ДРАГАН-ІВАНЕЦЬ НАТАЛІЯ ВАСИЛІВНА. Назва дисертаційної роботи: "CТРАТЕГІЇ ЕФЕКТИВНОГО ВПЛИВУ: ПЕРСВАЗИВНІ ЧИННИКИ В СУЧАСНИХ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ ТЕКСТАХ"

Міністерство освіти і науки України

Львівського національного університету імені Івана Франка

На правах рукопису

ДРАГАН-ІВАНЕЦЬ НАТАЛІЯ ВАСИЛІВНА

УДК 007 : 304 : 659.3

CТРАТЕГІЇ ЕФЕКТИВНОГО ВПЛИВУ:

ПЕРСВАЗИВНІ ЧИННИКИ

В СУЧАСНИХ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ ТЕКСТАХ

27.00.04 – теорія та історія журналістики

Дисертація на здобуття наукового ступеня

кандидата наук із соціальних комунікацій

Науковий керівник –

Яцимірська Марія Григорівна

кандидат філологічних наук, професор

Львів – 2015

2

ЗМІСТ

ВСТУП………………………………………………………………………….….4

РОЗДІЛ 1

НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ ПЕРСВАЗІЇ

1.1. Історіографія дослідження персвазивності………………………………..11

1.1.1. Переконування як предмет наукового аналізу….……............................11

1.1.2. Персвазія, персвазивність, персвазивна комунікація:

проблема дефініцій….……………......…………………………………...13

1.2. Комунікативна стратегія персвазивності……………..………………...…32

1.2.1. Аргументування як процес раціонального переконування………….…33

1.2.2. Синергія переконування: ефективність впливу спільними діями……..44

1.2.3. Персвазивні можливості гіпертексту………….…………………………52

1.3. Висновки до розділу 1………………………………………………………58

РОЗДІЛ 2

СТРАТЕГІЇ ЕФЕКТИВНОГО ПЕРЕКОНУВАННЯ В СУЧАСНІЙ

ЖУРНАЛІСТСЬКІЙ ПРАКТИЦІ

2.1. Психологічні чинники впливу на читачів……….………………………...60

2.1.1. Комунікативні установки в персвазивних текстах…..………………….60

2.1.2. Персвазивність і маніпуляція в передвиборчій кампанії до Верховної

Ради України 2012 року…………….….....................................................70

2.2. Паралінгвістичні засоби візуалізованої інформації………........................85

2.2.1. Монокодовий – дикодовий – полікодовий текст: порівняльний

аналіз ефективності впливу……………………………….......................86

2.2.2. Журналістика даних: інфографіка та інтерактивна візуалізація даних

як персвазивний стимул в інтернет-виданні “Тексти.org.ua”…………96

2.2.3. Журналістські матеріали: кількість переглядів та поширень у

соцмережах як критерій ефективності впливу………………………..110

2.3. Висновки до розділу 2……………………………………………………..116

3

РОЗДІЛ 3

ЕМОЦІЙНА ЕКСПРЕСИВНІСТЬ В ЖУРНАЛІСТСЬКИХ ТЕКСТАХ

3.1. Мовні маркери персвазивності………………...…………………..……...119

3.1.1. Емоційні (мотиваційні) заголовки в матеріалах “Української правди”

як авторські реакції на події……………………………….…...............119

3.1.2. Адгерентна експресивність: індикатор персвазивності в

політичній публіцистиці………...……………………………………...130

3.2. Персвазивні елементи мережевих видань…………………..……............139

3.2.1. Чинники впливу журналістських текстів на читачів (соціологічний

аналіз відповідей студентів-журналістів)……………….……………..140

3.2.2. Мультимедійні рубрики на індекс-сторінках мережевих видань з

погляду персвазивності..……………........……......................................148

3.3. Висновки до розділу 3……………………………………………………..154

ВИСНОВКИ………………………………………………………….................157

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ…………………………….........163

ДОДАТКИ………………………………………………………………………190

ГЛОСАРІЙ……………………………………………………………………...197

4

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлена потужним впливом ЗМІ

на формування громадянського суспільства, нової політичної еліти й активну

участь молоді у процесах демократизації та реформування держави. Поняття

персвазії складне та неоднозначне в сучасному медійному дискурсі. У

практиці ЗМК його часто підмінюють маніпулюванням, тому є потреба

виробити нові тактики протидії пропаганді шкідливих ідей та проектів.

Персвазія як наукова теорія про переконування та модифікацію системи

певних поглядів чи рішень, корекцію установок, зміну мотивації вчинків

перебуває в центрі уваги дослідників багатьох царин: медіазнавства,

політології, психології, культурології та ін. З огляду на це, комплексне

дослідження персвазивних технік (їх класифікація та контент-аналіз) є

актуальним у журналістикознавчій науці та сфері інформаційної безпеки.

Традиційні способи репрезентації інформації в ЗМІ розчинилися в

царині нових медій, тому важливо осмислити сучасні техніки переконування

в авторських текстах. Журналістика даних (інфографіка та інтерактивна

візуалізація) як малодосліджений компонент соціальних комунікацій

потребує ґрунтовного вивчення та узагальнення з погляду персвазивності.

Візуальний ряд є невід’ємною частиною комунікативного задуму автора,

який привертає увагу читачів інтернет-видань через мультимедійні елементи.

Персвазивність публікацій в українському сегменті мережевих ЗМІ об’єднана

в синергетичну тріаду: монокодовий, дикодовий (креолізований) та

полікодовий текст.

Науковий аналіз стратегій ефективного впливу (психологічних,

вербальних, візуальних та власне соціокомунікативних) є важливим кроком

до вироблення моделей аксіологічного переконування у ЗМІ. Персвазивні

тактики в публікаціях популярних видань (“Дзеркало тижня”,

“Тексти.org.ua”, “Українська правда” та ін.) потребують осмислення й

5

стануть суттєвим доповненням у теорію формування політичної

свідомості читачів.

Зв’язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Дисертація виконана в межах науково-дослідної теми кафедри мови засобів

масової інформації факультету журналістики Львівського національного

університету імені Івана Франка “Масове комунікування: мова, текст,

гіпертекст”, номер державної реєстрації № 0112U00325 (науковий керівник

проф. Яцимірська М. Г.).

Мета дослідження – окреслити стратегії ефективного впливу в ЗМІ та

обґрунтувати роль персвазивних чинників у сучасних медіатекстах.

Реалізація мети дослідження передбачає виконання таких завдань:

1) схарактеризувати сутність концепту персвазивність і показати його

представлення в наукових теоріях;

2) класифікувати та обґрунтувати стратегії ефективного впливу на

читачів;

3) виокремити та систематизувати персвазивні чинники в сучасних

журналістських публікаціях;

4) визначити вербальні та візуальні маркери переконування в медіатексті;

5) простежити авторські техніки персвазії з погляду формування та

модифікації комунікативних установок;

6) змоделювати чинники впливу інтернет-видань на читачів за

результатами власного опитування.

Об’єкт дослідження – журналістські тексти в українських

медіавиданнях: “Тексти.org.ua”, “Українська правда”, “Дзеркало тижня”,

“ЗІК”.

Предмет дослідження – персвазивні чинники в сучасних авторських

публікаціях з погляду їх результативного впливу на читача.

Хронологічні межі дослідження: 2009 – 2015 роки. Цей відтинок часу

характерний нестабільною політичною ситуацією та складними процесами

державотворення. Відомо, що 2009 рік розпочався фінансовою кризою та

6

“газовою війною” з Росією, згодом численні виборчі перегони, потім

драматичні події на Євромайдані та складна економічна ситуація, зовнішня

агресія Росії в Криму і на Донбасі.

Джерельна база – сучасні видання “Тексти.org.ua” (як взірець

професійного візуалізованого мережевого видання), “Українська правда”

(потужний український новинно-аналітичний ресурс), “Дзеркало тижня”

(офлайнова інтернет-версія), “ЗІК” (приклад інтернет-версії розвинутого

регіонального видання).

Методи дослідження. У дисертації використано комплекс

загальнонаукових методів (теоретичних та емпіричних): метод

концептуального аналізу – для з’ясування дефініцій термінів персвазія,

персвазивність, персвазивна комунікація; контент-аналіз – для дослідження

ефективності впливу журналістського тексту на читача; метод індукції – для

побудови синергетичних зв’язків у інтернет-комунікуванні; метод аналізу та

синтезу – для дослідження вербальних та невербальних маркерів

персвазивності; метод порівняння – для характеристики монокодового,

дикодового, полікодового тексту та мультимедійних засобів українських

інтернет-ЗМІ; метод систематизації та класифікації – для виокремлення

стратегій ефективного впливу та персвазивних чинників у журналістських

текстах; для укладання таблиць, графіків, діаграм; метод опитування (у формі

анкетування) – для визначення чинників впливу інтернет-видань на читачів;

ілюстративний метод – для аргументації наукових ідей та сенсів цитатами зі

статей, монографій, інтернет-видань та інших матеріалів.

Наукова новизна одержаних результатів. У дисертації здійснено

комплексний аналіз концепту персвазії в українському журналістикознавстві,

визначено та обґрунтовано стратегії ефективного переконування читачів у

ЗМІ.

У роботі вперше:

– цілісно проаналізовано когнітивно-медійні аспекти персвазивності

сучасних авторських текстів;

7

– класифіковано стратегії ефективного впливу на читачів за матеріалами

українських інтернет-ЗМІ;

– виокремлено та систематизовано персвазивні чинники в

журналістських публікаціях;

– досліджено журналістику даних (інфографіку та інтерактивну

візуалізацію тексту) як новітній чинник актуалізації інформації;

удосконалено:

– тактику переконування в інтернет-комунікуванні з використанням

синергетичних дій;

– техніки впливу нових медій на сучасну молодь;

набули подальшого розвитку:

– система адаптації емоційно-експресивних засобів (мовних, графічних

та мультимедійних) до процесів результативного переконування;

– вивчення адгерентної експресивності на прикладі сучасних

журналістських публікацій.

Теоретичне значення одержаних результатів полягає в тому, що

сформовані в дисертації положення можна використати як у теорії

соціальних комунікацій, так і в журналістикознавстві. Це дослідження

допоможе чітко усвідомити стратегії ефективного впливу та персвазивні

чинники в журналістських текстах. Інноваційний характер дослідження

полягає у тому, що в науковий обіг введено поняття персвазивності

візуального тексту, а досягнуті результати можна використати під час

подальших теоретичних пошуків.

Практичне значення одержаних результатів. Отримані результати

дослідження можуть бути запроваджені в навчальний процес для підготовки

таких курсів: “Персвазивна комунікація”, “Журналістика даних”,

“Журналістська майстерність” та ін. За матеріалами дисертації удосконалено

лекційно-практичні курси “Мовна комунікація в Інтернеті”, “Еристика”,

“Термінологічний практикум” для студентів спеціальності “Журналістика”.

Практичні рекомендації можуть бути використані в редакціях ЗМІ для

8

вдосконалення ефективності журналістських текстів. Проведена наукова

розвідка важлива для комплексного розуміння персвазивних чинників у

соціокомунікативному аспекті журналістської діяльності.

Наукову достовірність отриманих результатів забезпечує

методологічна обґрунтованість вихідних теоретичних положень,

застосування комплексу наукових методів, адекватних поставленій меті та

завданням, репрезентативність джерельної бази дисертації та значний масив

фактичного матеріалу, на основі якого розроблено та проаналізовано

персвазивні чинники ефективного впливу в ЗМІ.

Науково-методологічною базою дисертації були дослідження

українських та закордонних вчених: 1) із історії, теорії та практики

журналістики і соціальних комунікацій – Ю. Бідзілі, А. Бойко, М. Бутиріної,

А. Голоднова, С. Горевалова, О. Гояна, В. Демченка, В. Здоровеги,

Н. Зелінської, Н. Зикун, В. Іванова, С. Кравченко, І. Крупського,

В. Лизанчука, І. Михайлина, І. Павлюка, І. Паримського, Г. Почепцова,

В. Різуна, Н. Сидоренко, Л. Сніцарчук, В. Теремка, М. Тимошика, О. Тріщук,

Ю. Фінклера, І. Хоменка, О. Чекмишева, та ін.; 2) із теорії сучасної інтернетжурналістики – О. Акопова, Є. Анісімова, Т. Берерс-Лі, Дж. Гола,

Л. Городенко, Я. Засурського, О. Калмикова, Н. Карра, Л. Компанцевої,

Л. Коханової, Р. Крейга, О. Мелещенка, Б. Потятиника та ін.; 3) із проблем

когнітивно-лінгвістичного спрямування – А. Мамалиги, О. Пономарева,

К. Серажим, О. Сербенської, Н. Шумарової.

Оскільки дисертація виконана на міждисциплінарному рівні, у ній

використано чимало напрацювань з інших галузей (риторика, аксіологія,

соціологія, семіотика, політологія, психологія, культурологія тощо).

Особистий внесок здобувача. Автор одноосібно виконала дисертацію,

опублікувала 13 статей і 6 тез конференцій. Усі ключові ідеї, положення, які

розкривають наукову новизну, висновки й результати дослідження отримано

та сформульовано самостійно. Дві наукові статті написано у співавторстві з

проф. М. Яцимірською. У статті “Медіатекст як продукт журналістської

9

творчості (психолінгвістичний аналіз логічного сприйняття та емоцій)”

загальним обсягом 0,4 друкованих аркуша дисертантка виокремила та

проаналізувала різновиди емоції у процесі сприйняття медіатексту та

проілюструвала прикладами з українських медіавидань (0,2 друк. аркуша). У

статті “Персвазивне комунікування в науковому дискурсі” загальним

обсягом 0,3 друкованих аркуша здобувачка проаналізувала основні етапи

переконування й формування переконань у цільової аудиторії за

публікаціями журналіста С. Рахманіна (0,15 друк. аркуша).

Апробація результатів дослідження. Головні положення та висновки

дисертаційної роботи апробовано на 16 міжнародних, всеукраїнських,

регіональних, звітних університетських та інших конференціях. Серед них:

Міжнародна науково-практична конференція “Українська журналістика у

двохсотлітній ретроспективі” (з нагоди 200-річчя першої в Східній Україні

газети “Харьковский еженедельник”) (Харків, 23–24 жовтня 2012 р.);

Міжнародна науково-практична конференція “Cучасна новинна

журналістика: тенденції розвитку, форми подання, суспільний резонанс”

(Львів, 25–27 жовтня 2012 р.); Х Всеукраїнський соціолінгвістичний семінар

(Львів, 5 квітня 2013 р.); XІX міжнародна науково-практична конференція з

проблем функціонування і розвитку української мови “Мова. Суспільство.

Журналістика” (присвячена 40-річчю кафедри мови та стилістики) (Київ,

12 квітня 2013 р.); Всеукраїнська журналістикознавча конференція

“Громадянське суспільство і ЗМК: пошуки партнерства” (Львів,

24–26 жовтня 2013 р.); звітні конференції факультету журналістики

Львівського національного університету імені Івана Франка (Львів, лютий

2010 р., 2013 р., 2014 р.); ХVI Міжнародна науково-практична конференція,

присвячена проблемам суспільних і гуманітарних наук (Москва, 1 лютого

2014 р.); Міжнародна конференція “Наука і суспільство” (Донецьк, 15 лютого

2014 р.); Міжнародна конференція “Наука як рушійна антикризова сила”

(Київ, 29 березня 2014 р.); Перший науковий інтернет-симпозіум “Медіа,

глобалізація, соціальна мімікрія” (Луцьк, 1–10 квітня 2014 р.); XX

10

міжнародна науково-практична конференція з питань мовної політики в

Україні, проблем функціонування і розвитку української мови “Мова.

Суспільство. Журналістика” (присвячується 180-річчю Університету) (Київ,

11 квітня 2014 р.); ХІ Всеукраїнський соціолінгвістичний семінар (Львів, 13

травня 2014 р.); Міжнародна наукова конференція “Українські медіа в

європейському інформаційно-комунікативному просторі: історія, стан,

перспективи” (Ужгород, 16–17 жовтня 2014 р.); Міжнародна науковопрактична конференція “Стандарти журналістики та професійної освіти в

період суспільних трансформацій (до 60-річчя факультету журналістики

Львівського університету)” (Львів, 23–24 квітня 2015 р.).

Публікації. Основні положення й результати дослідження викладено в

19 публікаціях: з них 9 статей надруковано в українських фахових виданнях

(2 у співавторстві), 1 – у зарубіжному фаховому періодичному виданні

(Росія), 3 – у збірнику наукових праць, 6 – тези матеріалів конференцій.

Структура й обсяг роботи. Дисертація складається зі вступу, трьох

розділів, висновків, списку використаних джерел (287 позицій) на 26

сторінках, 4 додатків на 6 сторінках та глосарію на 4 сторінках. Загальний

обсяг дисертації становить 200 сторінок, основний текст – 162 сторінки

ВИСНОВКИ

ДослідженнястратегійефективноговпливувЗМІтаперсвазивних

чинниківначитачівусучаснихжурналістськихтекстахзаматеріалами

українськихвидань“Тексти”“Українськаправда”“”“Дзеркало

тижня”далозмогузробититаківисновки

Персвазивністьжурналістськихтекстівєключовоюпротидією

маніпуляціямуЗМІтанатискамфінансовихгрупінтересівнасуспільну

думкузагаломімолодьзокремаЕтичніаспектизастосуванняперсвазивних

технікуЗМІдопомагаютьзрозумітимисленняйповедінкучитачівв

екстремальнихумовахРеволюціяГідностіАТОіскорегуватимотивацію

майбутніхдій

Персвазіяякнауковатеоріяпропереконуваннястрімкорозвиваєтьсяіє

важливимоб’єктомактивнихдискусійвченихугалузісоціальних

комунікаційПроаналізувавшинауковірозвідкисучаснихдослідників

вважаємодоцільнимрозглядатиперсвазіюякнауковутеоріюпро

переконуванняаперсвазивність–якпроцеспереконуваннянаосновані

вартісногоаксіологічногоінформування

Наголошенонатомущоперсвазивнакомунікація–церізновид

масовоїкомунікаціїзавданнямякоїєпереконатичитачазадопомогою

синтезуінтелектуальнихморальнихтаемоційнихкомпонентівмови

Деякідослідникирозглядаютьперсвазивністьякпідкатегорію

аргументаціїСугестивністьаргументуваннятаперсвазивністьєподібними

формамимовноговпливуйспрямованіназмінупосткомунікативної

поведінкичитачаОднаквонимаютьівідмінніпрагматичніхарактеристики

Персвазивнітекстифункціонуютьусистеміаксіологічнихсенсівта

моральноетичнихаспектівінетотожнізмовнимманіпулюванням

Задопомогоюметодівсистематизаціїтакласифікаціїзоглядуна

проаналізованіперсвазивнічинникивсучаснихжурналістськихтекстах

можнавиокремититакістратегіїефективноговпливу



апсихологічнастратегія

Персвазивнатеоріярозглядаємедіаякчастинудосвідусоціалізації

важливийчинникформуванняреакційіпоглядівчитачівПереконуванняв

сучаснійжурналістськійпрактиціпередбачаєнасампередутвердженнята

модифікаціюкомунікативнихустановок

АналізстатейжурналістаСРахманіна“Дзеркалотижня”показавякі

поглядитаустановкивдалосясформуватиавторовіусвоїхчитачівза

останнійрікпрезидентстваВЯнуковичаСереднихтакіспротивчинній

владінедовірадовладибажаннясправедливостібездіяльність

владиборотьбазкорумпованістювлади

Змінитикомунікативніустановкизадопомогоюперсвазивнихтекстів

можливозавдякифаховостіжурналістапослідовностісоціальнихта

когнітивнихтрансформаційІзкоментарівдопублікаційробимовисновок

щочитачісприйнялитазрозумілисенсавторськихінтенціййактивізували

своюучастьуподіяхнаМайдані

бвербальнастратегія

Аналізвербальнихмаркеріввпливужурналістськихтекстівнаприкладі

експресивноїлексикиЮВинничукавінтернетвиданні“ЗІК”за–

рікзпоглядуперсвазивностіпідтвердивщожурналістськариторика–це

ефективнийперсвазивнийчинниквполітичнійпубліцистиціПромовистими

риторичнимизасобамивавторськихпублікаціяхєпохідніодиницівід

антропонімівзокрематрансформаціяпрізвищізметоюприписуванняїм

оціннихнегативнихзначеньмножинніформивласноїназвиінаписання

прізвищнешанованихзпоглядуавтораосібізмалоїлітериякодиніз

поширенихспособіввисловленнянеприязнітазневагинаявністьалюзійдо

відомихлітературнихтекстівцитатізпісеньназвфільміввживання

оказіональноїлексикимовнагразадопомогоюпитальнихреченьта

риторичнихзапитань

Завдякивикористаннюемотивноекспресивноїлексикиавторвпливає

напоглядиабопринаймніемоційнийстанчитачаЗасобижурналістської



риторикиякчинниківперсвазивностіпривертаютьувагуадресатадомовної

формитекстуйдоактумовленнядемонструємовнукомпетенціющосприяє

зростаннюавторитетужурналістаЮВинничукайформуєйогообразяк

людинидотепноївправноїувисловлюванняхцікавоїособистості

Мотиваційнізаголовки–цеважливийівпливовийперсвазивний

чинникякийформуєпершевраженняемоційноналаштовуєчитачана

прочитанняжурналістськоїпублікаціїКонтентаналізпублікаційінтернетвидання“Українськаправда”даєможливістьзробитивисновокщозавдяки

емотивномумотиваційномузаголовкужурналістпереконуєадресанта

прочитативсюпублікаціюАвторипишутьнаактуальнудлясьогоденнятему

конкретнукомунікативнуподіюякаспонукаєдовикористанняособливих

мовнихзасобівнаприкладемоційноекспресивноїлексикиЖурналісти

видання“Українськаправда”використовуютьузаголовкахрізнівидиемоцій

альтруїстичнікомунікативніглоричніпраксичнімобілізаційні

романтичнігносеологічніестетичнігедоністичніакізитивнізважаючина

суспільнітаособистіпотребичитача

ввізуальнастратегія

Задопомогоюметодупорівняннямидослідилиефективністьвпливу

різнокодовихтекстівНаприкладіжурналістськихматеріалівзінтернетвидань“Українськаправда”і“Тексти”проаналізованомонокодовий

дикодовийкреолізованийтаполікодовийтексти

Монокодовийтекствінтернетвиданняхпопритещонемає

паралінгвістичнихелементівтобтонеможевпливатичерезвізуальнийряд

здебільшоговикористовуєгіперпокликаннянаматеріалиіншихвиданьдеє

мультимедійніелементиУдикодовомутекстіілюстративнийряд

наприкладможливіваріантикартиУкраїнипіслявоєннихдіймає

вирішальнезначенняпідчассприйняттяПолікодовийтекстпривертаєувагу

читачівсамезавдякимультимедійнимелементамдевізуальнийрядє

частиноюкомунікативногозадумуавтора

Інфографікатаінтерактивнавізуалізаціяданихякефективний



візуальнийперсвазивнийчинникнайкращедемонструєсвоїможливостів

матеріалахінтернетвидання“Тексти”Вокремомусегменті

“Журналістикаданих”розміщеносотніробітзвізуалізаціїданихна

різноманітніактуальнітемиІнфографікиінтернетвидання“Тексти”

нелишепривертаютьувагутаподаютьвеликийобсягінформаціїалейза

допомогоюгіперпокликаньдаютьможливістьзаглиблюватисявту

інформаціюякацікавитьсаменасІнтерактивнавізуалізаціїданих–це

динамічнатазміннаінформаціятомуможеохоплюватинадзвичайно

об’ємнийматеріалзадопомогоюякоголегкопроаналізуватитапорівнятиті

чиіншівідомостіІнфографікатаінтерактивнавізуалізаціяданихнайкраще

систематизуєвербальнийматеріалщонадзвичайноважливодлячитачав

сучаснугіперінформаційнуепоху

Графічнітамультимедійнізасобидаютьзмогузбільшитиканали

сприйняттящодопомагаєкращомуташвидшомузасвоєннюінформації

Порівняльнийаналіздесятиукраїнськихінтернетвидань“УНІАН”

“ІнтерфаксУкраїна”“ЗІК”“Українськаправда”“Тексти”“Радіо

Свобода”“Дзеркалотижня”“Тиждень”“”“”–

підтвердивщоефективнимперсвазивнимчинникомєвикористанняна

індекссторінцітакихрубрикяк“Мультимедіа”“Інфографіка”“Відео”

“Фото”“Аудіо”“ТБ”“Інтернет”“Журналістикаданих”Усіукраїнські

інтернетвиданняінформагентстватанавітьонлайнверсіїофлайнових

виданьнамагаютьсяподаватиінформаціючерезмультимедійніканали

гсоціокомунікативнастратегія

Цюстратегіювиділенонаосновіаналізуперсвазивнихчинниківу

контекстіцілісностіжурналістськоготекстуаджевонакомплекснооб’єднує

всівищезазначенізасобиефективноговпливуСоціокомунікативнастратегія

акумулюєспособизацікавленняаудиторіїактуальністьтемиавторитет

журналістаіміджвиданняособистістьчитачамайстерністьконструювання

повідомлення

Кількістьпереглядівжурналістськихматеріалівтаїхпоширенняв



соціальнихмережахФейсбукТвіттерВконтактівмережевомувиданні

“Тексти”підтверджуютьщодлячитачапередусімважлива

актуальністьпублікаціїНайбільшукількістьпереглядівмаютьті

повідомленняяківисвітлюютьтааналізуютьважливідлясуспільстватеми

наприкладвійнуРосіїзУкраїноюкорупціюувладізростанняцінна

комунальніпослугимінімальнузаробітнуплатутощоНаголошенонатому

щосамевізуальнізасобисвітлинивідеоінтерактивнаграфікасприяють

ефективномупереконуваннюівпливаютьнакількістьпоширеньматеріаліву

соцмережах

Дляефективногопереконуваннявжурналістськихтекстахнедостатньо

керуватисяоднієюстратегієюЛишесинергетичнекомплекснезастосування

усіхстратегійперсвазивноговпливудопоможедосягнутиконкретноїмети

якуставитьпередсобоюавтор

Результатипроведеногоопитування“Чинникивпливуінтернетвиданьначитачів”засвідчилищобільшістьмолодихлюдейвіддають

перевагуінтернетЗМІпорівнянозпресоюрадіочиТБАвторитетнідля

студентівінтернетвиданняце–“Українськаправда”“Корреспондент”

“Дзеркалотижня”“БіБіСі”

ЗважаючинаросійськуагресіютавоєннідіїнаСходіУкраїни

більшістьстудентівжурналістівумережевихвиданняхособливо

зосередженостежатьсамезаполітичноютематикоюТомувміння

використовуватиефективностратегіїпереконуваннятавпливупотрібне

передовсімтимжурналістамякіпрацюютьуцариніполітичної

публіцистики

Ефективнепереконуваннявжурналістськихтекстахнастудентівяк

читачівздійснюєтьсязадопомогоюлогічнихаргументіводнакчастов

поєднанніземоційноекспресивноюлексикоюПерсвазивнимневербальним

засобомвпливувінтернетвиданняхзанашимирезультатамиє

використаннявавторськихматеріалахсвітлинвідеотаінфографікиЦі

результатипідтверджуютьважливістьсинергетичноїдіївербальноїта



візуальноїстратегійефективностівпливу

Аналіздослідженнядопомігосмислитидинамікуефективного

переконуваннявсоціальнихкомунікаціяхтажурналістиціПерсвазивні

стратегіївЗМІвпливаютьнарішучістьмолодістатиповноправнимчленом

українськоїполітичноїелітиПерсвазивністьсучасноїжурналістикиє

каталізаторомдемократичнихреформаморальноетичнепереконування

сталоважливимчинникомстановленнягромадянськогосуспільствав

Україні

ПерспективидослідженняПерсвазивністьсучаснихжурналістських

текстівумережевихвиданняхзоглядустратегійефективноговпливу

потребуєподальшогодетальногодослідженнятехніквпливуУнікальним

середовищемінтернетвиданьєгіперпокликаннямультимедійністьта

інтерактивністьякіужедослідженіоднакнесхарактеризованізпогляду

персвазивностіВінтернетжурналістицівартодослідитисинергетичний

впливперсвазивнихчинниківжурналістськихтекстівначитачів

Оскількивдисертаціїмиокреслилилишетеоретичніаспекти

журналістикиданихінавелинизкуприкладіввважаємощоцянаукова

царинапотребуєпрактичноговивченняВартоввестинафакультетах

журналістикиспецкурс“Журналістикаданих”Сьогодніособливоважливо

готуватифахівцівякіспроможнікомплекснозастосовуватирізні

комунікативніформатитекстграфікуаудіовідеоужурналістських

матеріалах