

УДК 070(477): [005.582:159.922]

**ПАТОГЕННА ТА МАНІПУЛЯТИВНО-КОМУНІКАТИВНА ІНТЕНЦІЯ
ВПЛИВУ МЕДІАТЕКСТУ НА ДЕСТРУКЦІЮ СВІДОМОСТІ ЛЮДИНИ**

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, Рак О. Ю.

Національний університет «Львівська політехніка», Україна, Львів

У статті окреслено маніпулятивно-комунікативні впливи медіатексту на свідомість людини. Предметом дослідження було розкриття впливу патогенного медіатексту на людину, розглянуті шляхи розв'язання маніпулятивно-комунікативної інтенції у світі інформаційної і психологічної війни. Метою статті є аналіз та прогноз особливостей впливу патогенного тексту на особистість та її психіку, а також виявити причини, що можуть призвести до деструкції свідомості людини.

Запропоновано модель людської свідомості в комунікативно-інформаційному просторі, а також наведено принципи роботи медіатексту в інформаційному світі та функціональне призначення тексту у психологічному вимірі впливу на людину.

Отже, висновком слугує те, що людина в період нинішньої реальної війни у державі прагне конструктивного підходу зі сторони засобів масової інформації, а тому прагне відчувати соціальну, інформаційну та психологічну безпеку, отримувати цілеспрямовану інформацію, яка буде розвивати свідомість людини та формувати інтелектуальне мислення.

Ключові слова: маніпулятивно-комунікативна інтенція, конструктивний підхід, медіатекст, свідомість людини, деструкція, психологічна війна, інформаційна війна.

Рак О. Ю. Патогенная и манипулятивно-коммуникативная интенция влияния медиатекста на деструкцию сознания человека / Национальный университет «Львовская политехника», Украина, Львов

В статье очерчены манипулятивно-коммуникативные влияния медиатекста на сознание человека. Предметом исследования было раскрытие влияния патогенного медиатекста на человека, рассмотренные пути решения манипулятивно-коммуникативной интенции в мире информационной и психологической войны. Целью статьи является анализ и прогноз особенностей влияния патогенного текста на личность и ее психику, а также найти причины, которые могут привести к деструкции сознания человека.

Предложена модель человеческого сознания в коммуникативно-информационном пространстве, а также приведены принципы работы медиатекста в информационном мире и функциональное назначение текста в психологическом измерении влияния на человека.

Следовательно, выводом служит то, что человек в период нынешней реальной войны в государстве хочет конструктивного подхода со стороны средств массовой информации, а потому стремится чувствовать социальную, информационную и психологическую безопасности, получать целеустремленную информацию, которая будет развивать сознание человека и формировать ее интеллектуальное мышление.

Rak O. The pathogenic and communication intension of influence manipulation of mediatext on destruction of consciousness of man / the National university "Lviv politehnic", Ukraine, Lviv

In the article manipulation and communication influences of mediatext are outlined on consciousness of man. The article of research was opening of influence of pathogenic mediatext on a man, considered ways of decision of manipulation and communication intension in the world of informative and psychological war. The aim of the article are an analysis and prognosis of features of influence of pathogenic text on personality and her psyche, and also to educe reasons that can result in destruction of consciousness of man.

The model of human consciousness is offered in communicative-informative space, and also principles of work of mediatext are driven to the informative world, functional setting of text in the psychological measuring of influence on a man.

Thus, a conclusion that a man in the period of the present real war in the state wants structural approach from the side of mass medias, and that is why aims to feel social, informative and psychological safety serves as, to get purposeful information that will develop consciousness of man and form the intellectual thinking.

Вступ. Комунікативне середовище засобів масової інформації (далі – ЗМІ) йдуть за одним напрямком маніпулятивного впливу на свідомість людини, змінюючи й кардинально трансформуючи її мислення. Людина у світі високої плинності інформації з усіх каналів ЗМІ не завжди у змозі справитись з такими різносторонніми напрямками, коли поміж тим є надскладні проблеми у побутовому соціально-економічному житті, а це психологічно негативно впливає на її поведінку та свідомість.

Сьогодні у ЗМІ побутує тенденція розвитку психологічної та інформаційної війни з елементами насильства, агресії, що, частково, зумовлює загрозу психологічній безпеці людини. Як інформаційна, так і психологічна війни не заспокоюють, аж ніяк інтелектуально не виховують людину, а навпаки – дестабілізують психіку та мозок, зумовлюючи аномію існування людського життя. Інформація, елементом якого є слово, що виступає як символ, має мовленнєво-змістове значення, включає в себе: когнітивний підхід, інформаційно-психологічну дію і за допомогою цих знарядь формується людська свідомість та інтелект. Проте є інша сторона впливу – це негативна, яка може зруйнувати, трансформувати, деградувати й деструктурувати людину у всіх її проявах.

Мета ЗМІ у комунікативно-інформаційному середовищі – це кібернетичне й психологічно-силове управління думкою й мисленням

людської свідомості у прихованому маніпулятивному вигляді. Вміння управляти інформацією – це рух вперед, про це свідчить усім відома формула «хто володіє інформацією, той володіє світом».

Інформаційний потік, який у надзвичайно високому ритмі поступає до споживача лише частково фільтрується, не розподіляється на аудиторну категорії, що свідчить про необережність журналіста і не знання про психологічну безпеку впливу на свідомість людини. Комуникант (передавач) подаючи інформацію комунікаторові (отримувачеві) не враховує психологічну готовність та стійкість людини, її гендерні та вікові особливості, що вкрай важливо для безпеки кожного життя особистості.

Аналіз останніх досліджень. Проблемами психології свідомості приділяють особливу увагу та вагомий внесок зробили в науку відомі українські вчені, як: М. Варій [3], Н. Гапон [6], Л. Виготський [5], В. Москаленко [14], Ю. Пачковський [24]; щодо готовності людини до сприйняття тексту (інформації), специфіку патогенного впливу, методи управління – це: Ф. Бацевич [1], В. Владимиров [4], Н. Зелінська [9], Р. Іванченко [7], Б. Потятиник та М. Лозинський [18], В. Різун [22], К. Серажим [23] тощо; дослідженням інформаційної та психологічної війни, питанням агресії, насильства у тексті і маніпулятивні технології займаються такі зарубіжні та українські науковці, як: Ю. Бідзіля [2], С. Кара-Мурза [10], В. Коган [11], Л. Орбан-Лембрик [17], М. Макуха [13], Г. Почепцов [19], Ю. Шерковін [26], В. Циганов [25] та ін.

Метою статті є аналіз та прогноз особливостей впливу патогенного тексту на особистість, маніпулятивно-комунікативна інтенція впливу медіатексту на психіку людини, що може призвести до деструкції.

Предметом дослідження є розкриття впливу патогенного медіатексту на людину, способи розв'язання та уникнення комунікативно-маніпулятивної інтенції у світі інформаційної і психологічної війни, а також запобігти деструкції людської свідомості та поведінки.

Виклад основного матеріалу. Війна в інформаційно-комунікативному середовищі відображає різножанрову палітру знакових повідомлень, що мають в своїй основі як негативну, так і позитивну властивість (характер) впливу на людину в цілому (інтелект, мислення, мову, культуру, традиції, поведінку, психіку тощо). Як зазначає вчений Л. Виготський «Слово — засіб довільного спрямування уваги, абстрагування властивостей та синтезу їх в значення, тобто формування понять» [5], схоже трактує М. Варій «Знак (слово) – це психологічне знаряддя, за допомогою якого формується свідомість» [3, С.772].

Слово повинно мати рушійну силу розвитку інтелектуального мислення людини, а не загрожувати її фрустрації, агресії, аномії чи, навіть, деструкції (руйнації). На сьогодні виникає нагальна потреба у блокуванні й фільтрації небажаної інформації, що стратегічно загрожує психологічній безпеці людини, і це вимагатиметься від каналів ЗМІ. За словами М. Варія: «Особистість постійно перебуває під постійним тиском великого потенціалу зовнішнього психічного, яке чинить на неї і негативний, і позитивний вплив» [3, С.772].

За спостереженнями медіазасобів, то бачимо більшої переваги надається негативній психологічній інформації, до прикладу візьмемо пресу, це окремі заголовки з «Газета по-українськи» (№72(1824), 8 вересня 2015р.): «Сергій Львовчкін вирубує ліс і будується там», «Від поліомієліту паралізувало двох дітей на Закарпатті», «Біля Софійського собору утворилася двометрова яма», «Прокинулась вночі – повна квартира диму», «Із Донбасу вивозять готівку й золото», «Вадим жінку всю вагітність бив, ходила фіолетова», «Поліну Воронцову батьки посадили на ланцюг», «Діти народжуються з волоссям на обличчі», «Російське місто тероризують ведмеді», «Тут був жорсткий матриархат», «Коли від мазі на ногах вирросло волосся, пішли до гомеопата»; г. «За вільну Україну» (№34 (565), 10 вересня 2015р.) – «Підвищення соцстандартів. Популізм для працюючих жебраків», «Україна: ціна

конфлікту», «Докотилась Україна...», «Зі скрипом і рипом»; газета «Високий замок» (№100 (5356), 15 вересня 2015р.) – «Альтернативи громадам нині немає», «Соратниці Ющенко шиють кримінал», «Бульба подорожчає», «Діти дві доби не їли і не пили, бо їхня мати черговий раз запила»; г. «Експрес» (№70 (8307), 24.09.2015р.)– «Коломойський йде на війну з Порошенком», «Народ виїжджає!», «Півдолара за кілограм капусти», «Головний брехун тижня», «Кава з цукром. Чи з отрутою?», «Квиток є, місця нема», «Уже не мавпа, ще не людина» і т. д. Всі вищенаведені приклади свідчать про те, що чим більше подається негативної інформації, тим вона сенсаційніша, проте має деструктивний характер.

Якщо врахувати про розвиток людської інтелектуальності, то, мабуть, було б актуальним запровадити два поняття «фрустраційна толерантність» та «толерантна гнучкість», що спонукатиме людину до розумового розвитку, знаходити кібернетичний підхід до фільтрування та адаптації інформаційного потоку і створить безпеку людини [3, С.943].

Всесвітньовідомий нейровчений-дослідник, професор психології і психіатрії в університеті Віконсина в Медісоні, Річард Девідсон займається аналізом мозку і прийшов до висновку, що «нові способи мислення можуть змінити ваш мозок до кращого... Мозок продовжує мінятися упродовж цілого нашого життя». А це свідчить про те, що нам необхідно не всю інформацію сприймати через себе, обирати якомога більше позитивного. Професор зазначає: «... коли ми фокусуємося на благих, здорових думках і відповідним чином формуємо свої наміри, ми потенційно можемо впливати на пластичність нашого мозку і ефективно змінювати його таким чином, що це призводить до реальних поліпшень в нашому житті. А з цього неминуче випливає, що такі риси, як душевність і благополуччя, треба визнати навичками, які можна розвивати» [15, С. 7]. Кожна людина у сучасному, світі інформаційних війн, навчитися фільтрувати інформаційну подачу, не дозволяти, щоб нами вкрай манупювали.

В інформаційному середовищі все частіше побутує проблема конфлікту і суперечностей, що практично є на усіх каналах ЗМІ як найбільш сенсаційна та яскрава. Суперечності в економіці, політиці, культурі, мистецтві та шоу-бізнесі – завжди виступають «червоним світлом» для споживача (читача, слухача, глядача). На практиці, постійно ми боремося з вирішенням конфлікту і шукаємо шляхи розв'язку, проте існує парадокс у інформаційному потоці ЗМІ. Погоджуюсь, що конфліктна проблема, як і конфліктна інформація мають активізуючу дію інтенцію впливу на людину і забезпечує першочергову на себе увагу, проте чому немає меж. У теорії масової комунікації існує «теорія корисності та задоволення» [12, С. 204], яка окреслює той факт, що людина не хоче постійно перебувати у стресі та страху, а відповідно, вибірково шукає для себе заспокійливої, розважливої, пізнавальної та цікавої інформації, щоб відволіктися від проблем. Інформація повинна розвиватися не тільки в руслі надзвичайних новин, але й йти шляхами ідентифікації враховуючи психологічний стан адресата (отримувача).

Медіатекст [23] повинен враховувати гендерність, вік, психіку, менталітет, інтелект та інші характеристики людини. Завдання інформації – відобразитись у вигляді індивідуальної аудиторної моделі людської свідомості (див. Рис. 1). Для людини, у світі комунікаційно-інформаційного простору, важливим для існування є психологічна гармонія, перебувати під впливом позитивного та конструктивного, оскільки цей вплив перетвориться на патогенний [12, С. 147].

Сьогодні патогенна інформація корелює такими поняттями, як: напруга, стрес, психологічний тиск, комунікативно-маніпулятивна інтенція, деградація мови, дестабілізації поведінки, культурний дефіцит тощо. Як зазначає науковець Б. Потятиник: «патогенні тексти спрямовані на підрив віри у Бога, ігнорування державних інтересів, загрозу глобальній безпеці та суспільній моралі, шкідливий психічний вплив, нехтування основними правами й

свободами людини» [12, С.157]. Патогенний текст включає в себе маніпулятивне управління людською свідомістю з негативним підґрунтям.

На жаль, не оминати дійсність – це психологічна та інформаційна війни, які є сьогоднішніми реаліями, проте журналістська етика повинна пам'ятати і про психологічну безпеку людини, не зловжити людською психікою та «смакувати» надзвичайними новинами на всіх медіаканалах. Негативна інформація (наприклад, фільми фахів, надзвичайні новини, реклама, теле-радіопередачі про людські проблеми, жорстокі випадки з життя, заголовки в пресі тощо) є масово актуальною у ЗМІ, проте не завжди сприйнятливою для споживача (читача, слухача, глядача), оскільки веде до деструктивного буття людини.

Перед комунікаційно-інформаційним простором постає завдання забезпечити конструктивний вплив, що включатиме в себе соціальну, психологічну та інформаційну безпеку, а сама інформація цілеспрямовано направлятиметься на: інтелектуальний мозковий розвиток, когнітивне мислення, психологічну фільтрацію та позитивне формувальне мислення.

Якщо інформація буде подаватися на певну аудиторію, так вона зуміє зберегти силу людського розуму, оскільки негативні (патогенні) тексти роблять людину заплутаною та розсіяною, слабкою та неадекватною у всіх своїх діях (комунікативних та поведінкових).

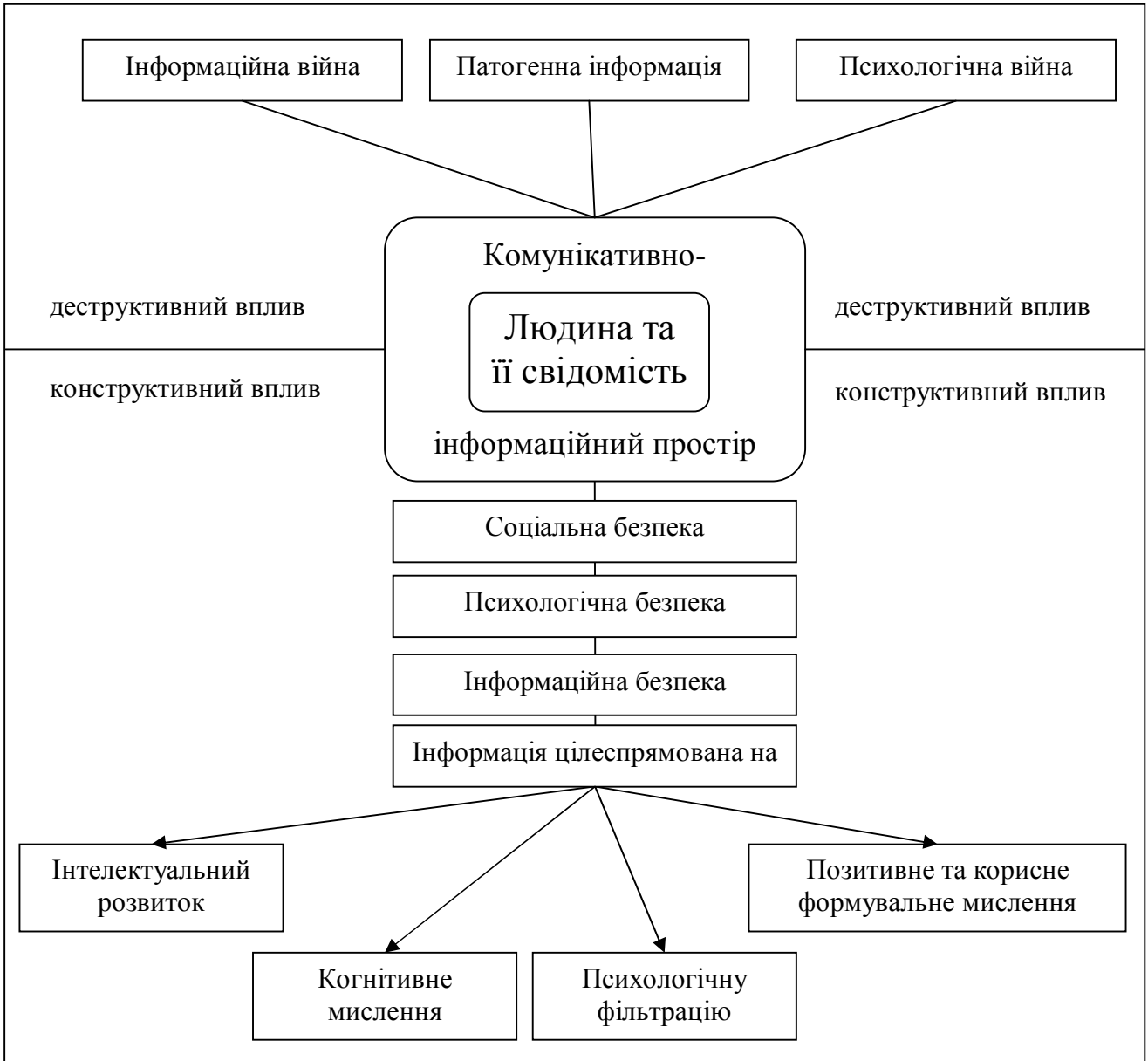


Рис. 1. Прогнозована аудиторна модель людської свідомості

На рис. 2 запропоновано принципи медіатексту (інформації), якими повинні слугувати сьогоднішня журналістика та канали ЗМІ, що допоможуть змінити стиль та напрям подачі повідомлень, а це зумовить забезпечення нової палітри інформативного наповнення.

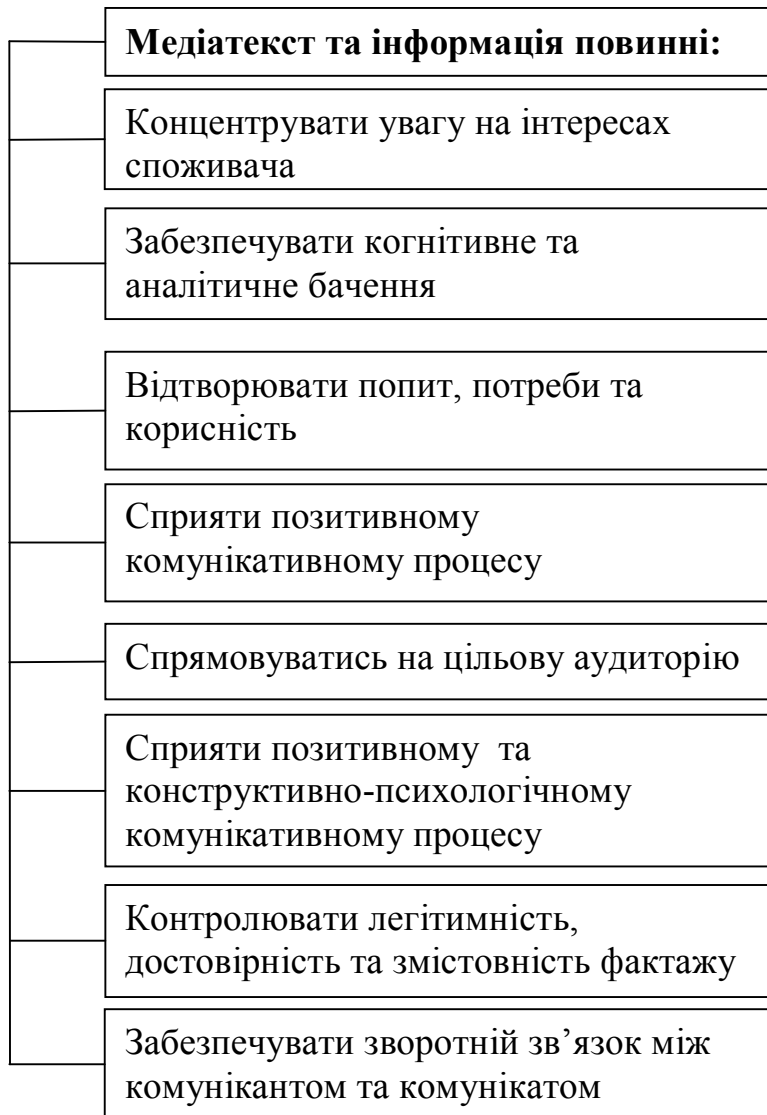


Рис. 2. Принципи роботи інформаційного медіатексту

Ефективність тексту полягає не у зловживанні мисленням та свідомістю людини, а навпаки – розбудити мозок людини, продуктивно налаштувати чи спрямувати в той чи інший напрямок, когнітивно виховати та управляти свідомістю і поведінкою індивіда. Побуває така теорія і практика, що коли дитина постійно дивиться фільми жахів, насильство та вбивство (кримінал), вона сприймає ці факти належним і спокійним чином як нормальне явище, що наштовхує на думку – це аномалія. Якщо б ми, до прикладу, торкнулися теми фільмів фантастики, то там є науково-кібернетичний підхід впливу, що спонукає до когнітивного мислення, розвитку наукової думки, в жодному разі не сприяє деградації, навпаки – розвиває.

Сьогодні, функціональність та доцільність тексту (Рис. 3) щодо задоволення потреб споживача полягає в дотриманні принципів (законів): толерантності, легітимності, комунікативно-культурного аспекту, інформаційної насиченості, змістовності, модальності, когнітивності, психологічної спрямованості, моральності, правдивості, конструктивного підходу, а також визначенні рівня емоційності та напруги.



Рис. 3. Принципи та функціональне призначення тексту до потреб споживача

Інформаційний простір (поле) сучасності має спотворену функціональну модель впливу маніпулювання людиною, що, в свою чергу, неадекватно сприймається, скорочує процес прийняття рішень і аж ніяк не акумулює до розвитку мислення та створення ідей, а навпаки – деструктурує її інтелектуальний розум, тому на сучасний період, до ЗМІ виникає нагальна потреба – нових змін та психологічних підходів щодо підготовки та передачі інформації.

Висновки. На основі проведених досліджень щодо сучасного впливу медіатексту на людину можна зробити відповідні підсумки:

1. Інформація у ЗМІ сьогодні продукує споживачеві комунікативно-маніпулятивну й патогенну інтенцію впливу, що включає в себе інформаційну та психологічну війни, а це має вкрай негативну дію на людину і може призвести до деструкції свідомості.
2. Інформаційний потік у каналах ЗМІ практично не фільтрується і не скеровується на певну аудиторну приналежність, про що свідчить зловживання журналіста в своїй професійній діяльності, не задумуючись над тим яке буде сприйняття тексту на споживача, його наслідки, психологічну готовність. Цей фактор є дуже важливим для психологічної безпеки людини.
3. Людина, в період нинішньої реальної війни, у державі прагне нового конструктивного підходу зі сторони ЗМІ, тобто прагне відчувати соціальну, інформаційну та психологічну безпеку, отримувати цілеспрямовану інформацію, яка буде розвивати свідомість людини, формувати інтелектуальне мислення.
4. Принципи інформаційного медіатексту в дотриманні основних принципів спрямування текстового напрямку – це цільова аудиторія (врахування віку, статі, інтелекту тощо), конструктивний комунікативно-психологічний процес, контроль легітимності та достовірності фактажу, когнітивне й аналітичне мислення людини тощо. Інформація повинна виробляти ідентифікаційний шлях до психологічного стану людини (адресата).
5. Функціональне призначення тексту має особливі вимоги щодо потреб споживача (читача, глядача, слухача) – це дотримання модальності, змістовності, толерантності, моральності, інформаційної насиченості, правдивості, конструктивності, легітимності тощо.

Література:

1. Бацевич Ф. С. *Основи комунікативної девіатології* / Ф. С. Бацевич. — Львів: Львів. нац. ун-т ім. І.Франка, 2000. — 236 с.

2. Бідзіля Ю. Масова комунікація і проблема насилля над масовою свідомістю / Ю. Бідзіля. [Електронний ресурс]: <[http // www.franko.lviv.ua/mediaeco/zurnal/N2/Ekran_nasyl/bidzilj_komunik.html](http://www.franko.lviv.ua/mediaeco/zurnal/N2/Ekran_nasyl/bidzilj_komunik.html)>.
3. Варій М. Й. Загальна психологія: Підручник. — 2-е вид, випр. і доп. / М. Й. Варій. — К.: Центр учбової літератури. — 2007. — 968 с.
4. Владимиров В. М. Проблема розуміння інформації в журналістиці: Автореф. дис. д. філол. наук: 10.01.08 / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики. — К., 2003. — 30 с.
5. Выготский Л. С. Психология развития человека. — М.: Изд-во Смысл; Эксмо, 2005. — 1136 с.
6. Гапон, Н. Соціальна психологія. Навч. посіб. [Текст] / Н. Гапон. — Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2008. — 366 с.
7. Іванченко, Р. Г. Адекватність розуміння і ясність тексту / Р. Г. Іванченко. — К., 1991. — 48 с.
8. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: підручник. — 3-тє вид. / В. Й. Здоровега. — Львів: ПАІС, 2008. — 276 с.
9. Зелінська Н. В. Сприйняття тексту: передумови, механізм, шляхи полегшення / Н. Зелінська // Поліграфія і видавнича справа. — Львів, 1983. — Вип. 19. — С. 118-123.
10. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. — К.: Оріяни, 2000.
11. Коган В. З. Человек, информация, потребности, деятельность / В. З. Коган, В. А. Уханов. — Томск, 1992.
12. Королько В. Г. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика: Підр. Для студентів вищих навчальних закладів / 3-тє вид., доповн. і переробл. / В. Г. Королько, О. В. Некрасова. — К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. — 831 с.

13. Макуха М. В. *Насильство та агресія у текстах засобів масової комунікації: психологія та наслідки впливу* / М. В. Макуха // *Соціальні комунікації сучасного світу: Науково-теоретичний збірник* / Гол. ред. О. М. Холод. — 2009. — С. 286-290.
14. Москаленко В. В. *Психологія соціального впливу. Навч. посіб.* — К.: Центр учбової літератури, 2007. — 448 с.
15. *Мудрість – творчість – добробут // За вільну Україну плюс.* – 2015. – 10 вересня. – № 34 (565). – С.6-7.
16. Лозниця С. *Маніпуляція свідомістю: історико-культурні засади* / С. Лозниця // *Філософська думка.* — 2008. — №1. — С.142–155
17. Орбан-Лембрик Л. Е. *Психологія професійної комунікації: Навч. посібник* / Л. Е. Орбан-Лембрик. — Чернівці: Книги – XXI, 2010. — 528 с.
18. Потятиник Б. *Патогенний текст* / Б. Потятиник, М. Лозинський. — Л., 1996. — 296 с.
19. Почепцов Г. *Вступ до інформаційних війн* / Г. Почепцов. — К.: Центр вільної преси, 1999. — 108 с.
20. Рак О. Ю. *Комунікативно-маніпулятивно-конфліктні впливи політики на психологію громадськості методами компетентнісно-несилової взаємодії* / О. Ю. Рак // *Мультиверсум. Філософський альманах.* — 2013. — Вип.8 (126). — С. 16–25.
21. Рак О. Ю. *Комунікативно-сугестивний вплив інформаційної війни на свідомість соціума інтроформаційними методами* / О. Ю. Рак // *Нова парадигма.* — 2014. — № 122. — С. 182–195.
22. Різун В. В. *Маси* / В. В. Різун. — К.: Вид-во Київ. ун-ту, 2003. — 118 с.
23. Серажим К. С. *Текстознавство: підручник* / К. С. Серажим. — К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. — 527 с.
24. *Соціологія і психологія: Навч. посіб.* / За ред. Ю. Ф. Пачковського. — К.: Каравела, 2009. — 760 с.

25. Цыганов В. Медиа-терроризм: Терроризм и средства массовой информации / В. Цыганов. — К., 2004.
26. Шерковин Ю. А. Психологические проблемы массовых информационных процессов. / Шерковин Ю. А. — М.: Мысль, 1973. — 216 с
27. 50 способов успешного манипулирования человека / сост. Л. Орлова. — Минск: Современный литератор, 2008. — 224 с.

References:

1. Batsevich F. S. Osnovi komunikativnoi deviatologii / F. S. Batsevich. — Lviv: Lviv. nats. un-t im. I. Franka, 2000. — 236 с.
2. Bidzilja, Ju. Masova komunikacija i problema nasylja nad masovoju svidomistju / Ju. Bidzilja. [Elektronnyj resurs]: <[http](http://www.franko.lviv.ua/mediaeco/zurnal/N2/Ekran_nasyl/bidzilj_komunik.html) // www.franko.lviv.ua/mediaeco/zurnal/N2/Ekran_nasyl/bidzilj_komunik.html>.
3. Varij M. J. Zagaljna psykhologhija: Pidruchnyk. — 2-e vyd, vypr. i dop. / M. J. Varij. — K.: Centr uchbovoji literatury. — 2007. — 968 s.
4. Vladymyrov V. M. Problema rozuminnja informaciji v zhurnalistyци: Avtoref. dys. d. filol. nauk: 10.01.08 / Kyjiv. nac. un-t im. T. Shevchenka, In-t zhurnalistyky. — K., 2003. — 30 s.
5. Vygotskiy L. S. Psikhologiya razvitiya cheloveka. — M.: Izd-vo Smysl; Eksmo, 2005. — 1136 s.
6. Ghapon N. Socialjna psykhologhija. Navch. posib. [Tekst] / N. Ghapon. — Ljviv: Vydavnychyj centr LNU imeni Ivana Franka, 2008. — 366 s.
7. Ivanchenko R. Gh. Adekvatnistj rozuminnja i jasnistj tekstu / R. Gh. Ivanchenko. — K., 1991. — 48 s.
8. Zdorovegha V. J. Teorija i metodyka zhurnalistsjkoji tvorhosti: pidruchnyk. — 3-tje vyd. / V. J. Zdorovegha. — Ljviv: PAIS, 2008. — 276 s.
9. Zelinsjka N. V. Sprynjattja tekstu: peredumovy, mekhanizm, shljakhy poleghshennja / N. Zelinsjka // Polighrafija i vydavnycha sprava. — Ljviv, 1983. — Vyp. 19. — S. 118-123.

10. Kara-Murza S. G. *Manipulyatsiya soznaniem* / S. G. Kara-Murza. — K.: Oriyani, 2000.
11. Kogan V. Z. *Chelovek, informatsiya, potrebnosti, deyatelnost* / V. Z. Kogan, V. A. Ukhanov. — Tomsk, 1992.
12. Koroljko V. Gh. *Zv'jazky z ghromadsjkistju. Naukovi osnovy, metodyka, praktyka: Pidr. Dlja studentiv vyshhykh navchaljnykh zakladiv / 3-tje vyd., dopovn. i pererobl.* / V.Gh. Koroljko, O.V. Nekrasova. — K.: Vyd. dim «Kyjevo-Moghyljansjka akademija», 2009. — 831 s.
13. Makukha M. V. *Nasyljstvo ta aghresija u tekstakh zasobiv masovoji komunikaciji: psykholohija ta naslidky vplyvu* / M. V. Makukha // *Socialjni komunikaciji suchasnogho svitu: Naukovo-teoretychnyj zbirnyk* / Ghol. red. O. M. Kholod. — 2009. — S. 286-290.
14. Moskalenko V. V. *Psykholohija socialjnogho vplyvu. Navch. posib.* — K.: Centr uchbovoho literatury, 2007. — 448 s.
15. *Mudristj – tvorchistj – dobrobut* // *Za viljnu Ukrajinu pljus.* — 2015. — 10 veresnja. — № 34 (565). — S.6-7.
16. Loznychja S. *Manipuljacija svidomistju: istoryko-kuljturni zasady* / S. Loznychja // *Filosofsjka dumka.* — 2008. — № 1. — S.142–155
17. Orban-Lembryk, L.E. *Psykholohija profesijnoji komunikaciji: Navch. posibnyk* / L. E. Orban-Lembryk. — Chernivci: Knyghy – KhKhI, 2010. — 528 s.
18. Potjatynyk B. *Patoghennyj tekst* / B. Potjatynyk, M. Lozynsjkyj. — L., 1996. — 296 s.
19. Pohepcov Gh. *Vstup do informacijnykh vijn* / Gh. Pohepcov. — K.: Centr viljnoji presy, 1999. — 108 s.
20. Rak O. Ju. *Komunikatyvno-manipuljatyvno-konfliktni vplyvy polityky na psykholohiju ghromadsjkosti metodamy kompetentnisno-nesylovoji vzajemodiji* / O. Ju. Rak // *Muljtyversum. Filososfsjkyj aljmanakh.* — 2013. — Vyp.8 (126). — S. 16–25.

21. Rak O. Ju. *Komunikatyvno-sughestyvnyj vplyv informacijnoji vijny na svidomistj sociuma introformacijnyjnyj metodamy / O. Ju. Rak // Nova paradyghma. — 2014. — № 122. — S. 182–195.*
22. Rizun V. V. *Masy / V. V. Rizun. — K.: Vyd-vo Kyjiv. un-tu, 2003. — 118 s.*
23. Serazhym K. S. *Tekstoznavstvo: pidruchnyk / K. S. Serazhym. — K.: Vydavnycho-polighrafichnyj centr «Kyjivsjkyj universytet», 2008. — 527 s.*
24. *Sociologhija i psykhologhija: Navch. posib. / Za red. Ju. F. Pachkovsjkogho. — K.: Karavela, 2009. — 760 s.*
25. Tsyiganov V. *Media-terrorizm: Terrorizm i sredstva massovoy informatsii / V. Tsyiganov. — K., 2004.*
26. Sherkovin Yu. A. *Psihologicheskie problemy massovyih informatsionnyih protsessov/ Sherkovin Yu. A. — M.: Myisl, 1973. — 216 s*
27. *50 sposobov uspehnogo manipulirovaniya cheloveko / sost. L. Orlova. — Minsk: Sovremennyiy literator, 2008. — 224 s.*

