

УДК 613.45:004.77:32

Олександр Рябоконт,

мол. наук. співроб. СІАЗ НБУВ

МАНІПУЛЯЦІЯ МАСОВОЮ СВІДОМІСТЮ В ПОЛІТИЧНОМУ СЕГМЕНТІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

У статті розглядаються основні принципи і форми функціонування політичного сегменту соціальних мереж, їх зростаючий вплив на суспільну свідомість і способи маніпулювання масовою свідомістю. Відзначається зростаюча потреба сучасного суспільства в отриманні ефективних механізмів щодо контролю та запобігання маніпуляційній діяльності деструктивних угруповань у соціальних мережах, а також актуалізується необхідність розвитку суспільних інститутів сприяння підвищенню інформаційної, правової та психологічної культури громадян.

Ключові слова: соціальні мережі, новітні медіа, маніпуляція масовою свідомістю, сугестія, психотехнології, інформаційна війна, блоги, політичний вплив.

Аналіз процесів, які відбуваються в сучасному інформаційному середовищі, демонструє зростання впливу Інтернету і соціальних мереж на масову свідомість. З огляду на це також зростає ризик використання їх можливостей і специфіки з метою маніпуляції масовою свідомістю. Про небезпеку подальшого розвитку таких тенденцій свідчать події навколо відомого руху «Окупуй Уолл-Стріт» (Occupy Wall Street) у Сполучених Штатах, організаційні моменти в протестних акціях в Іспанії і Греції, «арабська весна» у країнах Північної Африки і Близького Сходу, передвиборні події в Російській Федерації, а також нещодавня протестна реакція українського сегменту мережі Інтернет у зв'язку з закриттям файлообмінника EX.UA.

Інтернет дослідники відносять до «нових медіа» (newmedia) [1] – термін, що поширився із середини 1990-х років і означав частину маркетингового поля задля поширення навчальних та розважальних програм на CD-носіях. Швидке й широке поширення Інтернету сприяло трансформації комунікаційних моделей від традиційної – «один для багатьох» до моделі так званої веб-комунікації – «багато для багатьох». На сьогодні термін «нові медіа» вживається в таких значеннях:

– усі цифрові медіа (інтернет-видання, презентації на CD, комп'ютерні ігри тощо);

– соціальні мережі – це медіа, інформація в яких створюється переважно загальною аудиторією (сайти, інтернет-форуми, блоги, чати, мережі LiveJournal, Facebook, Twitter тощо).

Аналіз нових медіа в розумінні соціальних мереж та їх маніпуляційних інструментів впливу на масову свідомість і є завданням цього дослідження.

Основні принципи і форми функціонування нових медіа в широкому розумінні, їх взаємодію з традиційними ЗМІ та вплив на масову свідомість передбачали і досліджували такі західні вчені, як М. Маклюен (Marshall McLuhan) [2], О. Тофлер (Alvin Toffler) [3], Д. Хеннінг (Jeffrey Henning) і К. Шіркі (Clay Shirky) [4], Д. Дрезнер (Daniel Drezner) і Г. Фарелл (Henry Farrell) [5] та ін. Значний внесок у наукові дослідження цієї теми і розгляд зростаючого впливу нових медіа на суспільство зробили такі російські й українські вчені: В. Волохонський, О. Зайцева, М. Соколов та І. Стечкін [6], А. Єфремова [7], Г. Почепцов [8], Я. Любивий [9], В. Горовий [10], О. Левченко [11] та ін.

Сучасні глобальні тенденції наблизили той час, коли Інтернет стає основним генератором світових макротенденцій, сприяючи трансформації ціннісних орієнтирів людства та його соціальних структур. Прогнозоване ще в середині ХХ ст. М. Маклюеном «глобальне село» [2], своєрідний інформаційний котел, сучасне суспільство частково вже отримало завдяки розвитку Інтернету. Закордонні та українські вчені сходяться на тому, що глобалізаційні процеси не оминули і традиційні медіа, адже процес комерціалізації радіо, телебачення та преси розвиває інстинкт споживацтва серед реципієнтів.

Як на Заході, так і на пострадянському просторі зростають дискусії про таблоїдизацію як процес спрощення інформації, втрати останньою ціннісних орієнтирів, зменшення аналітичної складової інформаційних матеріалів, переважання розважальних тенденцій.

О. Тофлер, попереджуючи в книзі «Футурошок» про наростання новизни і швидкості, які йдуть поряд зі зростаючим інформаційним вибухом, говорить про обмеженість людської психіки у сприйнятті всього масиву навколишньої інформації. Саме тому люди тяжіють до вступу в специфічні субкультурні групи-співтовариства [3]. Пост-індустріальне суспільство з його інтенсифікацією інформаційних і культурних співтовариств створює умови для «втєчі» чималої кількості своїх громадян у ті чи інші групи, які захищають рамками своїх простих,

але завершених і цілісних світоглядів, від дедалі наростаючого тиску зовнішньої інформації.

Ідеться про особливу форму групового психозахисту, яка може розглядатися як спроба конституціонально і культурно схожих індивідуумів спільно захиститися від соціокультурних впливів, що розмивають традиційні цінності і дезорієнтують суспільство.

Специфіку сучасної соціальної ситуації людського існування визначають такі чинники:

1. Існування сучасної людини в щільному інформаційному середовищі: агресія мас-медіа і безліч слабоконтрольованих контактів.

2. Дезорієнтованість сучасників в умовах футурошоку (наростаючий обвал традиційних проблем – екологічної, демографічної, сексуальної, соціотропної та ін. революції в умовах інформаційного вибуху).

3. Атавізми холодної війни, які матеріалізуються в різних формах геополітичного протистояння та ідеологічної агресії.

4. Психологічна вразливість соціуму як передумова для його відкритості професійному маніпуляційному впливу і навіть тиску сугестії зацікавлених осіб і груп.

5. Неможливість повноцінного забезпечення обмеженого доступу до вузькопрофесійних психотехнологій в умовах інформаційної відкритості.

6. Економічна зацікавленість як основний мотив будь-яких організаторів маніпуляційного інформаційного впливу.

7. Масоване фінансування маніпулятивних заходів зацікавленими кампаніями.

8. Відсутність реально діючих загальносоціальних інститутів інформаційної профілактики.

У контексті всіх вищезазначених процесів та тенденцій розвитку новітніх медіа особливої уваги потребують дослідження соціальних мереж і можливостей їх використання як інструментів і інформаційних каналів для маніпуляційного впливу на масову свідомість та їх використання в сучасній інформаційній війні. Благородність інформаційної війни полягає у фактичній відсутності жертв, беззбройному вирішенні питань, проте маніпуляційні ін'єкції інформації непомітно проникають у суспільну свідомість, примушуючи людей підсвідомо діяти за чітко спланованим кимось планом.

Інформаційну війну ведуть усі держави, які є суб'єктами світової політики заради забезпечення реалізації власних інтересів сьогодні і в майбутньому. За словами відомого дослідника інформаційних впливів

і технологій Г. Почепцова, країна, яка не створила власної моделі керування майбутнім, не може вважатися серйозним військовим супротивником чи економічним конкурентом, а власні інформаційні потоки країни є таким самим багатством, як і підземні надра [8].

Крім того, слід звернути увагу і на специфіку функціонування інформаційного середовища з точки зору пануючого суспільно-політичного устрою країни. На думку українських дослідників засобів масової комунікації та соціальної психології, зокрема О. Левченка, сучасне демократичне суспільство, якщо бажає залишитися саме таким, змушене балансувати між двома (як мінімум) крайнощами: з одного боку, без свободи слова немає демократії, з іншого – існує небезпека використання свободи слова для маніпулювання масовою свідомістю [11].

З погляду соціальної науки маніпулювання масовою свідомістю – це система засобів ідеологічного й соціально-політичного впливу з метою зміни мислення й поведінки людей усупереч їхнім інтересам. При цьому люди часто не усвідомлюють, що їхній світогляд, потреби та спосіб життя багато в чому залежать від тих, хто ними маніпулює. Виходячи з цього визначення, дослідник Я. Любивий у своїй праці «Сучасна масова свідомість: динаміка і тенденції» виділяє два основних види маніпуляції: оперативну маніпуляцію свідомістю й поведінкою людей та стратегічну маніпуляцію [9].

Оперативна (або ситуаційна) маніпуляція полягає в тому, що, використовуючи вже наявні у свідомості людей цінності, потреби, стереотипи, звички, маніпулятор змушує їх сприймати ту або іншу суспільно значущу інформацію так, як йому вигідно, й спрямовує їхні дії в потрібне для себе русло.

Стратегічна маніпуляція полягає в тому, що протягом багатьох років у свідомості суспільства формуються ті цінності, потреби, ідеї, стереотипи, звички, які й самі по собі сприяють підтримці стабільності вигідного маніпуляторіві політичного й економічного ладу й можуть бути використані в оперативній маніпуляції, якщо з'явиться така потреба. У будь-якому випадку влада тісно пов'язана з інформацією і спирається на неї у власній діяльності.

Основними етапами ведення інформаційної війни є:

- дискредитація й усунення пасіонарно налаштованої частини еліти країни, яка не підіграє ідеям супротивника;

- провокація суперечностей між групами різних поглядів релігійного чи етнічного походження задля дестабілізації внутрішнього становища. За існуючої системи міжнародного права це дає змогу звинувачувати

діючу владу в порушеннях фундаментальних прав людини і потім може стати виправданням для здійснення силової акції;

– коли внутрішня ситуація почала виходити з-під владного контролю – починається промоушен власної команди під загальним гаслом кампанії: «Усім – усе!», але, звичайно, пристосований до особливостей кожної країни зокрема;

– прихід до влади. У залежності від попередньо проведеної роботи визначається наявність чи відсутність так званого «силового варіанта» за допомогою сторонніх сил.

Вищезгадана тактика ведення інформаційної війни є надзвичайно актуальною в контексті українського сьогодення. По-перше, завдяки діяльності як традиційних ЗМІ, так і нових ЗМК ми маємо масове гіперспоживацтво як одну з основних тенденцій життєдіяльності суспільства, яка проявляється в аморфності і невиразності громадянських структур. По-друге, певні частини суспільства у вигляді віртуальних груп-співтовариств завдяки злагодженому і дозованому механізму провокацій та маніпуляцій можуть стати деструктивним елементом для функціонування як загальносуспільного, так і державного механізмів.

Як відомо, специфіка нових медіа полягає в тому, що вони надають можливість у спеціалізованому колі чи серед зацікавлених осіб обговорювати різноманітні теми, що стосуються як суспільства загалом, так і конкретної проблематики. Ще однією особливістю, яка істотно відрізняє соціальні мережі від звичних нам медіа, є створення віртуальної особистості й ІТ-субкультур. Якщо в звичайних медіа (преса, радіо, телебачення) завжди є автор матеріалу, джерело інформації як фізичні і юридичні суб'єкти, то віртуальна особистість не є суб'єктом географічних кордонів, чи, тим більше, юридичних законів. Звісно, під час реєстрації адміністратори таких соціальних мереж отримують про комунікатора певні дані (найчастіше – це ІР-адреса, але не завжди – прізвище, ім'я, вид діяльності тощо). У більшості випадків дослідники схиляються до думки про компенсаторний характер такої поведінки в мережі Інтернет, як створення «віртуальної особистості». Остання являє собою в цьому випадку максимально керовану самопрезентацію, покликану компенсувати ті чи інші складності, які відчувають користувачі в реальній взаємодії.

У контексті створення і розвитку ІТ-субкультур цікавою є оприлюднена у 2009 р. програма Департаменту США «Ініціатива громадянського суспільства 2.0», суть якої держсекретар Х. Клінтон описала так: «...Вибудувані за мережевими принципами автономні співтовариства солідарних членів, озброєних цифровими технологіями, які покликані ефективно

встановлювати власні правила життя, руйнуючи державну монополію на владу, інформацію і виховання громадян» [12].

Першою «ластівкою» цієї глобальної ініціативи в Україні можна вважати нещодавнє збурення інтернет-спільноти, викликане подіями навколо закриття правоохоронними структурами і пізнішого поновлення діяльності українського файлообмінника EX.UA, коли були атаковані електронні ресурси державних органів влади та деяких політичних партій. Досліджуючи це явище, В. Горовий акцентує увагу на тому, що ІТ-субкультури в сучасному суспільстві (як українському, так і глобальному) набувають певного самоусвідомлення, відчуття реальної сили і реальних можливостей інтернет-впливу на владні структури і суспільство за рахунок освоєння передових електронних технологій, водночас коли традиційні системи правового забезпечення і державного контролю за їх виконанням значно відстали в цьому сенсі.

Структура звичайного суспільства виглядає відносно однорідною і рівномірно розподіленою: у єдиному часовому і просторовому середовищі є люди багаті і бідні, щасливі і нещасні, активні і ледачі, і всі вони, так чи інакше, змішані між собою. Перемішування це досягається насамперед тим, що в повсякденному житті ми взаємодіємо не тільки з тими людьми, з якими бажаємо, але також і з тими, з ким нам доводиться контактувати з інших, не залежних від нашого бажання, причин. Наприклад, у будь-якому традиційному колективі завжди будуть люди різних політичних переконань, на батьківські збори в школі придуть різні за соціальним статусом батьки і т. д.

Як наслідок, навіть незважаючи на природне бажання будь-якої людини вважати, що її сприйняття реальності і є самою реальністю, вона постійно перебуває у взаємодії з людьми з іншим світосприйняттям, присутність яких не дає їй змоги замикатися у своїх переконаннях. У реальному житті будь-яка людина вимушена пропускати через себе альтернативні точки зору, бажає вона цього чи ні.

Інший стан справ у структурі суспільства у віртуальній реальності. Головною відмінністю є те, що порядок денний тут залежить тільки від самої людини і ні від кого більше. Тобто, якщо, наприклад, я маю певні політичні переконання й уподобання, то я шукатиму співтовариства інших людей, які розділятимуть мої переконання. Тобто у віртуальній реальності людина переважно читатиме тільки те, що вона сама забажає, що вважає цікавим і близьким для себе. Це призводить до того, що віртуальні мережеві співтовариства стають абсолютно нерівномірними у фокусуванні уваги на ті чи інші факти і явища реальної дійсності та їх

оцінюванні. Прикладом цього може бути технологія комунікації і процес отримання інформації за допомогою сторінки в мережі Facebook: уся інформація «фільтрується» або власними інтересами користувача, або уподобаннями його друзів. Якщо користувач отримуватиме інформацію повністю або переважно тільки з цього джерела, то вона, звісно, буде повністю відповідати його світогляду, але така «самофільтрація» буде працювати не гірше тоталітарної цензури.

Крім того, чимала частина віртуальних мережових співтовариств мають пірамідальну форму, на вершині якої перебуває лідер (кілька лідерів). Лідер, як мінімум, спрямовує в певний бік діяльність усього співтовариства, координує його діяльність. Що далі від вершини віртуальна піраміда, дедалі більше розширюється в горизонтальній площині за рахунок дедалі більшої кількості новоприбулих зацікавлених користувачів, які, потрапивши на гачок власної зацікавленості, починають постійно моніторити його блог, і що далі, то більше починають сприймати будь-які події чи явища в задалегідь визначеному коридорі, поза яким немов і не відбувається нічого значущого. Такі умови створюють небезпеку виникнення залежності від сформованого шляхом сугестії віртуального колективного світогляду [13].

Не секрет, що процес людського мислення ділиться на сфери свідомості і підсвідомого. Досить часто підсвідоме може виявлятися сильнішим за конструктивний розумовий процес. У людини, яка перебуває в нормальному врівноваженому стані, підсвідомо перебуває під пильним захистом її критичного мислення, і доки воно працює, людині неможливо безборонно щось нав'язати. Однак існує чимало психофізичних прийомів, завдяки яким можна дістати прямий доступ до підсвідомого людини всупереч її волі. Деякі методи дають короткочасний доступ на лічені секунди і хвилини, інші ж дають змогу тотально зруйнувати критичне мислення людини.

На просторах Інтернету й соціальних мереж, які стрімко політизуються, спостерігається використання прийомів, метою яких є більш довготривалий вплив на свідомість людини.

Тут процес навіювання найчастіше складається з декількох етапів:

1. Блокування критичного сприйняття людини для безперепонного сприймання нею того, що хоче нав'язати сугестор.
2. Навіювання необхідних маніпулятору думок – по суті «промивання мізків».
3. Вторинне навіювання – коли сам сугеренд починає ретранслювати навіювання оточуючим.

Eman 1:

Отже, наприклад, у соціальній мережі вже є початкова група людей зі схожими переконаннями і спільними інтересами. Тому першим кроком для створення умов для майбутньої маніпуляції є завоювання авторитету в певної цільової аудиторії, а ще краще – і в максимальній кількості «нецільовиків».

Для досягнення цієї мети зацікавленою особою (групою) найчастіше використовується прийом «розриву шаблону» або «емоційна дестабілізація». Полягає він у тому, що людині підноситься певна неочікувана, але підтверджена безперечними фактами інформація, яка повністю ламає її звичне повсякденне мислення. Сприйняття такої інформації буквально перевертає з ніг на голову реальність багатьох читачів, а початкове повідомлення (серія повідомлень) автора поста миттєво розлітається новинними стрічками. З цієї миті автор-маніпулятор стає майже героєм, а критичне сприйняття всіх його подальших повідомлень читачами поступово знижується внаслідок завойованого авторитету.

Eman 2:

Оскільки підсвідомість цільового читача виявляється відкритою для маніпулятивного впливу, йому вже зовсім не обов'язково підбирати достовірні факти і демонструвати безліч документів. На цьому етапі все ще помітними є якість, адекватність дійсності і фактологічна підтвердженість запропонованої маніпулятором інформації, хоча й не в такій кількості, як раніше. Це робиться насамперед для запобігання швидкому відтоку адекватних читачів. Проте дедалі частіше зустрічається неперевірена і недостовірніа інформація. Крім того, серед різних читачів такого «авторитетного джерела» ропочинається чіткий розподіл за схемою «свій-чужий», а з часом відбувається і поступовий процес «відгороджування» лідера і «найближчого оточення» від навколишнього світу. Спроби об'єктивної критики сумнівних повідомлень починають зустрічати відсіч з боку новоявлених adeptів віртуальної «секти».

Eman 3:

Підвищена і сконцентрована увага до певних подій і явищ у блогах лідера і його оточення досягає критичного значення, що призводить до того, що розрив шаблону у випадкових читачів їхніх ресурсів починає відбуватися вже не під дією якоїсь шокуючої, але адекватної інформації, а через усвідомлення ними того факту, що «всі навколо вже в темі, а я один не знаю, що насправді відбувається», тобто під дією масованого тиску так званих «мережевих хом'ячків».

По-перше, адекватні пости лідера (лідерів) мережевої групи вже

практично не зустрічаються в масі чорного піару, спрямованого на подальше «промивання мізків». По-друге, процес сектантського «відго-роджування» досягає свого апогею – повідомлення і коментарі «хом'ячків» уже переважно вміщуються в короткі штаповані фрази (зрозумілі для «своїх»), а навіть найскромніша спроба конструктивної критики дій лідерів безапеляційно відкидається. По-третє, оскільки рівень «промитості мізків» основної маси «хом'ячків» уже зашкалює, лідер (лідери) у власних інтересах починає активно застосовувати пряму підміну понять. По-четверте, найголовніше, вербування нових adeptів до віртуальної «секти» відбувається вже переважно самими adeptами, лідери лише стимулюють і схвалюють таку діяльність.

Узагалі внутрішньосупільний діалог у політичному сегменті українських соціальних мереж (маємо на увазі саме спілкування пересічних громадян, адже в соціальних мережах ми спостерігаємо лише за віртуальною особистістю) відбувається в контексті як історико-політичних, так і сучасних суспільно-політичних міфів. І така практика виявляється досить поширеною, незважаючи на порівняно слабку розвинутість українського сегменту Інтернету і соціальних мереж. Дослідники Східно-Європейського інституту розвитку в рамках протидії проявам расизму і ксенофобії виокремили так звану «мову ворожнечі» в соціальних мережах [14].

У даному випадку піддослідними соціальними мережами були форуми при таких інтернет-виданнях: «Главред», «Корреспондент», «Українська правда», «Ура-інформ», «Телекритика». Відзначимо, що зазвичай на таких інтернет-форумах працюють модератори, які слідкують за темами обговорень, коментують їх, допомагають користувачам тематичним роз'ясненням, вводять певні обмеження проти вживання нецензурної лексики, висловлювань расистського характеру та ін. Однак насправді ці заходи майже не дають істотного ефекту проти більш тонко організованої практики впливу на світосприйняття мас.

Аналіз та узагальнення тем соціальних новітніх медіа з погляду відвідуваності та кількості дописувачів, дав змогу виокремити такі найбільш актуальні питання:

1. Мовне питання в Україні.
2. Сучасні взаємовідносини Україна – Росія і Україна – Європа.
3. Про приналежність визначних пам'яток історії та культури.
4. Неоднозначні історичні події, а також постаті української історії, здебільшого все, що стосується представників українського націоналізму, а також вождів радянського періоду.

5. Панслов'янізм.

У контексті виокремлених тем прослідковується специфічна мова, своєрідний сленг ворожості. Для прикладу наведемо короткий словник найбільш використовуваних інтернет-жаргонізмів:

- «недоєвропеєц» – громадянин України з проєвропейським світоглядом;
- «оранжиroidь» – представники, або також прихильники так званих «помаранчевих» політичних сил і т. п.

На основі аналізу соціальних мереж вищезазначених видань зроблено висновок, що політизований сегмент віртуальної спільноти українських нових медіа дуже слабо налаштовано на взаєморозуміння і співпрацю задля вирішення важливих суспільних і державних завдань, більше того, маніпуляціями і провокаціями майже заблоковано міжсуспільний діалог у цьому секторі, що і призвело до утворення мови ворожечі. Хоча, можливо, ця проблема може здаватися не надто актуальною, проте створені ідеологами «образу ворога» у віртуальному секторі міжсуспільного діалогу мають великі можливості посісти значуще місце уже в секторі реальному. Актуальність суспільного, а також нормативного врегулювання певних видів діяльності соціальних мереж як новітнього засобу комунікації допоможе ліквідувати негативний вплив на суспільну свідомість, особливо молоді.

Альтернативою такій суспільній неузгодженості може бути створення сучасної і дієвої державної системи моніторингу, оцінки і правового забезпечення діяльності і розвитку Інтернету та соціальних мереж, ефективного механізму запобігання активній діяльності будь-якого з деструктивних угруповань і їх впливу на суспільну свідомість. З іншого боку, необхідним чинником можна визначити розвиток соціального інституту професійних практиків позитивного інформаційного репрограмування, які сприятимуть підвищенню інформаційної, правової та психологічної культури громадян, без якої ніяка реально діюча демократія просто неможлива. Важливу роль у цьому процесі мають відіграти і бібліотеки як сучасні інформаційно-комунікаційні центри з підвищення культури й інформаційної грамотності громадянського суспільства. Проте, для ефективного виконання цих завдань у сучасних умовах бібліотекам необхідно одержати технологічні можливості для обробки масивів суспільно значущої інформації (у тому числі і з новітніх джерел), розробити сучасні стратегії комплектування джерелами й освоїти передові технологічні напрацювання у сфері використання електронних інформаційних ресурсів.

Список використаних джерел

1. Свободная энциклопедия Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Новые_медиа. – Загл. с экрана.

2. *Маклюэн М.* Понимание Медиа: Внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева ; закл. ст. М. Вавилова. – М., Жуковский : «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с.

3. *Тоффлер А.* Футурошок / А. Тоффлер. – СПб. : Лань, 1997. – 412 с.

4. Washington ProFile [Electronic resource] – Mode of access: <http://www.washprofile.org/ru/node/6666>. – Title from the screen.

5. The Power and Politics of Blogs / Daniel W. Drezner, Henry Farrell. – [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.utsc.utoronto.ca/%7Efarrell/blogpaperfinal.pdf>. – Title from the screen.

6. Материалы сборника «Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet» [Электронный ресурс] / под ред. В. Л. Волохонского, Ю. Е. Зайцевой, М. М. Соколова СПб. : СПбГУ, 2007. – Режим доступа: <http://volokhonsky.ru/internet/>. – Загл. с экрана.

7. Блоги как инструмент политической коммуникации [Электронный ресурс] / Ефремова А. // PR-технологии в информационном обществе : материалы IV Всероссийской науч.-практ. конф. Ч. I. СПб.: СПбГУ, 2007 – Режим доступа: <http://www.prpro.spb.ru/filez/sbornik2007 part1.pdf>. – Загл. с экрана.

8. *Почепцов Г.* Україна та її інформаційне майбутнє [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/4474>. – Назва з екрана.

9. *Любимий Я. В.* Сучасна масова свідомість: динаміка і тенденції розвитку / Я. В. Любимий // АН України, Ін-т філософії. – К. : Наук. думка, 1993.

10. *Горовий В. М.* IT-субкультури в структурі сучасного суспільства / В. М. Горовий // Україна: події, факти, коментарі. – 2012. – № 5. – С. 76–85.

11. *Левченко О.* Масова політична свідомість перехідної доби: українські реалії та перспективи / О. Левченко // Нова політика. – 1999. – № 6. – С. 20–22.

12. Менеджмент от и до [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://managementzone.ru/archives/479>. – Загл. с экрана.

13. Вільна енциклопедія Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Сугестія>. – Назва з екрана.

14. Методичні рекомендації з протидії проявам нетерпимості, ксенофобії та расизму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.usipr.kiev.ua/files/.osce_recommendations_procuratura2011. – Назва з екрана.