

УДК 32.019.51

**Маніпулювання макроідентичністю в масових комунікаціях:  
до постановки проблеми**

Ю.В. РОМАНЕНКО

Інститут міжнародних відносин Київського національного університету Імені Тараса Шевченка  
м. Київ, Україна  
E-mail: o.mishakina@gmail.com**Авторське резюме**

Стаття присвячена розгляду загальних аспектів проблеми маніпулювання особистістю на рівні ідентичності, що здійснюється в масових комунікаціях. Маніпулювання поняттям ідентичності у процесі класифікації спільноти на наприклад: наші, чужі, домінуючі і привілейовані, елітні, підпорядковані, які становлять більшість / меншість, узгоджує членів цих спільнот згідно з ієрархією суспільних, політичних та економічних відносин. Однаковою мірою це стосується підтримання та збереження власної культури та її надбань, участі в конкурентній боротьбі за вплив та становище у світовій ієрархії.

**Ключові слова:** ідентичність, національна ідентичність, масова комунікація, засоби масової комунікації, маніпулювання.

**Manipulation of macroidentity in mass communications:  
statement of the problem**

YU.V. ROMANENKO

Institut of International Relations National Taras Shevchenko University, Kiev, Ukraine  
E-mail: o.mishakina@gmail.com**Abstract**

The article is devoted to the general aspects of the problem of manipulating individual-level identity that is in mass communications. Manipulating the concept of identity in the classification community to, like ours, alien, dominant and privileged, elite, subordinate to the majority / minority members of the community agrees the hierarchy by social, political and economic relations. Equally concerned to maintain and preserve their own culture and its achievements, participation in the competition for influence and position in the global hierarchy.

**Keywords:** identity, national identity mass communication, mass media, manipulation.

**Постановка проблеми.** Однією з найбільш характерних рис глобалізації всесвітнього простору є спрямування на людей могутнього та безкрайнього потоку різноманітної інформації, яка тим чи іншим чином впливає на суспільну свідомість. І сьогодні стурбованість світового загалу викликає той факт, що потужність та спрямованість інформаційних потоків не стримується ні моральними, ні культурними межами - інформація несе в собі як творчу, так і руйнівну силу в набагато більшому ступені, ніж це було коли-небудь раніше. Таким чином, серед усього іншого, зростає можливість маніпулювання суспільством і окремою людиною, зокрема через масову комунікацію.

Також відзначимо, що серед різноманітних феноменів сучасної цивілізації, що викликають тривогу й все більш пильну увагу дослідників, необхідно назвати і кризу ідентичності. Як відзначає у цьому зв'язку сучасний французький філософ та етнограф Марк Оже (Marc Augé), «є всі підстави описувати кризу сучасного світу як кризу ідентичності» [10, с.130]. Деперсоналізація і деіндивідуалізація, витиснення духовності псевдодуховністю, вестернізація в ході

глобалізації національних культур, тотальна фальсифікація використовуваних людиною предметів, - у всіх цих і подібних їм настільки різних за своєю природою явищах є одна спільна властивість - втрата ідентичності.

Кризові зміни в змісті ідентичності особистості і процесі її ідентифікації протікають у тісному зв'язку з іншим, можна сказати, знаковим для сучасного суспільства процесом - маніпулюванням свідомістю особистості. Безперестанно вдосконалюючись у своїх технологічних і технічних можливостях і набираючи все більших масштабів, він орієнтований насамперед на впровадження у свідомість і підсвідомість індивіда споживчих цінностей і стереотипів поведінки, формування некритичного сприйняття соціальних реалій. Придушення ж критичних можливостей мислення особистості фактично паралізує і її здатність до рефлексії. Саме тому розгляд проблеми маніпулювання особистістю на рівні ідентичності є актуальним науковим завданням.

**Аналіз досліджень та публікацій.** Відзначимо, що проблема маніпулювання особистістю, людиною, її свідомістю й поведінкою за

© Ю.В. Романенко, 2013

допомогою масової комунікації неодноразово піднімалася як у минулому, так і в поточному столітті вітчизняними і зарубіжними дослідниками. Вона розглядалася в рамках робіт, присвячених філософським, соціологічним і психологічним аспектам політики і права, розвитку суспільства, індивідуальної і суспільної психології. Маніпулювання масовою свідомістю і суспільною думкою як наукова і практична проблема розглядалася також у рамках теорій журналістики і засобів масових комунікацій, політичної і комерційної реклами і пропаганди, соціального управління і маркетингу. В останні десять років дослідження цієї проблеми як на теоретичному, так і на прикладному рівні активізувалися. Аналізу тих чи інших аспектів даної проблематики приділяли увагу зарубіжні вчені – Ч. Кулі (Charles Cooley), Ж. Лакан (Jacques-Marie-Émile Lacan), Н. Дензін (Norman Denzin), В. Хесле (Vittorio Hösle), Р. Лейнг (Ronald Laing), Д.-К. Деннет (Daniel Dennett), Ж. Бодріяр (Jean Baudrillard), Р. Дж. Ліфтон (Robert Jay Lifton), М. Маклюен (Marshall McLuhan), Н. Луман (Niklas Luhmann), Т. О'Рейлі (Tim O'Reilly), К. Келлі (K. Kelly), Н. Кар (Nicholas Carr). Досить ретельний аналіз сучасного стану проблеми маніпуляцій особистістю та їх особливостей проведений у дисертаційному дослідженні і роботах російського вченого Ю. Єрмакова, стан інформаційно-психологічної безпеки особистості і можливості психологічного захисту розглядаються в монографії російського науковця Г. Грачова. Певні доробки у цьому напрямку мають українські вчені: Л. Городенко, А. Сухорукова, Г. Осика, О. Юр'єва, Ю. Омельченко, О. Коваль, М. Лашкіна, В. Петренко, Б. Мотузенко. Виявлення невіршених проблем. У той же час дослідження маніпулювання людиною, її свідомістю як фактора загрози збереженню і розвитку ідентичності сучасної особистості майже не здійснювалися, хоч багатьма вченими відзначався негативний вплив таких маніпуляцій.

Цілі статті та постановка завдань. Метою статті є розгляд загальних аспектів проблеми маніпулювання особистістю на рівні ідентичності в масових комунікаціях.

Завданнями статті, у зв'язку з вищезазначеним, є:

1. Дослідження проблеми політичної макрорідності в парадигмі конструктивізму.

2. Визначення ключових напрямків маніпулювання макрорідністю в масових комунікаціях.

**Виклад основного матеріалу.** Під ідентичністю в найзагальнішому вигляді розуміється процес ідентифікації індивіда з соціальними

зразками поведінки і очікуваннями його соціального середовища, необхідність все нового й нового узгодження власних домагань з домаганнями інших. Ідентичність окремого «Я» залежить як від репертуару соціальних ролей, очікувань (тобто від того, що чекає від індивіда суспільство, в якому він живе), так і від усвідомленого розподілу пріоритетів з боку індивіда. Залежно від контексту, певні часткові ідентичності, пов'язані з ролями в родині, у професійному колективі, у співтоваристві друзів, національна тощо, стають значимими або відходять на задній план. І особистість у певному ступені управляє цим процесом [2, с.9].

Можна також зазначити, що поняття ідентичності іноді вживається як синонім особистості: аналіз цього поняття в буденній мові показує, що ті, хто вживає поняття ідентичності, майже завжди припускають, що у кожної людини є тільки одна ідентичність і що вона назавжди визначена, незмінна і сутнісна. Насправді, коли йдеться про ідентичність, відбувається порівняння даної особистості з іншими особистостями або спільнотами людей, в одну з яких може входити дана особистість. Це співвідношення німецький філософ Мартін Бубер (Martin Buber) своєрідно, досить поетично розглядає як «Я – ТИ» і «Я – ВОНО»: «Я стаю собою лише через моє ставлення до Ти; стаючи Я, я говорю Ти. Всяке справжнє життя є зустріч» [2, с.10]. Німецько-американський психолог Ерік Еріксон (Erik Erikson) інтерпретує ідентичність як «почуття безперервної самототожності»; у його основі ситуація, в якій для особистості існує цілісний образ «Я» у контексті соціальних відносин і зв'язків. Е. Еріксон ввів термін для позначення ідентичності «ego-ідентичність»; писав про бажання особистості знайти цілісність, про те, що криза ідентичності означає руйнування, розпад ідентичності [14, с.7]. Дослідження ідентичності з одного боку дає уявлення про себе (у сенсі концепції американського дослідника Бенедикта Андерсена (Benedict Anderson) [1]), а з другого – розкриває себе як таке, що відрізняється від інших використанням тих аспектів культури, які певна спільнота, з метою демонстрування своїх особливостей, обрала собі як засоби розрізнення [2, с.10]. У розумінні ідентичності авторці близька позиція німецького філософа і психолога Карла Ясперса (Karl Jaspers), який інтерпретує ідентичність як ознаку свідомості: усвідомлювати свою ідентичність, значить вважати: я залишаюся тим, ким був завжди.

Більшість сучасних дослідників досить слушно, на наш погляд, вважають, що можна говорити не тільки про ідентичність, але і про виділення типів особистості, їх класифікацію,

про співвідношення кожного з них з певними соціальними умовами, з відповідною культурною традицією. В одному й тому ж суспільстві можуть бути різні типи особистості, оскільки вони можуть бути пов'язані з різними соціальними умовами і, відповідно, з різним способом життя, з різними традиціями. Звідси можна зробити висновок, що особистості властива не одна ідентичність.

Так, велику роль у самоідентифікації особистості мають національні почуття. Сьогодні вважається, що у світі існує близько 3000, а за деякими підрахунками і до 5000 етносів, які живуть компактно або розкидані на територіях близько 200 держав [5, с.15]. Таким чином, сучасний світ і практично всі існуючі в ньому держави - поліетнічні. В ХХ столітті на основі величезних досягнень у галузі науки і техніки з'явилася можливість модернізації громадського життя і пов'язаного з ним процесу інтеграції - формування великих державних і трансетнічних систем. Ці процеси вже стали незворотніми і мають перспективи подальшого розвитку. Однак ці процеси викликають ряд проблем у різних етносів в багатьох сучасних державах. Одне з головних питань: яким чином у сучасних процесах глобальної інтеграції будь-яким етносам здійснювати сучасний культурно-цивілізаційний розвиток, не знищуючи їхніх етнічних корінь і зберігаючи свою ідентичність?

Загалом ідентичності, усвідомленню індивіда щодо приналежності своєму народові, тобто національній ідентичності, належить одна з ключових ролей на індивідуальному та колективному рівнях. Так, австрійський філософ, соціолог і культуролог Курт Демель (Kurt Doehmel) розглядає національну ідентичність з трьох точок зору:

- функціоналістської (вона виконує і внутрішні функції. З одного боку, вона дає індивідові можливість відрізнити себе від інших, «Ми» від «Вони», з іншого, - визначає його соціальний простір щодо певної території, економіки, політики, історичної і духовної точок відліку);

- релятивістської (ідентичність перебуває в процесі постійної зміни);

- плюралістичної (кожен індивід володіє набором ідентичностей; національна ідентичність, яка визначається мовою і територією, не є єдиною його характеристикою) [7].

У понятті національної ідентичності (яка, нагадаємо, є лише однією з форм ідентичності взагалі) містяться параметри об'єктивні, тобто те, про що можна довідатись (об'єктивний культурний зміст) і суб'єктивні - те, що є емотивним (відчуття приналежності та лояльності). Ці параметри постійно взаємодіють і змінюються. Їм завжди притаманне лише те, що у

них вірять як в основу спільноти. Оскільки поняття національної ідентичності містить у собі показники спільного й однакового («Ми») та показники відмінного («Вони»), воно водночас є комунікативним та розпізнавальним засобом окремих особистостей чи груп. Інакше кажучи, ідентичність пов'язана водночас з подібностями та відмінностями [2, с.13].

Таким чином, можна відзначити, що знайдення свого «Я» пов'язане з самоідентифікацією людини з якою-небудь спільністю. А це відбувається через те, що стало традиційним для даної спільноти або суспільства: література, усна творчість, прислів'я і приказки, все те, чим пишається суспільство. Це якоюсь мірою програмує дії людини і навіть усього суспільства. Розвиток якостей особистості залежить від широти її інтересів. Якщо інтереси звужити - якість особистості зміниться. З одного боку, нею стане легше маніпулювати. З іншого - вона буде менш здатна до оволодіння культурною традицією, до сприйняття культурної спадщини, до її розуміння [7]. Тому людина з нерозвиненою системою соціальних, культурних і духовних потреб не в змозі протистояти маніпулятивним впливам. Відбувається це тому, що сильні мотиви, до яких апелюють творці пропаганди і реклами, знижують рефлексивні можливості індивіда.

Маніпулювання особистістю, використання різних засобів і технологій інформаційно-психологічного впливу на людей стало досить звичайним явищем у сучасному повсякденному житті і політичній боротьбі. Як зазначає український дослідник, професор В.Різун: «...маніпулятивна форма масової комунікації одна з очевидних, закономірних і природних форм комунікації взагалі та масової зокрема... Маніпуляція, як прихований вплив на людину, коли вона не розуміє, що на неї впливають, може бути різною... але... маніпуляція у масовій комунікації ніколи не буває ні планованою, й ні усвідомлюваною комунікантом. Вона завжди є результатом бажань, сподівань, надій, планів комуніканта змінити установки, ціннісні орієнтації або вчинки людини так чином, щоб людина і не здогадалася про це. Маніпуляція - родичка брехні... Для маніпулятора справжня мета є прихованою від комуніката, маніпулятор веде «подвійну гру» [13].

Засоби масової комунікації (ЗМК) за допомогою своїх інформаційних сценаріїв, підбором «героїв дня» і акцентів у відеоряду, сюжетними картинками й іншими подібними шляхами представляють специфічні стратегії поведінки різних груп, що викликають у об'єктів бажання ідентифікуватися з ними або, навпаки, бути в опозиції до них. Часткові ідентичності складаються в певну лінію, значеннєву концепцію.

Динаміка подібних концепцій дуже рухлива. Їх «режисерами» виступають особливості часу, соціокультурні умови, в яких все це відбувається, конкретна соціально-психологічна ситуація, у якій об'єкти по волі випадку опинилися, - словом, усе, що так чи інакше визначає на даний момент соціальні і психічні потреби.

Як зазначає російська дослідниця Ганна Чубик, маніпулювання виступає як засіб функціонування мас-медіа, що відповідає гетерономності, кліповості, фрагментарності тієї культури, у контексті якої мас-медіа працюють. Характерні риси культури постмодерну, визначені в дослідженнях представників культуро-філософського деконструктивізму, - П. Бурд'є (Pierre Bourdieu), П. Рікера (Paul Ricœur), Ж. Деріда (Jacques Derrida), Ж. Делеза (Gilles Deleuze), М. Фуко (Michel Foucault), Ж. Батая (Georges Bataille), Ж. Бодріяра (Jean Baudrillard), - визначили особливості й специфічність характеристик засобів масової комунікації, що маніпулюють людиною-масою. Цей антропологічний тип викликає до життя реаліями масового суспільства і масової культури, осмислення специфіки яких пов'язане з іменами Т. Адорно (Theodor Adorno), Х. Ортеги-І-Гассета (José Ortega y Gasset), Е. Фрома (Erich Fromm), Г. Маркізе (Herbert Marcuse), Е. Морена (Edgar Morin), які зв'язали виникнення масового суспільства з масовим споживанням, поширенням масової культури і засобів масової комунікації [14, с.10-11].

У культурі повсякденності маніпулятивній практиці ЗМК належить особлива роль: ЗМК формують хаотизовану свідомість, у такий спосіб вони стають засобами руйнування ідентичності. Якщо ідентифікація - це процес побудови ідентичності, завдяки якому індивід «визначає» себе, створює «Я - образи» і себе ототожнює з ними, то ідентичність, що формується в ході комунікаційних процесів, містить у собі такі рівні, як індивідуальний і соціальний; стійка ідентичність можлива лише в ситуації балансу цих рівнів [17, р.141]. Сучасна революція в ЗМК збіглася з інтенсивними комунікативними процесами. В умовах постмодерністського релятивізму ідентичність індивіда піддається трансформації під впливом взаємодії культур. Американський дослідник Роберт Джей Ліфтон (Robert Jay Lifton), характеризуючи феномен кризи ідентичності, ввів поняття «протеевська ідентичність», «протейанізм» (англ. protean - різноманітний, мінливий, різнобічний, багатогранний), що позначає процес безперервної і неминучої трансформації ідентичності людини ХХІ століття [15]. Процес руйнування, розпаду ідентичності, позначений як криза ідентичності, що супроводжує

стратегії ЗМІ в епоху глобалізації і панування комп'ютерних технологій, дозволив видатному англійському соціологу Ентоні Гідденсу (Anthony Giddens) позначити цю епоху як епоху кризи ідентичності [12], французькому філософу Ж. Ліповецькі (Gilles Lipovetsky) - як «еру порожнечі» [9]. Ознакою цієї епохи є не просто руйнування ідентичності за допомогою ЗМК, але руйнування тимчасового ланцюга: минуле - сьогодні - майбутнє. Польсько-англійським соціологом Зігмунтом Бауманом (Zygmunt Bauman) і Ентоні Гідденсом введено термін «вторинне використання», що припускає трансформацію [3, с.261-262]. Трансформація ідентичності під впливом ЗМК, розмивання традиційних механізмів самоідентифікації, втрата якості політичності формує індивіда «масочного» (термін Ж. Ліповецькі, застосований ним в «Ері порожнечі» [9, с.309]).

Як відомо, ключовим критерієм ідентифікації себе з певним етносом є комунікація - мова, а також інші символи повсякденної взаємодії стають головними. Разом із цим ми розуміємо, що поширення цих культурних доміант відбувається за допомогою ЗМК. У цьому процесі є, звичайно, як плюси, так і мінуси. ЗМК дають можливість розширення меж спілкування, здійснення міжкультурного діалогу, знайомства з іншими культурними цінностями і зразками. Але, крім цього, сьогодні є факти, що свідчать про появу нової небезпечної тенденції, пов'язаної із глобалізацією інформаційних технологій, а саме - інформаційного неоколоніалізму, що руйнує традиційні цінності локальних цивілізацій, замінюючи їх цінностями, що властиві суспільствам технологічно розвинених країн. Таким чином, сучасні засоби масової комунікації стають діючим і гнучким інструментом маніпулювання суспільною свідомістю на рівні національної ідентичності.

Основна мета стратегій ЗМК: руйнування механізмів національної самоідентифікації й заміщення їх штучними механізмами ідеологічного самовіднесення.

Способи досягнення зазначеної мети:

- виготовлення псевдоцінностей у вигляді базисної системи нових цінностей (космополітизм, постмодернізм і т.ін.);

- імідж «західного консультанта» - тип самоідентифікації, що маскує;

- введення в суспільну свідомість схем, що містять у собі логічну помилку і т.п.

Прийоми маніпуляції, що використовуються ЗМК в процесі формування хаотизованої свідомості:

- фігури умовчання,

- підтасування фактів,

- антисистемність у подачі матеріалу.

Втрачаючи ідентичність, людина інформа-

ційного суспільства втрачає таку якість, як політичність, стаючи поза політикою. Нові стратегії, пов'язані з появою антропологічних типів «фланера», «гравця», «туриста», «бурлаки» (у термінології З.Баумана [3, с. 178-184]) являють собою формування нових способів руйнування ідентичності, що приводить до перетворення людини в споживача інформації, у чоловіка одного виміру - виміру віртуального.

Як відзначає італійський дослідник Маріо Болателлі (Mario Bolatelli), суб'єкт маніпулювання, який має на меті через ЗМК вплинути на ідентичність об'єкта, здійснює це, як правило, у два етапи. На першому етапі робиться спроба розмивання, розчленування, дискредитації ідентичності об'єкта маніпулювання. На другому - визначений набір ідеологем і міфологем сприяє формуванню почуття адекватності, впевненості, роблячи те, що було менш зрозумілим більш зрозумілим, готовим до засвоєння. Тобто визначає контури тієї форми ідентичності об'єкта, яка потрібна суб'єкту маніпулювання [18, р.104].

Підсумовуючи зазначимо, що маніпулювання свідомістю й підсвідомістю індивіда істотно утруднює й деформує процес його ідентифікації. Нав'язування індивіду далеких йому уявлень, орієнтацій і цінностей у підсумку приводить до підміни його особистісного образу і його ідентичності в цілому. Заміщення ж у ході маніпулювання справжніх духовних цінностей утилітарно-споживчими і нездатність особистості, якою маніпулюють, до саморефлексії, закривають перед нею можливість усвідомлення підміни її ідентичності, що відбулася, і яка, по суті, приймає форму псевдоідентичності. Черги «ідентичностей», що змінюють одна одну протягом життя особистості, здобувають характер процесу квазіідентифікації.

**Висновки.** В змісті кризи ідентичності сучасного суспільства як глобальному процесі виявляються два аспекти, які можна позначити як соціокультурний і антропологічний. У першому випадку мова йде про деформації в природі соціокультурних явищ і процесів

- демократичних політичних інститутів, багатоголикого світу цінностей, релігійної віри і різноманітних форм її інституціалізації, культурно-інформаційного простору мас-медіа та ін. Другий же з названих аспектів пов'язаний з деформаціями в змісті найважливіших характеристик і якостей самої людини як індивіда, особистості й індивідуальності у всіх їх іпостасях і проявах.

На вибір тієї або іншої культурної традиції впливають зміни в суспільних виробничих відносинах, у соціальному просторі і соціальному часі. Всі вони в процесі пізнання в тому або іншому ступені і формі інтеріоризуються у внутрішній світ людини. Її ідентичністю стають її знання про світ і відчуття, пов'язані зі світом. Впевненість у собі та повага до себе - основа розвитку кожної спільноти. Відповідно будь-якій спільноті для того, щоб вірити в себе, потрібно самовизначитись, бути певною у своїй ідентичності, мати відчуття спорідненості та безперервності свого існування. Це означає, що національна спільнота повинна мати своє наймення, територію, свої традиції та культуру, єдність у поглядах щодо спільного походження, відчуття однаковості, спільності та приналежності до спільноти, навіть якщо це відчуття ілюзорне. Маніпулювання поняттям ідентичності у процесі класифікації спільноти наприклад: наші, чужі, домінуючі і привілейовані, елітні, підпорядковані, які становлять більшість/меншість, узгоджує членів цих спільнот згідно з ієрархією суспільних, політичних та економічних відносин. Однаковою мірою це стосується підтримання та збереження власної культури та її надбань, участі в конкурентній боротьбі за вплив та становище у світовій ієрархії.

Проведене нами дослідження переконливо доводить актуальність питання визначення усіх взаємозв'язків і взаємозалежностей у проблемі маніпулювання особистістю на рівні ідентичності, пошук певного інструментарію протистояння руйнівним наслідкам даного напрямку маніпулятивного впливу.

#### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Андерсон Б. Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма. [Текст] / Б. Андерсон. — М.: Канон-Пресс-Ц, 2001. — 288 с.
2. Арутюнян С.Ф. Концептуальный анализ феномена идентичности и особенности ее формирования, развития и проявления: Автореф. дис... д-ра психол. наук: 19.00.01 / Армянский гос. педагогический ун-т им. Х.Абовяна. [Текст] / С.Ф. Арутюнян. — Ереван, 2007. — 42 с.
3. Бауман З. Индивидуализированное общество. Перевод с английского под ред. В. Л. Иноземцева. [Текст] / З. Бауман. - М.: Изд-во Логос, 2002. - 390 с.
4. Бойко М.А. Роль дискурсивных факторов «свой», «чужой», «другой» в процессе формирования коллективной идентичности СМИ [Текст] // Политическая лингвистика. — 2006. — №17. — С. 163-178.
5. Ишмуратова И.Р. Влияние средств массовой информации на формирование культурной идентичности [Текст] // Путь Востока. Культурная, этническая и религиозная идентичность. Материалы VII Молодежной научной конференции по проблемам философии, религии, культуры Востока. Серия «Symposium». Выпуск 33. - СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2004. - С.15-18.

6. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием [Текст] — [Перераб. изд.]/С.Г. Кара-Мурза. — М. : Эксмо; Алгоритм, 2007. — 857 с.
7. Климова О.В. Ідентичність особистості з культурною традицією [Електронний ресурс] // О.В. Климова.- Философский журнал. -2002. -№4.- с.78-85. Режим доступа: [http://www.filosof.com.ua/Jornel/M\\_64/%CAEB%E8%EC%EE%E2%E0.pdf](http://www.filosof.com.ua/Jornel/M_64/%CAEB%E8%EC%EE%E2%E0.pdf)
8. Лалак О.М. Жорстокі «жарти» або глобальна шахова гра: Штучна і цілеспрямована примітивізація мислення і аналітичних здібностей народу. Маніпулювання свідомістю, підсвідомістю і психікою людей [Текст] /О.М. Лалак.— К.: Знання, 2006. — 45с.
9. Липовецькі Ж. Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме [Текст]/Ж. Липовецки. — М.:Изд-во «Владимир Даль», 2001. — 336 с.
10. Оже М. Кризис смысла в современном мире [Текст] //М. Оже.- Философская и социологическая мысль. - 1995.- №5-6. - С.130-136.
11. Отвагин Ф.В. Методы изучения манипулятивных функций средств массовой коммуникации// Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки - Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского - 2006 - Том 1 – С. 342-347.
12. Писчиков В.С., Холин М.М. Идентичность личности как проблема современного общества [Електронний ресурс]//В.С. Писчиков, М.М. Холин. Актуальні проблеми духовності: зб. наук. праць. Ред. Я.В. Шрамко.- Вип.10. Кривий Ріг, 2009.-с.41-50. Режим доступа: [http://kdpu.edu.ua/download/kaf\\_philosof/AkProD/Zbirka10/zb10\\_2009\\_041-050\\_pischikov-kholin.pdf](http://kdpu.edu.ua/download/kaf_philosof/AkProD/Zbirka10/zb10_2009_041-050_pischikov-kholin.pdf)
13. Різун В.В. Теорія масової комунікації [Електронний ресурс] //В.В. Різун//Вісник національного університету імені Тараса Шевченка.-2007.-№8.-с.41-43. Режим доступа: [http://journalib.univ.kiev.ua/per Lec\\_z\\_tmс2007.pdf](http://journalib.univ.kiev.ua/per Lec_z_tmс2007.pdf)
14. Чубик А.П. Технологический характер СМИ в условиях коммуникативной культуры. Автореф. дис.... канд. фил. наук [Текст] /А.П. Чубик. — Томск, 2009. — 21 с.
15. Lifton R.J. The Protean Self: Human Resilience in an Age of Fragmentation. [Text] - NY: BasicBooks, 1993. — 262 p.
16. Welch B. State of confusion: political manipulation and the assault on the American mind [Text] / Bryant Welch. - NY: Thomas Dunne Books, 2008. - 287 p.
17. Trust and distrust:sociocultural perspectives [Text]/ edited by Ivana Marková and Alex Gillespie. - Charlotte, NC : Information Age Pub., 2008. - 299 p.
18. Manipulation and ideologies in the twentieth century: discourse, language, mind [Text] / edited by Louis de Saussure, Peter Schulz. - Philadelphia : J. Benjamins Pub. Co., 2005. - 312 p.

## REFERENCES:

1. Anderson, B. Vobrazhaemye soobshhestva. Razmyshleniya ob istokah i rasprostraneniі nacionalizma. (Imagined Communities. Reflections on the origins and spread of nationalism.). Moscow, 2001, 288 p.
2. Arutjunjan, S.F. Konceptual'nyj analiz fenomena identichnosti i osobennosti ee formirovaniya, razvitiya i projavleniya (Conceptual analysis of the phenomenon of identity and characteristics of its formation, development and manifestations Psycholog.science.diss.avtorf.). Erevan, 2007, 42 p.
3. Bauman, Z. Individualizirovannoe obshhestvo. (The Individualized Society). Moscow, 2002, 390 p.
4. Bojko, M.A. Rol' diskursivnyh faktorov «svoj», «chuzhoj», «drugoj» v processe formirovaniya kollektivnoj identichnosti SMI. (The role of discursive factors «their», «foreign», «other» in the formation of collective identity media), 2006. — №17. — S.163-178.
5. Ishmuratova, I.R. Vliyanie sredstv massovoj informacii na formirovanie kul'turnoj identichnosti. (Influence of the media on the formation of cultural identity.). Put' Vostoka. Kul'turnaja, jetnicheskaja i religioznaja identichnost'. Materialy VII Molodezhnoj nauchnoj konferencii po problemam filosofii, religii, kul'tury Vostoka. Seriya «Symposium», 2004, no. 33., pp.15-18.
6. Kara-Murza, S.G. Manipuljacija soznaniem. (Manipulation of consciousness.). Moscow, 2007, 857 p.
7. Klimova, O.V. Identichnist' osobistosti z kul'turnuju tradicieju (Identity identity with cultural tradition). Fylosofskij zhurnal, no. 4, 2002, pp.78-85. Access mode: [http://www.filosof.com.ua/Jornel/M\\_64/%CAEB%E8%EC%EE%E2%E0.pdf](http://www.filosof.com.ua/Jornel/M_64/%CAEB%E8%EC%EE%E2%E0.pdf)
8. Lalak, O.M. Zhorstoki «zharti» abo global'na shahova gra: Shtuchna i cilesprjamovana primitivizacija mislenja i analitichnih zdibnostej narodu. Manipuljuvannja svidomistju, pidsvidomistju i psihikoju ljudej. (Savage «jokes» or global chess game: Artificial and purposeful primitivism thinking and analytical skills of the people. Manipulation of the mind, the subconscious and the psyche of people.), Kiev, 2006, 45p.
9. Lipovecki, Zh. Jera pustoty. Jesse o sovremennom individualizme (Era of emptiness. Essays on modern individualism). Moscow, 2001, 336 p.
10. Ozhe, M. Krizis smysla v sovremennom mire (Crisis of meaning in the modern world). Filosofskaja i sociologicheskaja mysl', no.5-6, 1995, pp.130-136.
11. Otvaгин, F.V. Metody izuchenija manipuljativnyh funkcij sredstv massovoj kommunikacii (Manipulative methods of studying the functions of the mass media). Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo. Serija: Social'nye nauki - Nizhegorodskij gosudarstvennyj universitet im. N.I. Lobachevskogo, V.1, 2006, pp.342-347.

12. *Pischikov, V.S., Holin, M.M.* Identichnost' lichnosti kak problema sovremennogo obshhestva (Identity of the person as the problem of modern society) *Aktualni problemy dukhovnosti: Vyp.10, 2009*, p. 41-50.: Access mode: [http://kdpu.edu.ua/download/kaf\\_philosof/AkProD/Zbirka10/zb10\\_2009\\_041-050\\_pischikov-kholin.pdf](http://kdpu.edu.ua/download/kaf_philosof/AkProD/Zbirka10/zb10_2009_041-050_pischikov-kholin.pdf)
13. *Rizun, V.V.* Teorija masovoi komunikacii (Theory of Mass Communication) *Visnyk nacionaljnogho universytetu imeni Tarasa Shevchenka*, no.8, 2007, pp. 41-43. Access mode: [http://journalib.univ.kiev.ua/per\\_lec\\_z\\_tmc2007.pdf](http://journalib.univ.kiev.ua/per_lec_z_tmc2007.pdf)
14. *Chubik, A.P.* Tehnologicheskij harakter SMI v uslovijah kommunikativnoj kul'tury. (Technological media in the context of communicative culture.), Tomsk, 2009, 21 p.
15. *Lifton, R.J.* The Protean Self: Human Resilience in an Age of Fragmentation. (The Protean Self: Human Resilience in an Age of Fragmentation.), New-York, 1993. 262 p.
16. *Welch, B.* State of confusion: political manipulation and the assault on the American mind. NY.: Thomas Dunne Books, 2008. 287 p.
17. Trust and distrust: sociocultural perspectives / edited by Ivana Marková and Alex Gillespie. NC. : Information Age Pub., 2008. 299 p.
18. Manipulation and ideologies in the twentieth century: discourse, language, mind / edited by Louis de Saussure, Peter Schulz. Philadelphia: J. Benjamins Pub. Co., 2005. 312 p.

**Романенко Юрій Вікторович** – доктор соціологічних наук, професор  
Інститут міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка  
Адреса: 01601, м. Київ, вул. Володимирська, 60, ауд. ауд. 262  
Телефон: +38 (044) 481-44-21, e-mail: romanenko.jura@gmail.com

**Romanenko Yuriy Viktorovich** – doctor of sociological sciences, Full Prof.  
Institut of International Relations National Taras Shevchenko University  
Address: 60, Volodymyrska Str., room 262, Kiev, Ukraine, 01601  
Phone: +38 (044) 481-44-21, e-mail: romanenko.jura@gmail.com