

Наталія Аксьонова,

наук. співроб. відділу технологій електронної обробки інформації НІОБ
Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського

МАНІПУЛЯТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ОБМІНАХ І СУЧАСНА БІБЛІОТЕЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ

У статті йдеться про маніпулятивні інформаційні технології, що застосовуються в Інтернеті, розглядаються сучасні форми цієї діяльності та ефективність її впливу на свідомість і громадську думку.

Ключові слова: ЗМІ, Інтернет, інформація, маніпуляція, свідомість, технологія.

Роль ЗМІ в сучасних інформаційних обмінах набуває зростаючої значущості з розвитком інформаційних технологій, оскільки із застосуванням комплексу вербальних і невербальних ресурсів, використанням дедалі глибших уявлень про психологію людини, лінгвістичних прийомів та інших маніпулятивних можливостей оперування змістом текстів, що безпосередньо впливає на свідомість людини, ЗМІ здатні змінювати уяву про дійсність.

Метою статті є аналіз найбільш уживаних маніпулятивних прийомів, що використовують ЗМІ в Інтернеті, впливу інформації періодичних видань на колективну свідомість, використання їх у політичних інтересах.

У науковій літературі поняття «інформаційний вплив» зазвичай визначається як організоване цілеспрямоване застосування спеціальних інформаційних засобів і технологій для внесення змін у свідомість особистості, що безпосередньо спрямовано на корегування поведінки соціальних груп чи населення [13]. У своїй статті «Маніпуляція: Психологічне визначення поняття» Є. Доценко проаналізував частоту застосування термінів, що формують психологічне поняття «маніпуляція» різними вченими, виділивши такі критерії термінів, як: «скрито, неявно, обман», частіше згадуються в наукових працях Б. Бессонова, Р. Гудіна, О. Йокоями, Д. Рудинова, Г. Шиллера; «володарювання, експлуатація, контроль, управління» в працях Д. Волкогонова, Е. Шострома; «програмування думок, намірів» ввів і дослідив Г. Шиллер.

На основі цього Є. Доценко запропонував особисте визначення, а саме: маніпуляція – це вид психологічного впливу, що використовується для

досягнення одностороннього виграшу за допомогою прихованого спонукання іншого до вчинення певних дій [2, с. 137].

По суті, маніпуляція це – прихований психологічний прийом, і за висловом С. Винаgradoвої, характер маніпулятивних дій, до яких вдаються ЗМІ, має ознаку «мовного насилля» [1] і це насильство є ще небезпечніше, ніж звичайне, оскільки впливає на підсвідомість, сприйняття реальності, працює на задоволення чужих політичних, комерційних потреб.

Узагалі маніпулятивні способи подачі інформації можна поділити на такі групи:

- 1) пряме підтасовування фактів;
- 2) замовчування невігідної інформації;
- 3) упередженість інтерпретації фактів;
- 4) надання сфальсифікованої інформації;
- 5) навішування ярликів для компрометації політиків;
- 6) використання групових інтересів тощо.

Американський учений Г. Шиллер ще в 70-роках ХХ ст., вивчаючи вплив ЗМІ та психологію маніпуляції, зауважив, що способів маніпуляції є багато, але цілком очевидно, що головним є контроль на всіх рівнях над інформаційним апаратом і апаратом формування ідей [16, с. 25], тому свідомість більшості людей із самого дитинства надійно запрограмована [16, с. 41].

На його думку, програмування свідомості базується на п'яти міфах, що становить основний зміст і базу для маніпуляції, програмування, управління та формування індивідуально-масової свідомості в суспільствах, а саме:

– **міф про індивідуалізм і особистий вибір**: основою свободи громадян є наявність гарантованого індивідуального вибору;

– **міф про нейтралітет**: для досягнення найбільшого успіху маніпуляція повинна бути непоміченою, маніпуляції потрібна фальшива дійсність, люди повинні вірити в нейтральність соціальних інститутів, у те, що уряд, засоби масової інформації, система освіти та науки знаходяться за рамками конфліктуючих соціальних інтересів;

– **міф про незмінну природу людини**, людські устремління сприяють соціальним змінам, але коли очікування невеликі, превалює пасивність;

– **міф про відсутність соціальних конфліктів**: сконцентрування уваги на недоліках революційних громадських рухів, приховування від громадськості реальності існування панування та експлуатації;

– **міф про плюралізм засобів масової інформації**: уява про

індивідуальний вибір в умовах культурно-інформаційного різноманіття [16, с. 25–36]. Вибір і різноманітність – ілюзорні поняття, ось чому, на думку Г. Шиллера, цей міф є головний, що забезпечує успіх маніпуляції в дійсності.

Індустрія ілюзорного світу широко підтримується великими рекламодавцями, контролюється урядом і впроваджується засобами масової комунікації, як активним учасником у їх створенні та трансляції.

За Г. Шиллером використання міфів потрібно, щоб тримати людей в покорі [16, с. 42], а для досягнення головної цілі маніпуляції, що формує їх свідомість, а саме «пасивності індивіда» використовують такі методи як: *подрібнення, фрагментація інформації* (локалізований підхід, неможливість осягнути проблему в цілому) та *негайність передачі інформації* (створювання відчуття важливості інформації як наслідок послаблення у людини здатності критично оцінювати інформацію).

Виходячи з досліджень та аналізу впливу інформації на аудиторію, канадський учений М. Маклуен у свій час вивів тезу: «Істинно тотальна війна – це війна за допомогою інформації» [7].

Продовжуючи цю тему, Г. Почепцов у своїх працях наголошує на постійному розвитку інформаційного простору, що продукує нові можливості для застосування різного інструментарію щоб змінити поведінку супротивника/опонента. За його твердженням кожен тип війни спрямований на власний тип простору, звичайна війна – на простір фізичний, інформаційна – на інформаційний, смислова – на простір когнітивний; «інформаційні війни змінюють набір фактів, смислові – набір знань. На базі змінених фактів починають прийматися інші рішення», і це початок перебудови свідомості людини, оскільки «на базі змінених знань факти вже не потрібні» [11].

У свою чергу С. Кара-Мурза підкреслив, що заміна слів і понять політичними евфемізмами, як ціла технологія, призводить до важкої хвороби суспільства. Політичні евфемізми, що маскують істинний сенс явищ, створюються і за допомогою термінів і при цьому терміни володіють магічним впливом на свідомість, маючи на собі відбиток авторитету науки [8].

Соціальна, комунікативна взаємодія здебільшого відбувається через тексти, які породжує та сприймає особистість, тому в сучасній науці відбувається інтенсивне дослідження впливу тексту і, як зауважують дослідники, початком впливу текстів на свідомість є назва, заголовок статті чи повідомлення, «заголовок намічає собою ту домінанту, яка визначає собою побудову розповіді» [10].

Залежно від цілей та завдань, а саме: привернути увагу до матеріалу, стисло повідомити основний зміст, зацікавити читача чи досягнути емоційного впливу, проявляється не тільки майстерність авторів, але і їх наміри чи то орієнтувально-інформативні, рекламні, або відкрито агресивні, спрямовані на супротивника, конкурента, політичного опонента.

У своїх дослідженнях О. Кучерова пропонує враховувати ще й прагматичну характеристику заголовка, як засіб привернення читацького інтересу він має дію в трьох напрямках, це: орієнтація на наступний текст (проспективний характер), автоцентричність (реалізація авторського бачення світу) і антропоцентричність (орієнтація на адресата, тобто задоволення його інформаційних, естетичних і духовних потреб), які перетворюють «заголовок у дієвий засіб прагматичного впливу» [10].

Будучи частиною тексту, заголовок тісно пов'язаний зі змістом матеріалу, виражає основну думку, його суть, служить своєрідним кодом. В одних назва вже є тезою до розуміння тексту, а в деяких воно настільки закодоване, що проблему можна зрозуміти лише після прочитання всієї статті. І в цьому простежується маніпулятивна роль – привернути увагу, зацікавити, а потім спрямовувати та керувати думкою реципієнта в потрібному руслі. І як один із прийомів у заголовках часто вже міститься оцінка подій та фактів, про які повідомляється.

Також до ознак прихованої маніпуляції відносять подачу інформації у спрощеній, стереотипній формі, з частими повторами, енергійним, емоційним натиском, у формі твердження, що миттєво впливає на аудиторію. Чим простіша інформація, тим більше шансів, що дії, на які вона спонукає, можуть виконуватися автоматично, особливо коли не суперечать переконанням об'єкта. Тому рівень ефективності впливу залежить від складності змісту, конкретності, суспільної важливості поданого матеріалу, «тобто, чим конкретніший заклик до дії, тим вищий ступінь автоматизму відповідної реакції» [13].

Інтернет-середовище створює всі умови для маніпулювання думкою користувачів, а спеціально підготовлені журналісти, коментатори, блогери намагаються застосовувати методи маніпулювання, які можна назвати пропагандистськими та маніпулятивними одночасно, нав'язуючи своє чи заказане бачення внутрішньополітичної ситуації, розхитуючи настрої в суспільстві, поширюючи дезінформацію різного кольору. Це може бути «чорна пропаганда» – придумані події та вигадані люди, «сіра пропаганда» – напівправа, чи «біла пропаганда», де джерела інформації, подія є достовірними, а смисл подається під певним ухилом.

Так наприклад, інформаційна агенція «Крым Медиа» на своєму сайті 7 квітня 2015 р. розмістила інформацію під заголовком «Читатели Time считают, что Путин влиятельнее Обамы и Меркель» (<http://krymedia.ru/politics/3375591-chytately-Time-schytait-cto-putyn-vlyiatelnee-obamy-u-merke>), де йдеться, що президент Росії В. Путін зайняв друге місце в щорічному рейтингу американського журналу Time «100 найвпливовіших людей планети». Відкриваючи першоджерело, дійсно під назвою Vladimir Putin Surges to Second in TIME 100 Poll (<http://time.com/3772023/time-100-poll-vladimir-putin>), що в українському перекладі: «Володимир Путін зайняв друге місце в опитуванні TIME 100», без порівнянь з Обамою чи Меркель. У першому ж рядку зовнішня політика російського лідера визначається, як агресивна The Russian leader's aggressive foreign policy has turned heads worldwide, президент Росії «войовничий» (Russia's bellicose president), нагадується про його підтримку українських повстанців та анексію Криму (thanks to his rumored support for Ukrainian rebels and his annexation of Crimea last year), хоча інформаційна агенція «Крым Медиа» все це ігнорувала.

Як зазначають експерти, використовуючи можливості соціальних мереж протягом останніх років, для впливу на формування громадської думки українців російськими спецслужбами активно створювалися проросійські веб-ресурси, сторінки на Facebook, «ВКонтакте», LiveJournal, подавалося відповідне відео на YouTube [4, с. 235], застосовувалися всі можливості впливу.

Підтвердженням цього може бути приклад, як російський сайт «НьюсБалт» подає інформацію про призначення В. Павлюка генконсулом у Любліні, визначаючи його як «украинский необандеровец» (<http://www.newsbalt.ru/detail/?ID=54124>), який «публично выражал одобрение и поддержку Украинской повстанческой армии, которая воевала против советских партизан и отрядов польского подполья». Таке повідомлення може мати вплив для розхитування ситуації та збудження настроїв серед населення Сходу, підкріплення їх ворожого, підозрілого ставлення до жителів Західної України, ототожнюючи їх з поняттям «бандерівці».

Інший приклад прояву неприкритої пропаганди та розхитування міжетнічних настроїв у Західній Україні: група, яка називає себе «Президия сетевого русинского движения», координатором якої є, так званий, прем'єр-міністр Республіки Підкарпатська Русь П. Гецко, які відкрито підтримують політику В. Путіна, проявляють сепаратистські настрої, тому що, як ідеться в статті, закарпатські русини не бажають залишатися в складі «нацистської України» (<http://ss69100.livejournal.com/1476246.html>),

використовується один із прийомів маніпулятивного впливу, а саме подача інформації у вигляді цифр, за результатами опитувань, з посиланням на міфічне джерело – «соцпросов закарпатцев», з дозованою періодичністю на блог-платформі LiveJournal подають таку інформацію:

– «74% опрошенных закарпатцев не считают украинскую власть на Закарпатье народной» (<http://uzepervi.livejournal.com/268604.html>);

– «65,5 % опрошенных закарпатцев считает, что Русский мир не мешает, а усиливает Русинов» (<http://uzepervi.livejournal.com/2015/03/05/>);

– «100 % опрошенных закарпатцев считает, что мобилизованные в АТО закарпатцы расходный материал» (<http://uzepervi.livejournal.com/2015/02/22/>).

При цьому часто використовується агресивна, брутальна мова, перекручена інформація, постійне приниження української нації, уряду та прославлення «русского мира»: «92 % опрошенных закарпатцев считает, что украинство – это учение войны и ненависти. Оно просто не может иначе. Потому, что у украинства нет ничего своего. Шевченко думал и разговаривал по-русски» (http://getsko-p.livejournal.com/#post-getsko_p-555117).

У березні 2015 р. Київський міжнародний інститут соціології (КМІС) презентував результати дослідження індексу результативності російської пропаганди (РРП), експерти вибрали ті тези офіційної російської пропаганди, яким вірить понад 80 % російського населення і виявили, якою є їхня підтримка українським населенням. Респондентам запропонували висловити свою згоду чи незгоду із судженнями про Майдан, США, АТО, довіру до російських та українських ЗМІ. З'ясувалося, що у Східному регіоні значення індексу в чотири рази вище, ніж у Західному (48 проти 12). У Центральному регіоні індекс РРП становить 19, у Південному – 32 [2].

На думку експертів КМІС, такий індекс може стати інструментом для оцінки ефективності російської пропаганди та протидії їй.

Часто в інтернет-виданнях можна зустріти такі методи як посилання на анонімне джерело, такий спосіб знімає відповідальність зі ЗМІ за недостовірність поданої інформації.

Методи та маніпулятивні прийоми, що використовують ЗМІ, описані в працях багатьох учених та експертів, які досліджують питання масових комунікацій, так зокрема, у праці В. Сороченка «Энциклопедия методов пропаганды (Как нас обрабатывают СМИ, политики и реклама)» [15] подається довідник-словник, у якому детально згруповані найпоширеніші види текстової маніпуляції з розшифровкою їх впливової дії, так наприклад: посилання на «авторитет» з використанням таких

термінів, як «експерт», «політолог», «видатний діяч» тощо; «анонімний авторитет»; «демонізація ворога» (перетворення представника іншої нації, етнічної групи або прихильника іншої точки зору в аморальних, безжалісних); «культ особистості»; «отруйний сандвіч»; «принцип контрасту»; «створення інформаційної хвилі» тощо, багато з яких легко знаходимо в сьогодишніх матеріалах російських і проросійських ЗМІ.

Так, на російському сайті «Национальная Служба Новостей» у матеріалі «Эксперт: В мире должны услышать крымчан, а не политиков» (<http://nsn.fm/society/ekspert-v-mire-dolzhy-uslyshat-krymchan-a-ne-politikov-.php>) йдеться про соціологічне дослідження: «Рік в Росії. Опитування мешканців кримської столиці: настрої, думки, очікування», де вже в назві простежується маніпулятивна дія: застосовуються терміни «експерт» (довіра фахівцю); примусовий термін «должны»; апеляція до світової спільноти – «в мире должны услышать»; гра в демократію: треба почути простий народ – «крымчан», а не політиків. А в самому тексті слова експерта «абсолютна більшість» звучать, як твердження, чітка позиція.

У статті С. Дорошенка «Хунта нападает на православие» (<http://www.segodnia.ru/content/159045>) йдеться про те, що в Україні проти Православної церкви Московського патріархату розпочато справжню війну, де «единым фронтом выступают униаты, раскольники-самосвяты “филаретовцы”, СБУ и боевики-правосеки», які змушують настоятелів храмів переходити в секту, очолювану «анафиматствованным растригой “Филаретом”», використовуючи всі методи психологічного натиску, а якщо не допомагають загрози то, «переходят к действию – могут избить детей, сжечь дом или машину», «“украинские” палачи не только избивали», «но и применяли столь излюбленную ЦРУ-шниками пытку утоплением». У тексті застосовуються терміни, що у свідомості людини асоціюються з диктатурою, застосування насильницьких дій: «хунта», «українське гестапо», «українські карателі», «нацистський батальйон».

Кримськотатарська громадська організація «Мілли Фірка» (Народна партія), яка не підтримує нову українську владу, є постійним опонентом меджлісу та ситуативним союзником Кремля, на своєму сайті вдало застосовує прийом «створення інформаційної хвилі» стосовно його лідерів меджлісу М. Джемільова, Р. Чубарова та активістів, часто подаючи статті з інших сайтів, змінюючи тільки назви, у яких простежується ставлення до політичних супротивників, так, у статті «В заговоре против Турции и Эрдогана участвует Джемилев?» (<http://milli-firka.org/content/DBAGKDDK/title/В-заговоре/#content31069339>) згадування

в назві прізвища «Джемільов» ще до прочитання статті вже має маніпулятивну, пропагандистську дію, зосередити читача на персоні надаючи їй негативних ознак, хоча в оригіналі стаття має назву «Против президента Турции созрел настоящий международный заговор» (<http://oko-planet.su/politik/politiklist/272886-protiv-prezidenta-turcii-sozrel-nastoyaschiy-mezhdunarodnyy-zagovor.html>).

Інші джерела, розкручуючи цю хвилю, вже стверджують: «Смирнов: Джемилев выполняет политзаказ, чтобы рассорить РФ и Турцию» (<http://crimea.ria.ru/politics/20150407/259396.html>); «Крымский чиновник: Джемилев посягает на авторитет Эрдогана» (<http://news.allcrimea.net/news/2015/4/8/krymskii-chinovnik-dzhemilev-posyagaet-na-avtoritet-erdogana-34690/>) і заголовок-вердикт «Джемилев ведет Эрдогана к гибели» з азербайджансьго сайту AXAR.az (<http://ru.axar.az/news/1658>).

Ці приклади є доказом зробленого О. Кучеровою висновку, що заголовки є одним з найважливіших елементів у процесі «інтерації адресант – адресат» і залежно від інтелектуального рівня останнього, його знань, схильності до емоційного сприйняття інформації, вміння критично її оцінювати, смисловий посил, який закладено в назві статті, повідомленнях, може впливати на зміну цінностей, уявлень з подальшою їх реалізацією в сприйнятті текстів. У такий спосіб здійснюється комунікативний зв'язок між заголовком і текстом, який відбивається у свідомості реципієнта [10].

Тому в період інформаційних війн існує реальна загроза зростання маніпулятивного соціально-психологічного впливу на колективну свідомість, збудження суспільно-політичних настроїв, формування стереотипів поведінки, нав'язування заданих установок.

У зв'язку з цим нейтралізація маніпулятивної інформації, негативних інформаційних впливів має нейтралізуватися достовірною, правдивою інформацією вітчизняних інформаційних центрів. Мають бути створені умови, що забезпечать ефективне використання наявних у розпорядженні суспільства інформаційних ресурсів. І в цій справі зростає значення сучасної бібліотечної діяльності. Прикладом такої діяльності є інформаційно-аналітичні продукти Служби інформаційно-аналітичного забезпечення (СІАЗ), Національної юридичної бібліотеки (НЮБ) та Фонду Президентів України (ФПУ) Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. СІАЗ та НЮБ готуються для широкої аудиторії тематичні видання, що відображають хід реалізації ініціатив Президента П. Порошенка («Ініціативи Президента України Петра Порошенка (шляхи реформування)»), в інформаційно-аналітичному

біюлетені висвітлюється оцінка громадської думки щодо правотворчої діяльності в Україні («Громадська думка про правотворення»), також відображення актуальних проблем суспільного життя в соціальних мережах («Соціальні мережі як чинник інформаційної безпеки»), бюлетенях «Національні меншини в Україні», «Безпека інформаційної сфери» та ін.

Зокрема в бюлетені «Безпека інформаційної сфери» подаються структуровані за розділами матеріали мас-медіа про тенденції розвитку вітчизняного та зарубіжного інформаційного простору, питання безпеки інформаційного простору, кіберзлочинності та захисту інформації, ілюструються певні ситуації та тенденції інформаційно-ідеологічних потоків спотвореної чи вигаданої інформації [4, с. 234].

Поряд із цим на розгляд громадської думки в інформаційно-аналітичних і монографічних виданнях цих підрозділів бібліотеки ставляться питання про необхідність упорядкування інформаційної діяльності, удосконалення національного інформаційного комплексу, що надасть можливість оперативно реагувати на інформаційні диверсії, знаходити шляхи їх нейтралізації та забезпечувати достовірною інформацією громадян власної країни, у тому числі й тих, які перебувають під чужими інформаційними впливами, а також інформувати про ситуацію в країні міжнародну спільноту [14, с. 34].

Розглядаючи тенденції змін у національному інформаційному просторі, можемо дійти висновку що разом із НБУВ інші провідні бібліотечні установи України переходять до активних форм інформаційної, інформаційно-аналітичної роботи в національному інформаційному просторі і своєю діяльністю, правдивою, актуальною інформацією, введенням в обіг інформації своїх фондів певною мірою сприяють нейтралізації негативних інформаційних впливів, консолідації українського суспільства. Більшої ефективності ця робота набуде з більш активним освоєнням бібліотечними установами сучасних інформаційно-аналітичних технологій, з розвитком кооперації в бібліотечній сфері, об'єднанням для продуктивного використання в інтересах суспільства електронного інформаційного ресурсу.

Література

1. *Виноградова С. А.* Политический медиадискурс как коммуникативное явление с манипулятивным потенциалом [Электронный ресурс] / С. А. Виноградова // Мир науки, культуры, образования. – 2010. – Вып. № 4–1. – С. 45–47. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/>

politicheskiiy-mediadiskurs-kak-kommunikativnoe-yavlenie-s-manipulyativnym-potentsialom.pdf. – Загл. с екрана.

2. *Доценко Е. Л.* Манипуляция: Психологическое определение понятия / Е. Л. Доценко // Российская академия наук. Психологический журнал. – Т. 14. – № 4. – Москва : Наука. – 1993. – С. 132–138.

3. *Доценко Е.* Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е. Доценко. – Москва : ЧеРо. – 1997. – 344 с.

4. *Желай О.* Організація бібліотечного моніторингу негативних інформаційних впливів на інформаційний простір України / О. Желай // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2014. – Вип. 39. – С. 230–243.

5. Загальні засади мовної комунікації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=730016>. – Назва з екрана.

6. Індекс результативності російської пропаганди [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=510&page=1>. – Назва з екрана.

7. Інформаційна війна [Електронний ресурс] / Вікіпедія – вільна енциклопедія. – Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/Інформаційна_війна. – Назва з екрана.

8. *Кара-Мурза С. Г.* Манипуляция сознанием [Электронный ресурс] / С. Г. Кара-Мурза. – Режим доступа: http://www.kara-murza.ru/books/manipul/manipul_content.htm. – Загл. с экрана.

9. *Катенева И. Г.* Механизмы и языковые средства манипуляции в текстах СМИ (на примере общественно-политических оппозиционных изданий) автореф. дис. ... канд. фил. наук : 10.02.01 / Катенева Ирина Геннадиевна. – Новосибирский государственный пед. университет Новосибирск, 2010. – 24 с. – Режим доступа: medialing.spbu.ru/upload/files/file_1394717918_5533.doc. – Загл. с экрана.

10. *Кучерова О.* Функціонально-комунікативні особливості заголовка політичної та економічної статей англomовної газети [Електронний ресурс] / О. Кучерова // Наукові записки. Том 20. Філологічні науки / Національний університет «Києво-Могилянська академія». – Київ : СтилоС. – 2002. – С. 32–35. – Режим доступу: http://elib.ukma.edu.ua/NZ/NZV20_2002_philol/08_kucherova_oo.pdf. – Назва з екрана.

11. *Почепцов Г.* Смыслові та інформаційні війни: пошук відмінностей [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/smislovi_ta_informatsiyni_viyini_poshuk_vidminnostey/. – Назва з екрана.

12. *Почепцов Г.* Сучасні інформаційні війни [Електронний ресурс] /

Г. Почепцов. – Режим доступу: <http://publish-ukma.kiev.ua/ua/katalog/novinki/244-suchasni-informacijni-vijni.html>. – Назва з екрана.

13. Основні поняття маніпулятивного впливу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/19311113/psihologiya/osnovni_popyattu_manipulyativnogo_vplyvu. – Назва з екрана.

14. Національні інформаційні ресурси як інтегративний чинник вітчизняного соціокультурного середовища : [монографія] / [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2014. – 296 с.

15. *Сороченко В.* Энциклопедия методов пропаганды (Как нас обрабатывают СМИ, политики и реклама) [Электронный ресурс] / В. Сороченко. – Режим доступа: <http://psyfactor.org/propaganda.htm>. – Загл. с экрана.

16. *Шиллер Г.* Манипуляторы сознанием / Г. Шиллер. – Москва : Мысль. – 1980. – 326 с.

References

1. Vinogradova, S. A. (2010). Politicheskij mediadiskurs kak kommunikativnoe javlenie s manipuljativnym potencialom [The political media discourse as a communicative phenomenon with the manipulative potential]. *Mir nauki, kul'tury, obrazovanija – The world of science, culture, education*, issue. 4–1, 45–47. Retrieved from <http://cyberleninka.ru/article/n/politicheskij-mediadiskurs-kak-kommunikativnoe-yavlenie-s-manipulyativnym-potentsialom.pdf> [in Russian].

2. Docenko, E. L. (1993). Manipuljacija: Psihologicheskoe opredelenie ponjatija [Manipulation: The psychological definition]. *Rossijskaja akademija nauk. Psihologicheskij zhurnal – Russian Academy of Sciences. Psychological Journal*, Vol. 14, 4, 132–138 [in Russian].

3. Docenko, E. (1997). Psihologija manipuljacji: fenomeny, mehanizmy i zashhit [Psychology of manipulation: the phenomena, mechanisms and protection]. Moscow: CheRo [in Russian].

4. Zhelaj, O. (2014). Orhanizatsiia bibliotechnoho monitorynhu nehatyvnykh informatsijnykh vplyviv na informatsijnyj prostir Ukrainy [Organization of library monitoring of negative information effects in the information field of Ukraine]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy im. V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, issue. 39, 230–243 [in Ukrainian].

5. Zahal'ni zasady movnoi komunikatsii [General principles of verbal

communication]. bibliofond.ru. Retrieved from <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=730016> [in Ukrainian].

6. Indeks rezul'tatyvnosti rosijs'koi propahandy [Index performance russian propaganda]. www.kiis.com.ua. Retrieved from <http://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=510&page=1> [in Ukrainian].

7. Informatsijna vijna [Information war]. uk.wikipedia.org. Retrieved from http://uk.wikipedia.org/wiki/Інформаційна_війна [in Ukrainian].

8. Kara-Murza, S. G. Manipuljacija soznaniem [Manipulation of consciousness]. www.kara-murza.ru. Retrieved from http://www.kara-murza.ru/books/manipul/manipul_content.htm [in Russian].

9. Kateneva, I. G. (2010). Mehanizmy i jazykovye sredstva manipuljacji v tekstah SMI (na primere obshhestvenno-politicheskikh oppozicionnyh izdanij) [Mechanisms and language tools of manipulation in the texts of the media (for example, public and political opposition publications)]. Extended abstract of candidate's thesis. Novosibirsk. Retrieved from medialing.spbu.ru/upload/files/file_1394717918_5533.doc [in Russian].

10. Kucherova, O. (2001). Funktsional'no-komunikatyvni osoblyvosti zaholovka politychnoi ta ekonomichnoi statej anhlomovnoi hazety [Functional communication features headline political and economic articles English-language newspaper]. *Naukovi zapysky*. Tom 20. Filolohichni nauky – *Scientific Notes*. Volume 20. Philology, 32–35. Retrieved from http://elib.ukma.edu.ua/NZ/NZV20_2002_philol/08_kycherova_oo.pdf [in Ukrainian].

11. Pocheptsov, H. Smyslovi ta informatsijni vijny: poshuk vidminnostej [Semantic and information war: search differences]. osvita.mediasapiens.ua. Retrieved from http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/smislovi_ta_informatsijni_vijny_poshuk_vidminnostej [in Ukrainian].

12. Pocheptsov, H. Suchasni informatsijni vijny [Modern information war]. publish-ukma.kiev.ua Retrieved from <http://publish-ukma.kiev.ua/ua/katalog/novinki/244-suchasni-informacijni-vijni.html> [in Ukrainian].

13. Osnovni poniattia manipulyativnoho vplyvu [Concepts manipulative influence]. pidruchniki.com. Retrieved from http://pidruchniki.com/19311113/psihologiya/osnovni_ponyattya_manipulyativnogo_vplyvu [in Ukrainian].

14. Natsional'ni informatsijni resursy iak integratyvnyj chynnyk vitchyznianoho sotsiokul'turnoho seredovyscha [National information resources as an integrative factor of national socio-cultural environment]. (2014). NAN Ukrainy, Nats. b-ka Ukrainy im. V. I. Vernads'koho – NAS of Ukraine, V. I. Vernadsky National Library of Ukraine [in Ukrainian].

15. Sorochenko, V. Jenciklopedija metodov propagandy (Kak nas obrabatyvajut SMI, politiki i reklama) [Encyclopedia propaganda

techniques (How we handle the media, politics and advertising)]. psyfactor.org. Retrieved from <http://psyfactor.org/propaganda.htm> [in Russian].

16. Shiller, G. (1980). Manipuljatory soznaniem [Manipulators consciousness]. Moscow: Mysl' [in Russian].

Стаття надійшла до редакції 20.05.2015.

Natalya Aksyonova

V. I. Vernadsky National Library of Ukraine

Manipulative Technologies in Modern Information Exchange and Modern Library Activities

The article deals with information technology, especially the use of manipulative techniques used online media to convey information, texts that have meaningful impact on the human mind, certain social groups in society to achieve the objectives in order of political, commercial and other stakeholders.

Highlights studies by different authors on the role and application of methods of influence on media audiences are data index performance Russian propaganda in different regions of Ukraine.

In the case studies analyzed manipulative techniques of information and concluded that using a special vocabulary, terminology, names of articles and reports in conditions of information warfare growing threat to social and psychological impact of directional on changing perceptions about real human events forming behavior, the imposition of a given social setting and excitement-political sentiment.

Keywords: media, Internet, information, manipulation, mind, technology.

Наталья Аксенова

Национальная библиотека Украины имени В. И. Вернадского

Манипулятивные технологии в современных информационных обменах и современная библиотечная деятельность

В статье освещаются информационные технологии, особенно использование манипулятивных приемов, которые применяют СМИ в Интернете для передачи информации, текстов, целенаправленного воздействия на сознание человека, отдельных социальных групп в обществе для достижения намеченных целей по заказу политических, коммерческих и других заинтересованных сторон.

Приводятся исследования различных авторов относительно роли и применения методов воздействия информации на аудиторию, подаются данные индекса результативности российской пропаганды по различным регионам Украины.

На конкретных примерах анализируются манипулятивные приемы передачи информации и делается вывод, что с использованием особой лексики,

терминологии в названиях статей и сообщений в условиях информационных войн возрастает угроза социально-психологического воздействия, направленного на изменение представлений человека о реальных событиях, формирования стереотипов поведения, навязывание заданных установок и возбуждения общественно-политических настроений.

Ключевые слова: СМИ, Интернет, информация, манипуляция, сознание, технология.