

Ольга Саморукова,

мол. наук. співроб.,

Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського

МАНІПУЛЯТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ВИСВІТЛЕННІ ЗАРУБІЖНИМИ ЗМІ СИТУАЦІЇ В УКРАЇНІ

Стаття присвячена дослідженню особливостей висвітлення української проблематики в іноземних ЗМІ, зокрема, виявленню та аналізу маніпулятивних технологій, що використовуються засобами масової інформації з метою впливу та формування громадської думки. Метою роботи є визначення засобів цілеспрямованого впливу ЗМІ на громадську думку, основних методів та прийомів, спрямованих на зміну свідомості та поведінки громадян задля досягнення політичних цілей. Також виокремлено та описано основні маніпулятивні технології, що використовуються сучасними ЗМІ. Обґрунтовано важливість створення та формування баз даних зарубіжних публікацій з української тематики, аналітичного опрацювання зібраних матеріалів для ухвалення оптимальних управлінських рішень та як джерельної бази наукових досліджень.

Ключові слова: зарубіжні засоби масової інформації, маніпуляція, маніпулятивні технології, моніторинг, аналіз, громадська думка, імідж держави, бібліотека.

У сучасному інформаційному світі засоби масової інформації (ЗМІ) виконують головну інформативну функцію в суспільстві. З розвитком ЗМІ посилюється і їхній вплив на свідомість людей. ЗМІ можуть впливати на всі сфери суспільного життя, адже вони є не лише каналом висвітлення громадської думки, а й засобом її формування. В умовах інформаційного суспільства та глобалізації ЗМІ є не просто суб'єктами впливу на масову свідомість, але й інструментом, за допомогою якого здійснюється безпосереднє формування самої свідомості. Починаючи з формування порядку денного – визначення важливих і незначних тем, явищ, подій, що їх має оговорювати суспільство до завданих коннотацій – актуальності чи полегкого ставлення, пафосу чи іронії тощо. Медіа з розвитком інформаційно-комунікаційних технологій стрімко вдоско-

налюють методи та прийоми для створення бажаного уявлення про описуване явище аж до формування картини світу. Як пише А. Моль, ЗМІ фактично контролюють усю нашу культуру, пропускаючи її через свої фільтри, виділяють окремі елементи із загальної маси культурних явищ і надають їм особливої ваги, підвищують цінність однієї ідеї, зменшуючи цінність іншої, поляризуючи таким чином усе поле культури. Те, що не потрапило в канали масової комунікації, у наш час майже не робить впливу на розвиток суспільства [2, с. 193].

Маніпуляції є предметом дослідження різних наук – психології, політології, теорії соціальних комунікацій. Психічні складові маніпуляцій, особливостей свідомості і підсвідомості людини в умовах взаємодії розроблялись так чи інакше в працях З. Фрейда, Г. Леона, В. Бехтерева, К.-Г. Юнга та інших класиків психології. Поняття маніпуляції як наукової категорії було введено в обіг у 40–50-х роках ХХ ст. західними політологами. На сьогодні серед науковців, які досліджували психологічний аспект маніпулятивного впливу, можна виділити праці Є. Доценка, Г. Грачова, І. Мельника, В. Панкратова, Г. Почепцова. У свою чергу С. Кара-Мурза, А. Цуладзе, В. Авченко, В. Лисичкін, А. Моль, О. Філатов, Л. Шелепін досліджували політичний аспект маніпулювання свідомістю.

У сучасній фаховій літературі описані декілька видів маніпуляцій:

- економічні маніпуляції, які мають найбільш предметний діапазон – від маніпуляцій цінами, маніпуляції обмінними курсами валют до маніпуляцій курсами акцій;
- інформаційні маніпуляції, що опанували сферу засобів масової комунікації. На відміну від економічних, маніпулятивне управління інформаційним потоком майже повністю безконтрольне. На рівні державних каналів комунікацій цим успішно займаються найвищі посадовці, вважаючи маніпуляцію органічним і необхідним елементом політики та урядування. На рівні приватних ЗМІ розробляють сценарії власники газет, телеканалів, інтернет-сайтів, тому недоречно звинувачувати журналістів у жонгливанні інформацією;
- адміністративні маніпуляції, що набувають сили під час виборів;
- мовні маніпуляції, що використовуються як один з інструментів інформаційних маніпуляцій. Від обраного стилю подання залежатиме ставлення громадськості до певної події, а отже, і її реакція на цю подію.

У ситуації існування багатьох альтернативних, залежних від різних об'єктів, джерел інформації розпізнати мовні маніпуляції неважко, проте споживачі нерідко консервативні у своїх уподобаннях, стаючи тим самим легкою здобиччю маніпулянтів;

– рекламні маніпуляції, що базуються на поєднанні економічних, інформаційних та мовних маніпуляцій, маючи на меті конкретний економічний зиск;

– міжособистісні чи побутові маніпуляції, такі маніпуляції сфокусовані не на маси, як попередні, а на одну особу (або кілька осіб), проявляються вони як у вигляді сімейних, так і корпоративних зловживань [3].

Зважаючи на багатогранність досліджуваного явища, існують різні підходи до визначення поняття «маніпуляція». За визначенням російського політолога Г. Грачова, поняття маніпуляція – означення загального підходу до соціальної взаємодії та управління, спрямованого на активне використання різноманітних засобів прихованого примусу людей [7]. Використання такого загального підходу щодо засобів масової комунікації та політичних процесів означає дії, спрямовані на програмування думок, намірів та цілей мас і психічних станів населення. Кінцева мета таких акцій – це контроль над населенням, його керуваність.

В. Авченко дає визначення політичній маніпуляції як прихованому управлінню політичною свідомістю і поведінкою людей з метою примусити їх діяти або не діяти в інтересах маніпуляторів, нав'язування волі маніпулятора маніпульованість у формі прихованого впливу [1]. Маніпулювання свідомістю – це відповідний вплив на психіку, емоції та свідомість особистості з метою зміни та управління її ціннісними орієнтаціями, формування штучних потреб, мотивів, емоційного настрою для зміни поведінки цієї ж особистості в інтересах ініціатора маніпулятивного впливу [4, с. 141].

За визначенням С. Кара-Мурзи, маніпуляція – це спосіб панування шляхом духовного впливу на людей через програмування їхньої поведінки. Цей вплив спрямований на психічні структури людини, здійснюється таємно і ставить своїм завданням зміну думок, спонукань і цілей людей в потрібному владі напрямі [5, с. 14]. При цьому під маніпулятивними практиками слід розуміти конкретні види соціальної діяльності, які мають своїм внутрішнім мотивом зміну ціннісних установок широких мас населення у руслі, вигідному для замовників

маніпуляції. Дії маніпулятивних практик на перших етапах важко розпізнати, оскільки маніпуляція направлена на те, щоб у людини склалася ілюзія про її добровільний вибір і користь.

О. Філатов пропонує під маніпулюванням розуміти такий психологічний вплив на людину, який не завжди нею усвідомлюється і який покликаний продукувати реакції (думки, відчуття, вчинки), що будуть бажаними для маніпулятора (або його замовника) і не збігатимуться з об'єктивними інтересами людини, якою маніпулюють, або безпосередньо їм суперечитимуть [6, с. 4].

Таким чином, проаналізувавши наведені визначення, можна дійти висновку, що маніпулювання дає змогу здійснювати непомітний вплив; керувати волею, почуттями та емоціями об'єкта впливу; доводити його до стану інертності шляхом прихованого програмування думок, намірів, установок та поведінки; приховувати справжню інформацію від нього; ініціювати поведінку об'єкта шляхом введення в оману чи впливу на його можливі слабкості. Зважаючи на описану вище різноманітність маніпулятивних впливів, окреслимо поле наших досліджень мовними та інформаційними видами маніпуляції, головним чином – через дослідження матеріалів ЗМІ, що безпосередньо впливають на свідомість людей і формують їх ставлення до подій у світі. Актуальність подібних досліджень диктується нагальними потребами, що визначені обставинами інформаційної війни, що ведеться проти України, та підтверджується цілим рядом новітніх академічних досліджень фахівців з країн НАТО, спрямованих на аналіз російської інформаційної кампанії в Україні, маніпулятивних технік російської інформаційної [13–15].

У зв'язку з військовою агресією Російської Федерації проти України, як один із напрямів інформаційної війни агресором використовується пропаганда війни через засоби масової інформації, зокрема і формування образу України, вигідного РФ у зарубіжних ЗМІ. Так, дослідження «Війна нового покоління Росії» американського дослідницького Фонду «Потомак» під керівництвом його президента – провідного експерта з питань міжнародної безпеки та військової стратегії – доктора Ф. Карбера, основним висновком і уроком з інформаційно-пропагандистської війни Росії проти України як важливої складової «гібридної війни» називає її безпрецедентний характер за своїми змістом, масштабами та спрямованістю:

- по-перше, інформаційна війна розпочалась задовго до військової агресії Росії проти України і продовжує супроводжувати її на всіх етапах, завчасно адаптуючись під поточні цілі та задачі;

- по-друге, інформаційно-пропагандистські та дезінформаційні проекти, операції і заходи спрямовані на всі верстви населення і всі регіони України, а також населення Росії і країн Заходу – відповідно, з різними цільовими установками і завданнями;

- по-третє, головна мета інформаційної війни в Україні – ліквідація державності України; у Росії – отримання підтримки населення для виправдання дій керівництва Росії; для країн Заходу – дискредитація дій керівництва України та її Збройних сил [11].

У психологічних операціях, які проводить агресор, використовуються ретельно відібрані повідомлення для різних цільових аудиторій (для внутрішнього російського «споживання», для українського суспільства, або ж спрямовані на дестабілізацію інформаційно-психологічного середовища західноєвропейського та американського суспільства). Кремлівська пропаганда змальовує українцям та західним суспільствам Україну як провальну країну – вражену корупцією, безладом, еміграцією та бідністю.

Робляться спроби інфільтрувати смисли, спрямовані на заперечення легітимності Української держави; її «штучності» як незалежного утворення та, відповідно, природності існування в межах російського проекту. В інтерактивній комунікації використовуються прямі тези про Україну як failed state – державу, недостатньо легітимну у зв'язку з розпадом державної влади; «країну 404» – тут використовується алюзія на стандартний код відповіді протоколу HTTP про те, що сервер не може знайти дані згідно із запитом: «помилка 404» або Not Found («не знайдено») [12 с. 20].

Прикладом використання інструментів інформаційно-психологічних впливів РФ можуть служити маніпулятивні технології російських видань: створення інформаційної хвилі, створення асоціацій, анонімний авторитет, принцип контрасту, коментарі, постановка риторичних запитань, констатація факту, класифікатори, вибіркова правда, дезінформування тощо. Ці техніки були виявлені та проаналізовані в проекті «Україна у фокусі іноземних ЗМІ», що реалізовується Службою інформаційно-аналітичного забезпечення органів влади та Національною юридичною бібліотекою НБУВ [16, 17].

Метод анонімного авторитету передбачає використання таких словесних оборотів: «авторитетне джерело в уряді», «вчені встановили», «дослідження незалежних експертів показали». Тобто відбувається посилання на певний авторитет, але саме ім'я не називається, що, у принципі, вже має навести читача на роздуми про достовірність інформації.

Буденна розповідь застосовується для адаптації людини до інформації очевидно негативного характеру, що викликає заперечення змісту, коли, наприклад, у повідомленнях про «чергові зіткнення з бойовиками і загиблих у результаті цього» відсутня емоційна сторона, використовуються слова, що підтверджують, що такі ситуації трапляються доволі часто, у них немає нічого особливого. На противагу цим методом використовується метод створення емоційного резонансу. У його основі лежить основне правило пропаганди: звертатися не до розуму, а до почуттів людини. Якщо в радіо- і телеєфірі вплив на емоції людини здійснюється в основному за допомогою інтонацій провідних, то в газетах застосовуються «свідчення очевидців» і «слова-класифікатори». Свідчення очевидців – це, як правило, доволі емоційні інтерв'ю або просто відповіді на деякі питання кореспондента безпосередньо на місці події. При цьому природним чином відбувається певний відбір інформації, що надходить на користь тієї, яка підтверджує припущення журналіста, і в цілому відповідає ідеям друкованого видання. Слова-класифікатори – найпоширеніше явище не лише в газетах, а й у будь-яких засобах масової інформації. «Класифікатори» являють собою «слова-приправи» для будь-яких повідомлень, їх використання надає текстовому повідомленню емоційного характеру, дає змогу висловити як власне ставлення до події, так і затаврувати за допомогою слів-контрастів негативну позицію конкурентів.

Для більш чіткого визначення власних прагнень і сподівань використовується метод констатації факту. Цей метод також може бути використаний для визначення, як власних позицій, так і місця конкурентів. Для посилення ефекту достовірності може використовуватися посилання на експертів, соціологічні дослідження та ін.: «результати соціологічних досліджень підтверджують, що наша партія отримує в цьому році не менше 30% голосів виборців».

Названі раніше методи доповнюються ефектом ореола і ефектом первинності. Суть ефекту ореола можна висловити двома твердженнями:

«Поруч – значить разом» (часто застосовується маловідомими діячами, які прагнуть для підвищення своєї значущості частіше з'являтися на фото і в повідомленнях поруч із відомими, шанованими людьми);

«Якщо людина ефективна в одній галузі, то і в іншій він буде такою ж» (таке пояснення часто застосовується для виправдання кадрових перестановок у міністерствах, уряді тощо).

Ефект первинності полягає в тому, що при отриманні суперечливої інформації, яку складно перевірити, перевага віддається тій, яка отримана першою. Саме тому друковані видання, інформаційні агентства прагнуть отримати інформацію якомога раніше і донести її до широкого кола читачів.

Емоційний резонанс – це спосіб створення у широкої аудиторії певного настрою з одночасною передачею їм пропагандистської інформації. Він дає змогу зняти психологічний захист, який на розумовому рівні вибудовує людина, свідомо намагаючись захиститися від пропагандистського або рекламного «промивання мозку». І якщо пропагандистський вплив на людину відбувається на емоційному рівні, поза її свідомим контролем, ніякі раціональні контраргументи в цьому випадку не спрацьовують.

Можна виділити такі основні інструменти інформаційно-психологічних впливів РФ: викривлення фактів; активне використання тези про націоналістично (радикально) налаштоване, «фашизоване» українське суспільство, що є доволі ефективним для західної аудиторії (звернення до проблеми відродження фашизму та антисемітизму історично залишаються особливо чутливими для європейського суспільства); публікація та тиражування фейкових фото та відеоматеріалів; зображення, зроблені в інших військових умовах, кадри з художніх фільмів, що неначебто є свідченнями «каральних» дій української армії; героїзація російських військових. Особливо загрозливою є тенденція до введення до дискусії у ЗМІ питання про можливість застосування Росією ядерної зброї, переведення дискусії у площину «буденності» тощо.

Дезінформація (обман) – це спосіб психологічного впливу, який полягає в навмисному наданні суперникам або аудиторіям такої інформації, що вводить їх в оману щодо дійсного стану справ. Дезінформація містить у собі використання свідомо помилкових даних і повідомлень. У цьому випадку вони стають обманом. Межа між дезінформуванням і обманом доволі тонка.

ЗМІ мають справу з інформацією, і саме контроль за інформацією дає змогу маніпулювати масовою свідомістю, створювати у ній модель вигідної суб'єкту впливу дійсності та вирішувати, які проблеми на сьогодні є найбільш актуальними. Штучно продукується таке явище, як медіа-свідомість (тобто свідомість, заснована на хибних цінностях, маніпулятивних інтерпретаціях, подвійній моралі), коли реальність, пропонована ЗМІ, відрізняється від дійсної. Громадська думка через медіа-свідомість значно спотворюється.

Західні ЗМІ, висвітлюючи події в Україні, використовують мову більш вільну і лаконічну, максимально близьку до розмовного стилю. У західній пресі часто трапляються матеріали з критикою чи статті аналітичного характеру. ЗМІ провідних країн давно відмовилося від функції пропаганди. Дедалі рідше трапляються статті з мораллю.

У російських ЗМІ більшість матеріалів являють собою суб'єктивні коментарі російських політиків чи кореспондентів редакцій.

Загалом більшість проросійських ЗМІ, висвітлюючи ситуацію в Україні, беруть справжні новини або події, однак, за допомогою емоційного стилю та підходящих до нагоди «експертів» спотворюють їх.

У сучасному світі інформаційних технологій важливим є моніторинг й аналіз зарубіжних публікацій для інформаційного супроводу процесів демократизації. Дослідження змісту публікацій, стилістики та оціночного наповнення аналізованих матеріалів дає можливість виявити техніки маніпуляцій та проаналізувати сприйняття країни у світі, що є важливою передумовою для ухвалення оптимальних управлінських рішень, корекції іміджевої політики та впливаючи таким чином на рішення, ставлення та уподобання цільової аудиторії тощо.

Використання інформаційної війни – або дезінформації – російською владою відрізняється від традиційних форм пропаганди. Її мета – не переконати чи довести, а підірвати та дискредитувати. Необхідно констатувати, що реакція українських і зарубіжних ЗМІ на інформаційно-психологічну агресію РФ відбувається із значним запізненням та не завжди відповідає означеним викликам.

Досліджуються техніки маніпулятивних технологій, що застосовуються в ЗМІ з метою впливу на громадську думку. У нашому випадку це інтернет-видання, до складу якого входять: періодичні газети, журнали, радіо та телебачення, аналітичні видання зарубіжної преси.

Інтернет у сучасному суспільстві є найбільш демократичним і швидким способом комунікації, але й небезпечним, оскільки має необмежену кількість будь-якої інформації, яка впливає на нашу свідомість.

Література

1. *Авченко В.* Теория и практика политических манипуляций в современной России [Электронный ресурс] / В. Авченко. – Пси-Фактор. – Режим доступа: <http://psyfactor.org/polman.htm>. – Загл. с экрана.
2. *Моль А.* Социодинамика культуры / А. Моль. – Москва : Прогресс, 1973.
3. *Магдиш І.* Маніпульована демократія [Електронний ресурс] / І. Магдиш // Незалежний культурологічний часопис «І». – 2003. – № 30. – Режим доступу: http://www.ji.lviv.ua/n30_texts/N30-manipul.htm. – Назва з екрана.
4. *Лисичкин В. А.* Третья мировая информационно-психологическая война / В. А. Лисичкин, Л. А. Шелепин. – Москва : Институт социально-политических исследований АСЫ, 1999. – 207 с.
5. *Кара-Мурза С.* Манипуляция сознанием. XXI век / Сергей Кара-Мурза. – Москва : Алгоритм, 2013. – 432 с.
6. *Филатов А. В.* Основы распознавания и противодействия манипуляции сознанием (вводный курс) / А. В. Филатов. – Калининград : Сенте, 2006. – 198 с.
7. *Грачев Г.* Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия / Георгий Грачев, Игорь Мельник. – Москва : Алгоритм, 2002. – 228 с.
8. *Кара-Мурза С. Г.* Манипуляция сознанием [Электронный ресурс] / С. Г. Кара-Мурза. – Москва, 2000. – Режим доступа: http://www.kara-murza.ru/books/manipul/manipul49.htm#hdr_72. – Загл. с экрана.
9. *Цуладзе А.* Большая манипулятивная игра / А. Цуладзе. – Москва : Алгоритм, 2000. – 336 с.
10. *Доценко Е.* Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е. Доценко. – Москва : ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. – 344 с.
11. *Радковець Ю.* Гібридна війна Росії проти України: уроки та висновки [Електронний ресурс] / Ю. Радковець // Укрінформ. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-politics/2107122-gibridna-vijna-rosii-proti-ukraini-uroki-ta-visnovki.html>. – Назва з екрана.

12. *Половинчак Ю.* Війни смислів у сучасному російсько-українському протистоянні / Ю. Половинчак // *Наук. записки Ін-ту журналістики.* – 2016. – Т. 3 (64). – С. 16–22.

13. Analysis of Russia's information campaign against Ukraine [Electronic resource]. – Mode of access: www.stratcomcoe.org/download/file/fid/375. – Title from the screen.

14. The manipulative techniques of the Russia's information campaigns against Ukraine [Electronic resource]. – Mode of access: www.stratcomcoe.org/manipulative-techniques-russian-information-campaign-against-ukraine. – Title from the screen.

15. Internet-trolling as a hybrid-warfare tool [Electronic resource]. – Mode of access: www.stratcomcoe.org/internet-trolling-hybrid-warfare-tool-case-latvia. – Title from the screen.

16. Національна юридична бібліотека НБУВ / Україна у фокусі іноземних ЗМІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=2818:ukrajina-u-fokusi-inozemnikh-zmi-lyutij-2017-r&catid=76&Itemid=387. – Назва з екрана.

17. Національна юридична бібліотека НБУВ [Електронний ресурс] // Громадська думка про право творення. – Режим доступу: http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=30&Itemid=271. – Назва з екрана.

References

1. Avchenko, V. *Teoriia i praktika politicheskikh manipulatsii v sovremennoi Rossii* [The theory and practice of political manipulation in modern Russia]. Retrieved from <http://psyfactor.org/polman.htm> [in Russian].

2. Mol, A. (1973). *Sotciodinamika kultury* [Culture sociodynamics]. Moscow [in Russian].

3. Mahdysh, I. (2003). *Manipulovana demokratsiia* [The manipulated democracy]. *Nezaleznyi kulturolohichni chasopys «I» – Independent Culturological Periodical «I»*, no. 30. Retrieved from <http://www.ji.lviv.ua/n30/texts/N30-manipul.htm> [in Ukrainian].

4. Lisichkin, V. (1999). *Tretia mirovaia informatcionno-psikhologicheskaia voina* [Third World Information and Psychological War]. Moscow [in Russian].

5. Kara-Murza, S. (2013). Manipuliatciia soznaniem. XXI vek [Manipulation of consciousness. XXI century]. Moscow [in Russian].
6. Filatov, A. (2006). Osnovy raspoznaniia i protivodeistviia manipuliatcii soznaniem (vvodnyi kurs) [Bases of recognition and counteraction of manipulation with consciousness (introduction course)]. Kaliningrad [in Russian].
7. Grachev, G. (2002). Manipulirovanie lichnosti: organizatciia, sposoby i tekhnologi informacionno-psikhologicheskogo vozdeistviia [Manipulation of the personality: organization, methods and technologies of information and psychological influence]. Moscow [in Russian].
8. Kara-Murza, S. (2000). Manipuliatciia soznaniem [Manipulation of consciousness]. Retrieved from http://www.kara-murza.ru/books/manipul/manipul49.htm#hdr_72 [in Russian].
9. Tculadze, A. (2000). Bolshaia manipulativnaia igra [Great manipulative game]. Moscow [in Russian].
10. Dotcenko, E. (1997). Psikhologiiia manipuliatcii: fenomeny, mekhanizmy i zashchita [Psychology of manipulation: phenomena, mechanisms and protection]. Moscow [in Russian].
11. Radkovets, Yu. Hibrydna viina Rosii proty Ukrainy: uroky ta vysnovky [Russia's hybrid war against Ukraine: lessons and conclusions]. Retrieved from <https://www.ukrinform.ua/rubric-politics/2107122-gibridna-vijna-rosii-proti-ukraini-uroki-ta-visnovki.html> [in Ukrainian].
12. Polovynchak, Yu. (2016). Viiny smysliv u suchasnomu rosiisko-ukrain-skomu protystoianni [War of meanings in modern Russian-Ukrainian confrontation]. Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky – Institute of Journalism scientific notes, issue 3 (64), pp. 16–22 [in Ukrainian].
13. Analysis of Russia's information campaign against Ukraine. Retrieved from www.stratcomcoe.org/download/file/fid/375 [in English].
14. The manipulative techniques of the Russia's information campaigns against Ukraine. Retrieved from www.stratcomcoe.org/manipulative-techniques-russian-information-campaign-against-ukraine [in English].
15. Internet-trolling as a hybrid-warfare tool. Retrieved from www.stratcomcoe.org/internet-trolling-hybrid-warfare-tool-case-latvia [in English].
16. Natsionalna yurydychna biblioteka NBUV [National Law Library of NBUV]. *Ukraina u fokusi inozemnykh ZMI – Ukraine in focus of foreign media*. Retrieved from http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_cont

nt&view=article&id=2818:ukrajina-u-fokusi-inozemnikh-zmi-lyutij-2017-r&catid=76&Itemid=387 [in Ukrainian].

17. Natsionalna yurydychna biblioteka NBUV [National Law Library of NBUV]. *Hromadska dumka pro pravotvorennia – Public Opinion about Law-Making*. Retrieved from http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=30&Itemid=271 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 09.11.2017.

Olga Samorukova,

Junior Research Associate,

V. I. Vernadsky National Library of Ukraine

Manipulative Technologies in Foreign Media Coverage of Situation in Ukraine

The article presents the study of peculiarities of coverage Ukrainian issues in foreign media, in particular, detection and isolation of manipulative technologies used by media to influence and formulate public opinion. The purpose of the work is to determine the means of purposeful influence of the media on public opinion, the basic methods and methods aimed at changing the consciousness and behavior of citizens in order to achieve political goals. The main manipulative technologies used by modern media are also outlined and described. The importance of creating databases of foreign publications on Ukrainian subjects, analyzing the materials collected for making an optimal managerial decisions and as a source of scientific research is substantiated.

The study of the content of publications, stylistics and evaluation of the content of the analyzed materials enables us to discover techniques of manipulation and to analyze the perception of our country in the world, which is an important prerequisite for making an optimal managerial decisions, correction of image policy and thus influencing the decisions, attitudes and preferences of the target audience.

Keywords: foreign media, manipulation, manipulative technologies, monitoring, analysis, public opinion, state image, library.