

Наталія Аксьонова,

наук. співроб.,

Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ МАС-МЕДІА В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

У статті розглядаються питання медіа-впливу та ставлення населення до ЗМІ. Наведено дані соціологічних досліджень, які проводилися в південних і східних областях України провідними українськими установами та медіа-компаніями, дані моніторингу інтернет-видань окупованих районів Донецької та Луганської областей, також приклади маніпулятивного впливу на суспільну думку з застосуванням лінгвістичної тактики.

Ключові слова: вплив, довіра, дослідження, інформаційна війна, маніпуляція, медіа, соціологія.

Свого часу американські дослідники П. Лазарсфельд і Б. Берельсон, наукові праці яких присвячувалися дослідженню масової комунікації під час президентських кампаній, запропонували вивчати ефективність медіа-впливів за одним з таких векторів: певні види повідомлень за певними темами, запропоновані увазі певних категорій людей за певних умов, справляють певний вплив [1].

Термін «медіа-вплив» або «ефект медіа» використовуються в медіа-знавстві, психології, теорії спілкування, соціології для позначення ймовірних шляхів впливу медіа на його аудиторію: її думки (уявлення) і поведінку. Засоби масової інформації відіграють важливу роль у формуванні та висвітленні громадської думки, поєднуючи світ з особистістю та відтворюючи самооцінку суспільства [2].

Залежно від рівня освіти, досвіду, поінформованості, уподобань, культури, емоційності світосприйняття, люди поділяються на соціально-психологічні категорії (групи), яким притаманні типологічні характеристики. Тому, виробники інформації, враховуючи всі відмінності, для досягнення своїх цілей та впливу на свідомість використовують інформаційно-маніпулятивні технології, адресуючи до певного типу аудиторії.

Як зазначає науковець та експерт з інформаційної політики Г. Почепцов, «існує велика кількість невоєнних дій, які по своїй ефективності можуть порівнятися з кінетичними. І найбільш наближено до них по безлічі своїх функцій інформаційна зброя, вживання якої населення ніяк не відчуває. Інформація здається безпечною, вона не стріляє і не вибухає. Але це лише у фізичному просторі. В інформаційному та віртуальному просторах вона несе руйнування та непоправні наслідки» [3].

Тому, в умовах коли військова та інформаційна агресія з боку Росії направлена проти України, вивчення питань медіа-впливу, як зсередини так і ззовні, на суспільну думку, настрої серед різних категорій громадян, етнічних громад, їх прояви та волевиявлення щодо політико-економічних перетворень у країні є важливим і актуальним.

Дослідження щодо ставлення населення до ЗМІ є одним з основних показників для вивчення, аналізу наповнення інформаційної складової, оцінки суспільних, електоратних настроїв, медіа-грамотності, а також подальшого вироблення державної інформаційної політики, шляхів протистояння інформаційній зброї, маніпулятивній інформації тощо.

Так, одна з провідних українських компаній на медіа-ринку ГО «Детектор медіа», слоган, якої «Watch dog українських ЗМІ», що в перекладі з англійської – контрольний таймер, або буквально «вартовий пес», у травні 2017 р. представила звіт [4] щодо спроможності уряду РФ впливати на процеси в інформаційному просторі таких країн, як Україна, Грузія, Угорщина та Чехія. Інформаційний вплив вимірювався у вигляді індексу, для визначення якого, з одного боку, враховувались можливості та ресурси, а з іншого – протидія з боку демократичних країн.

Найбільші можливості впливу виявились в Угорщині, індекс становив – 61, далі Грузія – 54, Україна – 49, найменший індекс у Чехії – 48.

За висновками експертів, в усіх країнах медіа-простір є сприятливим для інформаційних впливів і причини тому: олігархічна власність на ЗМІ; падіння довіри до медіа, які не активно виявляють маніпуляції та пропаганду, натомість можуть поширювати фейки, міфи, мало приділяють уваги медіа-грамотності громадян тощо. Але водночас Україна є лідером у протидії кремлівській пропаганді (крім окупованих територій), у країні вже діє відповідне законодавство, а ряд інформаційно-аналітичних установ громадські організації беруть активну участь у дослідженні пропаганди та інформуванні громадян про її небезпеку.

Щоб вистояти в таких умовах кожній державі необхідна консолідація, довіра до влади, а з боку держави – широкомасштабна інформаційна політика швидкого реагування з застосуванням сучасних технологій.

Для вироблення ефективних механізмів протидії важливо проаналізувати потреби громадян, яку інформацію вони обирають, з яких джерел, критерії достовірності, який це має вплив на свідомість, емоційний прояв, як громадяни ставляться до медіа, до урядових інституцій тощо.

Так, наприкінці 2016 р. одна з провідних дослідницьких компаній в Україні – Київський міжнародний інститут соціології (КМІС) – провів опитування громадської думки щодо довіри до соціальних інституцій, а також ЗМІ [5].

Виявилось, що найбільшою довірою серед українців користуються церква, волонтери та Збройні сили України, а найменшою – уряд України, російські ЗМІ та Верховна Рада України (цим інституціям довіряє менше 10% українців), це нижче, ніж у попередні роки.

Щодо ЗМІ, то українським ЗМІ довіряють загалом 26,1% українців, не довіряють більше – 43,3%.

У регіональному розподілі довіра до українських ЗМІ виглядає так: найбільша на Заході країни – 39,3%, Центр – 24,9%, Південь – 21,9%, найменша довіра на Сході – 10%, при цьому на Сході не довіряють – 68,2%.

За результатами схожого дослідження «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів ЗМІ», яке проводила київська соціологічна компанія InMind у травні – червні цього року на замовлення МГО Internews, з метою вивчення звичок українців, оцінки довіри до ЗМІ, рівня медіа-грамотності та обізнаності населення щодо впровадження реформ в Україні, показало, що порівняно з попередніми роками довіра до медіа знизилась. Так, на запитання «Наскільки ви довіряєте новинам», щодо інтернет-ЗМІ 48% респондентів відповіли ствердно (52% – 2016 р., 47% – 2015 р.), щодо національних телеканалів – довіряють новинам 54% (58% – у 2016 р., 61% – 2015 р.), щодо регіональних телеканалів – новинам довіряють 46% , у 2016 р. – 52%, 2015 р. – 51% [6].

Як зазначив директор Internews в Україні В. Шарп, – українці критичніше ставляться до ЗМІ.

55% респондентів відповіли, що їм відомо про те, що в ЗМІ іноді з'являються замовні матеріали й прихована реклама. 64% із обізнаних

вважають, що можуть розрізнити «оплачену новину» – це на 16% більше, ніж минулого року.

Телебачення все ще лишається головним джерелом новин, проте за останній рік аудиторія споживання новин з телебачення знизилася на 5% (2017 р. – 77%, 2016 р. – 82%, 2015 р. – 85%).

Протягом січня – лютого 2017 р. Інститут масової інформації (ІМІ) провів свої «Дослідження медіаситуації в південних і східних областях України» [7]. У кожному регіоні експерти аналізували новини у трьох друкованих медіа, чотирьох популярних інтернет-виданнях та двох телеканалах, загалом було опрацьовано 2612 матеріалів друкованих ЗМІ, 4692 матеріали інтернет-ЗМІ, і 650 матеріалів ТВ.

За результатами моніторингу місцевих ЗМІ виявляється, що найпопулярнішою тематикою в кожній з восьми обстежуваних областей є кримінальні новини, нещасні випадки та аварії, процентне коливання від 13,7 до 26%, крім Запорізької області та Сєвєродонецька. Там найвищий показник висвітлення подій стосується місцевої політики, відповідно 21 і 31% від загальної кількості матеріалів. Далі в списку економіка, бізнес-новини, категорія «інше», місцева політика, місцеві культурні події, спорт.

Серед списку виділяються одеські місцеві ЗМІ, щодо тематики своїх повідомлень. Як і в багатьох регіонах найбільше місцеві журналісти пишуть про кримінал, нещасні випадки (21%) та регіональні культурні події (16%). Лише 9% новин стосуються місцевої політики. Триває ігнорування теми збройного протистояння на Сході. Цій темі присвячений лише 1% загальної кількості матеріалів.

Отже, простежується вплив і контроль з боку ЗМІ на тематику новин, що, у свою чергу, впливає на суспільну свідомість.

Як зазначав В. Різун у своїй праці «Теорія масової комунікації», «контроль виявляється у здатності медіа відстежувати наміри, плани, знання, погляди та думки людей, інститутів, суспільства, використовувати їх для планування змісту медіатворів і через систему, зокрема, новин цілеспрямовано впливати на людей. Цей факт сам по собі не є загрозливим до того часу, поки ЗМК не закладають в основу технології праці цю схему, щоб маніпулювати через подачу новин аудиторією» [1].

Треба підкреслити, що одним з основних чинників інформаційних направлень є залежність від медіа-власників, їхнього відношення до політичних партій, бізнесу, реалізації власних інтересів тощо.

Розкриваючи могутність і впливовість власників, можна навести вислів щодо «всесвітнього міністра зв'язку», як його назвала Washington Post, найвідомішого зі всіх медіа-магнатів світу Р. Мердока: «Мердок один з найбільш політично впливових людей у світі. Він – регулювальник всієї інформації, та що виходить з компанії, так і та що поступає до неї» [8, с. 150].

Уже згадувана ГО «Детектор медіа» у липні – серпні 2017 р. провела опитування в дев'яти населених пунктах та в листопаді презентувала звіт за результатами дослідження інформаційного споживання мешканців Луганської та Донецької областей (підконтрольних уряду України) [9].

Основні результати дали змогу виявити масштабні проблеми:

- відсутній фізичний доступ до ЗМІ та рівень задоволення базових потреб;
- громадяни вкрай рідко обирають джерела інформації усвідомлено і раціонально;
- високий рівень недовіри до українських ЗМІ;
- втому від негативу, тому мешканці частково задовольняють потребу в позитиві за рахунок російських і сепаратистських каналів;
- звіти в українських медіа про бойові дії викривлені;
- сильне роздратування від ігнорування проблем громадян, не відображення їхньої реальності;
- деякі громадяни вважають, що зв'язки з Росією треба відновити;
- більшість респондентів, проте, не поділяють ані проросійської, ані проукраїнської позиції, але весь негатив звучить на адресу не Москви, а Києва, тож спостерігається сильний вплив кремлівських нарративів;
- відчуття власної суб'єктності/об'єктності, люди часто не вважають себе господарями свого життя.

Як зазначила консультант проекту із соціальної психології та конфліктології І. Брунова-Калісецька, «люди, які почуваються об'єктами, не бачать можливості впливати на позитивні зміни. Вони не обирають медіа, а споживають те, що є» [9].

Тому таке інформаційне становище, недовіра жителів цього регіону створюють сприятливі умови для російської пропаганди з ціллю дискредитації України, як держави, її демократичних реформ, свобод, розхитування та залякування українців безперспективністю, як одним із способів маніпулятивної технології, що вміло застосовують медіа.

Цей вислів приписують Наполеону: «Трьох вороже налагоджених газет слід боятися більше, ніж тисячі багнетів» [10, с. 16].

І як зауважив Д. Дондурей, це дуже велика, професійна, неймовірно ефективна робота російських медіа, а щоб до контенту була довіра застосовується відточена технологія. За його словами, російське телебачення «значно сильніше, ніж усі секретні служби, армія, Генштаб і будь-який апарат насильства в країні. По дії на народ, по дії на реальну поведінку мільйонів людей його функції і технології по впливу на людей недооцінено» [11].

У січні 2017 р. ГО «Інститут масової інформації» провів моніторинг інтернет-видань окупованих районів Донецької та Луганської областей України. За результатами дослідження на сайтах так званих «ЛНР» та «ДНР» про самопроголошену владу пишуть – лише хороше, про українську владу – лише погане [12].

Так, матеріали про самопроголошену владу так званих «ЛНР» та «ДНР» на:

- 82% компліментарні;
- 18% нейтральні;
- критичних матеріалів немає взагалі.

Про українську владу:

- 87% негативного забарвлення;
- 13% нейтральні;
- позитивних матеріалів не було виявлено взагалі.

Інформації про діяльність російської влади присвячено в середньому 8% новин, причому у переважній кількості вона теж висвітлюється позитивно (91% новин), нейтральними виявилися 9% матеріалів, негативні або критичні матеріали зовсім відсутні.

Картина, яку змальовують місцеві ЗМІ про ситуацію в регіоні, є вкрай спотвореною, недостовірною, медіа напряму залежать від влади, а щодо мешканців, то їх права порушено в можливості усвідомленого вибору інформації, а якщо виникають проблеми, нав'язується твердження, що це складно і середній людині їх просто не зрозуміти. За висловом Е. Фромма, застосовується маніпулятивний прийом «спеціаліст», у нашому випадку «влада», що «відбиває в людей бажання намагатися вникнути в суть проблеми без сторонньої допомоги, розібратися в ній і допомогти розібратися іншим. Людина просто відучується мислити самостійно» [13].

Російська інформаційно-маніпулятивна фабрика пильно відслідковує слабкі сторони в українській політиці і кожен раз змінює свої меседжі. Якщо на початку російської військової агресії проти України всі інформаційні операції були направлені на популяризацію «русского мира» та заперечення Української держави, її історії та майбутнього, потік брутальних визначень, то нині тактика впливу розрахована на розум українців, намагання розхитати ситуацію зсередини, роз'єднати суспільство, посяяти сумнів, апелюючи до критичних висловів українських політиків, журналістів, псевдо українських патріотів.

Тому підтвердженням є назви статей, у яких використовується маніпулятивно-лінгвістична тактика навішування ярликів, ствердження про безперспективність державних реформ: «Украина, новые языковые проблемы: похищение будущего» (<https://rian.com.ua/analytics/20170914/1027672095.html>); українські опозиційні політики використовують принизливі терміни: «Вилкул о «пещерном национализме» в законе об образовании» (<https://rian.com.ua/video/20170913/1027650724.html>); дія радикальних угруповань узагальнюється і подається як загальнодержавна: «Виктор Медведчук: В Украине агрессия, ненависть и нетерпимость возводятся в ранг национальной идеи» (<https://times.com.ua/News/74205/v-ukraine-agressiya-nenavist-i-neterpimost-vozvodyatsya-v-rang-nacionalnoy-idei>); сумнівна інформація: «Голуб: миллионы украинцев хотели бы получить гражданство РФ» (https://news.rambler.ru/world/37399662/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink).

В усіх наведених прикладах застосовується оперативна (або ситуаційна) маніпуляція, коли маніпулятор змушує сприймати будь-яку інформацію так, як йому вигідно, базуючись на стереотипах, потребах, звичках людей і має ознаки підступної тактики з акцентом, панічних настроїв.

Аналізуючи світовий розвиток преси, Г. Маклюєн підсумовує, що «новину необхідно не лише повідомляти, але також збирати і навіть, більше того, створювати». «Таким чином, «роблення новин», як і «роблення товару», припускає світ дій і фікцій» [10, с. 240].

Кожен день «армії тролів» через соцмережі поширюють фейкову інформацію.

The Guardian провела дослідження та проаналізувала матеріали 14 британських ЗМІ, у тому числі The Telegraph, Daily Mail і BBC, а також

продивилася інтернет-статті трьох американських ЗМІ – BuzzFeed, The Huffington Post і Breitbart. Журналісти виявили, що 29 акаунтів російських інтернет-ботів цитувалися більш ніж у 80 різних новинних матеріалах (<http://imi.org.ua/news/brytanski-zmi-tsytuvaly-troliv-rosijskoji-propahandy-doslidzhennya-the-guardian/>).

Використання інформації глобального інформаційного простору не завжди сприяє національним інтересам, нещодавно американські науковці довели, що Росія використовувала цілу армію «ботів» і «тролів» у Twitter, щоб вплинути на результат президентських виборів в США (<https://politerno.com.ua/2017/11/09/amerykanski-zmi-poyasnyly-taktyku-rosijskyh-troliv-na-vyborah-v-ssha/>), референдуму щодо виходу Британії з ЄС (<http://www.pravda.com.ua/news/2017/11/11/7161766/>).

Як заявили представники Twitter, ведення всіх цих пропагандистських акаунтів здійснювалося з офісів «Агентства інтернет-досліджень» у Санкт-Петербурзі, яке, за деякими твердженнями, служить штаб-квартирою для російської армії тролів.

Інформацію щодо російського втручання підтверджує і Б. Німо, один з найавторитетніших дослідників інформаційної безпеки, який спеціалізується на вивченні практик гібридної війни та дезінформації, «у Росії справді існує ціла структура, яка пов'язує уряд, спеслужби та армію. Вони здійснюють не захисні, а наступальні операції. Атакують західні кіберсистеми, електронні пошти та розповсюджують фейки за допомогою підконтрольних медіа і пропаганди» (<https://hromadske.ua/posts/informaciina-bezpeka-ta-kiberviini>).

Сьогодні автори продукування нової інформації часто орієнтуються у своїй роботі лише на легкодоступні масиви електронної інформації, не завжди достовірної, тому в сучасних умовах на бібліотеки покладається істотна роль у створенні достовірної, суспільно значущої інформації, залучення перевірених джерел для відображення реальної ситуації, що надає можливість зробити аналіз та аналітичні висновки подій. Водночас інформаційний потенціал українських національних бібліотек на сьогодні все ще не достатньо враховується та підтримується державою.

І як відзначає В. Горовий, а «їх відставання від розвитку загального інформаційного процесу призводить до втрати апробованих віками традицій інформаційного виробництва, в яких нова інформація співвідносилась із вже перевіреним суспільним досвідом, знанням» [14].

З урахуванням національних інформаційних викликів щодо ризиків і загроз національній безпеці країни, для оперативного забезпечення користувачів, зокрема вищих органів державної влади матеріалами суспільно значущої тематики, для підвищення ефективності використання інформаційного ресурсу бібліотеки та з метою виявлення маніпулятивних спроб в електронних ЗМІ впливати на громадську думку, Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського, зокрема її структурні підрозділи СІАЗ та НІОБ, займаються щоденним моніторингом та аналізом електронних ресурсів, що відображається в таких інформаційно-аналітичних випусках, як: «Громадська думка про правотворення», рубрика Інформаційна картина місяця «Маніпулятивні технології в іноземних ЗМІ»; «Соціальні мережі як чинник інформаційної безпеки», розділ «Маніпулятивні технології»; «Інформаційна ситуація в Україні».

Демократичне суспільство змушене балансувати між двома (як мінімум) крайнощами: з одного боку, без свободи слова не має демократії, з іншого – існує небезпека використання свободи слова для маніпулювання масовою свідомістю.

Щоб встояти перед дезінформацією та маніпуляціями, яку вміло застосовують ЗМІ та розповсюджується за допомогою соцмереж, інших комунікаційних каналів, людина повинна правильно фільтрувати інформацію, критично мислити, аналізувати, звертати увагу на джерела інформації, на власників медіа, «бо по мірі збільшення усвідомлення маніпуляція зменшується» [15].

Література

1. *Різун В.* Теорія масової комунікації / В. Різун. – Київ : Просвіта, 2008. – 260 с.
2. Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Ефекти_масової_комунікації. – Назва з екрана.
3. *Почепцов Г.* Человеческое измерение гибридных и диффузных войн [Электронный ресурс] / Г. Почепцов // Media Sapiens. – 2017. – 5.11. – Режим доступа: http://www.osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/c-helovecheskoe_izmerenie_gibridnykh_i_diffuznykh_voyn/. – Загл. с екрана.
4. ГО «Детектор медіа» презентувала Індекс інформаційного впливу

Кремля [Електронний ресурс] // Media Sapiens. – 2017. – 5.16. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/monitoring/advocacy_and_influence/go_detektor_media_prezentuvala_indeks_informatsiyного_vplivu_kremlya/. – Назва з екрана.

5. За рік знизилась довіра українців до телеканалів та інтернет-ЗМІ – дослідження Internews [Електронний ресурс] // Київський міжнародний інститут соціології. – 2017. – 5.09. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/za_rik_znizilas_dovira_ukraintsiv_do_telekanaliv_ta_internetzmi_doslidzhennya_internews/. – Назва з екрана.

6. Соціологи розповіли про ставлення українців до ЗМІ [Електронний ресурс] // Слово і діло – 2017. – 22.09. – Режим доступу: <https://www.slovoidilo.ua/2017/09/22/novyna/suspilstvo/socziolohy-rozpovily-pro-stavlennya-ukrayincziv-zmi>. – Назва з екрана.

7. Дослідження медіа-ситуації в південних і східних областях України 2017 [Електронний ресурс] // Інститут масової інформації. – 2017. – 4.07. – Режим доступу: <http://imi.org.ua/monitorings/doslidzhennya-media-sytuatsiji-v-pivdennyh-i-shidnyh-oblastyah-ukrajiny-2017/>. – Назва з екрана.

8. *Вулфф М.* Хозяин новостей. Тайный мир Руперта Мердока / Майкл Вулфф ; пер. с англ. Н. Кияченко, Л. Кузнецовой. – Москва : Прогресс-Традиция, 2010. – 400 с.

9. Інформаційне споживання, потреби та погляди мешканців сходу України (дослідження) [Електронний ресурс] // Media Sapiens. – 2017. – 14.11. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/monitoring_mediaspozivannya_v_luganskiy_i_donetskiy_oblastyakh_teritorii_pidkontrolni_uryadu_ukraini/. – Назва з екрана.

10. *Маклюэн Г. М.* Понимание медиа: Внешние расширения человека / Г. М. Маклюэн ; пер. с англ. В. Николаева ; закл. ст. М. Вавилова. – 3-изд. – Москва : Кучково поле, 2011. – 464 с.

11. *Почепцов Г.* Логика пропаганды, или Новости без грима [Электронный ресурс] / Г. Почепцов // Media Sapiens. – 2015. – 12.07. – Режим доступа: http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/logika_propagandy_ili_novosti_bez_grima/. – Загл. с экрана.

12. Дослідження ІМІ: На сайтах т.зв. «ЛНР» та «ДНР» про самопроголошену владу – лише хороше, про українську владу – лише погане [Електронний ресурс] // Інститут масової інформації. – 2017. – 23.02. –

Режим доступу: <http://imi.org.ua/news/doslidjennya-imi-na-saytah-tzv-lnr-ta-dnr-pro-samoprogoloshenu-vladu-lishe-horoshe-pro-ukrajinsku-vladu-lishe-pogane/>. – Назва з екрана.

13. Політична психологія [Електронний ресурс] : навч. посіб. / за ред. С. Матвєєва. – Режим доступу: <http://lecture.in.ua/navchalenij-posibnik-za-redakciyeu-doktora-ekonomichnih-nauk.html?page=5>. – Назва з екрана.

14. *Горовий В.* Бібліотека в інформаційному суспільстві [Електронний ресурс] / В. Горовий // Центр досліджень соціальних комунікацій НБУВ. – 2017. – Режим доступу: http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3025:biblioteka-v-informatsijnomu-suspilstvi&catid=81&Itemid=415. – Назва з екрана.

15. *Шостром Э.* Человек-манипулятор (внутреннее путешествие от манипуляции к актуализации) [Электронный ресурс] / Э. Шостром // Режим доступа: <http://www.psylib.org.ua/books/shost01/index.htm>. – Загл. с экрана.

References

1. Rizun, V. (2008). Teoriia masovoi komunikatsii [Theory of mass communication]. *journlib.univ.kiev.ua*. Retrieved from http://journlib.univ.kiev.ua/Teoriya_mas_com.pdf [in Ukrainian].

2. WikipediYa. Retrieved from https://uk.wikipedia.org/wiki/Ефекти_масової_комунікації [in Ukrainian].

3. Pochepstov, H. (2017). Chelovecheskoe yzmerenye hybridnykh y dyffuznykh vojn [Human measuring of hybrid and diffuse wars]. *osvita.mediasapiens.ua*. Retrieved from http://www.osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/chelovecheskoe_izmerenie_gibridnykh_i_diffuznykh_voyn/ [in Russian].

4. НО «Detektor media» prezentovala Indeks informatsijnoho vplyvu Kremliа (2017). [CO «Detector of media» presented Index of informative influence of Kremlin]. *osvita.mediasapiens.ua*. Retrieved from http://osvita.mediasapiens.ua/monitoring/advocacy_and_influence/go_detektor_media_prezentovala_indeks_informatsijnogo_vplyvu_kremlya/ [in Ukrainian].

5. Za rik znyzylas' dovira ukraintiv do telekanaliv ta internet-ZMI – doslidzhennia Internews (2017) [For a year the trust of Ukrainians went down to the TV channels and MASSMEDIA – research of Internews]. *osvita.mediasa-*

piens.ua. Retrieved from http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/za_rik_znizilas_dovira_ukraintsiv_do_telekanaliv_ta_internetzmi_doslidzhennya_internews/ [in Ukrainian].

6. Sotsiologhy rozpovily pro stavlennia ukraintsiv do ZMI [Sociologists told about a relation Ukrainians to MASS–MEDIA]. *Slovo i dilo – Word and Deed*. Retrieved from <https://www.slovoidilo.ua/2017/09/22/novyna/suspilstvo/socziologhy-rozpovily-pro-stavlennya-ukrayincziv-zmi> [in Ukrainian].

7. Doslidzhennia media-sytuatsii v pivdennykh i shhidnykh oblastiakh Ukrainy 2017 [Research of media-situations in the south and east areas of Ukraine 2017]. *imi.org.ua*. Retrieved from <http://imi.org.ua/monitorings/doslidzhennya-media-sytuatsiji-v-pivdennyh-i-shidnyh-oblastyah-ukrajiny-2017/> [in Ukrainian].

8. Vulff, M. (2010). Khoziayn novostej. Tajnyj myr Ruperta Merdoka [The Man who Owns the news. Inside the secret world of Rupert Murdoch] (N. Kyiachenko, L. Kuznetsova, Trans.). Moscow: Prohress-Tradytysia [in Russian].

9. Informatsijne spozhyvannia, potreby ta pohliady meshkantsiv skhodu Ukrainy (doslidzhennia) (2017). [Informative consumption, necessities and looks of eastern of Ukraine(research)]. *osvita.mediasapiens.ua*. Retrieved from http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/monitoring_mediaspozhyvannya_v_luganskiy_i_donetskiy_oblastyakh_teritorii_pidkontrolni_uryadu_ukraini/ [in Ukrainian].

10. Makliuen, H. M. (2011). Ponymanyte medya: Vneshnye rasshyreniya cheloveka [Understanding media: The extensions of man] (V. Nykolaeva, M. Vavylova, Trans.). Moscow: Kuchkovo pole [in Russian].

11. Pocheptsov, G. (2015). Lohyka propahandy, yly Novosty bez hryma [Logic of propaganda, or News without a make-up]. *osvita.mediasapiens.ua*. Retrieved from http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/logika_propagandy_ili_novosti_bez_grima/ [in Russian].

12. Doslidzhennia IMI: Na sajtakh t.zv. «LNR» ta «DNR» pro samoproholoshenu vladu – lyshe khoroshe, pro ukrainsku vladu – lyshe pohane [Research of IMR : on web-sites so-called «LPR» and «DPR» about self-proclaimed power – only well, about Ukrainian power – only bad]. *imi.org.ua*. Retrieved from <http://imi.org.ua/news/doslidjennya-imi-na-saytah-tzv-lnr-ta-dnr-pro>

samoprogoleshenu-vladu-lishe-horoshe-pro-ukrajinsku-vladu-lishe-pogane/ [in Ukrainian].

13. Politychna psykholohiia. Navchalnyj posibnyk [Political psychology. Train aid]. *lecture.in.ua*. Retrieved from <http://lecture.in.ua/navchalenij-posibnik-za-redakciyeyu-doktora-ekonomichnih-nauk.html?page=5> [in Ukrainian].

14. Horovoj, V. (2017). Biblioteka v informatsijnomu suspilstvi [Library in the informative society]. *Tsentr doslidzhen socialnyh komunikatsiy NBUV–Social Communications Research Center NLUV*. Retrieved from http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3025:biblioteka-v-informatsijnomu-suspilstvi&catid=81&Itemid=415 [in Ukrainian].

15. Shostrom, E. Chelovek-manypuliator (vnutrennee puteshestvye ot manypuljatsyy k aktualizatsyy) [Man, the manipulator: The inner journey from manipulation to actualization]. *psylib.org.ua*. Retrieved from <http://www.psylib.org.ua/books/shost01/index.htm> [in Russian].

Стаття надійшла до редакції 17.10.2017.

Natalia Aksenova,

Research Associate,

V. I. Vernadsky National Library of Ukraine

Research of Influence of Media in the Conditions of Information

The article deals with the issues of media influence and attitude of population to mass media. Data of sociological researches that were conducted in the south and east areas of Ukraine by leading Ukrainian establishments and medias, as well as data of monitoring of the internet editions based on the occupied districts of Donetsk and Luhansk areas, and examples of manipulation influence on public opinion with the use of linguistic tactics are presented.

The result of monitoring of population trust to Ukrainian mass media are: trust – 26,1%, does not trust – 43,3%. In the regional distribution the biggest number of those who trust is in the west, the least – on the east of Ukraine.

And on results «Research of media situation in the south and east areas of Ukraine», that was conducted by Institute Mass Information, it appears that the most popular subjects in each of 8 inspected areas are criminal news, accidents and crashes.

The article concluded, that research of population attitude to mass media is one of basic indexes for a study, analysis of informative component filling, estimation

of public, electorate moods, media literacy, and also further making of public informative policy, ways of opposition to the informative weapon, to manipulation information and others like that.

Keywords: influence, trust, research, information war, manipulation, media,