

<https://ukped.com/rozrobky-urokiv/ukrainska-mova-ta-literatura/6784-osnovni-ponyattya-kompetentsiya-kompetentnist.html> (дата звернення: 14.04.2023)

**Цимбалюк В.В.**

група Англ-41

Волинський національний університет імені Лесі Українки

*Науковий керівник – канд. філ. наук, доцент Калиновська І.М.*

## **ОСОБЛИВОСТІ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ В АНГЛОМОВНИХ ПУБЛІКАЦІЯХ**

У книзі «*Техніка пропаганди у світовій війні*» Гарольд Лассвел вважає пропаганду невід'ємною частиною війни: «Сучасна війна повинна вестися на трьох фронтах: військовому, економічному і пропагандистському. Економічна блокада душить ворога, пропаганда збиває ворога з пантелику, а військова сила завдає ворогу остаточний удар» [4]. Пропаганда може використовувати будь-які засоби для досягнення своїх цілей і навіть створювати або розповсюджувати чутки. Роль пропаганди у війні сьогодні величезна і незамінна. Гарольд Лассвел виокремив чотири пропагандистські цілі: розпалювати ненависть до ворога; підтримувати дружні стосунки з союзниками; підтримувати дружбу з нейтральними націями, залучаючи їх до співпраці, де це можливо; зламати моральний дух ворога [4].

Слід зауважити, що сучасна війна виходить за межі тривимірного простору землі, моря та повітря та розширюється до інформаційного виміру, а отже, відносна інформаційна перевага в мережевій системі, включаючи інформаційні технології, гарантує успіх майбутньої війни. Зросла роль невійськових засобів досягнення політичних і стратегічних цілей у війні, які в багатьох випадках за ефективністю перевершують потужність звичайних видів зброї. На етапі розв'язання війни розгортається широкомасштабна пропагандистська та агітаційна діяльність дипломатичними, економічними, ідеологічними, психологічними та інформаційними засобами, спрямована на розрив єдності населення супротивника та послаблення бойового духу армії.

**Актуальність** дослідження зумовлена необхідністю аналізу російської пропаганди в сучасних англомовних публікаціях в умовах повномасштабної російської війни в Україні сьогодні.

**Мета** нашого дослідження – виявлення та характеристика особливостей російської пропаганди в англомовних публікаціях, зокрема причин і наслідків ведення інформаційної війни.

**Матеріалом** дослідження слугують публікації RT (раніше – англ. *Russia Today*, укр. *Росія сьогодні*) – російська пропагандистська державна багатомовна телекомпанія, орієнтована на закордонну аудиторію. З бюджетом понад 300 мільйонів доларів на рік, вона веде мовлення англійською, французькою, німецькою, іспанською, російською та кількома мовами Східної Європи. Глобальна мережа *Russia Today* – це головна зброя російської влади в інформаційній боротьбі. Її аудиторією станом на 2015 рік було 700 мільйонів людей з понад 100 країн світу. Крім цього, Росія вміло використовувала західні медіа, на кшталт *BBC News*, *Reuters*, *AFP* тощо для просування своєї антиукраїнської риторики. У певний період ці медіа виявилися не готовими до російсько-української війни та інколи ставали ненавмисними поширювачами російської антиукраїнської пропаганди. Російські ЗМІ, які діють як в Росії, так і за кордоном, використовуються країною-агресором для інтенсивної та багатоканальної пропаганди та нав'язування світовій спільноті точок зору, які генерує російське військово-політичне керівництво. Серед

найвідоміших російських пропагандистських медіа можна також зазначити *Sputnik, Russia Today, Ria Novosti, LifeNews* тощо.

Щодо розуміння терміну «пропаганда», необхідно звернути увагу на таке визначення: інформація, ідея, думки чи образи, які часто дають лише односторонню аргументацію, що транслюються, публікуються або якимось іншим чином поширюються задля впливу на думку людей [2]. Або, пропаганда – це інформація, часто упереджена або оманлива, що використовується для забезпечення політичної мети або певної точки зору [7].

Огляд літератури з проблеми дослідження показав, що нинішня російська пропаганда ґрунтується на радянських методах часів холодної війни. Особлива увага приділяється тому, щоб спонукати населення діяти в інтересах пропагандистів, не усвідомлюючи, як воно це робить [6]. Проте, підхід до пропаганди є абсолютно новим і обумовленим характеристиками сучасного інформаційного середовища. Росія скористалася технологіями та наявними медіа, зробивши своїми інструментами впливу Інтернет та ЗМІ. Тому, сучасну модель поширення російської пропаганди можна охарактеризувати як високооб'ємну і багатоканальну, швидку, безперервну і повторювану; з відсутністю зображення об'єктивної реальності; з браком послідовності тощо.

Підхід держави-агресора до поширення пропаганди та введення в оману читачів/глядачів може бути цілком ефективним. Доцільним є наведення деяких прикладів:

- через перевантаження інформацією (особливо в Інтернеті) люди не відразу можуть визначити чи нова інформація заслуговує довіри [5]; надлишок інформації спонукає людей використовувати короткі шляхи для визначення достовірності повідомлень;

- споживачі інформації часто погано відрізняють правдиву інформацію від неправдивої; перше враження є дуже стійким, а повторення схожої інформації спонукає людей ознайомитися з нею і прийняти її, тому швидка, безперервна та повторювана пропаганда є успішною;

- передача, яка виглядає як випуск новин, навіть якщо це насправді пропагандистське мовлення, може мати такий самий ступінь довіри, як і справжня трансляція новин [3]; периферійні ознаки, такі як зовнішній вигляд досвіду або формат інформації, змушують людей визнати, не замислюючись, що інформація надходить із надійного джерела;

- історії чи розповіді, які викликають в одержувача емоційне збудження (наприклад, огиду, страх, щастя), будуть сприйняті, незалежно від того, правдиві вони чи ні [3];

- твердження з більшою ймовірністю будуть прийняті за правдиві, якщо вони підкріплені доказами, навіть якщо вони неправдиві [1].

Отже, Інтернет та ЗМІ змінюють сучасну війну всеохоплююче та глибоко, незалежно від того, чи це когнітивне поле бою, чи фізичне поле бою. Уряди та організації, які мають високі технології та авторитет, можуть використовувати соціальні мережі для більш точної та продуманої пропаганди війни. Природа соціальних медіа дає кожному користувачу мережі можливість стати воїном, брати участь у кібервійськових діях і виконувати різні види військових функцій у гібридній медіа-екосистемі. Саме тому, важливо розуміти і розпізнавати той вплив, який чиниться на людину соціальними мережами та інформацією, яка розміщується в них. Крім цього, важливо розуміти тактики та техніки, якими користується ворог при поширенні відвертої брехні, щоб не потрапити на гачок кремлівської машини пропаганди. Пропаганда є важливим інструментом, яким користується країна-агресор у російсько-українській війні, щоб ввести в оману

читачів/глядачів по всьому світу.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Bell B., Loftus E. –Trivial Persuasion in the Courtroom: The Power of (a Few) Minor Details. Journal of Personality and Social Psychology. 1989. 56 (5). P. 669–679. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.56.5.669>
2. Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus. –Propaganda. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/propaganda>.
3. Destono D., Petty R. E., Derek D., Rucker, Wegener D., Braverman J. –Discrete Emotions and Persuasion: The Role of Emotion-Induced Expectancies. Journal of Personality and Social Psychology. 2004. Vol. 86, No. 1. P. 129–145.
4. Lasswell H. Propaganda Technique in the World War. 1927. P. 233. URL: <https://archive.org/details/dli.ernet.6011/page/n5/mode/2up>
5. Metzger M., Flanagin A. –Credibility and Trust of Information in Online Environments: The Use of Cognitive Heuristics. Journal of Pragmatics. 2013. Vol. 59, Part B. P. 19–45.
6. Oliner O. –Russia's New Military Doctrine: Same as the Old Doctrine, Mostly. Washington Post. 2015. January 15, URL: <https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2015/01/15/russias-new-military-doctrine-same-as-the-old-doctrine-mostly/>
7. Oxford English dictionary. –Propaganda. URL: <https://www.lexico.com/definition/Propaganda>.

**Човніцька Х.І.**

група мСОАМ-12

Тернопільський національний педагогічний університет ім. В. Гнатюка

*Науковий керівник – канд.пед. наук., викладач Нацюк М.Б.*

#### **THE DEVELOPMENT OF STUDENTS' LISTENING COMPREHENSION IN LEARNING ENGLISH**

**Introduction.** The development of students' readiness for foreign language intercultural communication involves not only the ability to express their thoughts, feelings, intentions, but also the ability to understand the speech of other people. Thus, the level of formation of foreign language listening comprehension is significant for the educational activity of students. However, in the process of students' development of all necessary foreign language skills – among which reading, writing, speaking and listening are distinguished – only a small part of the study time is devoted to development of listening competence.

Hence, at the current mastering a foreign language at a high level, one of the most urgent problems that require new solutions is the need to qualitatively improve students' competence in listening. It is also worth noting that the reason for the relevance and necessity of the research of competence under study is also the problematic fact of students not being among its native speakers. Since it is one of the crucial stumbling-blocks for the further successful development of listening comprehension at the appropriate level.