

4. Рильський М. Т. Ясна зброя. Статті / М. Т. Рильський. – К. : Радянський письменник, 1971. – 286 с.
5. Селігей П. О. Науковий жаргон : основні ознаки та причини появи [Текст] : збірник наукових трудов / П. О. Селігей ; Нац. акад. наук України, Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні, Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики. – К. : Ін-т журналістики, 2003. – 55 с.
6. Зорівчак Р. Патріарх української філології: До 90-річчя від дня народження академіка Юрія Шевельова // Вісник НТШ. – 1998. – Ч. 19 / 20
7. Українська мова. Енциклопедія. – К. : Майстер-клас, 2011. – 400 с.
8. ДСТУ3966 – 2000. Засади і правила розроблення стандартів на терміни та визначення понять. – К. : Держстандарт України, 2000. – 36 с.

Куляс П. П. Редакторское чутье и языковая мода

Стаття посвящена аналізу таких понять як «языковое чутье», «языковая мода», «языковой вкус». Систематизовані погляди учених на причини застосування нових, «престижних» мовних одиниць і засобів словотворення. Висказані попередження щодо надмірного і необґрунтованого застосування стилістично зменшеної лексики і заїмствованих.

Ключевые слова: редакторское чутье, языковая мода, языковые вкусы, стилістично зменшена лексика, слова іноземного походження.

Kulyas P. The feeling of Language and the concept of linguistic fashion

This article analyzes such concepts as «the feeling of Language», «the concept of linguistic fashion». Analyzed views of scientists on the causes of the use of new, «prestigious» language units and means of word formation. There are warnings about excessive and unjustified use of stylistically reduced vocabulary and borrowings.

Key words: The feeling of Language, linguistic fashion, linguistic tastes, stylistically reduced vocabulary, words of foreign origin.

УДК 659.4 : 004.738.52

О. Т. МАРКІВ

кандидат педагогічних наук, доцент

БЛОГ ЯК ЗАСІБ МАНІПУЛЮВАННЯ І ПРОТИДІЇ МАНІПУЛЯТИВНИМ ВПЛИВАМ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІЙН

У статті проаналізовані засоби ведення інформаційних війн. Акцентовано увагу на сугестивних та маніпулятивних впливах на маси через засоби комунікації в Інтернеті, зокрема через блоги.

Ключові слова: засоби масової комунікації, засоби масової інформації, інформаційна війна, маніпулятивний вплив, блог.

Роль різних засобів масової комунікації визначається наявністю або відсутністю ефекту впливу – досягненням результату комунікації. ЗМІ наповнюють світ оцінками фактів, транслюють думки, інтегрують настрої, а отже, спрямовані на формування думки читача (глядача, слухача) в певному заданому напрямку. За словами М. Титаренко, не можна

інформувати, не впливаючи на свідомість, так само, як не можна формувати світогляд, не інформуючи [8].

Історично сформувалися різні види впливу, залежно від цілей його дії: пропагандистський вплив тоталітарного періоду (мав на меті змінити громадську думку «так, як треба»); опосередкований вплив 50-х років ХХ ст. (був спрямований на посилення, а не зміну установок реципієнтів); аксіологічний вплив 60-х років ХХ ст. (передбачав відбір тієї інформації, яка узгоджується з певними цінностями); концептуальний вплив 70-х років ХХ ст. (був зорієнтований на формування концептів, інтерпретацію тем, які обговорюються, а не на ставлення людей до цих тем); особистісний вплив 80-х років ХХ ст. (цілеспрямований вплив на всі види повсякденного практичного досвіду реципієнтів).

Сьогодні інформаційні впливи на суспільство набувають якісно нових форм. Засоби комунікації стають ареною для справжніх інформаційних війн із використанням дезінформації, зливу компроматів, із замовчуванням та перекручуванням фактів. Використовуються технології ідеологічного впливу в інтересах влади та олігархів, які за допомогою ЗМІ моделюють чи «коригують» громадську думку населення. Журналісти самі чудово усвідомлюють той факт, що «за умови вдалого маніпулювання свідомістю мас можна досягти практично будь-якої мети: знищити опонента, прибрати з дороги конкурентів чи розпалити війну... Користуватися компроматами, виливанням бруду, підкиданням неправдивої інформації, намаганням за допомогою інформації ввести в оману стало для багатьох сенсом життя» [1].

Особливості маніпулятивних впливів ЗМК аналізували такі науковці як Ю. Бабенко, Г. Грачов, В. Гусаров, Н. Зражевська, С. Кара-Мурза, Л. Компанцева, В. Петрик, Б. Потятиник, Г. Почепцов, М. Присяжнюк, А. Цуладзе та інші. У фокусі їхньої уваги ціла низка проблем, зокрема, інструменти і засоби маніпулювання, способи протидії маніпулятивним впливам (інформаційна безпека).

Маніпуляцію сьогодні розглядають переважно як майстерність управляти масами за допомогою цілеспрямованого впливу на психіку та поведінку людей. Первинне, позитивне значення цього терміна (з латинської мови – «управляти зі знанням справи») еволюціонувало і набуло негативних конотацій, пов'язаних із такими поняттями як інформаційна війна, інформаційні операції, нейролінгвістичне програмування тощо.

Основними інструментами маніпулювання вважають медіа, громадські організації (як українські, так і закордонні), Інтернет, чутки.

Найпоширенішими засобами маніпулювання є пряме підтасовування фактів, замовчування невігідної інформації, упередженість інтерпретації фактів, надання сфальшованої інформації, навішування ярликів для компрометації, використання групових інтересів.

Із найсучасніших засобів маніпулювання науковці виокремлюють такі: флейм – обмін повідомленнями, які містять прямі образи; «тролінг» – інформаційний напад за допомогою наклепів, чуток, компромату тощо,

використовується, зокрема, для відвернення уваги від гострих тем і переведення конструктивного обговорення в перепалку.

Щодо способів протидії маніпулятивним впливам сучасні дослідники виділяють дві провідні стратегії. Згідно з першою, захищеність інформаційного простору може гарантувати тільки створення єдиного центру управління інформаційними потоками. Так створюються можливості уникати інформаційних інтервенцій чи інформаційного терору інших держав, виток стратегічної інформації на користь ворога. При цьому зауважується, що йдеться не про цензуру, а цілком демократичну інституцію. Обов'язковою умовою функціонування таких центрів має бути тільки медійний авторитет у суспільстві [2].

Інша стратегія базується на тому, що медійні структури самі повинні вчасно реагувати адекватними заходами на інформаційні виклики. Канали необхідної інформації повинні бути присутні там, де це важливо.

Так, наприклад, сьогодні українська медіаспільнота сама підлаштувалася під протидію інформаційним загрозам і почала правильно реагувати на ті виклики, які є [2]. Одним із засобів такої протидії стали блоги, які набувають дедалі більшого авторитету в суспільстві. Протягом певного періоду їхніми перевагами були: оперативність, незалежність, авторитетність, відкритість, діалогічність, руйнування «спіралі мовчання». Кожну з цих переваг проаналізуємо окремо, але зазначимо: сьогодні блог використовується вже не лише як «зброя» проти маніпуляцій, але і як ще один засіб маніпулювання. Цим, на наш погляд, визначається актуальність аналізу цього новітнього засобу масової комунікації.

Блог – це мережевий «щоденник», який може вести будь-хто, пропонуючи широкій інтернет-аудиторії інформацію, яку блогер вважає важливою. Це результат зміни стилю мислення суспільства й жанрової організації комунікації.

Блоги виконують, як уже зазначалося, низку важливих функцій. По-перше, блоги здатні руйнувати так звану «спіраль мовчання» (Е. Ноель-Нойман). Сьогодні люди, погляди яких на ті чи інші проблеми збігаються з позицією більшості, схильні частіше обговорювати їх публічно, в той самий час особи, думки яких суперечать загальноприйнятим твердженням, не поспішають їх оприлюднювати і переважно мовчать. Таким чином, деякі теми потрапляють у центр уваги населення, а інші відкидаються на периферію громадського інтересу [5]. Блогер, навпаки, завойовуючи собі місце в безмежному просторі Інтернету, змушений бути оригінальним, не таким, як усі.

По-друге, блоги – це засіб формування медійних авторитетів, які не нав'язуються людям, а які люди обирають самі. На думку блогера і дослідника блогів А. Попова, «блоги – це спілкування, відкритий діалог, у якому довіра напрацьовується» [6], а отже, вони претендують на серйозний сугестивний потенціал за моделлю «увага – довіра – репутація – вплив».

По-третє, блог може відкрити будь-хто, а написаний пост стає відомим усьому світу за лічені секунди, отже блог доступний, мобільний (інформація часто поширюється блогами швидше, ніж через агентство новин), оперативний.

Нарешті, блог максимально відкритий, діалогічний, від початку націлений не на просте інформування, а саме на комунікацію. Контент блогу – це безперервна бесіда без спеціального літературного оброблення; мовленнєва поведінка створювача блогу диктує моду на жанрове і стилістичне оформлення думок. У блогах забезпечується миттєвий зворотний зв'язок, читач стає автором, його думка важлива і цікава.

Меті цієї статті – проаналізувати роль блогів у сучасному інформаційному просторі й ті засоби впливу, які в них використовуються.

Розглянемо блог філософа Сергія Дацюка, який розміщено на ресурсі «Українська правда». Оберемо для аналізу предметний матеріал «Хто такий блогер?». Подаємо фрагмент:

«...Саме блогінг дає можливості переглянути функції інформування-аналізу-організації розваг.

Блогер може робити те, що власне дуже рідко або майже ніколи не робив журналіст. Блогер може пропонувати соціальні інновації, здійснювати технологічно складні інтерактивні процеси в мережі, тобто працювати не тільки в тексті, але і в коментарях до свого тексту...

Найкращий блогер це соціальний інженер на боці всієї громади, а не якоїсь політичної сили чи соціального руху. Тому блогери в останні роки стали такими запитаними. Їх запрошують авторитетні друковані видання, їх запрошує телебачення, їх залучають політики, їх шанують громадянські рухи. Блогер може займатися політикою. Але умови цього заняття доволі складні: 1) рівноважність присутності різних політичних сил в текстуальних контекстах; 2) за всякої оцінки подій прямо і чітко ставати на позицію всієї громади, з якою ідентифікує себе блогер; 3) уникати контекстів всіляких расових і національних ідентичностей, які сіють розбрат і ворожнечу, на користь громадянської в ідеалі універсальної ідентичності; 4) уникати трайбалізму в будь-якому його прояві; 5) періодично зі своєю референтною групою обговорювати свої тексти для уникнення чисто психологічних аберацій (скочування до гордині, жадібності, гніву, заздрості, хтивості, черевоугодництва, зневіри чи ліні). (Бережіться політики, вона провокує смертні гріхи:)).

Якщо блогер погоджується на якусь пропозицію систематизованої (інституалізованої) реальності, він стає професійним блогером.

Якщо спочатку умови його ангажементу дуже прості – роби те, що робиш, а ми будемо платити грант. Ніяких зобов'язань блогера щодо тиражів, рейтингу, відсотків політичної підтримки в такому грантодавстві спочатку немає. Якщо блогер продовжує зберігати свою ідентичність і робити все те, що не робить журналістика, то його аудиторія зростає. Коли аудиторія блогера зростає, грантодавець починає розглядати його, принципово мережевого і несистемного суб'єкта, як масовий, а отже інституалізований і

тим самим капіталізований ресурс. А аудиторія починає розглядати блогера як звичний для неї ресурс повсякденної смислової та перспективної орієнтації.

І от настає цей момент – аудиторія читачів блогера зростає і починає вимагати від блогера писати на теми, що їй до вподоби, а його грантодавець починає ставитися до нього як до інституалізованого і капіталізованого ресурсу.

Найбільш морально небезпечним вибором для блогера є пропозиція від представників його аудиторії чи від грантодавця зайнятися інформаційним кілерством чи тролінгом певних осіб, партій, кланів, соціальних груп і т.д.

В такій ситуації блогер може перетворитися або на професійного журналіста, або ціною відмови від грантової підтримки і від подальшого зростання своєї аудиторії зберегти свою ідентичність.

...Блогінг довго лишатиметься висхідним трендом тому, що на місце всіх скурвлених блогерів завжди приходитимуть молоді, драйвові і ще не куплені.

Отже, блогер це не той, хто веде блог. Блогер це той, хто лишається блогером після того, як його блог стає популярним, а отже отримує можливість масовізації, капіталізації і т. п... Володіти помислами своєї аудиторії благородно – головна настанова блогера.

Блогер – це не професія. В своїй основі блогер – це громадянська позиція, яка творить публічну універсальність. І саме як така ця позиція блогера буде запитана ще тривалий час» (22 вересня 2015, 09:46).

Отже, у своїй публікації Сергій Дацюк наголошує, що блоги – це один із впливових сучасних засобів масової інформації, який протистоїть тим, які себе дискредитували в очах суспільства, наприклад, журналістиці. Разом із тим, він зазначає, що, блоги можуть скомпрометувати себе, якщо заради популярності чи вигоди втрачатимуть свою ідентичність. Таким чином, інструмент подолання маніпуляцій масовою свідомістю може перетворитися на нову маніпулятивну технологію.

Сумніви щодо того, що блоги – це відкритий і незалежний засіб суспільної комунікації висловлюють і коментатори:

«Зверну увагу на таке: блогерство справжнє, а не тільки як дозволене "модераторами"... можливе за умови дотримання свободи слова. Свободи без кордонів... Власне тоді блогер не стане в ролі регульованого статиста. Можливо, потрібна спец платформа в мережі типу blogger.com, Hyde Park» (Euzebiusz, 22.09.2015);

«існує редакційне "сито": при чому воно діє навіть для коментів – і коли редакція раптом починає писати "заборона через ненормативну лексику" якої насправді і духу немає – то хочеться когось таки добряче "послати"!» (Олександр Келим, 22.09.2015).

Як бачимо, медіаспільнота чудово усвідомлює своєрідну примарність неупередженості блогерства: якщо блог є частиною якогось ЗМІ, хто гарантує те, що цей ресурс не виступить у ролі цензора чи маніпулятора?

Доповнимо ці висновки самих блогерів ще кількома спостереженнями.

Одна з фундаментальних характеристик блогів – це їхня авторитетність, опора на авторів, яким люди довіряють. Доведено, що сугестивний вплив найбільш ефективно здійснюється серед тих мережевих співтовариств, де інтерактивні відносини налаштовані на довіру, симпатію, співчуття й розуміння [7]. Але сама по собі авторитетність не виключає можливостей маніпулювання, крім того, саме вона знижує рівень критичності в сприйнятті інформації. Довірливий читач відкритий для будь-яких впливів.

Так, наприклад, що робить блог Дацюка авторитетним? Безперечно, репутація автора і його попередні дописи. Однак багато залежить і від інших чинників. Зокрема, ставка робиться й на авторитетний ресурс – «Українську правду», на якому стаття розміщена і до якого є довіра громадськості. Більше того, під матеріалами блогів «Української правди» зазначено: *Керівник проекту: Георгій Гонгадзе*, ключова постать в політиці останніх кільканадцяти років.

Далі, автор блогу зазначає: *«Найкращий блогер це соціальний інженер на боці всієї громади, а не якоїсь політичної сили чи соціального руху»*. Тут проводиться гра на груповій ідентичності (схожості), яка перетворює автора на рупор (захисника) суспільних інтересів. Безперечно, це подобається реципієнтам і робить їхнє сприймання менш критичним.

Вдається (можливо, ненавмисно) автор і до переакцентування уваги, відведення підозри від себе. Наприклад, читаємо: *«Найбільш морально небезпечним вибором для блогера є пропозиція від представників його аудиторії чи від грантодавця зайнятися інформаційним кілерством чи тролінгом певних осіб, партій, кланів, соціальних груп і т. д.»*. Читач підсвідомо налаштовується на те, що всі «куплені» журналісти й блогери – це хто завгодно, але не автор. Він навіть не замислиться над тим, що ресурс, на якому розміщений блог, теж може диктувати «свої правила».

Ще одним вагомим засобом маніпулювання, точніше нейролінгвістичного програмування, є мова. Зокрема, вибір фраз *«саме блогінг дає можливості», «блогер може пропонувати», «блогер має право»* постійно привертає увагу до предмету розмови і підсилює довіру до нього. Просторічна, ненормативна лексика (*«на місце всіх скурвлених блогерів завжди приходимуть молоді, драйвові і ще не куплені»*) наближує комунікацію до ситуацій повсякденного, невимушеного, неформального спілкування, зваблює читача своєю простотою, а отже, знову ж таки робить реципієнта менш критичним і прискіпливим.

Використовує автор блогу і такий засіб як «переакцентування групової динаміки». Доцільно зауважити, що аналізований нами матеріал з'явився після написаних Сергієм Дацюком двох попередніх: «Не забути Крим», «Опціон з розвитку країни», які викликали бурхливу реакцію читачів, відповідно 46 і 53 коментарі. Роз'ятрилося справжнє інформаційне протистояння і, швидше за все, автор частково «виправдовується» (*«блогер може здійснювати синтез нових мислительних установок і мотиваційних настанов»*) і, крім того, переводить дискусію на іншу тему – тему свободи слова.

Ми свідомо обрали для прикладу блогерський матеріал без політичної напруги, бо, використовуючи запропоновані ключові елементи аналізу (ставка на авторитетність, гра на груповій ідентичності, позиція захисника суспільних інтересів, перебалансування групової динаміки, ламання стереотипів, нейролінгвістичне програмування та ін.), кожен зможе знайти маніпулятивні засоби в будь-яких інших блогах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бабенко Ю. Інформаційна війна – зброя масового знищення! / Ю. Бабенко // Українська правда [Електронний ресурс] / Ю. Бабенко. – Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/rus/articles>
2. Гусаров В. Інформаційна безпека не означає цензури / В. Гусаров. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/media>
3. Здоровега В. Достовірність інформації як передумова медіа-освіти. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lnu.edu.ua/mediaeco/zurnal/N2/Mediaosvita/dostovirn-inf.htm>
4. Зигуля С. Газета як друкований засіб масової комунікації в умовах розвитку інформаційних технологій / С. Зигуля, О. Потоцька. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/561>
5. Лукашевич М. П., Туленков М. В. Спеціальні та галузеві соціологічні теорії : навчальний посібник. – К. : МАУП, 2004.
6. Попов А. Блоги. Новая сфера влияния. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://adm-lib.ru/books/1/Blogi_Novaja_sfera_vlijaniya.pdf
7. Сугестивні технології маніпулятивного впливу : навчальний посібник / [В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Л. Ф. Компанцева, Є. Д. Скулиш, О. Д. Бойко, В. В. Остроухов]; за заг. ред. Є. Д. Скулиша. – 2-ге вид. – К. : ЗАТ «ВІПОЛ», 2011. – 248 с.
8. Титаренко М. Світоглядна публіцистика: спроба полемічного дискурсу / М. Титаренко // Вісник Львівського університету. Серія журналістики, 2006. – Вип. 28. – С. 118-134

Маркив А. Т. Блог как средство манипулирования и противодействия манипулятивным воздействиям в условиях информационных войн

В статье проанализованы средства ведения информационных войн. Акцентируется внимание на суггестивных и манипулятивных влияниях на массы через средства массовой коммуникации в Интернете, в частности, через блоги.

Ключевые слова: средства массовой коммуникации, средства массовой информации, информационная война, манипулятивное влияние, блог.

Markiv O. T. Blog as a means of manipulation and countering manipulative influence in the information war

The article reveals the basic concepts of the process of information warfare, analyzed the information-psychological technologies of its implementation. Focused on suggestiva and manipulative influences on the masses through means of communication in the Internet.

Key words: mass media, information warfare, manipulative influence, media, blog.

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ М. П. ДРАГОМАНОВА
ІНСТИТУТ УКРАЇНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА ЛІТЕРАТУРНОЇ ТВОРЧОСТІ
ІМЕНІ АНДРІЯ МАЛИШКА
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ**

**ЖУРНАЛІСТИКА,
ВИДАВНИЧА СПРАВА,
РЕДАГУВАННЯ:
ВЧОРА, СЬОГОДНІ, ЗАВТРА**

**ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ»**

ВИПУСК V

**КИЇВ
ДП «Експрес-об'ява»
2015**

УДК 070 + 655] (066)
ББК 76.00_{я43} + 76.17_{я43}
Ж 92

СКЛАД РЕДАКЦІЙНОЇ КОЛЕГІЇ

Висоцький Анатолій Васильович – доктор філологічних наук, професор, директор Інституту української філології та літературної творчості імені Андрія Малишка Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова; **Жацько Віктор Олексійович** – доктор філософських наук, професор, академік Академії вищої освіти України, завідувач кафедри журналістики Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова; **Сидоренко Наталія Миколаївна** – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри історії журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, професор кафедри журналістики Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова; **Дубецька Оксана Олександрівна** – кандидат наук із соціальних комунікацій, асистент кафедри журналістики Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова; **Куляс Павло Петрович** – кандидат історичних наук, доцент кафедри журналістики Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова; **Марків Олександра Тимофіївна** – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри журналістики Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова; **Харчук Олена Василівна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова; **Харитоненко Олена Іванівна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова; **Чепуренко Яна Олексіївна** – кандидат історичних наук, доцент кафедри журналістики Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова; **Шпак Віктор Іванович** – кандидат історичних наук, професор кафедри журналістики Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова

РЕЦЕНЗЕНТИ

Карпенко Віталій Опанасович – доктор суспільно-економічних наук Українського Вільного Університету (Мюнхен), професор, завідувач кафедри журналістики Університету «Україна»; **Поплавська Наталія Миколаївна** – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри журналістики Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ДРУКУ

кафедрою журналістики НПУ імені М. П. Драгоманова.
Протокол засідання кафедри № 3 від 31 листопада 2015

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні Вченої Ради Інституту української філології та літературної творчості
імені Андрія Малишка НПУ імені М. П. Драгоманова.
Протокол засідання №2 від 23 грудня 2015

Ж 92 Журналістика, видавнича справа, редагування: вчора, сьогодні, завтра : збірник наукових праць «Актуальні проблеми теорії соціальних комунікацій». Випуск V. – К. : ДП«Експрес-об'ява», 2015. – 96 с.

ISBN 978-966-97450-8-8

У статтях викладачів кафедри журналістики НПУ імені М. П. Драгоманова проаналізовані актуальні проблеми теорії журналістики, видавничого бізнесу, літературного редагування, розглянуто також питання типології видань та особливості редагування видань різних видів і творів різних жанрів. Збірник призначений фахівцям у галузях журналістики, видавничої справи, редагування.

УДК 070 + 655] (066)
ББК 76.00_{я43} + 76.17_{я43}

ISBN 978-966-97450-8-8

© Інститут української філології та літературної творчості імені Андрія Малишка, 2015
© ДП «Експрес-об'ява», 2015

ЗМІСТ

Жадько В. О.	
Феномен історичної пам'яті в контексті творчої діяльності журналіста....	4
Сидоренко Н. М.	
Борис Олійник – поет із публіцистичним відчуттям світу.....	8
Дубецька О. О.	
Рейтинги дитячої періодики у світі.....	13
Куляс П. П.	
Редакторське чуття мови і мовна мода.....	19
Марків О. Т.	
Блог як засіб маніпулювання і протидії маніпулятивним впливам в умовах інформаційних війн.....	26
Полтавець Ю. С.	
Змістові та мовностилістичні особливості видавничих анотацій до сучасних дитячих книжкових видань.....	33
Савенкова Л. В.	
Вільний доступ як прогресивна форма організації фонду університетської бібліотеки.....	40
Харитоненко О. І.	
Тематична структура і засоби тематичного планування номера сучасних громадсько-політичних газет.....	46
Чепуренко Я. О.	
Типологічний та змістовий аналіз науково-інформаційного видання: до постановки питання.....	61
Шевчук С. В.	
Системи організації як компоненти інформаційної архітектури онлайн ЗМІ.....	68
Шпак В. І.	
Світовий досвід розбудови видавничої галузі.....	75