено, що онлайніві соціальні мережі, які мають надзвичайну популярність, є одним з основних середовищ інформаційно-психологічного впливу на значну частину населення в сучасному світі.*

***Ключові слова:** інтернет-меми, інформаційно-психологічний вплив, соціальні мережі.*

**Храбан Т.**

– кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков Военного института телекоммуникаций и информатизации

### **ІНТЕРНЕТ-МЕМИ КАК ІНСТРУМЕНТ ІНФОРМАЦІОННО- ПСИХОЛОГІЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ**

*В статье определены направленные на украинскую аудиторию пользователей социальных сетей формы информационно-психологического воздействия, которые наиболее эффективны при использовании интернет-мемов как инструмента информационно-психологического противоборства. Доказано, что онлайнивые социальные сети, имеющие чрезвычайную популярность, являются одной из основных сфер информационно-психологического воздействия на значительную часть населения в современном мире.*

***Ключевые слова:** интернет-мемы, информационно-психологическое воздействие, социальные сети.*

**Khraban T.**

– Candidate of Science (Linguistics), Associate Professor, Foreign Languages Department, Military Institute of Telecommunications and Information Technologies

### **INTERNET MEMES AS AN INSTRUMENT OF INFORMATIONAL- PSYCHOLOGICAL INFLUENCE**

*The article defines the forms of informational and psychological influence directed at the Ukrainian audience of the social networks users which are the most effective in the course of using the Internet memes as an instrument of informational-psychological confrontation. It has been proved that extremely popular social networks are one of the main fields of informational-psychological influence on a significant part of the population in the modern world.*

***Key words:** internet memes, informational psychological influence, social networks.*

**Постановка проблеми.** У сучасний цифровий вік інтернет все активніше і масштабніше використовується для інформаційного протиборства, а інтернет-технології розвиваються так, щоб сприяти веденню сучасних інтернет-війн. Протягом останніх десяти років Росія неодноразово довела, що вона здатна розвивати свій кіберпотенціал і його інтеграцію з іншими військовими можливостями (наприклад, з кінетичними, інтелектуальними та електронними війнами). В області інформаційно-психологічних операцій Росія дотримується власного «російського підходу», який заснований на інформаційно-психологічних технологіях, що розроблені в Росії, а не запозичені у Заходу або Сходу: рекламування привабливої і переконливої національної ідеї; впровадження практичної реалізації національної ідеї, що сформульована як програма, і прагматичної ідеології, яка побудована на світогляді і світорозумінні росіян; поширення цінностей, які пропонують національну ідею Росії і є привабливими для представників інших світових цивілізацій і культур, а обумовлені ними правила соціальної і соціально-політичної поведінки індивідів в суспільстві і різних соціальних групах здаються найкращою альтернативою; сприяння потужному впливу російської національної ідеї, культури, ідеології, що здатні не тільки впровадити в свідомість і підсвідомість учасників конфлікту нові ціннісні установки, але і надати їх колишнім ціннісним установкам нову культурно-цивілізаційну якість [1, с. 44]. При цьому онлайн-соціальні мережі, які мають надзвичайну популярність, є одним з основних середовищ інформаційно-психологічного впливу на значну частину населення в сучасному світі [2, с. 7], оскільки одна з основних ідей розвитку інтернету – концепція Web 2.0, що «дала змогу інтернет-користувачам створювати контент, а не просто споживати онлайн-матеріал» [3, с. 52], отримала можливість своєї реалізації саме в соціальних мережах. Тому адаптація інтернет-простору соціальних мереж для здійснення інформаційно-психологічного впливу не повинна дивувати.

**Аналіз досліджень.** Різні аспекти інформаційно-психологічного впливу досить широко і глибоко досліджені вітчизняними та зарубіжними вченими: О. Немцевою [4] (проаналізовано структуру явища інформаційно-психологічного впливу); Г. Певцовим, С. Залкіним, С. Сідченком, К. Хударковським [5] (розглянуто особливості моделей інформаційно-психологічного впливу Російської Федерації в Автономній Республіці Крим та на південному сході України, визначено основні напрями, форми та способи інформаційного протиборства між Російською Федерацією та Україною); F. Ruggie [6] (визначено засоби інформаційного протиборства в психологічній сфері); J. Scott [7] (встановлено, що меметичні війни є не просто тактико-оперативним інструментом, а формою інформаційно-психологічних операцій, адаптованих під соціальні медіа) та інші. Незважаючи на достатню кількість робіт, актуальність даної статті визначає необхідність дослідження нових сучасних форм інформаційно-психологічного впливу

в соціальних мережах.

**Мета статті** – визначити форми інформаційно-психологічного впливу, які найбільш ефективні при використанні інтернет-мемів як інструмента інформаційно-психологічного протидіювання.

**Матеріалом статті** послужили мему, які розміщені в Facebook на сторінках інтернет-групи «Український мир» (понад 40 тисяч учасників).

**Виклад основного матеріалу.** Інформаційно-психологічний протидіювання, яке виступає як «процес, що відображає різні рівні протидіювання конфліктуючих сторін, та здійснюється інформаційними і психологічними засобами для досягнення політичних і військових цілей» [8], все активніше відбувається в соціальних мережах. Вони стають новим сучасним інструментом інформаційно-психологічного протидіювання [9] завдяки істотним перевагам у використанні мережі: розміщення і регулярне оновлення інформації вимагає мінімальних витрат часу на підготовку матеріалів; для вирішення поставлених завдань залучається мінімальна кількість персоналу і матеріальних засобів; скритність джерела впливу; дистанційний характер впливу; масштабність можливих наслідків; комплексність подачі інформації та її сприйняття (текстова, графічна інформація, фото- і відеоматеріали, спеціально підібраний супровод); доступність інформації [10, с. 406]. Все це створює сприятливі умови для вирішення атакуючою стороною таких актуальних завдань: підміна у громадян традиційних моральних цінностей і орієнтирів, створення атмосфери бездуховності, руйнування національних духовно-моральних традицій і культивування негативного ставлення до культурної спадщини; маніпулювання суспільною свідомістю і політичною орієнтацією соціальних груп населення країни в інтересах створення обстановки політичної напруженості і хаосу; дестабілізація політичних відносин між партіями, об'єднаннями з метою провокації конфліктів, загострення політичної боротьби, провокування соціальних, політичних, національних і релігійних зіткнень; мобілізація протестних настроїв і ініціювання страйків, масових заворушень та інших акцій протесту; підрив міжнародного авторитету держави, його співпраці з іншими країнами [11, с. 396]. Весь комплекс заходів інформаційно-психологічного впливу на користувачів соціальних мереж характеризується «максимальною широтою спектра застосовуваних видів, методів, способів і прийомів» [8], в основу яких покладено положення про вирішальну роль несвідомого в детермінації людської поведінки, про функціонування механізмів психологічного захисту і способи їх подолання (психоаналіз); рефлексорне закріплення («якоріння») сприйняття, переживання, дій; значення структури, емоційного тону, просторово-часових характеристик інформації для впливу на психіку (біхевіоризм, нейролінгвістичне програмування); роль «ментальних схем» в сприйнятті людиною навколишнього світу, подій та інформації (когнітивна психологія) [11, с. 404–405] тощо. Аналіз інтернет-мемів та коментарів до них, що були розміщені на сторінках групи «Український мир», дозволив виділити основні форми

інформаційно-психологічного впливу, що спрямований на українську аудиторію користувачів соціальних мереж:

1. Дезінформування – «спосіб психологічного впливу, що полягає в навмисному наданні противнику такої інформації, яка вводить його в оману щодо справжнього стану справ» [11, с. 85] (рис. 1).

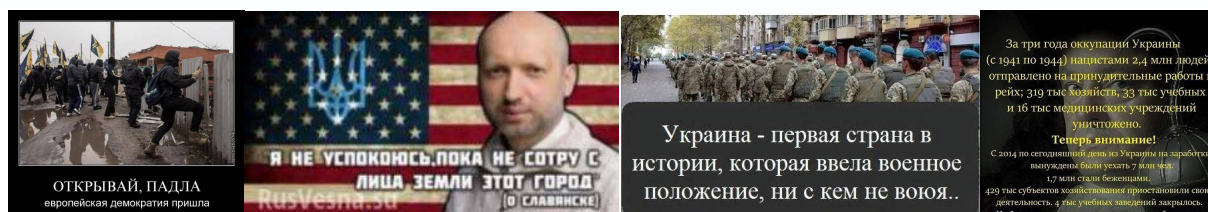


Рис. 1. Використання інтернет-мемів для поширення дезінформації

Найчастіше за допомогою інтернет-мемів застосовується такий прийом дезінформування, як тенденційне викладення фактів: *Открывай, падла, европейская демократия пришла!* (візуальна складова – група молодих людей, один з яких знаходиться біля пролому у паркані. На перший погляд здається, що він має агресивні наміри, але при більш детальному вивченні зображення виявляється, що він щось фотографує); *Я не успокоюсь, пока не сотру с лица земли этот город – Словянск* (візуальна складова – зображення О. Турчинова, якому приписується авторство цього висловлювання), *Украина – первая страна в истории, которая ввела военное положение, ни с кем не воюя* (візуальна складова – українські військові). Вільне трактування міркувань І. Мосійчука щодо необхідності ще в 2014-му році ввести військовий стан і смертну кару для зрадників і мародерів (<https://ik.arhano.ru/archives/25295>) дає можливість створити мем з такою вербальною складовою: *Смертную казнь к военному положению! В Киеве требуют больше репрессий.* В наведеному прикладі механізм інформаційно-психологічного впливу реалізується через прийом «використання слоганів», який дозволяє автору інтернет-мему концентровано виразити ідеологію і цінності України в одній фразі, що і впроваджується в свідомість аудиторії соціальних мереж. Емоційний тон цього повідомлення веде к істотному зниженню раціональної критичності суб'єкта в оцінці фактів, провокує глибоке занепокоєння: *НЕ ФУГА СЕБЕ Це ЯВРОПА.* Аналіз інтернет-мемів, в яких присутнє тенденційне викладення фактів з метою дезінформування, доводить, що їх головна мета – зробити страх постійним внутрішнім станом людини, викликати почуття невизначеності, тривоги, а при можливості спровокувати фобії, неврози, панічні атаки, а також звинуватити Україну в тому, що на словах в неї проголошуються європейські цінності, а в дійсності, це – країна, якої притаманний радикальний націоналізм, порушення механізмів реалізації, гарантії та захисту прав та свобод людини.

Досить поширеним в соціальних мережах є «сіре»

дезінформування. З метою первісного сприйняття цільовими групами дезінформаційного наративу як достовірного твердження використовується такий маніпулятивний прийом впливу на свідомість як приховування і замовчування невігідної інформації. Наприклад, в інтернет-мемі з вербальним компонентом: *КОЛЕСО ГЕНОДЬБЫ: В парламенте Бельгии заявили, что российские пограничники при инциденте в Керченском проливе действовали в рамках международного права*, при замовчуванні несприятливої для маніпулятора інформації відбувається «групове узагальнення»: депутат федерального парламенту Бельгії від опозиційної «Народної партії» А. Каркасі ⇒ парламент Бельгії (<https://ukraina.ru/news/20181210/1022026592.html>). Завдяки «груповому узагальненню» має місце спрощення явища, реципієнт відводиться від думки, що погляди парламенту не є однорідними, і відбувається нав'язування реципієнту потрібного маніпулятору уявлення про даний предмет. Для нав'язування необ'єктивної інформації при «сірому» дезінформуванні, коли необхідно переконати реципієнтів у своїй установці, але аргументів для доказів своїх тверджень немає, маніпулятор може використовувати імперативи: *Это все, что вам нужно знать о войне Украины с Россией и введённом военном положении...*

Наступна форми дезінформування відбувається шляхом подання правдивих відомостей у перекрученому вигляді чи в такій ситуації, коли вони сприймаються як неправдиві. Наприклад, інформація: *Вокруг Украины развернута российская группировка в 80 тысяч военных, около 1,4 тысячи артиллерийских систем, 2,3 тысячи боевых бронированных машин, 900 танков, более 500 самолетов и 300 вертолетов*, спростовується завдяки використанню сатири, що відзначається заперечним пафосом, і стилістичного прийому алюзії: *Три магнитофона, три кинокамеры, куртка замшевая... Три.*

2. Пропаганда, тобто «поширення політичних, філософських, наукових, художніх знань (ідей) та іншої інформації в суспільстві з метою формування у людей певного світогляду – узагальненої системи поглядів на навколишній світ, місце і роль в ньому людини, на ставлення людей до об'єктивної реальності і один до одного, а також відповідних цьому ідеалів і переконань, принципів пізнання і діяльності, ціннісних орієнтацій» [11, с. 411], «здебільшого виникає у дуже спірних питаннях; вона часто примусова й агресивна; вона необ'єктивна і має мало спільного з правдою, якщо взагалі не брехлива. Її можна зобразити, використовуючи кольори, від «чорної» (оманливої, небезпечної і безпринципної) до «білої» (ніжної і з вибірковою застосуванням правди). Зрештою її проводять в інтересах пропагандистів, а не цільової аудиторії» [12, с. 440]. Аналіз інтернет-мемів довів, що дієвим прийом пропаганди в соціальних мережах стає «підміна образів», суть якого полягає в заміні у свідомості людини реального уявлення про суть суб'єкта (об'єкта або ситуації)

перекрученими образами. При створенні інтернет-мемів автори орієнтуються на певні цінності суспільства, які вони визнають або засуджують; надалі прийняті ними цінності дозволяють осмислити подану інформацію, нарешті, усвідомлення цінностей обов'язково при інтерпретації матеріалу, причому поданий в інтернет-мемі факт робить інтерпретацію осмисленою, оскільки дозволяє в повній мірі враховувати той соціальний контекст, в якому відбуваються досліджувані події. В результаті інтернет-мем може замінити в свідомості аудиторії позитивний образ на образ, що викликає категоричне неприйняття (рис. 2).



Рис. 2. «Підміна образів» в інтернет-меміах

Підміну образів можна продемонструвати на прикладах таких інтернет-мемів: *Укродесантники на аеродромі в Житомирській області. У одного їх «хироев» нашит шеврон дивізії СС «Мертвая голова». А так, конечно, нацистов в укре нет; Рада приняла закон № 8519, которым предоставила статус участника боевых действий карателям Украинской повстанческой армии, вооруженных подразделений Организации украинских националистов.* Використання лексем (*укродесантники, «хирои», нацисты, националисты, каратели*) є прямою указівкою авторів інтернет-мемів на відродження в Україні праворадикального екстремізму та появу фашистської загрози. Приймаючи до уваги, що на початку липня 2018 року Парламентська асамблея Організації з безпеки та співробітництва в Європі на засіданні у Вільнюсі ухвалила резолюцію «Возз'єднання розділеної Європи: заохочення прав людини та цивільних свобод у регіоні ОБСЄ в XXI столітті», в якій закликає до рішучого засудження на світовому рівні злочинів проти людства, скоєних тоталітарними режимами, можна стверджувати, що мета цих інтернет-мемів – підміна образу демократичної України на образ країни, яка являє собою загрозу для суспільно-політичного ладу в Європі, тобто – піддрив міжнародного авторитету України.

В комплексі заходів пропаганди з метою мобілізації протестних настроїв, провокування соціальних, національних і політичних зіткнень використовуються прийом дискредитації. В умовах російсько-українського конфлікту актуальності набуває дискредитація військових керівників і політичних лідерів країни, збройних сил України, науково-технічного й інноваційного потенціалу країни: *В нацгвардии Украины созданы роты для алкоголиков. Я даже знаю, кто у них главнокомандующий; Сегодня мы будем возродить великий флот*

Украины. Для этого нам понадобится клей «Момент», пустые пластиковые бутылки, пакет из «Ашана» и много поросячего навоза, чтобы не тонуло; Для сохранения уникального генофонда Кличко должен жениться на Савченко; Если Россия все украла у Украины, то почему после полученных земельных, производственных и технологических подарков и полученной незалежности, Украина за 27 лет ничего сама не создала? (рис. 3).



Рис. 3. Дискредитація як прийом пропаганди

В соціальних мережах також набули розповсюдження інтернет-меми, в яких автори глузують з недоречного використання символіки державного Прапора України: У справжніх патріотів навіть яйця повинні бути жовто-блакитними; Пень свідомий, незалежний (рис. 4).

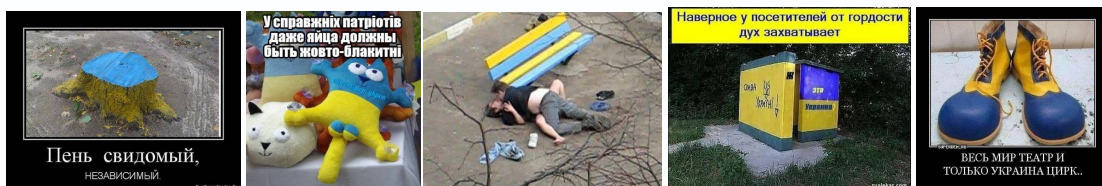


Рис. 4. Недоречне використання символіки державного Прапора України

Важко заперечувати, що реалії життя українського суспільства є такими, що в них легко знайти існування приводів для створення таких інтернет-мемів.

Дискредитація способу життя як сукупності основних форм життєдіяльності в їх залежності від умов та визначених цими умовами людських потреб відбувається не тільки в односторонньому порядку, а також як створення опозиції «своє – чуже»: *Ватники ходят по квартире в трусах, а укropy – в ватниках; Украинцы получают меньше всех. Приезжайте на заработки; Командующий ВМС Украины заявил, что готов обменять себя на 24-х арестованных Россией моряков. Какой хитрый. Там и кормят, и тепло, и на передовую не пошлют, если что; Мечта настоящего киборга – увидетъ Крымский мост и помытьсѧ в тюремном душе горячей водой* (рис. 5).



Рис. 5. Дискредитація способу життя

Саме такий підхід дозволяє вирішити одразу дві задачі – спалювати позитивний імідж ворога і прорекламувати привабливість способу життя в своїй країні, що дає змогу здобути союзників серед широких верств населення країни-противника.

Амбівалентність політичних цінностей та установок масової свідомості в Україні, що стало причиною ситуації, коли «в політичних установках, особливостях масової політичної свідомості представників окремих соціальних груп або регіонів, різних поколінь ми можемо побачити не просто помітні відмінності, а часто-густо – суттєві розриви» [13], потребує створення неоднорідних та суперечливих форм пропаганди. Так, наряду з негативною (деструктивною) пропагандою в соціальних мережах набула поширення пропаганда, мета якої – завоювати прихильність тих верств населення, які ставиться лояльно до Російської Федерації: *Россия и Украина: одни корни, одна вера. Россия, Украина, Беларусь – это все святая Русь; Russia – Ukraine – единство; Не срастается пока. Но едины на века с Украиной, с белой Русью у России ДНК; Твой брат не всегда прав, но он всегда – твой брат!* (рис. 6).



Рис. 6. Заклик до консолідації українців і росіян

3. Психологічний тиск – вплив на психіку людини шляхом залякування, погроз із метою її спонукання до запланованої моделі поведінки. Метою психологічного тиску в соціальних мережах стає деморалізація ворогуючої аудиторії, втрата віри в обраних нею політичних лідерів, вищі адміністративні кадри, компетентність військового керівництва тощо. Аналіз інтернет-мемів довів, що в соціальних мережах досить поширеним є два типи психологічного впливу: доведення до об'єкта впливу фактів про реальні чи неіснуючі загрози та небезпеки (*Военное положение допускает изъятие финансовых активов у населения на нужды армии, это очень разумно, что украинцы в срочном порядке с банковских карт наличку; Значит – будут грабить; Я думаю, что теперь, после нападения буксира на Россию, в высшей степени не патриотично переспрашивать, на сколько увеличится ЖКХ и во сколько вам выходит на пенсию*) і залякування ворогуючої аудиторії запровадженням різких, агресивних заходів у вигляді репресій, санкцій тощо (*Когда-то в Кремль вы приползете за коркой хлебушка к борщу, вам Путин снова даст по морде и тихо скажет: «Не прощу»; Распорядок дня псковских десантников: 6-00 – подъем, 7-00 – утренний туалет, 8-00 – завтрак, 9-00 – нападение на Украину, 12-00 – обед, 13-00 – взятие Киева, 18-00 – концерт Газманова, 21-00 – салют; США призвали Россию*



*отказаться от ракеты 9M729 или модифицировать ее. Отказаться, извините, не можем, а вот модифицировать – пожалуйста. Так, чтобы даже пуха и перьев не осталось в случае чего от тех, из-за кого мы отказаться не можем* (рис. 7).



Рис. 7. Психологічний тиск в інтернет-мемах

4. Соціальні міфи – перекручене уявлення про дійсність, яке впроваджується в свідомість людей з метою провокування потрібних соціальних реакцій. В сучасному суспільстві соціальні міфи прирівнюються до складної зброї масового ураження, а технологія їх створення – до однієї з найскладніших наукових технологій, вони «пов'язані з впровадженням певних пропагандистських ідей або протистоянням пропаганді як формі комунікації, що впливає на формування суспільної думки та сприяє появі певної громадянської позиції та соціальної активності» [14, с. 165-166]. В соціальних мережах широкого розповсюдження отримали інтернет-меми, контент яких – «прихований міф», що ґрунтується на суб'єктивних уявленнях російського суспільства, що улюблена страва українців – сало: *Героям слава! Слава Украине! Но день придет. Придет и не один. И сало, что служило героинем, героям пусть заменит вазелин; Украинские вегетарианцы доказали, что сало – это растение; Когда бой идет не на жизнь, а на сало* (рис. 8).



Рис. 8. «Прихований міф»

Цей «прихований міф» існує у формі побутових установок, забобонів, переконань і має таке можливе пояснення: українці люблять сало головним чином від того, що сало на Україні було. До 1913-го року 50% свиней знаходилися саме там, інші ж, в основному, в Білорусії і Литві. Де свиней було дуже мало, так це в нинішній Росії, оскільки там спеціалізувалися на вирощуванні зернових не придатних для відгодівлі свиней [15]. Цілком ймовірно, що там сало теж би любили, якби воно було. Таким чином, завдяки гіперболічному опису відбувається зміщення акцентів та викривлення смислів конкретних традицій, які існують в суспільстві: *В России растили лён и держали овец, поэтому были ткани и шерсть! А на Украине до сих пор в соломенных шляпах ходят, да и много шерсти с той свиньи настрижешь?*

Для інформаційно-психологічного впливу більш ефективними виявляються «міждержавні міфи», які ґрунтуються на опозиції «свій – чужий», і спрямовані на погіршення відносин та відчуження населення країн, які стають ворожими одна до одної: *Герб України это клеймо для рабов, трезубец тоже украли; Молятся на Бандеру, работают на евреев, умирают за американцев, а обвиняют во всем Россию; Від Романа до Йордана – українська Рамадана. Как холопы шляхтой стали – я не знаю, но праздники у них не славянские; Потомками древней Руси являются только три национальности: русские, белорусы, русины. Остальные субнациональности и прочие «суррогаты» никакого отношения к Руси не имеют; А Вы тоже не знали? Малороссы, белоруссы и великороссы – это славяне, а украинцы – это тюрки, черкесы, татары* (рис. 9).



Рис. 8. «Міждержавні міфи»

Об'єкти категорії «свій – чужий» в інтернет-мемах репрезентують ті параметри, на підставі яких відбувається протиставлення «свого» і «чужого» в соціальних спільнотах і групах, критерієм об'єднання яких є різні ідеологічні позиції. Уявлення про «своїх» і «чужих» можна уявити як єдність двох компонентів – когнітивного і емоційного. Слід відзначити в сучасних російських «міждержавних міфах» першочерговість когнітивного компоненту. Він містить комплекс переконань, які можуть бути як обґрунтованими, так і необґрунтованими, і створюються на основі чуттєво-наочного уявлення, що відображає зміст отриманих знань і досвід в процесі концептуалізації і категоризації об'єкта реальної дійсності. В рамках когнітивної діяльності формується модель «свій – чужий», а основні мовні механізми забезпечують матеріалізацію цього образного уявлення. Узагальнююча сила слова як результат когнітивних механізмів узагальнення і абстрагування дозволяє актуалізувати зміст поняття «свій» і «чужий», виділити ту антропоцентричну характеристику, яка властива всім без винятку референтам: відсутність спільного етнічного коріння.

**Висновки.** Інтернет-меми стають новим сучасним інструментом інформаційно-психологічного протиборства в соціальних мережах. Основними формами інформаційно-психологічного впливу, які реалізуються за допомогою інтернет-мемів, стали такі прийоми дезінформування, як тенденційне викладення фактів, «сіре» дезінформування, подання правдивих відомостей у перекрученому вигляді чи в такій ситуації, коли вони сприймаються як неправдиві; пропаганда в формі «підміни образів», дискредитації військових керівників і політичних лідерів країни, збройних сил України, науково-

технічного й інноваційного потенціалу країни, глузування з недоречного використання символіки державного Прапора України, умов життя, а також пропаганда, мета якої – завоювати прихильність тих верст населення, які ставиться лояльно до Російської Федерації; психологічний тиск у вигляді доведення до об'єкта впливу фактів про реальні чи неіснуючі загрози та небезпеки і залякування запровадженням агресивних заходів; «приховані» і «міждержавні» міфи.

У перспективі вважаємо за доцільне здійснювати подальші лінгвістичні дослідження інтернет-мемів.

#### **Література**

1. Манойло А. В. Роль культурно-цивилизационных моделей и технологий информационно-психологического воздействия в разрешении международных конфликтов : автореф. дис. ... доктора полит. наук. Москва: Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, 2009. 50 с.

2. Остапенко А. Г., Паринов А. В., Калашников А. О., Щербаков В. Б., Остапенко А. А. Социальные сети и деструктивный контент. Под ред. чл.-корр. РАН Д. А. Новикова. *Серия «Теория сетевых войн»*. 2017. Вып. 3. 274 с.

3. Prier L. C. J. Commanding the Trend: Social Media as Information Warfare. *Strategic Studies Quarterly*, 2017. 85 p.

4. Немцева О. О. Структура інформаційно-психологічного впливу. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2015. № 4 (24). С. 42–47.

5. Певцов Г. В., Залкін С. В., Сідченко С. О., Хударковський К. І. Інформаційно-психологічні операції Російської Федерації в Україні: моделі впливу та напрями протидії. *Наука і оборона*. 2015. № 2. С. 28–32.

6. Rugge F. "Mind hacking": information warfare in the cyber age. *Analysis*. 2018. No. 319. URL: [https://www.ispionline.it/sites/default/files/pubblicazioni/analisi319\\_rugge\\_11.01.2018\\_2.pdf](https://www.ispionline.it/sites/default/files/pubblicazioni/analisi319_rugge_11.01.2018_2.pdf) (дата звернення 28.11.2018).

7. Scott J. *Information Warfare: The meme is the embryo of the narrative illusion*. Publisher: Independently published. 2018. 160 p.

8. Караяни А. Г. Информационно-психологическое противоборство в современной войне. URL: <https://psyfactor.org/lib/psywar30.htm> (дата звернення 13.12.2018).

9. Микрюков В. Победа в войне должна быть достигнута еще до первого выстрела. *Независимое военное обозрение*. URL: [nvo.ng.ru/concepts/2016-01-15/10\\_infowar.htmlhttps://psyfactor.org/lib/psywar30.htm](https://psyfactor.org/lib/psywar30.htm) (дата звернення 13.12.2018).

10. Сидорин А. Н., Прищепов В. М., Акуленко В. П. Вооруженные силы США в XXI веке: военно-теоретический труд. Москва: Кучково поле; Военная книга, 2013. 800 с.

11. Макаренко С. И. Информационное противоборство и радиоэлектронная борьба в сетевых войнах начала XXI века. Монография. Санкт-Петербург: Научное издание, 2017. 546 с.

12. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів, 2010. 538 с.

13. Фесенко В. Особливості та тенденції розвитку політичної культури в українському суспільстві. 2018. URL: <https://blogs.pravda.com.ua/authors/fesenko/5ab61e2b1e0ad/> (дата звернення 13.12.2018).

14. Дарморіс О. Соціальний міф як засіб консолідації українців та протистояння ворожій пропаганді. *Українознавчий альманах*. Київ: «Міленіум+», 2016. Вип. 19. С. 165–168.

15. Фортунатов А. Ф. Сельскохозяйственная статистика Европейской России. Москва: типолитогр. т-ва И. Н. Кушнерев и К°, 1893. 246 с.

**Kovalenko V.**

– Senior Lecturer, Foreign Languages

Department, Donbas State Teachers' Training University

УДК 378.147:81'243:316.77

### **THE MEANS OF INTER-CULTURAL COMMUNICATION IN THE TERMS OF LITERARY TEXTS**

*The article investigates the importance of reading literary texts in gaining cross-cultural competence for successful inter-cultural communication. There are characteristics of existing approaches for the work over literary texts. It proves that reading literary texts facilitate fundamental mastering of culture, understanding of national mentality, creating deeply emotional positive attitude to another cultural values and historical heritage. The article gives and describes the models of the literary texts. It recommends the most effective for the molding cross-cultural competence for inter-cultural communication. It defines the main criteria of the selection of socio-cultural contents of literary texts.*

**Key words:** literary text, cross-cultural competence, inter-cultural communication, culture, language, socio-cultural potential.

**Коваленко В.**

– старший викладач кафедри іноземних мов

Донбаського державного педагогічного університету

### **ЗАСОБИ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ПЛОЩИНІ ЛІТЕРАТУРНОГО ТЕКСТУ**

*У статті проаналізовано роль художнього тексту як посередника міжкультурної комунікації. Подано характеристику існуючих підходів до роботи з художнім текстом. Наведено й описано моделі художнього тексту, рекомендовано найбільш ефективні для формування міжкультурної компетенції в ході культурної комунікації. Визначені основні критерії відбору соціокультурного наповнення художнього тексту.*

**Ключові слова:** художній текст, міжкультурна комунікація, міжкультурна компетенція, культура, мова, соціокультурний потенціал.

**Коваленко В.**

– старший преподаватель кафедры иностранных языков

Донбасского государственного педагогического университета

### **СРЕДСТВА МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ПЛОСКОСТИ ЛІТЕРАТУРНОГО ТЕКСТА**

*В статье проанализирована роль художественного текста как одного из средств межкультурной коммуникации. Представлена характеристика существующих подходов к работе с художественным текстом. Приводятся и описываются модели художественного текста, рекомендуются наиболее эффективные для формирования межкультурной компетенции в ходе межкультурной коммуникации. Определены основные критерии отбора социокультурного наполнения художественного текста.*

**Ключевые слова:** художественный текст, межкультурная компетенция, межкультурная коммуникация, культура, язык, социокультурный потенциал.

**Presentation of Academic Problem and its Meaning.** For centuries literature has always presented a significant part and still continues to play an important role in traditional education as well as in foreign language