

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА  
МЕНЕДЖМЕНТУ ІМ. Г.Е. ВЕЙНШТЕЙНА



## **МАТЕРІАЛИ**

**XI МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**17 – 18 ЖОВТНЯ 2023 р.**

**«ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ**

**РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ»**

м. Одеса

УДК 330.34:005.35(477"20")

Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Матеріали ХІ Міжнародної науково-практичної конференції 17-18 жовтня 2023 року. Одеса: Одеський національний технологічний університет, 2023. – 663 с.

У матеріалах конференції знайшли відображення економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Були запропоновані шляхи вирішення найактуальніших та нагальних проблем багатьох сфер сучасного бізнесу та новітні управлінські технології в сучасних турбулентних умовах існування підприємств. В доповідях особлива увага приділялась прикладному характеру досліджень та їх впливу на поліпшення економічної ситуації в країні.

Науковий редактор Козак К.Б. - д-р екон. наук, професор, директор ННІПЕіМ ім. Г. Е. Вейнштейна ОНТУ

Редакційна колегія:

Агеева І.М. – к.е.н., доц., Басюркіна Н.Й. – д.е.н., проф., Баранюк Х.О. – к.е.н., доц., Лагодієнко В.В. – д.е.н., проф., Немченко В.В. – д.е.н., проф., Павлов О.І. – д.е.н., проф., Седікова І.О. – д.е.н., проф., Ніколюк О.В. – д.е.н., проф., Козак К.Б. – д.е.н., проф., Соловей А.О. – к.і.н., доц., Згадова Н.С. – к.е.н., доц., Маркова Т.Д. – к.е.н., доц., Волкова А.Ю. – ас., Мільчева В.В. - PhD, доц., Новикова В.С.

Матеріали додаються за оригіналами рукопису

Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст та сутність наданих матеріалів

## **ПРОПАГАНДА ЯК КОМУНІКАТИВНА ТЕХНОЛОГІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

**Пурцхванідзе О.В., канд. філос.наук. доцент  
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса**

Як відомо, пропаганда за сутністю являє собою процес поширення інформації, яка може бути і свідомо помилковою і застосовується з метою впливу на суспільство, будь-яку аудиторію.

В умовах сучасної війни пропаганда стає чи не найголовнішим чинником її ведення. Отже, актуальність поставленої проблеми не викликає сумнівів. Крім того вона завжди була і залишається, з врахуванням особливостей сучасного її стану, комунікативною технологією, що в свою чергу передбачає осмислення пропаганди в контексті російсько-української війни, яку розв'язала країна-агресорка.

Перші спроби використання пропаганди були здійснені ще в XVII столітті католицькою церквою. Звісно вона зазнала серйозних змін з розвитком суспільної практики. Проте маніпуляція, як внутрішня характеристика пропаганди, застосовувалась із самого початку її усвідомленого використання. Використовувалася вона насамперед, як спосіб систематичного впливу на свідомість і окремої людини, і суспільну думку взагалі. Сьогодні в арсеналі засобів пропаганди, як комунікативної технології крім друкованих видань, радіо та телебачення присутні одні з найпотужніших - цифрові технології. Саме цифрові технології надають можливість пропаганді бути більш ефективною, виконувати їх функції.

Відомо, що комунікація, як така може мати символічну організацію, візуальну організацію, подієву, міфологічну і комунікативну організацію. Цифрові технології вбирають в себе ці організаційні структури і саме тому вплив на індивідуальну і суспільну свідомість більш потужний порівняно з ерою відсутності Інтернету.

Так, наприклад, символічна організація комунікації, на думку дослідників, вкорінена в тому, що зміст символів, які використовуються в пропаганді навантажені емоційною складовою, що в свою чергу закономірно впливає на свідомість. До цього символом може виступати не тільки слово, або якийсь знак, а й акт поведінки. В символі фіксується історичний досвід людства, в якому проявлені ті чи інші цінності. Сучасний етап використання пропаганди в купі з можливостями інформаційних технологій демонструє безмежні можливості її впливу на свідомість.

Щодо візуальної організації комунікації, не викликає сумніву її вплив на процеси, які відбуваються в суспільстві. При цьому їх простота і впізнаваність стає об'єднуючим фактором великої кількості комунікантів, і таким чином зумовлює ефективність впливу на них. До цього, як стверджують психологи, символи візуальні значно потужніші за вербальні.

Саме тому сьогодні ми бачимо у візуальному просторі безліч як вже відомих, так і нових, створених на потребу дня, невербальних символів.

Подієва організація комунікації виходить з принципу, що людина вірить скоріш подіям ніж вербальним і невербальним символам. Якщо слово чи знак, як символ може нести в собі різні контексти, подія, яка спостерігається, сприймається як безумовна правда. Між іншим в політичній діяльності політики використовують події, які чітко організовані за певними правилами і мають жорстку внутрішню структуру. Наприклад, подія повинна бути яскравою, запам'ятовуватися легко і вражаючою. Подієві комунікації сьогодні широко використовуються в піар-технологіях, в івент-менеджменті.

Комунікація стає не менш ефективною і завдяки міфотворчості. Міф, як історично перша форма усвідомлення людиною реальності, дала людині певний захист і можливість орієнтації в світі, який їй протистояв, оскільки міф робив і свідомість людини і світ навколо неї цілісними. Тому будь-яке суспільство на тому чи іншому історичному відрізку часу створює свої міфи, які стають факторами впливу, маніпуляцій в пропаганді, як комунікативній технології. «XX ст. небезпідставно вважається періодом «реміфологізації» та одночасно «відродження міфа». Цей процес, розпочатий у минулому сторіччі, триває й у нинішньому, причому переважно у соціально-політичній площині. кінцева його мета – маніпулювання масовою свідомістю і формування «потрібної» громадської думки в інтересах правлячої еліти» [1].

Пропаганда, це передача інформації, яка має своєю метою вплив на свідомість людини, відповідно її поведінку, ті чи інші дії. Як самодостатнє утворення пропаганда для досягнення мети, як правило, використовуючи ті чи інші факти може їх спотворювати, взагалі замовчувати, або представляти їх акцентуючи на другорядні характеристики. Завершеної форми пропаганда набула за часів фашистської Німеччини. Йозеф Геббельс ще у 1933 році вигадав правила пропаганди, де наголошував, що задля досягнення мети слід використовувати будь-які методи. Тобто крім правдивої інформації потрібна неправдива інформація, навіть суцільна брехня. І чим брехня масштабніша, тим краще, оскільки в неї легко повірять маси. По-перше, в жодному разі не слід використовувати для брехливих повідомлень офіційний апарат; по-друге, джерело брехні має бути прихованим; по-третє, ЗМІ не повинні себе дискредитувати такою брехню. І нарешті, для брехні слід використовувати канали, які йдуть до ворога.

Оскільки в сучасному світі, особливо в умовах війни пропаганда, як слушно наголошує Г. Почепцов, перестає бути просто ідеологічним заняттям, а стає потужною зброєю, вона базується на наукових підставах. Тому не випадково ще Е. Дофіфат вивів основні закони пропаганди. Суть яких полягає в наступному. Пропаганда повинна бути максимально спрощеною для сприйняття. Вона повинна бути настирливо повторюваною.

Матеріал і інформація, які надаються повинні підлягати фільтрації і обмеженню. І обов'язковим має бути емоційне нагнітання. Якщо проаналізувати всю інформацію, яка розповсюджується в світі ЗМІ країни-агресорки стосовно російсько-української війни, то впевнено можна зробити висновок, що ця інформація є класичною пропагандою, основи і принципи дії якої були розроблені за часів Й. Геббельса.

На основі наукових праць і безпосередньої суспільної практики можемо чітко визначити методи, які використовувались і використовуються сьогодні пропагандою. Це, метод переконання, сутність якого полягає у зверненні до раціональної складової психіки людини, що передбачає використання логіки і аргументації. Цей метод передбачає систему принципів, які діють одночасно в процесі надання інформації. Це - принцип повторювання. Настирливість пропагандистських тез, які повторюються повинні закріпитися в свідомості людини, як достовірні і істинні. Важливим є також принцип несуперечливості, що означає відсутність суперечливої тези тій чи іншій інформації, яка надається суспільству. Принцип переваги первинної інформації. Принцип забезпечення довіри до інформації, який передбачає іміджеву компоненту останньої. Це означає, що інформація повинна виходити від особливого поінформованого джерела, претендувати на об'єктивність. При цьому можна навіть посилатися на певні документи і «достовірні» матеріали.

До методів пропаганди слід віднести психологічний метод навіювання, який може бути специфічним і неспецифічним. Його специфічність полягає в «приклеюванні ярликів», узагальненнях, трансфері (переносі), свідченнях і «грі в простонародність».

Щодо неспецифічного навіювання, то тут використовується такий вплив, який передбачає появу негативних емоцій, страху, депресії, паніки.

Отже, в сучасній війні демонструються в повному обсязі можливості пропаганди, як комунікативної технології, застосовуються її методи. Розуміння, аналіз і роз'яснення означених процесів дає можливість вберегти свідомість суспільства і кожної окремої людини від впливу пропаганди. Також слід пам'ятати, що складність заходів в цьому напрямі зумовлюється наявністю і всебічним використанням цифрових технологій.

### **Література**

1. Ганій В.Е. Пропаганда як інструмент впливу на підсвідомість людини в сучасній Україні// Молодий вчений» - 1918 - № 1 (53), с. 636

159. <b>Брюшкова Н.О., Шпак В.В.</b> ІНСТРУМЕНТИ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНИХ ПРОЕКТІВ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ.....	547
160. <b>Добрянська Н.А., Курченко Д.С.</b> ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ.....	550
161. <b>Колеснікова К.С.</b> ПЕРЕВЕДЕННЯ ЗАКУПІВЕЛЬ В ЕЛЕКТРОННИЙ ФОРМАТ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ БОРОТЬБИ З КОРУПЦІЄЮ.....	553
162. <b>Молодід А.Ю.</b> АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ДЕРЖАВНОГО СЛУЖБОВЦЯ: ЗАРУБІЖНІ ПРАКТИКИ ТА ШЛЯХИ ВДОСОКНАЛЕННЯ В УКРАЇНІ.....	557
163. <b>Мужайло В.Д., Мужайло С.В., Щербак А.В.</b> ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ СВІТОВОГО ТА ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ .....	562
164. <b>Науменко Ю.В., Черкасов Д.Ф.</b> ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ В УМОВАХ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ.....	567
165. <b>Ніколюк О.В.</b> СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ РОЗВИТКУ ГРОМАД.....	570
166. <b>Пурицхванідзе О.В.</b> ПРОПАГАНДА ЯК КОМУНІКАТИВНА ТЕХНОЛОГІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	573
167. <b>Мануїлова К.В., Гойман Т.А., Ізотова М.С.</b> ПРОБЛЕМИ ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ УКРАЇНИ.....	576
168. <b>Чумакова Г.В.</b> ЦИФРОВА АДЖЕНДА УКРАЇНИ: КЛЮЧОВІ СКЛАДОВІ ТА ІНСТРУМЕНТИ РОЗВИТКУ .....	581
169. <b>Тетью А.П., Калін Д.О.</b> ІНСТИТУЦІОНАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ І ГРОМАД В УМОВАХ ШВИДКИХ ЗМІН.....	583
170. <b>Ботіка Т.С., Соловей А.О.</b> ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНОЇ КУЛЬТУРИ В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВОТВОРЧИХ ОРІЄНТИРІВ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ.....	586
171. <b>Мельник Ю. М., Тодорова С. М., Шевченко Г.А.</b> ЗНАЧЕННЯ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ.....	589