

УДК [37.035 : 355.01] : 316.77

Зозуля О. С.

кандидат наук з державного управління, старший науковий співробітник Науково-дослідного центру гуманітарних проблем Збройних Сил України

МОДЕЛІ ТА МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНФОРМАЦІЙНО-ПРОПАГАНДИСТСЬКОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

У статті розглянуто основні проблеми оцінки ефективності інформаційно-пропагандистського забезпечення Збройних Сил України. Проаналізовано і узагальнено існуючі моделі і методи процесу оцінки, визначено ключові показники оцінки ефективності інформаційно-пропагандистського забезпечення.

Встановлено, що вибір моделі оцінки і її методів залежить від цілей інформаційно-пропагандистського забезпечення, національних інтересів держави, соціально-політичних умов. З огляду на багатомірність його цілей і об'єктів доцільно здійснювати оцінку ефективності на основі методів багатовимірного статистичного аналізу, що дозволяє не тільки групувати об'єкти спостереження в класи, розглядати їх у динаміці, а й формувати якісні агреговані показники як для опису самих об'єктів, так і для моніторингу прогресу як результату управлінського впливу.

Доведено, що для отримання достовірних результатів оцінки про ефект проведення заходів інформаційно-пропагандистського забезпечення необхідно застосовувати комплексний комбінований підхід для визначення моделі і методів оцінки.

Ключові слова: національний інтерес, інформаційно-пропагандистське забезпечення, оцінка ефективності, модель, метод.

MODELS AND METHODS EVALUATION EFFECTIVENESS OF INFORMATION AND PROPAGANDA SUPPORT: THEORETICAL ASPECTS

The article deals with the main problems of assessing the effectiveness of the informational and propaganda support of the

Armed Forces of Ukraine. The models and methods of the evaluation process are analyzed and summarized, key indicators of the effectiveness of information and propaganda support are determined.

It is established that the choice of the model of evaluation and its methods depends on the goals of information and propaganda support, the national interests of the state, socio-political conditions, and many other things. Given the multidimensionality of objectives and objects, it is advisable to make an assessment of the effectiveness by the methods of statistical analysis. These methods will allow grouping observation objects into classes and form qualitative indicators for object descriptions, and for monitoring progress as a result of managerial influence.

It is proved that in order to obtain reliable results of the evaluation of the effectiveness of information and propaganda support it is necessary to apply a complex combined approach for determining the model and methods of evaluation.

Key words: national interest, informational and propaganda support, estimation of efficiency, model, method.

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Оцінка ефективності інформаційно-пропагандистського забезпечення (далі – ІПЗ) виступаючи основним інструментом контролю висновків про результативність процесу проведення заходів ІПЗ. Ці обставини зобов'язують, по-новому оцінити роль ІПЗ, що в свою чергу потребує своєчасного вирішення цілого ряду проблем як теоретичного так і практичного характеру. Вказана оцінка, будучи основним інструментом контролю висновків про результативність інформаційно-пропагандистських заходів, особливо в умовах сучасного військово-політичного конфлікту набуває великого суспільного, морально-емоційного та стимулюючого значення. Вона є тим “імпульсом зворотного зв'язку”, на підставі якого суттєво змінюється зміст стратегії і тактики удосконалення ІПЗ в Збройних Силах України на майбутній період.

Актуальність дослідження оцінки ефективності заходів ІПЗ обумовлена необхідністю посилення роботи в загальній системі ІПЗ у Збройних Силах України для належної підтримки боєздатності військ (сил). Адже без чіткої системи

цілеспрямованих заходів щодо поширення знань про засади української державності, національних традицій, духовних і моральних цінностей тощо, неможливо сформувати свідомість, патріотичний світогляд воїна-захисника Вітчизни, та високої стійкості особистості до неправдивих і провокаційних інформаційних повідомлень противника в умовах інформаційно-психологічного протиборства високої інтенсивності.

Характерною рисою сучасної вітчизняної практики проведення оцінки ефективності інформаційно-пропагандистського забезпечення є брак єдиного підходу та відповідних методик до оцінювання ефективності як цілісної системи, так і окремих її структурних елементів. Вирішення цієї проблеми сприятиме розробці загальних методологічних принципів оцінки їх результативності; сприятиме виробленню єдиних, конкретних показників, за якими можна з найбільшим ступенем ймовірності судити про оптимальність функціонування системи ІПЗ в Збройних Силах України.

Аналіз останніх публікацій за проблематикою та визначення невирішених раніше частин загальної проблеми. На дослідженні аспектів оцінки ефективності ІПЗ в Збройних Силах України акцентують увагу В. Зонь [4], В. Малюга [8; 9], В. Осюдло [5; 11; 12], В. Радецький, В. Стасюк, В. Шевчук [5], О. Ходанович [13]. В своїх дослідженнях вчені розглядали питання ефективності ІПЗ в Збройних Силах України переважно через призму вдосконалення структури системи управління ІПЗ в ЗСУ та оптимізації процесу організації і проведення заходів ІПЗ в окремих частинах і з'єднаннях. Разом з тим, незважаючи на значну кількість робіт в яких розглядаються актуальні питання підвищення ефективності ІПЗ, поза увагою дослідників, як воєнних так і з інших галузей науки, залишилися питання визначення моделей та методів оцінки ефективності заходів ІПЗ.

Метою статті є розгляд основних моделей і методів оцінки ефективності інформаційно-пропагандистського забезпечення військ (сил), що сприятиме розширенню меж наукового пізнання загальних методологічних принципів із розробки стратегії і тактики удосконалення ІПЗ в Збройних Силах України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Оцінка ефективності є вагомим елементом системи ІПЗ

Збройних Сил України, який дозволяє визначити рівень результативності та впливу комплексу заходів ІПЗ. Вона проводиться з метою вибору найбільш оптимального варіанту їх реалізації, або способу вдосконалення. Завдяки оцінці можна виявити так звані “критичні точки”, моменти, що здійснюють вирішальний вплив на ефективність заходів у подальшому. Здійснюючи коригуючий вплив саме на ці точки, організатори ІПЗ і командири зможуть домогтися суттєвих позитивних змін у поведінці та свідомості особового складу, тим самим заощадивши сили, час і ресурси. Оцінка допомагає ідентифікувати реальний стан справ, визначити шляхи закріплення успіхів і виправити недоліки. Під час планування і проведення оцінки ставляться конкретні питання, проводиться систематичний збір інформації з різних каналів, що входять до системи ІПЗ.

Для досягнення мети нашого дослідження, перш ніж перейти до розгляду основних положень, необхідно зазначити, що оцінка ефективності, як окремий вид діяльності має свою власну структуру. Отримані знання про предмет оцінки ефективності ІПЗ, її засади, об’єкти і суб’єкти оцінки [6, с. 264-268] дозволяють перейти до аналізу її структури. Аналіз реального процесу оцінки ефективності ІПЗ, практичного досвіду великої кількості офіцерів показав, що структуру оцінки ІПЗ можна уявити взаємодією таких її елементів, як об’єкт оцінки, суб’єкт оцінки, засада оцінки. Засадою оцінки є потреба суб’єкта оцінки у такій організації процесу ІПЗ, яка відповідає його закономірностям і дозволяє формувати у військовослужбовців відповідний рівень розвитку морально-бойових якостей, що відповідають сучасним вимогам військово-політичної обстановки.

Поняття структури оцінки ефективності ІПЗ спрямоване не лише на визначення її елементного складу, а й на виявлення стійких взаємозв’язків елементів: відношень взаємодії, будови, функціонування, розвитку тощо. Таким чином, виявлення загального і специфічного в процесі оцінки ефективності ІПЗ дозволяє зробити висновок, що військова практика створює різноманітні цінності, вона ж відтворює і потреби, які знаходять відображення в інтересах суб’єктів і обумовлюють тим самим вибір оціночного критерію (еталону).

У процесі проведення оцінки ефективності велике значення має правильний вибір структури оцінки. Структура

оцінки, або дизайн оцінки – це методична основа процесу оцінки, яка формується відповідно до її цілей і завдань.

На нашу думку в структурі оцінки, одне із провідних місць повинні займати науково обгрунтовані моделі оцінки ефективності. Модель оцінки ефективності ІПЗ визначає базис оцінки, що відображається у структурі оцінки через відображення і перетворення оцінки в параметри об'єкта оцінки, а також встановлює показники та критерії, що забезпечують проведення оцінку ефективності ІПЗ.

В результаті дослідження було, встановлено, що розрізняють кілька видів моделей оцінки [7]. Ми цілком погоджуємося із запропонованим переліком і класифікацією моделей оцінки та пропонуємо їх застосування при здійсненні оцінки ефективності ІПЗ військ (сил) адаптувавши відповідно до цілей і завдань системи ІПЗ Збройних Сил України.

Таким чином ми пропонуємо авторське трактування моделей оцінки ефективності ІПЗ військ (сил):

Експериментальна модель передбачає використання груп порівняння: експериментальної (розглядає об'єкти (особовий склад підрозділів) де проводилися заходи ІПЗ) і контрольної (з числа об'єктів (особового складу підрозділів) де подібні заходи не проводилися). Зіставлення індикаторів оцінки в обох групах необхідно проводити, до початку і після проведення заході ІПЗ. Набір як контрольної, так і експериментальної групи проводиться на основі випадкової вибірки. Використання експериментальної моделі доречно, коли потрібно “зважити” вплив заходів ІПЗ на цільову аудиторію шляхом порівняння з іншими об'єктами, які опинилися поза полем впливу.

Квазіекспериментальна модель. Ця модель використовується при оцінці заходів, націлених на поліпшення соціального середовища і робить акцент на аналізі стану об'єкта впливу. Дану модель використовують в разі, коли сформувати контрольну і експериментальну групи неможливо, оскільки важко відокремити об'єкти, на яких заходи ІПЗ вплинули належним чином, від тих, на кого заходи ІПЗ не подіяли належним чином.

Описова модель використовується в тих випадках, коли для оцінки доступна тільки якісна інформація або потрібна швидка експертна оцінка ситуації. Така модель в порівнянні з іншими має як перевагу - можливість аналізу якісної інформації (думки фахівців (організатори, виконавці заходів

ІІЗ), і об'єктів (військовослужбовців) на кого спрямовані заходи ІІЗ; аналіз документації і т.д.), так і недолік – недостатньою глибиною дослідження; похибками оцінок, зростаючими через суб'єктивність думок.

Процесна модель, яка розглядає кожен випадок як унікальний і робить акцент на сприйнятті інформаційно-пропагандистських повідомлень (матеріалів) кожним окремим військовослужбовцем. У цій моделі вважається, що дізнатися про сприйняття можна, тільки вивчивши певні процеси, в рамках яких сприйняття може бути зафіксовано. Всі учасники процесу ІІЗ взаємодіють між собою, причому суб'єкт, який проводить оцінку, теж впливає і знаходиться під впливом ситуації, так як є частиною процесу.

Відповідно до даної моделі рефлексію сприйняття здійснюють в найбільш природних умовах функціонування об'єкта (військовослужбовця). Для цього суб'єкти, що проводять заходи ІІЗ в місцях постійної дислокації і районах виконання бойового завдання здійснюють спостереження за реакцією на інформаційно-пропагандистські матеріали та повідомлення та на основі спостережень готують короткі аналітичні звіти.

Ще одна модель оцінки – так звана *“Ілюмінативна”*, вона ставить своїм завданням висвітлити якомога ширший контекст, в якому відбувається процес ІІЗ. Ця модель в першу чергу спрямована на опис і інтерпретацію, ніж на вимірювання і прогнозування, і також належить до антропологічної перспективи. Тут суб'єкт оцінки перш за все цікавить вплив заходів ІІЗ на різні соціальні ситуації, на які вони спрямовані і як вони впливають на життєвий досвід і життєву позицію військовослужбовців. Здійснюється це за допомогою постійного вивчення і документування всього, що стосується процесу ІІЗ, в тому числі в вчинки і розмови військовослужбовців, побутові ситуації.

Розглядаючи методологічні засади оцінки ефективності ІІЗ ми не можемо обійти увагою методи, що необхідно використовувати для її проведення.

Вибір типу оцінки і методів оцінювання залежить від цілей ІІЗ, національних інтересів держави, соціально-політичних умов тощо.

З огляду на багатомірність цілей і об'єктів ІІЗ доцільно здійснювати оцінку ефективності на основі методів багатовимірного статистичного аналізу, що дозволяє не тільки

групувати об'єкти спостереження в класи, розглядати їх у динаміці, а й формувати якісні агреговані показники як для опису самих об'єктів, так і для моніторингу прогресу як результату управлінського впливу [11]. При цьому особливу увагу приділяють хто? аналізу впливу ІПЗ, маючи на увазі весь комплекс наслідків змін соціальних настроїв в частинах (з'єднаннях), суспільного життя підрозділів, особистісних змін в свідомості окремо взятого військовослужбовця.

Опитування [1] представляє собою метод статистичного спостереження, збір первинної інформації, що здійснюється шляхом звернення із запитаннями до цільової аудиторії (військовослужбовців). Ключовою особливістю опитувальних методів оцінки є оперативність отримання даних, саме тому даний інструмент застосовується в багатьох сферах і вирішує завдання широкого кола.

Опитувальні методи дозволяють визначити частку військовослужбовців, знайомих з продукцією і меседжами-посилами інформаційно-пропагандистського спрямування, ефективність різних каналів поширення продукції ІПЗ, оцінити запам'ятовуваність, зрозумілість і доступність різних інформаційно-пропагандистських повідомлень. Метод опитування застосовується на етапі пост-тесту, коли особовий склад вже був ознайомлений з інформаційно-пропагандистською продукцією і матеріалами, або на етапі перед-тесту, коли респонденту надаються матеріали для ознайомлення, а потім ставлять запитання, спрямовані на отримання більш конкретної та приватної (персоніфікованої) інформації.

Спеціалізовані методи оцінки ефективності [1] являють собою процедури, що сприяють вирішенню таких спеціальних завдань, як оцінка заходів ІПЗ з урахуванням специфіки медіа носія (каналу розповсюдження) або етапу проведення заходу ІПЗ. На відміну від загальних методів, вони часто розроблені для вирішення більш конкретних цілей. Наприклад, опитування може бути використане для вирішення завдань із оцінки ефективності інформаційно-пропагандистської продукції (повідомлення) будь-якого медіа носія на будь-якому етапі розробки заходів ІПЗ, в той час як спеціалізовані методи оптимізовані під конкретні потреби. Як приклад, можна навести вирішення таких задач, як поетапного відстеження ефекту від динамічних матеріалів, встановлення ефекту від окремих елементів ІПЗ як для

статичних, так і для динамічних медіа носіїв, виявлення сумісності інформаційно-пропагандистської продукції з іншою суміжною інформацією.

Метод побудови карт сприйняття [1] заснований на техніці прямої оцінки респондентами наявності або відсутності важливих впливаючих характеристик у інформаційно-пропагандистській продукції (матеріалів), що досліджуються. Оцінка проводиться за характеристиками, які попередньо формуються на попередньому етапі дослідження і формулюються в тій лексичній формі, яку використовують респонденти (Військовослужбовців різних категорій). Дані, отримані під час опитування респондентів формують загальну оцінку за важливим для респондентів чинниками вибору. Чинників містять в собі кілька вихідних характеристик, які можуть бути, як чітко усвідомлювані респондентами (військовослужбовцями), так і знаходитись в “прихованому”, неусвідомлюваному стані.

Специфіка даного методу полягає в тому, що на першому етапі оцінюється не сприйняття інформаційно-пропагандистського матеріалу, а очікування, які ці матеріали породжують. Ця технологія дозволяє здійснити відбір інформаційно-пропагандистського матеріалу, який породжує найбільш сприятливі очікування. На відміну від багатьох методів, побудова карт сприйняття дозволяє виявляти пряму залежність між елементами заходів ІІЗ і її загальною ефективністю, знаходити повідомлення, яке буде не просто помічене і запам'ятоване, а й буде створювати необхідний ефект.

Метод глибинного інтерв'ю [1]. Ключовою особливістю даного методу є сильна залученість в процес дослідження респондента і інтерв'юера, що, при якісному і коректному проведенні гарантує отримання достовірної інформації про поведінкові установки, відносно отримуваної інформації, розумінні матеріалів. Глибинне інтерв'ю, як метод оцінки комунікативної ефективності може бути використаний для оцінки будь-якого виду інформаційно-пропагандистської продукції і каналів їх поширення, а також на будь-якому етапі розробки і реалізації комплексу заходів ІІЗ.

Метод Фокус-груп [2]. Фокусгрупове дослідження є ефективним інструментом, що дозволяє виявити особливості сприйняття аудиторією інформаційних матеріалів і інформаційних каналів, зрозуміти причини формування

оцінок і думок об'єктів інформаційно-пропагандистського впливу. Фокусгрупова дискусія дозволяє зрозуміти особливості сприйняття тієї чи іншої інформації людьми, на яких вона спрямована. Даний метод сприяє виявленню реального змісту перцептивних і мотиваційних аспектів сприйняття інформації, якісних параметрів інформаційного впливу на психіку людей, дозволяє побачити можливу реакцію аудиторії на конкретну інформацію під час її масового розповсюдження.

Разом з тим ефективне й адекватне використання методу фокусгруп для вирішення різних дослідницьких завдань і, зокрема, при оцінці ефективності ІПЗ вимагає чіткішого формулювання ряду вихідних теоретичних положень, а також система типових цілей і завдань фокусгрупового дослідження впливу інформаційно-пропагандистських матеріалів [3, с. 105].

Як неодноразово зазначалося оцінка ефективності ІПЗ є самостійною складною проблематикою. Складність цієї проблеми також зумовлена, по-перше, відсутністю в єдиного показника результатів і, по-друге, ефект і результати від впровадження діяльності ІПЗ, як правило, важко піддаються виміру. В таких умовах досить важко знайти показники діяльності, що б задовольняли ідеальні вимоги змістовності, порівнянності, ясності, контрольованості, широти охоплення, необмеженість, значущості та доступності.

Виходячи з логіки даного міркування, ми можемо говорити про окремі показники ефективності, що характеризують: рівень світоглядних, військово-політичних і військово-професійних знань військовослужбовців; рівень військово-професійних навичок і умінь; рівень військово-професійних дій; рівень переконань особистості, її героїко-патріотичної свідомості.

Значно важче дати оцінку рівня переконань, оборонної, патріотичної свідомості військовослужбовців. Проникнення в їх глибину ускладнюється в силу мінливості, динамічності, мобільності свідомості, впливу на неї багатьох внутрішніх і зовнішніх факторів і зв'язків. Оцінюючи рівень переконань, важливо звертати увагу на взаємозв'язок їх із знаннями, бо знання, злиті з певним ставленням до них, складають переконання.

У такому випадку Проводити оцінку ефективності заходів ІПЗ буде доцільно здійснювати за наступними показниками [10; 6, с. 274-276]:

- Обізнаності та розуміння військовослужбовцями основної мети заходів ІПЗ;

- Запам'ятовування і утримування в пам'яті військовослужбовцями інформації (меседжів) інформаційно-пропагандистських змісту;

- Ставлення і вподобання військовослужбовців по відношенню до отримуваної продукції інформаційно-пропагандистських спрямування;

- Оцінка поведінки військовослужбовців після проведення заходів ІПЗ.

Аналіз показників даної групи показує, що при їх використанні в практичній діяльності виникає щонайменше дві проблеми. Перша з них полягає в складності виокремлення впливу на формування переконань (виражених у відносинах, інтересах, орієнтаціях) саме заходів ІПЗ, бо тут впливає безліч інших чинників. Другою проблемою є складність отримання необхідної соціальної інформації, що характеризує результативність процесу ІПЗ. Вихід з цього становища як в першому, так і другому випадках може бути знайдений тільки за допомогою застосування наукових методів аналізу, подальшого розвитку і розширення проведення конкретних досліджень.

Наукова методика визначення ефективності ІПЗ передбачає насамперед вибір і постановку конкретної, суворо окресленої дослідницької задачі. Визначивши дослідницьку задачу і характеристику об'єкта вивчення, слід перейти до уточнення основних понять і фактів, що впливають на ефективність процесу ІПЗ. Від того, наскільки ретельно буде проведена ця робота, в значній мірі залежить виконання поставленого завдання.

Висновки. Загалом в нашому дослідженні було здійснено спробу усвідомлення і теоретичного уgruntування вибору моделей та методів оцінки ефективності ІПЗ в Збройних Силах України. Разом з тим з огляду на складність і багатогранність процедури оцінки ефективності зазначимо, що лише використання комбінації перерахованих вище моделей і методів дасть можливість отримати інтегральний показник ефективності, з меншою похибкою достовірності, про ефект від проведення заходів ІПЗ.

В зв'язку з актуальністю проблеми оцінки ефективності заходів ІПЗ **подальші дослідження доцільно проводити** за наступними напрямками:

- визначення підходів для розробки індикаторів, критеріїв і ключових показників оцінки ефективності заходів ІПЗ;

- визначення завдань і алгоритму проведення оцінки ефективності заходів ІПЗ.

Список використаної літератури

1. Баскакова А. С. Подходы к оценке эффективности социальной рекламы как коммуникативного инструмента управления / А. С. Баскакова // Региональное развитие: стратегии и человеческий капитал : материалы Международной научно-практической конференции, [г. Екатеринбург], 10-11 апреля 2014 г. : в 2-х т. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2014. — Т. 1. — С. 18-26.

2. Грачев Г.В. Фокус-групповые исследования информационного воздействия масс-медиа: проблема и перспективы разработки методического инструментария [Электронный ресурс] / Г.В. Грачев, И.Г. Грачева // Проблемы социальной психологии личности. Сборник научных статей Изд-во Педагогического института Сагатовского государственного университета им. Н.Г. Чернышевского – Саратов. – 2005. – №2. – Режим доступа: http://psyjournals.ru/sgu_socialpsy/issue/30304.shtml (26.12.2016). – Загл. с экрана.

3. Грачева И.Г. Метод фокус-групп в экспертизе информационных материалов: проблемы и возможности использования // Психология системного функционирования личности: Материалы междунар. науч. конф. Саратов, 2004. – С. 104-106.

4. Зонь В.В. Організація інформаційно-пропагандистського забезпечення особового складу Збройних Сил України: Навчальний посібник / В.В. Зонь, С.О. Кубіцький, В.Г. Слоні́мський, М.В. Великожон. – К.: Видавничо-поліграфічний центр “Київський Університет”, 2007. – 225 с.

5. Інформаційно-комунікативні технології в гуманітарній сфері Збройних Сил України: досвід, проблеми, перспективи: підручник / В.І. Осьодло, В.В. Стасюк, В.П. Шевчук та ін.; За заг. ред. В.Г. Радецького. – К.: НАОУ, 2007.

6. Інформаційно-пропагандистське забезпечення військ (сил) в умовах воєнно-політичного конфлікту: звіт про НДР (заклучний) / Науково-дослідний центр гуманітарних

проблем Збройних Сил України; кер. О.І. Холох ; викон. : В.Л. Топальський [та ін.]. – К., 2017. – 318 с. – № ДР 0117У002429. – Інв. № 0217У003481.

7. Курс лекцій по дисципліні “Методи експертних оцінок в управлінні” [Електронний ресурс] / Сайт системи дистанційного навчання Інститута Холода і Біотехнологій (СДО ІХБТ). – Режим доступу: <http://sdo.ihbt.ifmo.ru/moodle/mod/page/view.php?id=1196> (26.12.2016). – Назва з екрану.

8. Малюга В.М. Особливості інформаційно-комунікативних процесів у військових колективах: навч. посібник / В.М. Малюга. – К.: ВГІ НАОУ, 2002.

9. Малюга В.М. Основи інформації та інформаційно-пропагандистського забезпечення / В.М. Малюга, О.Л. Ходанович. – К.: ВГІ НАОУ, 2003.

10. Новакова О. Основные принципы и стандарты оценки эффективности PR-технологий [Електронний ресурс] / О. Новакова, Д. Данильчева // Центр соціального програмування. – Режим доступу: <http://udik.com.ua/books/book-517/chapter-17916/> (26.12.2016). – Загл. с екрана.

11. Осьодло В.І. Порадник офіцеру з питань ІПЗ: Навчально-методичний посібник / В.І. Осьодло, В.І. Петрович, В.І. Савінцев. – К.: НАОУ, 2004.

12. Осьодло В.І. Основи інформації і комунікації: Навч. посібник / В.І. Осьодло, О.П. Позняков. – К.: НАОУ, 2006.

13. Ходанович О.Л. Інформаційні технології та їх роль у системі інформаційно-пропагандистського забезпечення Збройних Сил України: Навч. посібник / О.Л. Ходанович – К.: ВГІ НАОУ, 2002.

References

1. *Baskakova A.S.* (2014), Podkhody k otsenke effektivnosti sotsial'noy reklamy kak kommunikativnogo instrumenta upravleniya (Approaches to the evaluation of the effectiveness of social advertising as a communicative management tool) *Regional'noye razvitiye: strategii i chelovecheskiy kapital : materialy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii.* Yekaterinburg, April 10-11, 2014, vol. 1, pp. 18-26.

2. *Grachev G.V.* (2005), Fokus-gruppovyye issledovaniya informatsionnogo vozdeystviya mass-media: problema i perspektivy razrabotki metodicheskogo instrumentariya (Focus-

group studies of information impact of mass media: the problem and prospects for the development of methodological tools) *Problemy cotsial'noy psikhologii lichnosti. Sbornik nauchnykh statey Izd-vo Pedagogicheskogo instituta Sagatovskogo gosudarstvennogo universiteta im. N.G. Chernyshevskogo, Saratov, 2005, no 2. Regime to access: http://psyjournals.ru/sgu_socialpsy/issue/30304.shtml.*

3. *Gracheva I.G. (2004), Metod fokusgrupp v ekspertize informatsionnykh materialov: problemy i vozmozhnosti ispol'zovaniya (The method of focus groups in the examination of information materials: problems and possibilities of use) Psikhologiya sistemnogo funktsionirovaniya lichnosti: Materialy mezhdunarod.nauch. konf. Saratov, 2004, pp. 104-106.*

4. *Zon' V.V., Kubits'kyi S.O., Slonims'kyi V.H., Velykozhon M.V. (2007), Orhanizatsiya informatsiyno-propahandyst-s'koho zabezpechennya osobovoho skladu Zbroynykh Syl Ukrayiny: Navchal'nyy posibnyk (Organization of information and advocacy for the personnel of the Armed Forces of Ukraine: Textbook). Kyiv, 2007, 225 p.*

5. *Informatsiyno-komunikatyvni tekhnolohiyi v humanitarniy sferi Zbroynykh Syl Ukrayiny: dosvid, problemy, perspektyvy: pidruchnyk (2007) (Information and communication technologies in the humanitarian sphere of the Armed Forces of Ukraine: experience, problems, perspectives: textbook) za zah. red. V.H. Radets'koho. Kyiv, 2007.*

6. *Kholokh O.I., Topal's'kyi V.L. and others (2017), Informatsiyno-propahandyst-s'ke zabezpechennya viys'k (syl) v umovakh voyenno-politychnoho konfliktu: zvit pro NDR (zaklyuchnyy) (Information-propaganda support of troops (forces) in the context of a military-political conflict). Kyiv, 2017, 318 p.*

7. *Kurs lektsiy po distsipline "Metody ekspertnykh otsenok v upravlenii" (Course of lectures on the discipline "Methods of expert assessments in management"). Regime to access: <http://sdo.ihbt.ifmo.ru/moodle/mod/page/view.php?id=1196>.*

8. *Malyuha V.M. (2002), Osoblyvosti informatsiyno-komunikatyvnykh protsesiv u viys'kovykh kolektyvakh: navch. Posibnyk (Features of information and communication processes in military collectives: Teach. manual). Kyiv, 2002.*

9. *Malyuha V.M. (2003), Osnovy informatsiyi ta informatsiyno-propahandyst-s'koho zabezpechennya (Fundamentals of information and information and propaganda support). Kyiv, 2003.*

10. *Novakova O., Danil'cheva D.*, Osnovnyye printsipy i standarty otsenki effektivnosti PR-tekhnologiy (Basic principles and standards for assessing the effectiveness of PR technologies). Regime to access: <http://udik.com.ua/books/book-517/chapter-17916/>.

11. *Os'odlo V.I., Petrovych V.I., Savintsev V.I.* (2004), Poradnyk ofitseru z pytan' IPZ: Navchal'no-metodychnyy posibnyk (An Officer's Guide: Tutorial). Kyiv, 2004.

12. *Os'odlo V.I., Poznyakov O.P.* (2006), Osnovy informatsiyi i komunikatsiyi: Navch. Posibnyk (Fundamentals of Information and Communication: Teaching. manual). Kyiv, 2006.

13. *Khodanovych O.L.* (2002), Informatsiyini tekhnolohiyi ta yikh rol' u systemi informatsiyno-propahandyst-s'koho zabezpechennya Zbroynykh Syl Ukrainy: Navch. Posibnyk (Information technologies and their role in the system of informational and propaganda support of the Armed Forces of Ukraine: Teach. manual). Kyiv, 2002.

