

МАНІПУЛЯТИВНИЙ ВПЛИВ МАСМЕДІА: МЕХАНІЗМ, НАСЛІДКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПРОТИДІЇ

© 2019 ЩЕТІНІНА Л. В., РУДАКОВА С. Г., ТРУШ О. А.

УДК 316.658-26.39:[070+654.19]

JEL: L82

Щетініна Л. В., Рудакова С. Г., Труш О. А. Маніпулятивний вплив масмедіа: механізм, наслідки та рекомендації щодо протидії

Мета статті – дослідити маніпулятивний вплив масмедіа, проаналізувати механізм цього впливу та надати рекомендації щодо протидії цьому впливу. Під час дослідження було проведено опитування 100 респондентів щодо маніпулятивного впливу ЗМІ на свідомість населення. За результатами опитування зроблено висновок про існування великої кількості методів і технологій маніпулювання свідомістю населення, що використовуються сучасними ЗМІ. Це здійснюється, як правило, з метою замовчування або спотворення достовірної інформації. Так, 76,1 % опитаних висловили свою думку стосовно того, що перелічені методи маніпулювання свідомістю чинять негативний вплив на психічне здоров'я людини. Тому майже 70 % опитуваних намагаються піддавати інформацію зі ЗМІ жорсткій фільтрації і лише 2,1 % беззастережно її вірять. Про значущість впливу ЗМІ свідчить те, що майже щодня кожна особа користується як мінімум одним засобом масової інформації. Зроблено висновок, що протистояти маніпулятивному впливу ЗМІ можна за допомогою аналітичного мислення.

Ключові слова: маніпулювання, масмедіа, ЗМІ, свідомість населення.

DOI:

Рис.: 7. Бібл.: 10.

Щетініна Людмила Валеріївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри управління персоналом та економіки праці, Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана (просп. Перемоги, 54/1, Київ, 03057, Україна)

E-mail: sludval@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1519-0647>

Researcher ID: <http://www.researcherid.com/rid/K-7196-2018>

Рудакова Світлана Григоріївна – кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри управління персоналом та економіки праці, Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана (просп. Перемоги, 54/1, Київ, 03057, Україна)

E-mail: svetlana.rudakova.home@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0623-6140>

Researcher ID: <http://www.researcherid.com/rid/K-7671-2018>

Труш Олександра Анатоліївна – студент, Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана (просп. Перемоги, 54/1, Київ, 03057, Україна)

E-mail: sasha.trush1998@gmail.com

УДК 316.658-26.39:[070+654.19]

JEL: L82

Щетинина Л. В., Рудакова С. Г., Труш А. А. Маніпулятивное воздействие массмедиа: механизм, последствия и рекомендации по противодействию

Целью статьи является исследование манипулятивного воздействия массмедиа, анализ механизма этого влияния, а также разработка рекомендаций по противодействию этому влиянию. В ходе исследования был проведен опрос 100 респондентов по манипулятивному воздействию СМИ на сознание населения. По результатам опроса сделан вывод о существовании большого количества методов и технологий манипулирования сознанием населения, используемых современными СМИ. Это осуществляется, как правило, с целью замалчивания или искажения достоверной информации. Так, 76,1 % опрошенных высказали свое мнение о том, что перечисленные методы манипулирования сознанием оказывают негативное влияние на психическое здоровье человека. Поэтому почти 70 % опрошенных пытаются подвергать информацию из СМИ жесткой фильтрации и только 2,1 % безоговорочно ей верят. О значимости влияния СМИ свидетельствует то, что почти ежедневно каждый человек пользуется как минимум одним средством массовой информации. Противостоять манипулятивному воздействию СМИ можно с помощью аналитического мышления.

Ключевые слова: манипулирование, массмедиа, СМИ, сознание населения.

Рис.: 7. Библ.: 10.

UDC 316.658-26.39:[070+654.19]

JEL: L82

Shchetinina L. V., Rudakova S. G., Trush O. A. Manipulative Impact of Mass Media: Mechanism, Consequences and Recommendations for Counteracting

The aim of the article is to study the manipulative impact of mass media, analyze the mechanism of their influence, as well as develop recommendations to counteract this influence. In the course of the study, a survey of 100 respondents on the manipulative impact of the media on public consciousness was conducted. Based on the results of the survey, it is concluded that there is a large number of methods and techniques to manipulate consciousness of population used by the modern media. This is done, as a rule, in order to suppress or distort reliable information. Thus, 76.1 % of respondents expressed their opinion that the listed methods of mind control have a negative impact on mental health. Therefore, almost 70 % of the respondents are trying to subject information provided by the media to rigorous filtering and only 2.1 % unconditionally believe it. The significance of influence of the media is evidenced by the fact that almost every person uses at least one mass medium. Manipulative effects of the media can be resisted with the help of analytical thinking.

Keywords: manipulation, mass media, public consciousness.

Fig.: 7. Bibl.: 10.

Shchetinina Ludmila V. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Personnel Management and Labour Economics, Kyiv National Economic University named after V. Hetman (54/1 Peremohy Ave., Kyiv, 03057, Ukraine)

Щетинина Людмила Валерьевна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры управления персоналом и экономики труда, Киевский национальный экономический университет им. В. Гетьмана (просп. Победы, 54/1, Киев, 03057, Украина)

E-mail: sludval@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1519-0647>

Researcher ID: <http://www.researcherid.com/rid/K-7196-2018>

Рудакова Светлана Григорьевна – кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры управления персоналом и экономики труда, Киевский национальный экономический университет им. В. Гетьмана (просп. Победы, 54/1, Киев, 03057, Украина)

E-mail: svetlana.rudakova.home@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0623-6140>

Researcher ID: <http://www.researcherid.com/rid/K-7671-2018>

Труш Александра Анатольевна – студент, Киевский национальный экономический университет им. В. Гетьмана (просп. Победы, 54/1, Киев, 03057, Украина)

E-mail: sasha.trush1998@gmail.com

E-mail: sludval@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1519-0647>

Researcher ID: <http://www.researcherid.com/rid/K-7196-2018>

Rudakova Svetlana G. – Candidate of Sciences (Engineering), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Personnel Management and Labour Economics, Kyiv National Economic University named after V. Hetman (54/1 Peremohy Ave., Kyiv, 03057, Ukraine)

E-mail: svetlana.rudakova.home@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0623-6140>

Researcher ID: <http://www.researcherid.com/rid/K-7671-2018>

Trush Oleksandra A. – Student, Kyiv National Economic University named after V. Hetman (54/1 Peremohy Ave., Kyiv, 03057, Ukraine)

E-mail: sasha.trush1998@gmail.com

Існує безліч видів маніпуляцій людиною або групою осіб. Проте останнім часом набирає популярності дослідження маніпулятивного впливу на свідомість суспільства певного регіону, держави чи усього світу. Цей вплив здійснюється за допомогою різноманітних ЗМІ або, як їх ще називають, «четвертої неформальної гілки публічної влади». Вже відомі результати багатьох досліджень, які свідчать про масмедіа, їх намагання власників у масмедіа маніпулювати свідомістю населення. Яким же чином це відбувається і чи є можливість протидіяти їх впливу – відповісти на це запитання як раз і будемо намагатись у нашому дослідженні.

Вплив масмедіа на свідомість населення досліджувався у працях таких науковців і дослідників, як А. Демідова, А. Ярова [1], В. Костюк, М. Галич, А. Ю. Ставицька [2], Ю. Поліщук, С. Гнатюк, Н. Сейлова [5], А. Сотников [7], А. Чік [9]. Автори у власних дослідженнях приділили увагу дослідженню методів та технологій маніпулятивного впливу масмедіа на свідомість громадян, про-

те недостатня увага була приділена методам протидії впливу.

Метою цього дослідження є виявлення маніпулятивного впливу масмедіа, аналіз механізму цього впливу та надання рекомендацій щодо його протидії. У дослідженні використовувалися загальнонаукові методи, методи соціологічного дослідження.

Неможливо уявити собі сучасний світ без масмедіа. Щодня кожен з нас як мінімум декілька разів бачить продукти їх діяльності – газети, журнали, телебачення, інтернет – усі вони несуть певну інформацію в собі. Під час дослідження було проведено опитування серед 100 респондентів, більшість з яких підтвердила, що користуються щодня певними засобами масової інформації – здебільшого Інтернетом (рис. 1).

Як бачимо з рис. 1, 97 зі 100 осіб (або 97 %) щодня користуються Інтернетом. Якщо переходити на рівень тижня, то ми маємо вже усі 100 %. Це

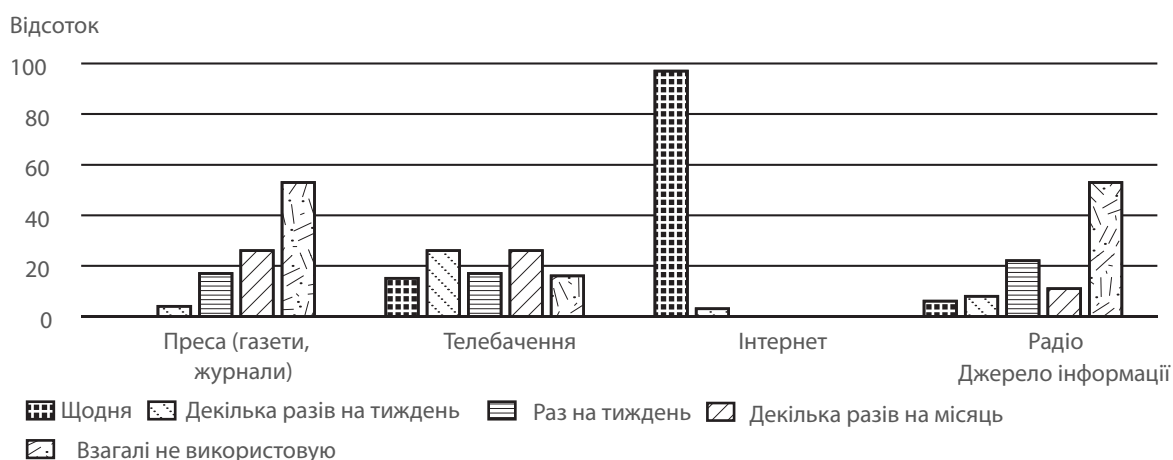


Рис. 1. Як часто респонденти користуються джерелами інформації

Джерело: складено авторами на основі проведеного опитування.

свідчить про те, що сьогодні кожен громадянин майже щодня користується засобами масмедіа. Тому, не кажучи про маніпулятивний характер масмедіа, рівень їх впливу, однак, надзвичайно великий. Серед усіх масмедіа в наш час найбільший вплив має Інтернет. Цей висновок, на нашу думку, слід скорегувати на вікову структуру населення. Оскільки особи старших вікових груп можуть не вміти або не мати фінансової спроможності використовувати Інтернет.

Таким чином, ми бачимо, що серед усіх засобів масової інформації найбільш популярними є ті, що знаходяться в мережі Інтернет. Це й не дивно, оскільки вільний доступ, дешевий трафік роблять свою справу. Порівнюючи з витратами на радіо або надзвичайно високою вартістю телефіру, Інтернет також є привабливим і для джерел масової інформації.

Варто зазначити, що рівень довіри до масмедіа є доволі низьким. Це демонструють такі дані опитування:

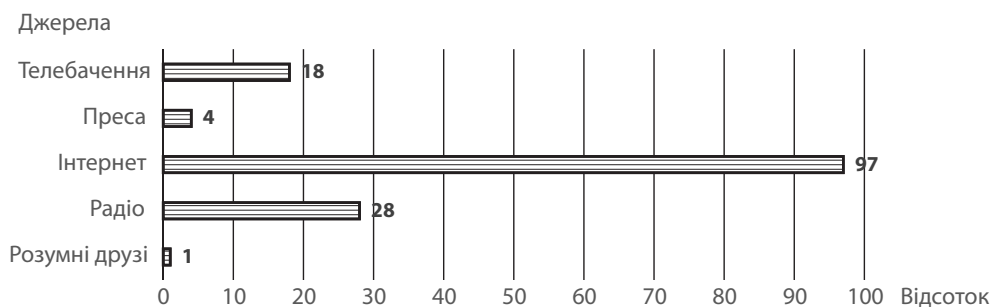


Рис. 2. Якими джерелами інформації респонденти користуються для отримання інформації

Джерело: складено авторами на основі проведеного опитування.

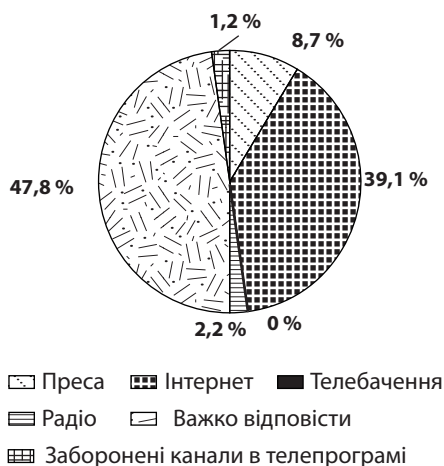


Рис. 3. Який з видів ЗМІ, на Вашу думку, надає найбільш достовірну інформацію?

Джерело: складено авторами на основі проведеного опитування.

З результатів опитування (рис. 3, рис. 4), ми бачимо, що рівень довіри опитуваних до ЗМІ є вкрай низьким. Так, варто зазначити, що респонденти не довіряють телебаченню, але більш «старим джерелам» інформації, таким як преса та радіо, довіряють більше, а найбільшою довірою користуються інтернет-джерела.

Щодо запитання, чи користуються ЗМІ достовірними джерелами інформації, то жодна особа не вважає, що це так. Лише 39,1% опитуваних вважають, що це скоріше так, ніж ні. Причиною, на нашу думку, як раз і виступає маніпулятивний вплив джерел масової інформації, до дослідження якого ми власне й переходимо.

Серед опитуваних більше 65% вважають, що ЗМІ мають вплив на людей, і більше 86% вважають, що вплив, скоріше за все, є (рис. 5).



Рис. 4. Як ви гадаєте, чи завжди ЗМІ користуються достовірним джерелом інформації?

Джерело: складено авторами на основі проведеного опитування.

Варто зазначити, що в проведеному дослідженні жодна особа не висловила думки, що ЗМІ не мають впливу на громадян. Однак варто зауважити, що вплив буває різний. Якби ЗМІ мали лише позитивний вплив на людей, то це дослідження було б неактуальним. Розглянемо власне сам процес, яким чином засоби масової інформації здійснюють свій вплив на людську свідомість.

За впливовістю на свідомість людини засоби масової комунікації та інформації виходять на перше місце. Розглянемо ж причини подібних висновків. Коротко розглянемо, один з підходів до того, як відбувається процес впливу інформації на психіку індивіда або мас. Головний мозок людини складається з двох великих півкуль. Ліва півкуля – це свідомість, права – підсвідомість. На поверхні півкуль знаходиться тонкий шар

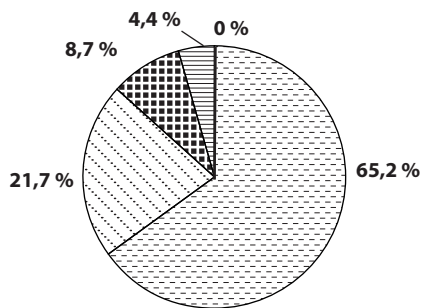


Рис. 5. Чи вважаєте Ви, що ЗМІ впливають на людей?

Джерело: складено авторами на основі проведеного опитування.

сірої речовини. Це кора головного мозку. Під нею міститься біла речовина. Це підкіркові, сублімінальні, відділи мозку. Психіка людини представлена трьома складовими: свідомістю, підсвідомістю і бар'єром між ними, так званою цензурою психіки. Інформацією є будь-яке повідомлення, яке надходить із зовнішнього світу в психіку людини.

Інформація проходить через цензуру психіки. Таким чином, цензура психіки стоїть на шляху інформації, що з'являється в зоні сприйняття її індивідом (через репрезентативні та сигнальні системи), і є свого роду загороджувальним щитом, перерозподіляючи інформацію між свідомістю і підсвідомістю. Частина інформації в результаті роботи цензури психіки надходить до тями, а частина (велика за обсягом) витісняється в підсвідомість. При цьому зауважимо, що інформація, яка перейшла в підсвідомість, по закінченні якогось часу починає впливати на свідомість, а отже, через свідомість, на думки і на поведінку людини. Нагадаємо, що в підсвідомість відкладається будь-яка інформація, яка колинебудь проходила повз індивіда. Не важливо, запам'ятав він її чи ні. Будь-яка інформація, яку людина могла побачити або почути, інформація, сприйнята психікою із задіянням органів зору, слуху, нюху, дотику тощо, така інформація незмінно відкладається в підсвідомість, в несвідоме психіки, звідки і починає незабаром свій вплив на свідомість.

Отже, ми бачимо, що, незважаючи на наше бажання, ЗМІ здійснюватимуть свій вплив і надалі. Єдине, що залишається, – захиститися від маніпулятивного впливу. Тому проаналізуємо сутність цього поняття.

Категорія «маніпулювання» різнопланова і неоднозначна. У психологічній літературі її визначають як операцію руками, дію рук, зокрема, демонстрацію фокуса, який ґрунтується на спритності рук; махінацію, обман, шахрайство; комунікативний вплив, що зумовлює актуалізацію в об'єкта впливу певних мотиваційних станів (водночас відчуттів, стереотипів тощо), що спонукають його до поведінки, бажаної (вигідної) для суб'єкта впливу [3, с. 441].

Точки впливу на свідомість для всіх людей є спільними. Основними точками виступають стереотипи. Зазвичай стереотипи включають в себе емоційне ставлення людини до певних об'єктів і явищ. При виробленні стереотипів йдеться не тільки про інформацію і мислення, а й про складний соціально-психологічний процес. Стереотипи створюють необхідні умови для кращого сприйняття необхідних маніпуляторів інформації, установок, ідеологічних поглядів тощо.

Ще однією точкою впливу слід вважати почуття. Доцільно наголосити на тому, що останні є дуже рухливими і податливими, а якщо їх вдається «розхитати», то і мислення виявляється більш вразливим до маніпуляції. Тому, як результат, у великій маніпуляції свідомістю гра на почуттях – обов'язковий етап. Чуттєвий ступінь відображення стоїть ближче до зовнішнього світу, ніж мислення, і реагує швидше, більш безпосередньо. Тому його легше «експлуатувати». Крім того, у сфері почуттів легше створити «ланцюгову реакцію» – зараження, епідемію почуттів. Особливо легко порушити ті почуття, які у повсякденному житті засуджуються: страх, заздрість, ненависть, самовдоволення.

Наступна точка впливу – страхи. Оскільки страх – фундаментальний чинник, що визначає поведінку людини, він завжди використовується як інструмент управління.

Для професійного маніпулятора використання зазначених точок впливу на людину є досить вагомою частиною програми маніпулювання. При цьому «натискання» на ці кнопки для об'єкта впливу є невидимим, що дозволяє маніпулятору досягти поставлених цілей [10].

Якщо говорити про конкретні прийоми, які використовуються засобами масової інформації для маніпуляції масовою свідомістю, то дослідники пропонують таку їх класифікацію.

1. Наклеювання ярликів. Це один з найбільш поширених прийомів маніпуляції, зустрічається досить часто в сучасних ЗМІ, що не втрачає від цього своєї сили впливу. Ярлики навішуються політичним опонентам і користуються широким вжитком, знаходять своє місце в масовій свідомості і стають частиною картини світу. Використання ярликів і відкритої маніпуляції, з одного боку, широко поширене в сучасних ЗМІ, а з іншого – засуджується з точки зору професійної етики (Рубцов, 2018).
2. Використання прізвиськ. Цей прийом спрямований на приниження опонента в очах аудиторії, формування до нього несерйозного, негативно забарвленого ставлення. Так, у медіа щодо В. Зеленського під час передвиборної кампанії поширені такі прізвиська, як, наприклад, «клоун».
3. Техніка створення негативних асоціацій. Цей прийом полягає в активізації в пам'яті людини будь-якого негативного образу і перенесення його на конкретну особистість чи подію. Найбільш яскравим і поширеним прикладом є постійні відсилання в засобах масової інформації

до Майдану і вирази «ви хочете знову?», які використовуються як аргументи в політичних дискусіях.

4. Переключення уваги. Цей прийом може використовуватися в рамках формування порядку денного, коли, наприклад, зовнішньополітичний порядок витісняє в прайм-тайм питання внутрішньої політики, при цьому акцент робиться на конфліктах і загрозах (ще один прийом – залякування). Крім того, цей прийом може бути використаний як допоміжний, наприклад, для перемикання уваги на державний борг МВФ, коли йдеться про проблеми в економіці країни.
5. Залякування. Побічно ми торкнулися цієї технології вище. Нагнітання страху, акцент уваги на погрози відключає раціональне мислення і включає афективне сприйняття. Людина, перебуваючи в стані страху за власну безпеку перед обличчям зовнішнього ворога, готова буде сприйняти будь-яке повідомлення некритично. Сюди можна віднести нарощування риторики «кільця ворогів», загрози тероризму тощо.
6. Апеляція до конкретних фактів і документації, посилення на авторитети. Людина схильна більше довіряти інформації, в якій є посилення на авторитетну особу, експерта або документи. При цьому здебільшого люди не витрачають час на перевірку джерел, з яких найчастіше інформація береться поза контекстом або взагалі фальсифікується. Одним із прикладів є стаття про те, що МВФ визнав статус Криму в складі Росії. У численних статтях і репортажах на цю тему наводяться посилання на доповідь МВФ про європейську економіку за листопад 2018 року [6]. При цьому опускається позиція МВФ, що дані звіту не є вираженням політичної позиції щодо приналежності тих чи інших територій будь-яким державам. Включення ж показників Криму в російську економіку пояснюється тим, що дані по регіону надаються Росією як такою, що де-факто контролює територію.

Нові медіа породжують нові прояви маніпулятивних впливів. Соціальні мережі, блоги, YouTube-канали – це величезні масиви найчастіше практично невідредагованої, неконтрольованої інформації. Інформаційний шум і перевантаження перешкоджають критичному сприйняттю аудиторією повідомлень. У зв'язку з цим ще сильніший вплив надає так званий ефект першого повідомлення. Та інформація, яку людина почула першою, надасть вирішальний вплив на її оцінку ситуації, навіть якщо згодом розкриється факт дезінформації або фальсифікації. Одним із маніпулятивних прийомів у мережі Інтернет є так зване посилання на «очевидців» або навіть написання матеріалів від імені «очевидців».

В умовах жорсткої конкуренції і інформаційного протистояння в інтернет-просторі представлений

більший ідеологічний спектр, ніж у традиційних медіа. Онлайн-медіа схильні вдаватися до більш радикальних методів залучення уваги: використовують велику сенсаційність у заголовках, роблять ставку на шокуючий контент. Це є прямим порушенням Кодексу професійної етики українського журналіста.

Таким чином, ми бачимо, що ЗМІ мають безліч засобів для маніпулювання свідомістю громадян. Так, повертаючись до проведеного опитування, варто зазначити, що 93,5 % респондентів вважають, що ЗМІ можуть маніпулювати, інші не мають відповіді на це питання (рис. 6).

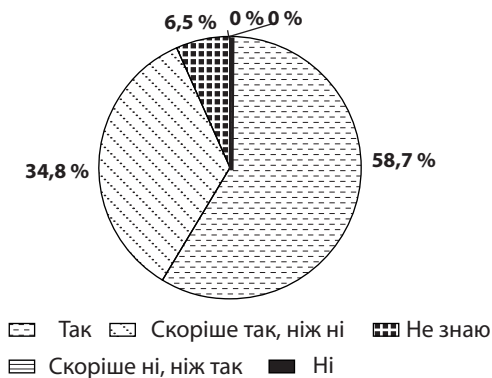


Рис. 6. Як ви гадаєте, чи можуть ЗМІ маніпулювати людьми?

Джерело: складено авторами на основі проведеного опитування.

Отже, жодна особа не відповідала, що ЗМІ не можуть маніпулювати людьми. По-перше, варто зазначити, що це негативно характеризує журналістику. По-друге, респонденти підкреслили, що стикалися з маніпулюванням (рис. 7).

Отже, ЗМІ здебільшого замовчують або спотворюють певну інформацію. Цікавим є принцип «демократії шуму». Сутність його полягає в тому, що якщо якийсь факт неможливо замовчати, то його просто гублять у масі іншої хаотичної, безглуздої та неважливий інформації [4].

До речі, цікавим фактом є те, що під час проведеного опитування 76,1 % опитуваних висловили свою думку стосовно того, що перелічені методи маніпулювання свідомістю чинять негативний вплив на психічне здоров'я людини. Тому майже 70 % опитуваних намагаються надавати інформацію зі ЗМІ жорсткій фільтрації і лише 2,1 % беззастережно їй вірять.

Таким чином, на основі проведеного дослідження можемо зробити висновок, що причина величезного впливу ЗМІ на свідомість людей криється в самих людях. Тому важливим питанням є пошук механізму протидії маніпулятивному впливу ЗМІ. Стосовно методів протистояння маніпуляції потрібно, на думку фахівців, приймати інформацію критично. Цілком зрозуміло, що в умовах сьогодення сприймати інформацію критично та її аналізувати досить важко. С. Кара-Мурза, наприклад, радить [8, с. 210]:

✦ відключати емоції;

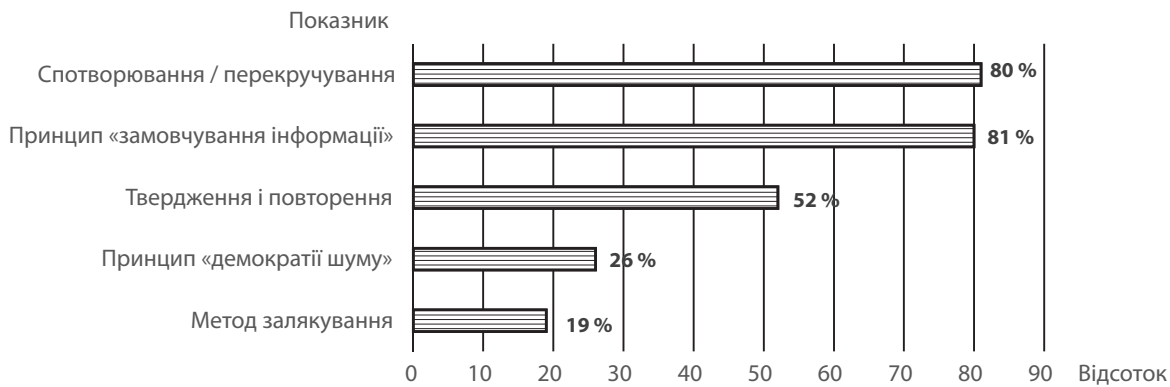


Рис. 7. З якими маніпулятивними методами, що використовуються в ЗМІ, Ви зіштовхнулись?

Джерело: складено авторами на основі проведеного опитування.

- ✦ сприймати інформацію, порівнюючи її з власними переконаннями, віруваннями чи ідеалами, залучати власну пам'ять та проєкцію в майбутнє (якщо немає часу перевірити інформаційне повідомлення, не слід вірити у те, що стверджують);
- ✦ не оцінювати емоційний складник повідомлення з позиції стереотипів;
- ✦ залучати когнітивний дисонанс (протиріччя між зовнішнім повідомленням та власними віруваннями / переконаннями, що призводить до ігнорування вихідного повідомлення).

ВИСНОВКИ

На нашу думку, ці рекомендації допоможуть убергтися від шкідливого маніпулятивного впливу ЗМІ на свідомість громадян. Єдине, що ми б ще могли поради-ти – обрати для себе декілька незалежних джерел ін-формації і читати лише їх, абстрагуючись від інших ЗМІ, особливо власниками яких є політичні діячі.

За результатами дослідження було зроблено такі висновки:

- ✦ ЗМІ мають сильний вплив на громадян. Майже щодня кожна особа користується як мінімум одним засобом масової інформації;
- ✦ масмедіа здійснюють маніпулятивний вплив на населення за допомогою різних методів та технологій. У наш час кількість методів зростає, а маніпулювання відбувається майже щодня;
- ✦ для протидії маніпулюванню варто покладати-ся лише на себе, зокрема, завдяки аналітичному мисленню, когнітивному дисонансу, контролю емоцій тощо. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Демідова А. А., Ярова А. Б. Засоби масової інформації як «четверта неформальна гілка публічної влади»: способи медіа-маніпуляції. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2018. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/4_2018/102.pdf

2. Костиук В. В., Галич М. А., Ставицька А. Ю. Маніпулятивні методи в ЗМІ: історія та сучасність. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2014. № 1–2 (17–18). С. 107–111.

3. Литвиненко С. Політико-психологічні маніпуляції як засіб керування масами. *Гілея*. 2013. № 75. С. 440–443.

4. Парламент. Засоби масової інформації. URL: <http://www.info-library.com.ua/books-text-7407.html>

5. Поліщук Ю., Гнатюк С., Сейлова Н. Мас-медіа як канал маніпулятивного впливу на суспільство. *Український науковий журнал інформаційної безпеки*. 2015. Вип. 21. С. 301–308.

6. РосЗМІ заявили, що МВФ визнав Крим російським. У самому фонді пояснили, як рахують статистику півострова // ТСН. 2018. URL: https://tsn.ua/ukrayina/roszmi-zayavili-scho-mvf-viznav-krim-rosiyskim-u-samomu-fondi-poyasnili-yak-rahuyut-krimsku-statistiku-1250760.html?_ga=2.233397725.253547451.155482126-307803187.1554556810

7. Сотников А. В. Маніпулятивний вплив у сучасному медіа-дискурсі. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія: Філологічні науки. Мовознавство*. 2016. № 5. С. 104–107.

8. Сотников А. В. Маніпуляція в ЗМІ: складники та протидія. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія: Філологічні науки. Мовознавство*. 2018. № 9. С. 208–210.

9. Чік Л. Засоби мовного маніпулювання у сучасних ЗМІ. *Літературний процес: методологія, імена, тенденції. Філологічні науки*. 2015. № 5. С. 121–123.

10. Polishchuk Yu., Gnatyuk S., Seilova N. Mass media as a channel of manipulative influence on society. *Ukrainian Scientific Journal of Information Security*. 2015. Vol. 21, Issue 3. P. 301–308.

REFERENCES

Chik, L. "Zasoby movnoho manipuliuvannia u suchasnykh ZMI" [Means of linguistic manipulation in modern media]. *Literaturnyi protses: metodolohiia, imena, tendentsii. Filolohichni nauky*, no. 5 (2015): 121-123.

Diemidova, A. A., and Yarova, A. B. "Zasoby masovoi informatsii yak «chetverta neformalna hilka publichnoi vlady»: sposoby media-manipulatsii" [The media as the "fourth informal branch of public authority": the ways of media manipulation]. *Derzhavne upravlinnia: udoskonalennia ta rozvytok*. 2018. http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/4_2018/102.pdf

Kostiuk, V. V., Halych, M. A., and Stavtyska, A. Yu. "Manipulatyvni metody v ZMI: istoriia ta suchasnist" [Manipulative methods in the media: history and modernity]. *Derzhava ta rehiony. Seriiia: Sotsialni komunikatsii*, no. 1-2 (17-18) (2014): 107-111.

Lytvynenko, S. "Polityko-psykhologichni manipuliatsii yak zasib keruvannia masamy" [Political-psychological manipulations as a means of mass management]. *Hileia*, no. 75 (2013): 440-443.

"Parlament. Zasoby masovoi informatsii" [Parliament. Mass-media]. <http://www.info-library.com.ua/books-text-7407.html>

Polishchuk, Yu., Gnatyuk, S., and Seilova, N. "Mass media as a channel of manipulative influence on society". *Ukrainian Scientific Journal of Information Security*, vol. 21, no. 3 (2015): 301-308.

Polishchuk, Yu., Hnatiuk, S., and Seilova, N. "Mas-media yak kanal manipulyativnoho vplyvu na suspilstvo" [Mass media as a channel of manipulative influence on society]. *Ukrainskyi naukovyi zhurnal informatsiinoi bezpeky*, no. 21 (2015): 301-308.

"RosZMI zaiavyly, shcho MVF vyznav Krym rosiiskym. U samomu fondi poiasnyly, yak rakhuiut statystyku pivostrova"

[RosMMI declared that the IMF recognized the Crimea Russian. In the fund, they explained how the statistics of the peninsula are calculated]. TSN. 2018. https://tsn.ua/ukrayina/roszmi-zayavili-scho-mvf-viznav-krim-rosiyskim-u-samomu-fondi-poyasnili-yak-rahuyut-krimsku-statistiku-1250760.html?_ga=2.233397725.253547451.1555482126-307803187.1554556810

Sotnykov, A. V. "Manipuliatsiia v ZMI: skladnyky ta protydiia" [Manipulation in the media: ingredients and counteraction]. *Naukovyi visnyk DDPU imeni I. Franka. Seriia: Filolohichni nauky. Movoznavstvo*, no. 9 (2018): 208-210.

Sotnykov, A. V. "Manipulyativnyi vplyv u suchasnomu media-dyskursi" [Manipulative influence in modern media discourse]. *Naukovyi visnyk DDPU imeni I. Franka. Seriia: Filolohichni nauky. Movoznavstvo*, no. 5 (2016): 104-107.