

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
Факультет української філології та журналістики
Кафедра журналістики

Дипломна робота
магістра

з теми: **«МЕХАНІЗМИ МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ
В ІНТЕРНЕТ-ЗМІ (НА ПРИКЛАДІ ВИДАНЬ
«УКРАЇНСЬКА ПРАВДА» ТА «112.UA»)»**

Виконала: студентка 2 курсу ZhB1-M16 групи
галузі знань 06 Журналістика
спеціальності 061 Журналістика
за освітньою програмою Журналістика
Трикуліч Інна Миколаївна

Керівник:
Насмінчук І.А., кандидат філологічних наук,
доцент кафедри журналістики

Рецензент:
Віннічук О.В., кандидат політичних наук,
доцент кафедри політології та соціології

Кам'янець-Подільський – 2018 року

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ	7
1.1. Історіографічний аспект вивчення маніпулятивного впливу в ЗМІ.....	7
1.2. Інтернет-ЗМІ в сучасному медіапросторі: історія становлення та розвитку, типологія.....	11
Висновок до розділу.....	21
РОЗДІЛ 2. ЗАСОБИ МАНІПУЛЯЦІЇ В ІНТЕРНЕТ-ЗМІ	22
2.1. Аудиторія Інтернет-ЗМІ. Методи привернення уваги реципієнта.....	22
2.2. Механізми маніпулятивного впливу в Інтернет-ЗМІ.....	29
Висновок до розділу.....	35
РОЗДІЛ 3. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ВИДАНЬ «УКРАЇНСЬКА ПРАВДА» ТА «112.UA»	36
3.1. Аналіз контенту матеріалів на «Українській правді» та «112.ua» за 2017 р.....	36
3.2. Рейтинг дотримання журналістських стандартів в «Українській правді» та «112.ua» за 2017 р.....	49
Висновок до розділу.....	65
ВИСНОВКИ	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	70
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ФАКТОЛОГІЧНОГО МАТЕРІАЛУ	78
ДОДАТКИ	82

ВСТУП

Актуальність дослідження. Істотні зміни в соціально-політичному, економічному, культурному житті людства, що відбулися під впливом становлення глобальної інформатизації початку XXI століття, формують новий інформаційний простір. Це явище відбиває об'єктивну тенденцію еволюції суспільства, пов'язану з появою сучасних комунікаційних технологій, нових потреб і нового способу життя. Інформаційний простір – середовище, у якому і завдяки якому виробляється, існує, циркулює, обертається інформація. Домінуючим об'єктом виробництва й споживання стають інформаційні продукти й послуги. Інформація перетворюється в основний стратегічний ресурс і головне джерело суспільного багатства. Володіння інформацією відкриває шлях до здійснення різноманітних перетворень, впровадження інновацій, забезпечує можливість змін у різних сферах суспільного буття.

Журналістика в Україні сьогодні переживає кризовий період, що пов'язаний із глобальними змінами не лише в політичному, економічному, суспільному житті країни, але й у мас-медіа. Поява Інтернету стала однією з найважливіших подій у світі за останні 20 років. Оскільки Інтернет має низку специфічних комунікаційних та інформаційних особливостей, поступово, але при цьому дуже швидко, з оперттям на Інтернет, зародився новий вид засобів масової інформації – Інтернет-медіа: Інтернет-преса, Інтернет-радіо, Інтернет-телебачення.

Традиційні ЗМІ поступово доповнюються або навіть замінюються новими електронними медіаресурсами. Зміни, що відбуваються в журналістиці у зв'язку з розвитком нових інформаційних технологій і насамперед Інтернету, надають нові можливості для комунікації – комунікації більшої за обсягом, різноманітнішої за змістом і характером впливу на реципієнта.

Сьогодні надзвичайно потужно стоїть проблема маніпулятивного впливу на людину через різноманітні комунікації. Щодня люди обмінюються між

собою інформацією, використовуючи різні методи і джерела, зокрема розмови, листування, засоби масової інформації. Для кожного із цих методів використовується певна система знаків. Таким чином формується комунікаційний вплив на людину.

Інтернет як новий канал передавання й отримання інформації став основним середовищем існування мережевої комунікації. Його перевага в демократичності, якості і швидкості розповсюдження інформації, але проблема в тому, що використовуватися він може і для організації передачі часом небезпечної, шкідливої чи навіть патогенної інформації. Інтернет-медіа дозволяють розвивати велику кількість методів маніпуляцій та виводити їх на якісно новий рівень. Тому можна сказати, що Інтернет є ідеальним середовищем для розвитку різних типів та методів маніпуляції. Тут текстові, мовні та аудіовізуальні засоби набувають особливої гіпертекстуальної форми і з допомогою певних психотехнологій спрямовують увагу в потрібне рiчище. Кількість користувачів мережі Інтернет невпинно зростає, а, отже, збільшується і популярність електронних ЗМІ й, відповідно, їхній вплив на аудиторію. Останніми роками мережу можна розглядати вже як єдиний глобальний засіб масової комунікації. В період стрімкого розвитку інформаційних технологій особливої актуальності набуває маніпуляційний вплив через Інтернет-медіа. Відтак електронні засоби масової інформації не тільки інформують, а й нав'язують аудиторії «правильну» точку зору. Саме тому вивчення механізмів маніпулятивного впливу в електронних ЗМІ є досить актуальним.

У роботі зроблено спробу дослідити, у який спосіб привертають увагу аудиторії до свого контенту та якими механізмами маніпуляції свідомістю і громадською думкою користуються два авторитетні засоби масової комунікації – «Українська правда» та «112.ua». Дослідження цієї теми на конкретному прикладі двох популярних видань дасть змогу простежити тенденції та явища масової комунікації, притаманні вітчизняним електронним засобам масової комунікації в цілому.

Питання маніпулятивного впливу є традиційним для представників різних наук: соціології, лінгвістики, психології, журналістознавства, філософії. Можна виокремити праці таких закордонних учених: Ж. Бодріяра, О. Бойда-Баррета, П. Бурд'є, М. Вижлакова, М. Маклюєна, М. Пальмер, В. Сапунова, М. Смирнова. Теоретичною базою дослідження послуговували концептуальні праці з он-лайнової журналістики, а саме роботи Н. Зражевської [22], В. Іванова [24-26], С. Кара-Мурзи [34], Р. Крейга [43], Б. Потятиника [55; 56], В. Різуна [64], М. Чабаненко [73-75]. Функції Інтернет-ЗМІ (комунікативну, інформаційну, ціннісно-регулятивну, організаційну, креативну та рекреативну) розкрито в роботах С. Машкової [47], Л. Федорчук [70], І. Фомічової [71]. Питанню типології таких ЗМІ присвятили наукові розвідки О. Акопов [2], І. Артамонова [3-5], А. Калмиков [33], О. Колісник [38], Ю. Костигова [40], Л. Коханова [33], О. Коцарев [42], М. Лукіна [45].

Мета дипломної роботи – визначити основні механізми маніпулятивного впливу в Інтернет-ЗМІ (на прикладі видань «Українська правда» та «112.ua»), дослідити наявність таких впливів на веб-сторінках аналізованих видань. Відповідно до мети визначаємо такі **завдання**:

- проаналізувати основні теоретичні праці, присвячені питанням механізму маніпулятивного впливу;
- окреслити поняття «маніпулятивний вплив»;
- дослідити маніпулятивний вплив через Інтернет-ЗМІ;
- проаналізувати тенденційні процеси, які простежуються в Інтернет-ЗМІ, на основі видань «Українська правда» та «112.ua» за 2017 рік;
- дослідити, які механізми привернення уваги та маніпуляції свідомістю аудиторії використовуються цими виданнями та як саме реалізуються.

Об'єкт дослідження: вибіркові матеріали електронних громадсько-політичних видань «Українська правда» та «112.ua» за 2017 рік.

Предмет дослідження: механізми, до яких вдаються видання «Українська правда» та «112.ua», щоб спершу привернути увагу реципієнта, а

відтак – маніпулювати свідомістю багаточисельної аудиторії. Ці механізми проаналізовані на основі матеріалів видань за 2017 рік.

Методи дослідження. Для реалізації мети і завдань дипломної роботи було використано загальнонаукові та спеціальні методи, зокрема: *історичний* – для дослідження стану вивчення проблеми; *аналітико-синтетичний, порівняльний* – для виявлення на основі зібраного емпіричного матеріалу тенденцій у царині маніпулятивних технологій; *індуктивний* – для узагальнення та систематизації висновків. Для вивчення змісту електронних ЗМІ було залучено метод *контент-аналізу*.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що механізми маніпуляції свідомістю та методи привернення уваги на базі конкретних Інтернет-видань («Українська правда» та «112.ua») раніше детально не досліджувалися. Окремі наукові розвідки з'являлися в контексті інших робіт – ширших за тематичним визначенням та з більшим спектром досліджуваних проблем. Зокрема, активно вивчалася аудиторія та вплив на неї, різноманітні комунікаційні моделі та їхня практична реалізація. Тому згаданим вище аспектам запропонованої проблеми увага приділялася лише оглядово.

Практичне значення роботи полягає у тому, що її результати можуть бути використані при вивченні дисциплін журналістикознавчого характеру, при написанні рефератів, курсових робіт з питань комунікаційних технологій.

Апробація результатів дослідження здійснена на всеукраїнській науково-практичній Інтернет-конференції «Парадигма сучасної освіти XXI століття» (17-18 травня 2017 року), тема виступу: «Проблема комунікативного впливу і маніпуляції в мережевому суспільстві», а також під час її обговорення на засіданні проблемної групи «Комунікаційні технології в сучасному медіапросторі» (листопад 2016 р., жовтень 2017 р.).

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, кожен з яких містить по два підрозділи, висновків, списку використаних джерел (82 позиції) та списку джерел фактологічного матеріалу (31 позиція), додатків. Загальний обсяг роботи – 85 сторінок.

ВИСНОВКИ

У роботі досліджувалися механізми маніпулятивного впливу на прикладі двох українських рейтингових електронних громадсько-політичних видань – «Української правди» та «112.ua» за 2017 р. Аналіз на базі цих двох видань був доречним, оскільки вони є авторитетними в очах аудиторії (про що свідчить кількість переглядів та коментарів).

Аудиторія – це те, на що орієнтується будь-який ЗМІ. Боротьба за увагу реципієнтів стає все актуальнішою, оскільки постійно з'являються нові електронні видання, а кількість користувачів мережі неупинно зростає. Інтернет є ідеальним середовищем для розвитку різних типів та методів маніпуляції. Тут текстові, мовні та аудіовізуальні засоби набувають особливої гіпертекстуальної форми і з допомогою певних психотехнологій спрямовують увагу в потрібне рiчище. Інтернет-видання вдаються до різноманітних маніпуляційних технологій привернення уваги аудиторії, а також для того, щоб сформувані певні настрої у реципієнтів.

Здійснене дослідження дає можливість зробити висновки, відповідні поставленій меті та завданням, щодо механізмів маніпулятивного впливу в Інтернет-ЗМІ (на прикладі видань «Українська правда» та «112.ua»).

1. Висвітлення питання маніпулятивних технологій в Інтернет-ЗМІ на сьогодні ще залишається білою плямою, адже поки-що взагалі відсутнє загальне комплексне розуміння Інтернету як специфічного засобу масової комунікації. Тому це питання розглядається крізь призму існуючих досліджень в інших галузях: психології, соціології, лінгвістики, історії.

2. Маніпуляція – більш складне явище, ніж вплив. Явище маніпуляції викликає асоціації з негативними уявленнями про наслідки такого спілкування, сам термін «маніпуляція» починає маніпулювати. Аналіз різновидів впливу (переконання, навіювання, примусу, агітації, пропаганди, маніпуляції) дозволив встановити, що відрізнити теоретично маніпуляцію від впливу легко, але на

практиці це зробити дуже важко. Основна різниця між цими поняттями полягає в усвідомленому (вплив) і неусвідомленому (маніпуляція) прийнятті рішення адресатом.

3. З'ясовано, що в Інтернет-ЗМІ застосовують такі ж методи маніпулювання, як і в стандартних ЗМІ: маніпулювання мовою, образами, звуками, способами та послідовністю подачі матеріалів. Активно використовують засоби, які можна назвати пропагандистськими та маніпулятивними одночасно: навішування ярликів, блискучі узагальнення, перенос, «трансфер», посилення на авторитети, гра у простонародність, підтасовка фактів, загальна «колія». Крім цього, одним із найпотужніших методів маніпуляції є мультиплікаційність, швидкий темп подачі інформації, розбивання її на фрагменти за допомогою реклами.

4. Порівняльний аналіз проводився, виходячи із проблематики матеріалів та специфіки подачі інформації:

1) Політична проблематика. «Українська правда» більше спеціалізується на аналітичних матеріалах, глибокому аналізу проблем та явищ, в той час, як «112.ua» має на меті, в першу чергу, інформувати і не робити жодних висновків, не висловлювати суб'єктивних суджень. З цим пов'язуємо і обсяг матеріалів, і жанрову палітру, і частоту та кількість публікацій на обох ресурсах. Таким чином, обидва видання привертають увагу «свого» реципієнта, однак маніпуляційні технології для переконання у «правильній» точці зору ширше застосовує «Українська правда».

2) Економічна проблематика. «Українська правда», на відміну від «112.ua», подає глибокий аналіз найважливіших проблем у тому випадку, коли звичної констатаційної манери недостатньо для розуміння проблеми аудиторією. Для візуалізації складних для розуміння та сприйняття тем «Українська правда» використовує різноманітні графіки, схеми, діаграми та таблиці. «112.ua» же обмежується виключно констатаційною манерою викладу, не використовує візуалізуючих засобів. Таким чином «112.ua» втрачає потенційного комуніканта, оскільки не розрахований на підготовлену публіку,

яка зможе самостійно розібратися у констатованому факті, а отже, процес комунікації не відбудеться сповна через порушення при кодуванні-декодуванні інформації. У цьому ж випадку можна говорити, з одного боку, про відсутність маніпуляцій, які є дієвими при нав'язувальній манері подачі інформації, з іншого ж боку, не прокоментований факт теж може створити хибне уявлення у реципієнта.

3) Суспільна проблематика. І «Українська правда», і «112.ua» подають матеріали на суспільну тематику однаково: відсутня аналітика, немає нав'язувальної манери. Інформаційним приводом є якийсь один конкретний факт, немає тенденційності при висвітленні теми.

5. Обидва видання зайняли свою важливу нішу в українському медіапросторі. «Українська правда» привертає увагу аудиторії глибокою аналітикою, аналізом та тлумаченням проблем, що приваблює освіченого читача, якого цікавить не лише інформація про сам факт, а і її обґрунтування спеціалістами. «112.ua» орієнтується на читача, який готовий самостійно робити висновки та хоче бачити лише факти, не змішані із суб'єктивними судженнями.

І «Українська правда», і «112.ua» практично у всіх матеріалах дають посилання на джерела інформації, якими виступають інші авторитетні видання, відомі інформаційні агентства або кваліфіковані особи. Це є ще одним механізмом привернення уваги аудиторії, оскільки викликає довіру читача до поданої інформації, утворює авторитетність видання.

Проаналізовані видання вдаються до чіткого лаконічного оформлення сайту – простоти шрифтів, ненав'язливої кольорової гами і легкості у користуванні сайтом. До всіх матеріалів підібрано фотоілюстрації. Є інтеграція з різними соціальними мережами, можливість коментування матеріалів.

Видання, яке вдається лише до констатаційної подачі інформації («112.ua»), значно менше маніпулює громадською думкою, оскільки залишає право робити висновки за реципієнтом. У той же час, «Українська правда», яка активно тлумачить факти, вдається до аналітики та прогнозує подальший

розвиток подій, здійснює активний вплив на свідомість читачів, маніпулює фактами, штучно створює та підтримує образи політичних сил та їх лідерів. Такі матеріали несуть у собі як приховану маніпуляцію, так і досить відкриту – нічим не обґрунтовану позицію автора, який нав'язує власну суб'єктивну думку аудиторії.

У рамках публікацій переважно використовується комплекс різних інструментів маніпуляції, що дозволяє досягти бажаного ефекту. Найбільш кондесований мовний вплив в Інтернет-виданнях проявляється на рівні заголовків, у яких використовуються прийоми «інтриги», «сенсації», подачі думки у вигляді факту, трансформації мовних кліше, метафоричні, алюзійні та історичні переноси.

На базі аналізу архівів «Української правди» та «112.ua» зроблено висновки, що ці видання обрали різні механізми привернення уваги та маніпуляції громадською думкою. У матеріалах зустрічаються приклади маніпуляцій, хоча автори намагаються уникати різких висловлювань, спекуляції темою духовності чи апелюванням до людських почуттів.

У деяких випадках автори статей здійснюють маніпуляції несвідомо і не переслідують завдання нав'язати свою думку. Просто певні їх типи стали настільки повсякденними у роботі журналіста, що поступово нівелювались у «норму». Журналіст прагне привернути увагу аудиторії до події, підвищити рівень переглядів на сайті та стати більш цікавими для рекламодавців.

У цілому варто зазначити, що аналізовані Інтернет-ЗМІ, судячи з результатів моніторингів ІМІ на предмет дотримання журналістських стандартів, не мають стійких порушень щодо стандартів інформаційної журналістики. Це робить новини більш об'єктивними та менш ангажованими, що час за часом збільшує рівень довіри до сайтів у читачів.

Використання механізмів маніпулятивного впливу в Інтернет-ЗМІ обумовлюється особливостями цільової аудиторії видань, у першу чергу, рівнем її освіти, медіаграмотності й поінформованості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 112.ua [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // <https://uk.wikipedia.org/wiki/112.ua>. – Назва з екрана.
2. Акопов А. И. Типологические признаки сетевых изданий / А. И. Акопов // Акценты. – 1999. – № 1. – С. 22–27.
3. Артамонова І. М. Інтернет-ЗМІ як нова парадигма теорії української журналістики / І. М. Артамонова // Соціальні комунікації сучасного світу : науково-теоретичний збірник / [гол. ред. О. М. Холод]. – 2009. – С. 44–47.
4. Артамонова І. М. Системні характеристики онлайн- та офлайн-ЗМІ / І. М. Артамонова // Вісник СумДУ. – 2008. – № 1. – С. 181–188.
5. Артамонова І. М. Тенденції становлення та перспективи розвитку Інтернет-журналістики в Україні: монографія / І. М. Артамонова. – Донецьк : Лебідь, 2009. – 416 с.
6. Белорус О. Г. Глобальне трансформації и стратегії розвитку / О. Г. Белорус (науч. ред.) – К. : Ориане, 2000. – 422 с.
7. Бернерс-Лі Т. Заснування Павутини: З чого починалася і до чого прийде Всесвітня мережа. – К. : Вид. дім «Києво- Могиллянська академія», 2007. – 207 с.
8. Бессонов Б. Н. Идеология духовного подавления / Б. Н. Бессонов. – М. : изд-во МГУ, 1971. – 295 с.
9. Василевич В. В. Кримінологія / В. В. Василевич, О. М. Джужа, В. М. Грінчак. – К. : НАВСУ, 2005. – 450 с.
10. Василенко М. К. Функціонування групи інформаційних жанрів пресової журналістики в сучасних соціально-економічних умовах [Електронний ресурс] / М. К. Василенко. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1038>. – Назва з екрана.
11. Великий комплексний словник української мови / Т.С. Дорошенко // Харків : Торсінг Плюс, 2009. – 768 с.
12. Гарифуллин Р.Р. Иллюзионизм психолога. Иллюзии и манипуляции

- психолога [Текст] / Р. Р. Гарифуллин. – Казань – Йошкар-Ола: Марийский полиграф.-изд. комбинат, 2000. – 44 с.
13. Германов В. Г. Вплив ЗМІ на підсвідомість: дис. ... канд. філол. наук: 10.01.08 / В. Г. Германов; КНУ ім. Т. Шевченка. – К., 2003. – 174 с.
14. Гол Дж. Онлайнво журналістика / Джим Гол. – К. : К.І.С., 2005. – 344 с.
15. Грачев Г. Манипулирование личностью: Организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия / Г. Грачев, И. Мельник. – М. : Мысль, 2006. – 153 с.
16. Гусак О. Основні тенденції поведінки аудиторії сучасних інтернет-ЗМІ / О. Гусак // Вісник Книжкової палати. – 2014. – № 4. – С. 42–45.
17. Детектор медіа [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://detector.media/community/article/>. – Назва з екрана.
18. Десять способів маніпулювати людьми за допомогою ЗМІ [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://imxo.mx/uk/9_liudina-i-vnutrishnii-svit/23_namoiu-skromnu-dumku/546_desiat-sposobiv-manipuliuvati-liudmi-za-dopomogoiu-zmi/. – Назва з екрана.
19. Дмитренко О. 1,6 млн користувачів відвідали Українську Правду за 1 день [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://watcher.com.ua/2014/01/28/1-6-mln-korystuvachiv-vidvidaly-ukrayinsku-pravdu-za-1-den/>. – Назва з екрана.
20. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. – СПб. : Речь, 1997. – 344 с.
21. Знаков В. В. Макиавеллизм, манипулятивно е поведение и взаимопонимание в межличностном общении / В. В. Знаков // Вопросы психологии. – 2002. – №6. – С. 45–54.
22. Зражевська Н. Інтернет-журналістика (лекції) / Н. Зражевська. – Черкаси : Зоря, 2012. – 154 с.
23. Ермаков Ю. А. Манипуляция личностью : смысл, приемы, последствия / Ю. А. Ермаков. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 1995. – 204 с.
24. Іванов В. Ф. Комп'ютерні мас-медіа на межі століть / В. Ф. Іванов //

- Актуальні питання масової комунікації. – К., 2002. – Вип. 3, ч. 1. – 64 с.
25. Іванов В. Регулювання діяльності комп'ютерних мас-медіа у сучасному світі / В. Іванов // Інформаційне суспільство. Шлях України. – К., 2004. – № 1. – С. 164–176.
26. Іванов В. Соціологія масової комунікації : навч. посіб. / В. Іванов. – Черкаси : Вид-во ЧДУ, 2003. – 380 с.
27. Інститут масової інформації (ІМІ) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://imi.org.ua>. – Назва з екрана.
28. Інтернет [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Інтернет>. – Назва з екрана.
29. Інтернет-ЗМІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Інтернет-ЗМІ>. – Назва з екрана.
30. Інформаційно-психологічне протиборство (еволюція та сучасність): монографія / Я. М. Жарков, В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк та ін. – К. : ПАТ «Віпол», 2013. – 248 с.
31. Кабаченко Т. С. Методы психологического воздействия / Т. С. Кабаченко. – М. : Педагогическое общество России, 2000. – 544 с.
32. Калашнікова Л. В. Соціологічний аналіз аспектів інституалізації українського сегменту Інтернет / Л. В. Калашнікова, Л. С. Черноус // «Наукові праці» : Науково-методичний журнал. – Вип. 172. Т. 184. – Миколаїв : Вид-во ЧДУ імені Петра Могили, 2012. – С. 28–33.
33. Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика : Учебное пособие / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. – М. : Юнити-Дана, 2005. – 383 с.
34. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – М. : Эксмо, 2005. – 832 с.
35. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / Пер. с англ. А. Матвеева, под ред. В. Харитонов. – Екатеринбург : У-Фактория (при участии изд-ва Гуманитарного ун-та), 2004. – 328 с.
36. Кашуба Г. Українські інтернет-видання: комунікативно-лінгвістичні та правові аспекти / Галина Кашуба // Вісн. Львів. нац. ун-ту. – 2004. – № 5. –

С. 67–74.

37. Киуру К. В. Речевое воздействие в рекламе и проблема толерантности / К. В. Киуру // Роль СМИ в достижении социальной толерантности и общественного согласия : [материалы междунар. конф. Екатеринбург, 21-22 декабря 2001 г.]. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2002. – С. 78–81.
38. Колісник О. М. Типологія Інтернет-ЗМІ як журналістичнознавча проблема / О. М. Колісник // Вісник Харківської державної академії культури. – 2010. – Вип. 30. – С. 202–208.
39. Костенко Н. Мас-медіа у виборах: ціннісні орієнтації політичної сфери // Політична думка. – 2001. – № 6. – С. 18–20.
40. Костыгова Ю. В. Проблемы типологизации сетевых СМИ [Электронный ресурс] / Ю. В. Костыгова // Технологии информационного общества – Интернет и современное общество : материалы всеросс. объединенной конф. (Санкт-Петербург, 20-23 ноября 2001 г.). – СПб., 2001. – С. 221-224. – Режим доступа: http://www.ict.edu.ru/vconf/index.php?a=vconf&c=getForm&r=thesisDesc&d=light&id_sec=88&id_thesis=3065. – Заглавие с экрана.
41. Костюк В. В. Маніпулятивні методи в ЗМІ: історія та сучасність / В. В. Костюк, М. А. Галич, А. Ю. Ставицька // Держава та регіони : Серія: Соціальні комунікації, 2014 р., № 1-2 . – С. 17–18.
42. Коцарев О. О. Типологія інтернет-ЗМІ / О. О. Коцарев // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. – 2006. – Том 19 (58). – № 5. – С. 321–324.
43. Крейг Р. Интернет-журналистика : работа журналиста і редактора у нових ЗМІ / Ричард Крейг ; [пер. з англ. А. Іщенко]. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007. – 324 с.
44. Куляс І. Ефективне виробництво теленовін : стандарти інформаційного мовлення; професійна етика журналіста-інформативника / І. Куляс, О. Макаренко // Практичний посібник для журналістів. – К. : ХББ, 2006. – 120 с.
45. Лукина М. М. СМИ в пространстве Интернета / М. М. Лукина,

- И. Д. Фомичева. – М. : Ф-т журналистики Моск. гос. ун-та, 2005. – 87 с.
46. Маніпуляція масовою свідомістю [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Маніпуляція_масовою_свідомістю. – Назва з екрана.
47. Машкова С.Г. Интернет-журналистика : учебное пособие / С. Г. Машкова. – Тамбов : Изд-во тамб. гос. техн. ун-та, 2006. – 80 с.
48. Мелешенко О. К. Интернет-технології в сучасній журналістиці: моделі та практика: навч. посіб. / О. К. Мелешенко. – К. : КиМУ, 2005. – 385 с.
49. Мясников В. А. Антология хитроумных планов (Вступительная статья к монографии Харчо фон Зенгера «Стратегемы. О китайском искусстве жить и выживать. Знаменитые 36 стратегем за три тысячелетия») / В. А. Мясников. – М. : Изд-во МГУ, 1995. – С. 6–12.
50. Назарук Т. Дезінформація онлайн: теоретичні механізми функціонування / Т. Назарук // Медіакритика. – 2014. – № 21. – С. 77–86.
51. Панкратов В. Н. Психотехнология управления людьми: практ. руков. / В.Н. Панкратов. – М. : Изд-во Института Психотерапии, 2001. – 336 с.
52. Панченко Е. Интеграция Интернет-СМИ и социальных сетей в Рунете: новая публичная сфера или пространство контроля? / Е. Панченко // Digital icons: studies in Russian, Eurasian and Central European new media. – № 5. – 2011. – Режим доступа: <http://www.digitalicons.org/issue05/files/2011/05/Panchenko-5.6.pdf>. – Заглавие с экрана.
53. Подшивайлова Г. М. Мовні засоби маніпулятивного впливу в політичному дискурсі (на матеріалі друкованих російськомовних ЗМІ України) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.02 «Російська мова» / Г. М. Подшивайлова – К., 2009. – 20 с.
54. Попова Е. С. Рекламный текст и проблемы манипуляции : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Попова Елена Сергеевна. – Екатеринбург, 2005. – 256 с.
55. Потятиник Б. В. Интернет-журналистика : навч. посіб. / Б. В. Потятиник. – Львів : ПАІС, 2010. – 246 с.
56. Потятиник Б. В. Медіа: ключі до розуміння / Б. В. Потятиник. – Л. :

ПАІС, 2004. – 312 с.

57. Почепцов Г. Г. Информационные войны / Г. Г. Почепцов. – К. : Ваклер, 2003. – 658 с.

58. Почепцов Г. Медіа-культура у політ. сфері / Г. Почепцов // Політична думка. – 1999. – № 4. – С. 10–12.

59. Почепцов Г. Політична реклама України: стратегії виграшу чи програшу / Г. Почепцов // Київський ун-т ім. Т. Г. Шевченка. Вісник. Сер. Журналістика. – К., 1997. – Вип. 5. – С. 34–36.

60. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації / Г. Г. Почепцов. – К. : Наукова думка, 1996. – 239 с.

61. Проблеми українського Інтернету // Молодь України. – 2001. – 15 лист.

62. Пугачев В. П. Введение в политологию / В. П. Пугачев, А. И. Соловьев. – М. : Наука, 1995. – 665 с.

63. Райнголд Г. Детектор фігні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/1555>. – Назва з екрана.

64. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація» / В.В. Різун. – К. : Видавничий центр «Просвіта», 2008.– 260 с.

65. Скотт Э. Компьютерные технологии в журналистике: Введение в основные понятия и методы. Использование баз данных и приемов сетевой журналистики в службах новостей : пер. с англ. / Э. Скотт. – М. : Вагриус; Нац. ин-т прессы, 1998. – 397 с.

66. Стратегії розвитку навичок критичного мислення при оцінюванні ресурсів Інтернету [Електронний ресурс] / автор-уклад.: В. В. Воронова. – Харків, 2010. – 31 с. – Режим доступу: <http://liceumilicii.edu.kh.ua/Files/downloads/>. – Назва з екрана.

67. Татенко В. Соціально-психологічні механізми впливу людини на людину / В. Татенко// Соціальна психологія. – 2003. – №1. – С. 60–72.

68. Українська правда [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Українська_правда. – Назва з екрана.

69. Умберто Эко. От Интернета к Гутенбергу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://spectator.ru/texts/frominternet>. – Заглавие с экрана.
70. Федорчук Л. П. Функції інтернет-ЗМІ / Л. П. Федорчук // Наукові записки Інституту журналістики. – Т. 41. – 2010. – С. 95–98.
71. Фомичова И. Д. Социология Интернет-СМИ / И. Д. Фомичева. – М. : Изд-во факту журналистики Моск. гос. ун-та, 2005. – 124 с.
72. Харрис Р. Психология коммуникаций / Р. Харрис. – СПб. : Праймеврознак, 2002. – 356 с.
73. Чабаненко М. В. Интернет-ЗМІ як складова частина системи засобів масової комунікації України : моногр. / М. В. Чабаненко. – Запоріжжя : ЗНУ, 2011. – 183 с.
74. Чабаненко М. В. Основи інтернет-журналістики : навчальний посібник для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Журналістика» / М. В. Чабаненко. – Запоріжжя : «Просвіта», 2013. – 112 с.
75. Чабаненко М. В. Робота журналіста в інтернет-ЗМІ : навч. посіб. / М. В. Чабаненко. – Запоріжжя : ЗНУ, 2012. – 120 с.
76. Чучеткова М. К вопросу о портрете аудитории современных Интернет-СМИ [Электронный ресурс] / М. Чучеткова // Российские СМИ и журналистика в новой реальности : материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 75-летию журналистского образования на Урале (Екатеринбург, 14 – 15 апреля 2011 г.) / Ф-т журналистики Урал.гос. ун-та. – Екатеринбург, 2011. – Режим доступа: <http://www.hse.ru/pubs/share/direct/document/94602956>. – Заглавие с экрана.
77. Шейнов В. П. Психология власти: монография / В.П. Шейнов. – М. : Ось-89, 2003. – 528 с.
78. Шейнов В. П. Психология манипулирования / В.П. Шейнов. – Минск : Харвест, 2009. – 704 с.
79. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием / Пер. с англ.; Науч. ред. Я. Н. Засурский. – М. : Мысль, 1980. – 288 с.
80. Шпеер Альберт: біографія [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

https://uk.wikipedia.org/wiki/Альберт_Шпеер. – Назва з екрана.

81. Semantrum [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://promo.semantrum.net>. – Назва з екрана.

82. StopFake.org [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<http://www.stopfake.org>. – Назва з екрана.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ФАКТОЛОГІЧНОГО МАТЕРІАЛУ

1. 112.ua увійшов у ТОП-10 провідних новинних сайтів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua.112.ua/suspilstvo/112-ukraina-vkhodyt-v-top-6-providnykh-novynnykh-saitiv-ukrainy-346800.html>. – Назва з екрана.
2. Бездіяльне представництво президента в Криму обійдеться в 5,5 млн [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pravda.com.ua/news/2017/07/26/7150578/>. – Назва з екрана.
3. Бойовики заявили, що запускають завод «Стірол» у Горлівці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pravda.com.ua/news/2017/02/7/7134670/>. – Назва з екрана.
4. В Кремлі кажуть, що готові чекати вибачень за Путіна-вбивцю [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pravda.com.ua/news/2017/02/7/7134669/>. – Назва з екрана.
5. «Відставка мера Миколаєва Сенкевича – повчальний урок управлінського провалу», – Фесенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua.112.ua/suspilstvo/vidstavka-mera-mykolaieva-senkevycha-povchalnyi-urok-upravlinsko-ho-provalu-fesenko-416230.html>. – Назва з екрана.
6. Гастролі Порошенка. 10 історій про піар, які можуть зацікавити правоохоронців [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pravda.com.ua/articles/2017/09/12/7154215/>. – Назва з екрана.
7. Геращенко про необхідність введення воєнного стану [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua.112.ua/video/herashchenko-pro-neobkhidnist-vvedennia-voiennoho-stanu-226553.html>. – Назва з екрана.
8. Друзі та вороги Порошенка, або Як обертися на другий термін [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pravda.com.ua/articles/2017/08/11/7151928/>. – Назва з екрана.

9. Заплатити за свободу: хто дає гроші головній «бандерівській» партії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // <https://www.epravda.com.ua/publications/2017/02/3/619729/>. – Назва з екрана.
10. Згубна культура влади в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua.112.ua/mnenie/zhubna-kultura-vlady-v-ukraini-417544.html>. – Назва з екрана.
11. Керівників держкомпаній хочуть звільнити від подачі е-декларацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2017/02/7/620103/>. – Назва з екрана.
12. Корчинська показала уламок снаряду бойовиків, який влучив у лікарню в Авдіївці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua.112.ua/polityka/korchynska-pokazala-ulamok-snariadu-boiovykiv-iakyi-vluchyv-u-likarniu-v-avdiivtsi-370282.html>. – Назва з екрана.
13. На Авдіївському коксохімі назвали «маячнею» заяви РосЗМІ про «Точку У» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pravda.com.ua/news/2017/02/7/7134697/>. – Назва з екрана.
14. На верифікацію полонених приїхали кілька матерів з ОРЛО [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pravda.com.ua/news/2017/05/10/7143463/>. – Назва з екрана.
15. На порозі медійного переділу. Чому Княжицький продає, а друг президента купує канал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/articles/2017/01/26/7133568/>. – Назва з екрана.
16. Народних депутатів не помічено в урядовому кварталі, за планом вони мають працювати в комітетах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua.112.ua/polityka/narodnykh-deputativ-ne-pomicheno-v-uriadovomu-kvartali-za-planom-vony-maiut-pratsiuvaty-u-komitetakh-388996.html>. – Назва з екрана.
17. НБУ не бачить загрози в присутності російських банків в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua.112.ua/ekonomika/nbu-ne-bachyt-zahrozy-v-prysutnosti-rosiiskykh-bankiv-v-ukraini-370285.html>. – Назва з

екрана.

18. Новий фронт чи шлях до цензури: навіщо Порошенко блокує російські соцмережі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/publications/2017/05/17/624908/>. – Назва з екрана.

19. Опитування: 33% українців готові назавжди виїхати з України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua.112.ua/suspilstvo/opytuvannia-33-ukraintsiv-hotovi-nazavzhdy-vyikhaty-z-ukrainy-403103.html>. – Назва з екрана.

20. Парубій закрив ранкове засідання Ради, нардепи пішли радитись [Електронний ресурс]. – Режим доступу: (<https://www.pravda.com.ua/news/2017/10/17/7158631/>). – Назва з екрана.

21. Понад 200 українців другий день не можуть вилетіти з Греції до Києва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua.112.ua/search?q=Понад+200+українців+другий+день+не+можуть+вилетіти+з+Греції+до+Києва>. – Назва з екрана.

22. Путін назвав мітинги проти корупції саморекламою [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua.112.ua/polityka/volodymyr-putin-nazvav-mitynhu-proty-koruptsii-samoreklamoju-395992.html>. – Назва з екрана.

23. «Секретар диявола». Як Луценко ловив та не впіймав Довгого [Електронний ресурс]. – Режим доступу: (https://www.pravda.com.ua/archives/date_04072017/). – Назва з екрана.

24. «Сірі кардинали», втікачі і підслідні: ЧЕСНО про нардепів-енергетиків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.epravda.com.ua/cdn/cd1/2017/06/garjacha_20-ka_bezgolovyj_komitet_palyvno-energetychnogo_kompleksu/index.html. – Назва з екрана.

25. «Супрун порушує базові правила державного управління», – експерт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua.112.ua/polityka/suprun-porushuie-bazovi-pravyla-derzhavnoho-upravlinnia-ekspert-402737.html>. – Назва з екрана.

26. У відставку пінгвінів на чолі з Супрун [Електронний ресурс]. – Режим

- доступу: <http://life.pravda.com.ua/health/2017/10/19/227022/>. – Назва з екрана.
27. У Вінницькій області горять склади з боєприпасами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua.112.ua/suspilstvo/u-vinnytskii-oblasti-horiat-sklady-z-boierypasamy-413182.html>. – Назва з екрана.
28. У Калинівці вибухають артилерійські склади [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pravda.com.ua/news/2017/09/26/7156417>. – Назва з екрана.
29. У КВУ Ляшка назвали найбільшим «спамером» Верховної Ради [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ua.112.ua/archive?date_from=2017-08-11&date_to=2017-08. – Назва з екрана.
30. Хто не скаже, той Вучич. За що стоїть «сербський Майдан» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eurointegration.com.ua/articles/2017/04/10/7064313/>. – Назва з екрана.
31. Чому так важко знайти порядних депутатів і як це змінити? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <HTTP://VYBORY.PRAVDA.COM.UA/ARTICLES/2017/11/14/7149512/>. – Назва з екрана.