

МИНОБРНАУКИ России
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра консультативной психологии

**ВЫЯВЛЕНИЕ МАНИПУЛЯТИВНОГО КОНТЕНТА В
ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОМ
ВОЗДЕЙСТВИИ НА ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНЫХ
СЕТЕЙ**
АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 2 курса 266 группы
направления 370401 «Психология»

факультет психологии

Авериной Анастасии Константиновны

Научный консультант
д. псих. н., профессор

дата, подпись

Г.В. Грачёв

Научный руководитель
д. псих. н., профессор

дата, подпись

Т.В. Белых

Заведующий кафедрой
д. псих. н., профессор

дата, подпись

Т.В. Белых

Г. Саратов, 2019 г.

Аннотация

Настоящая магистерская работа посвящена изучению различных аспектов интернет-коммуникации, как среде влияния техник и методов информационно-психологического воздействия на пользователей социальных сетей.

В первой главе изучена специфика общения в социальной сети, как особого коммуникативного пространства, а также исследование различных аспектов информационно-психологического воздействия, методов и техник манипуляций.

Во второй главе данной работы проведено эмпирическое исследование текстов, взятых из одного из сообществ социальной сети «ВКонтакте», на предмет наличия в них манипулятивного контента. Анализ текстов проведен с помощью метода логико-аналитической реконструкции смысловой структуры текста, Г.В. Грачёва.

Введение

Состояние информационной среды общества оказывает весьма существенное влияние на состояние психики людей, стереотипы их поведения в обществе и личной жизни, на их моральные нормы, нравственные критерии и духовные ценности. Это влияние стало особенно заметным в последние десятилетия XX века, когда информационно-коммуникативные процессы в обществе значительно усилились благодаря его всеобщей информатизации, развитию интернет-технологий и активным использованием социальных сетей. В современном обществе коммуникативно-информационная ситуация может быть охарактеризована активным использованием СМИ (телевидение, радио, печать, Интернет) различных технологий убеждения и воздействия на аудиторию. Мы живем в то время, которое именуют эпохой информации. Сегодня информация для человечества стала таким же важным ресурсом как земля, полезные ископаемые, вода. На сегодняшний день функции СМИ намного шире,

нежели простое информирование населения о событиях, происходящих в стране и в мире. Средства массовой информации давно стали источником психологического воздействия, по своей эффективности и размаху, намного превосходящими привычные формы общения. Получается, исследование информационно-психологического воздействия социальных сетей, в частности вербального контента, наполняющего их, является весьма **актуальной** задачей современности.

Объектом данного исследования является информационно-психологическое воздействие на пользователей социальных сетей.

Предметом работы является манипулятивный контент в социальных сетях Интернета. **Цель** магистерского исследования заключается в выявлении психологических манипуляций в вербальном контенте, существующем в социальных сетях современного Интернета.

Поставленная цель требует решения следующих **задач**:

1. Провести теоретическое исследование интернет-коммуникации и социальных сетей, как среды для информационно психологического воздействия

2. Изучить понятие информационно-психологического воздействия, мишеней и методов психологических манипуляций и рассмотреть понятие манипулятивного и вербального контента

3. Провести эмпирическое исследование вербального контента социальной сети для выявления психологических манипуляций, формируемых представлений и отношений.

Для достижения исследовательской цели и реализации задач эмпирического исследования были использованы методы:

1. Общенаучные методы теоретического анализа (аналогия, сравнение и классификация, дедукция);

2. Теоретический анализ литературы;

3. Логико-аналитическая реконструкция смысловой структуры текста

(ЛАРССТ) Г.В. Грачёва

Гипотеза исследования заключается в том, что в современных социальных сетях распространён вербальный контент, в котором используется психологические манипуляции, воздействующие на пользователей. **Практическая значимость** нашего исследования определяется возможностью использования результатов работы в образовательных и просветительских целях.

Новизна исследования заключается в том, что коммуникация в социальных сетях, являясь относительно недавно появившейся формой общения, ещё недостаточно изучена с психологической точки зрения. Кроме того, информационно-психологическое воздействие и способы манипулирования в социальных сетях не были изучены прежде.

Работа написана на стыке нескольких наук: когнитивная психология, лингвистика, киберпсихология. В работе впервые продемонстрированы особенности манипуляции в публикациях сообществ крупнейшей социальной сети «ВКонтакте».

Так же в работе представлена апробация метода логико-аналитической реконструкции смысловой структуры текста Г.В. Грачёва на публикациях в социальной сети.

Материалом исследования послужили тексты публикаций различного объёма и содержания одной из групп, осуществляющих обучение навыкам копирайтинга, извлечённые из закрытых ресурсов крупнейшей российской социальной сети «ВКонтакте» за период 2018–2019 гг. Всего было проанализировано более 15 публикаций, которые включают в себя 64 смысловых блока, 130 манипулятивных техник и методов.

Теоретическая значимость исследования состоит в том, что оно вносит определённый вклад в решение актуальных проблем информационно-психологической безопасности связанных с изучением семантических, функциональных, коммуникативных, прагматических, когнитивных, социальных аспектов информационно-психологического воздействия в социальных сетях.

Практическая значимость исследования заключается в том, что его материалы могут быть использованы в практике преподавания вузовских курсов «Современная когнитивная психология», «Социолингвистика», «Информационно-аналитическая экспертиза текстов», «Дискурсивный анализ», а также при создании сборника психологических манипуляций.

В Главе 1 подробно изучены различные аспекты социальной сети, как особого коммуникативного пространства, а также исследование различных аспектов информационно-психологического воздействия, методов и техник манипуляций, автор в своей работе пришел к следующим выводам:

1. В рассмотренных подходах к определению «интернет-коммуникации» и непосредственной деятельности человека в Интернет-сети не существует единой терминологии. Беря во внимание то, что характер современного общения в сети имеет разнообразные определения, в настоящей работе, мы будем использовать термин «интернет-коммуникация», который по выводам И.Н. Розиной, мы будем понимать, как использование людьми функции обмена данными в сети Интернет для обретения и формирования знаний и взаимоотношений в различных социальных контекстах, средах и культурах. С нашей точки зрения, данный термин и его определение являются наиболее полно отражающим современную коммуникацию в Интернете.
2. Социальная сеть – это система, состоящая из модулей, которыми являются сообщества, публичные страницы и личности. Поэтому один из самых главных одна из важнейших черт социальных сетей – это система перекрещивающихся, пересекающихся «друзей», «пабликов» и «групп». Говоря о специфике общения в социальных сетях, мы пришли к выводу, что данный тип коммуникации имеет свои отличительные особенности по сравнению с «живым» устным общением, с традиционным письменным общением и с другими

формами интернет-коммуникации (такими как общение в чатах, форумах и т.д). Данная форма речи занимает промежуточное место между письменной и устной, вербальной и невербальной коммуникацией.

3. Информационно-психологическое воздействие является мощным инструментом контроля, целью которого является скрытое внедрение определенных установок, представлений, отношений и ценностей, применимое не только одному конкретному человеку, но и группы людей.
4. В работе мы используем определение психологической манипуляции, и вслед за Е.Л. Доценко, в данной магистерской диссертации мы будем придерживаться определения манипуляции, суть которой есть то, что это вид психологического воздействия, умелое применение которого, ведет к тайной актуализации намерений, не являющимися реально существующими желаниями индивида.
5. Существуют личностные мишени информационно-психологического воздействия, на которые и делает упор манипулятор, это – представления и субъективно личностные отношения.

В главе 2 магистерской работы **замыслом** эмпирического исследования стало выявление манипулятивного контента в информационно психологическом воздействии на пользователей социальных сетей организовано эмпирическое исследование текстов сообщества «Шаолинский копирайтинг» в социальной сети «ВКонтакте» **Целью** данного эмпирического исследования выступило выявление и определение манипулятивных техник в публикациях данного сообщества при взаимодействии с состоящими в нем пользователями. **Задачи** эмпирического исследования:

1. Разработать дизайн исследования.
2. Подобрать теоретическую литературу для проведения исследования.

3. Провести качественное исследование выявления манипулятивного контента в информационно-психологическом воздействии на пользователей социальных сетей с помощью техники выявления и квалификации заложенных в анализируемый текст скрытых интенций, подтекста, различных приемов скрытого психологического воздействия – логико-аналитической реконструкции смысловой структуры текста.

При анализе текста особое внимание уделено следующим **индикаторам:**

1. наличие/отсутствие манипулятивных техник;
2. количество манипуляций в публикации;
3. виды манипуляций, используемых в тексте
4. психологические мишени, на которые направлена манипуляции
5. общая стратегия авторов текста.

Анализ предполагает количественные показатели: частота встречаемости конкретного манипулятивной техники, долю его встречаемости в тексте. Анализ предполагает и качественное описание индикаторов с целью повышения точности выявленных манипулятивных техник.

Материал сессий обработан по следующей схеме:

1. В результате внимательного прочтения текста осуществляется разделение его на основные смысловые элементы (смысловые блоки).
2. За счет вычитывания в каждый конкретный элемент текста и внимательного рассмотрения и оценивания экспертом каждого предложения, словосочетания и отдельных слов определяется и фиксируется (помечается) каково конкретное содержание каждого текстового элемента, его смысл. При этом выделяется, какие именно выражения, слова и т.п. содержат приемы скрытого психологического воздействия, их направленность и на какие именно психологические мишени.
3. Последовательно осуществляется прочтение переформулированного и исходного анализируемого текстов с целью определения соответствия или

возможных расхождений в интерпретации их смысла. При необходимости осуществляется процедура повторно со сменой порядка прочтения текстов.

4. Описываются результаты применения методики. Выделенные психологические (личностные) мишени и манипулятивные средства информационно-психологического воздействия интерпретируются и используются для выявления и описания воздействия текста и его элементов.

В ходе эмпирического исследования мы подтвердили гипотезу о наличии манипулятивных техник и методов в вербальном контенте в социальных сетях. Было проанализировано 15 текстов, включающих, в общей сложности 64 смысловых блока, 130 манипулятивных техник и методов, содержащих 45 внедряемых представлений и отношений к данным представлениям. По результатам нашего исследования мы пришли к следующим ниже выводам.

1. Наиболее используемыми манипуляциями в вербальном контенте являются «постулирование истины», «игра в простонародность», «создание имиджа особой осведомленности» и «навешивание ярлыков». Данные методы информационно-психологического воздействия тактически направлены сперва на формирование доверия к авторам текста, а затем, завоевав доверие аудитории, скрытому внедрению представлений и отношений у своего читателя.

2. Авторы, формируя позитивное отношение к внедряемым представлениям, использовали следующие приемы: «игра в простонародность», «постулирование истины», «неопределенность тезиса», «несоблюдение закона достаточного обоснования».

Из выявленных манипуляций и методов информационно-психологического воздействия, можно сделать вывод о тактике манипулирования, выбранной авторами: выбрав «игру в простонародность» не просто манипуляцией, а принципом общения и сообщения информации в

социальной сети, постоянно укреплялся имидж авторов как «своих ребят», снизив тем самым барьер критичного восприятия. Далее, благодаря логическим уловкам, внедряя нужные авторам мысли в подсознание людей.

3. При формировании негативного отношения к внедряемому представлению, авторы использовали различные инструменты манипулирования, но самыми популярными из них стали «постулирование истины», «косвенное оценивание», «приклеивание или навешивание ярлыков», «неопределенность тезиса» и «навязанное следствие».

При анализе внедряемых представлений, автор классифицировал и систематизировал 45 выявленных представлений на группы, объединенные в соответствии с главной темой, внедряемой набором представлений. Затем мы снова разделили их по типу формируемого к ним отношения – позитивное либо негативное. В ходе анализа мы получили 3 группы представлений.

4. Представления с позитивно и благожелательно окрашенными отношениями в исследовании мы классифицировали в несколько объединенных одной темой групп, самыми часто продвигаемыми стали:

(а) представление об отношении авторов к ученику,

(b) обучающие представления,

(с) представление о реакции читателей на активность ученика являются самыми активно продвигаемыми для скрытого внушения представления.

Данные представления направлены на укрепление доверия к бренду «Шаолинского копирайтинга» и его авторам.

5. Наиболее активно продвигаемое негативное представление, внушаемое ученикам данного курса, это представление о себе, как о личности. Причиной этому так же является укрепление имиджа экспертность авторов, мы можем предположить, что они следовали логике снижения самооценки человека, чтобы затем снова повысить уровень самооценки и стать непререкаемым авторитетом для ученика.

6. В ходе категоризации групп представлений мы выделили бивалентную «группу социальных представлений». Ее главной особенностью

является то, что представления данной группы имеют как позитивные, так и негативные оценки к содержащимся в ней представлениям. Более того, все негативные представления направлены на социум вне группы «Шаолинского копирайтинга», а позитивные представления контекстны и не имеют определенной направленности.

В заключении магистерской работы, в которой было проведено теоретическое исследование интернет-коммуникации, как среды для информационно психологического воздействия и изучено информационно-психологическое воздействие как явления, присутствующее в нашей повседневной жизни. Автор уделил особое внимание мишеням психологического воздействия и техническим средствам манипулирования сознанием людей в вербальном контенте, присутствующим в социальной сети «ВКонтакте».

В работе были рассмотрены различные определения «интернет-коммуникации», которые в итоге привели к определению И.Н. Розиной, как использование людьми функции обмена данными в сети Интернет для обретения и формирования знаний и взаимоотношений в различных социальных контекстах, средах и культурах. С нашей точки зрения, данный термин и его определение являются наиболее полно отражающим современную коммуникацию в Интернете.

Далее в работе рассмотрено явление социальной сети, и охарактеризована самая популярная русскоязычная сеть «ВКонтакте». Разобрав определение социальной сети, мы пришли к выводу, что социальная сеть – это система, состоящая из узлов, которыми являются сообщества, публичные страницы и личности. Говоря о специфике общения в социальных сетях, автор пришел к выводу, что данный тип коммуникации имеет свои отличительные особенности по сравнению с «живым» устным общением, с традиционным письменным общением и с другими формами интернет-коммуникации (такими как общение в чатах, форумах и т.д.).

Данная форма речи занимает промежуточное место между письменной и устной, вербальной и невербальной коммуникацией. Также в теоретической части мы рассмотрели информационно психологическое воздействие и методы манипуляций, мишени его воздействия и привели примеры манипулятивных техник и методов. Проведя данное исследование, мы выявили, что информационно-психологическое воздействие является мощным инструментом контроля, целью которого является скрытое внедрение определенных установок, представлений, отношений и ценностей, применимое не только одному конкретному человеку, но и группы людей.

В работе автор придерживается определения психологической манипуляции, данное Е.Л. Доценко, суть которого есть то, что это вид психологического воздействия, умелое применение которого, ведет к тайной актуализации намерений, не являющимися реально существующими желаниями индивида. Дальнейшая работа заключалась в проведении эмпирического исследования 15 текстов из сообщества социальной сети «ВКонтакте», с целью выявления вербального контента, в котором используются психологические манипуляции, воздействующие на пользователей.

Главным методом эмпирического исследования является логико-аналитическая реконструкция смысловой структуры текста (ЛАРССТ) Г.В. Грачёва. Это специальная поэтапная техника выявления и квалификации заложенных в анализируемый текст скрытых интенций, подтекста, различных приемов скрытого психологического воздействия, в т.ч. связанных с нарушением логических правил.

В ходе работы автором было выявлено, что действительно в современных социальных сетях распространен вербальный контент, в котором используется психологические манипуляции, воздействующие на пользователей. Также были определены самые используемые манипулятивные техники в контенте сообщества «Шаолиньский

копирайтинг»: «постулирование истины», «игра в простонародность», «создание имиджа особой осведомленности» и «навешивание ярлыков».

Данные методы информационно-психологического воздействия тактически направлены сперва на формирование доверия к авторам текста, а затем, завоевав доверие аудитории, скрытому внедрению представлений и отношений у своего читателя. В работе была проведена детальная классификация манипуляций относительно формируемых представлений и формируемых к ним отношений.

При анализе внедряемых представлений, автор классифицировал и систематизировал 45 выявленных представлений на группы, объединенные в соответствии с главной темой, внедряемой набором представлений. Затем мы снова разделили их по типу формируемого к ним отношения – позитивное либо негативное. В ходе анализа мы получили 3 группы представлений. Самыми часто используемыми и внедряемыми позитивными представлениями стали: представление об отношении авторов к ученику, обучающие представления, представление о реакции читателей на активность ученика являются самыми активно продвигаемыми для скрытого внушения представления.

Наиболее продвигаемое негативное представление, внушаемое ученикам данного курса, это представление о себе, как о личности. Причиной этому так же является укрепление имиджа экспертность авторов, мы можем предположить, что они следовали логике снижения самооценки человека, чтобы затем снова повысить уровень самооценки и стать непререкаемым авторитетом для ученика.

Также была выделена бивалентная группа представлений, содержащая в себе как позитивные, так и негативные отношения к формируемым представлениям. Данная группа содержала в себе установки на отношение к другим людям и обществу в целом. Таким образом, в работе цель и задачи исследования были решены, гипотеза полностью подтверждена.

Список использованных источников.

1. Аверьянов Л.Я., Рунов А.В. Современные проблемы интернет-обучения // Информатика и образование. Москва: Изд-во «ИНФО», 2003. – С. 70-79.
2. Александрова О. В. Соотношение устной и письменной речи и язык СМИ // Язык средств массовой информации / Под ред. М. Н. Володиной. Москва: Изд-во Альма Матер, 2008. – С. 36-53
3. Аудитория ВКонтакте [Электронный ресурс]: сводка пользователей. Название сайта: URL: http://vk.com/about?w=page-47200925_44240810 (2019. 21 марта)
4. Алексеева Е.Г. Влияние через социальные сети // под общей редакцией Е. Г. Алексеевой. – М.: Фонд «ФОКУС-МЕДИА», 2010. – 200 с.
5. Бальжирова Т. Ж. Интернет как средство социальной коммуникации в условиях формирующегося в России информационного общества: дис. канд. социол. наук:– Улан-Удэ, 2003. – 161 с.
6. Бек У. Что такое глобализация? Ошибки глобализма – ответы на глобализацию // Название сайта: URL: <https://elib.hse.ru/incoming/docs/book5898261095.pdf> (2019. 26 апреля)
7. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество / Д. Белл. – Академия, 204. – 944 с.
8. Брызгунова Е. А. Связь внутренних законов языка с нормой устной и письменной речи // Язык средств массовой информации /

Под ред. М. Н. Володиной. М.: Академический проект; Альма Матер, 2008. – С. 329–336.

9. *Войскунский А.Е.* Принцип комплексности в гуманитарном исследовании Интернет-активности// Труды VI Всероссийской объединенной конференции "Технологии информационного общества" - Интернет и современное общество— СПб, 2003. – С.47-49
10. Выготский Л. С. Мышление и речь. – М.: Лабиринт, 2007. – 350 с.
11. Горошко Е.И. Информационно-коммуникативное общество в гендерном измерении: монография. – Харьков: «ФЛП Либуркина Л. М.», 2009. – 816с.
12. Горошко Е.И. К уточнению понятия «компьютерно-опосредованная коммуникация»: проблемы терминоведения // Образовательные технологии и общество. – 2009а. – Т. 12. - N2. – С. 445-455.
13. Горошко Е.И. Текст эпохи веб 2.0: психолингвистический анализ // Вопросы психолингвистики. – М.: ИЯ РАН, 2009. – №9. – С. 267 – 281.
14. Горошко Е. И. Интернет-коммуникация: настоящее и будущее // О некоторых чертах цивилизации будущего: научное издание по материалам Международного Форума к 90-летию со дня рождения академика РАН Н. Н. Моисеева / под ред. А. Т. Никитина и С. А. Степанова. М.: Изд-во МНЭПУ, 2008. - №5 – С. 56-67.
15. Грачев Г.В. Актуальные проблемы юридической психологии (социально-психологическая портретистика как метод комплексного изучения личности и социальных групп в правоохранительной деятельности). М.: МААН, 2001 – 244 с.

16. Грачев Г.В. Информационно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты. М.: Изд-во РАГС, 1998 – 176 с.
17. Грачев Г.В. Личность и общество: информационно-психологическая безопасность и психологическая защита (Изд. 2-е, испр. и доп.). Волгоград: Издатель, 2004 – 278 с.
18. Грачев Г.В., Гнездилов Г.В., Блинова А.А. Психология наставничества: историко-методологические аспекты // Психология обучения, № 4а, 2012. С.43-50
19. Грачев Г.В., Грачева И.Г. Экспертиза информационно-психологического воздействия средств массовой информации: проблема и перспективы формирования экспертного сообщества // Вестник Поволжской академии государственной службы, №11, 2006. – С .87-93
20. Грачев Г.В., Грачева И.Г., Литвиненко М.В. Психологическая концепция и методика подготовки специалистов по информационно-психологической экспертизе материалов СМИ // Человеческий капитал, №4, 2013 – С.36-43.
21. Грачев Г.В., Мельник И.К. Манипулирование личностью (изд-е 3-е, испр. и доп.). – М.: Изд-во «Эксмо», 2003. – 256 с.
22. Грачев Г.В., Мельник И.К. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. – М.: Изд-во «ИФ РАН», 1999. – 198 с.
23. Грачев Г.В., Мельник И.К. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия (издание 2-е, исправленное и дополненное). – М.: Изд-во «Алгоритм», 2002. – 233 с.

24. Грачев Г.В., Панин С.В. Проблемы личностно профессионального развития в психологической науке // Психология обучения, 2012. - №4а - С.57-63
25. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. — М.: «ЧеРо» Издательство МГУ, 1997. — 344 с.
26. Зелинский С.А. Анализ массовых манипуляций в России. Анализ заде́йствования манипулятивных методик управления массами в исследовании деструктивности современной эпохи на примере России. Психоаналитический подход. — СПб.: Изд-во: «Скифия», 2008. — 280 с .
27. Зелинский С.А. Манипулирование личностью и массами. Манипулятивные технологии власти при атаке на подсознание индивида и масс. — СПб.: Изд-во: «Скифия», 2010. — 254 с .
28. Зелинский С.А. Манипуляции массами и психоанализ. Манипулирование массовыми психическими процессами посредством психоаналитических методик. — СПб.: Изд-во: «Скифия», 2008. — 248 с .
29. Зиновьев А. А. Собрание сочинений в 10 т./ Под ред. А.М. Матюшкиной. — М.: Изд-во «Москва», 2000. — Т.1-8
30. Зиновьев А.А. Масс медиа. Феномен западнизма. — М.: Изд-во «Центрполиграф», 1995. — 278 с.
31. Иронгауз М. Интернет-мемы: опыт деконструкции // Наука и жизнь: URL: <https://www.nkj.ru/archive/articles/21327/>
32. Кабаченко Т. С. Активизация человеческого фактора: методы психологического воздействия // Психологический журнал. — 1986. — № 4. — С. 11–22.

33. Казанская И. Н. К научному пониманию феномена Интернета // Актуальные проблемы социогуманитарного знания: сб. науч. трудов МПГУ. – М.: Изд-во «Прометей», 2007. – С. 128–150.
34. Кара-Мурза С. Г. Манипуляции сознанием. – М.: Изд-во «Эксмо-Пресс», 2001. — 832 с.
35. Компанцева Л. Ф. Интернет-лингвистика: когнитивно-прагматический и лингвокультурологический подходы. – Луганск: Изд-во «Знание», 2008.
36. Копнина Г. А. Речевое манипулирование. — М.: Изд-во «ФЛИНТА», 2012. — 170 с.
37. Кунгаум М. А. Мем в русскоязычном Интернете: опыт деконструкции // Русский язык и новые технологии / под ред. М. В. Ахметовой, В. И. Беликова. М.: Изд-во «Новое литературное обозрение», 2014. – С. 87–95.
38. Кутюгин Д.И. Интернет как коммуникативное пространство информационного общества. Автореф. дисс. ... канд. соц. наук. – Москва, 2009. – 21 с.
39. Львов М. Р. Основы теории речи. – М. Изд-во «Перо», 2000.
40. Марченко Н. Г. Социальная сеть «ВКонтакте»: лингво-прагматический контекст. Автореф. дисс....канд. филол. наук. Ростов-на-Дону, 2013. – 20 с.
41. Матусевич А. А. Актуальная лексика социальных сетей как отражение развития интернет-технологий// Вестник Вятского государственного гуманитарного университета, № 7. – Киров: ВятГГУ, 2015.– С. 74–79.
42. Матусевич А. А. Грамматические средства выражения эмоций в сетевом общении // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета, № 3. – Киров: ВятГГУ, 2014. – С. 94–98.

43. Матусевич А. А. Особенности семантической трансформации слов в условиях современного сетевого общения // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского, № 4. – Нижний Новгород: ННГУ, 2015. – С.129–134.
44. Мифы и реальность социальных сетей в Интернете. // URL: <https://www.mental-skills.ru/synopses/mify-i-realii-sotsialnykh-setey.html>
45. Многоликая глобализация: культурное разнообразие в современном мире. / Под ред. П. Бергера, С. Хантингтона. – М.: Изд-во «Аспект Пресс». – 2004, С. 78-80.
46. О’Рейли Т. Что такое Веб и Использование коллективного разума? // Компьютерра: URL: <http://www.computerra.ru/think/234100/> (2019. 13 апрель).
47. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений. — 4-е изд., доп. — М.: Изд-во «А ТЕМП», 2006 — 944 с.
48. Павленко Т.С. Понятие «Контент»: типология, виды, и технология получения дидактического контента в образовательном процессе // Педагогические науки, №6 – Ростов-на-Дону: ИФЖиММК, 2017. – С. 30 – 35.
49. Парамонов А. Объем интернет-контента удваивается каждые полтора года // Неткумпулента: URL: <http://net.compulenta.ru/427223/>. - (2019. 24 февр).
50. Психология современной преступности. Коллективная монография. Грачев Г.В., Тугушев Р.Х. и др. Саратов: Изд-во «Саратовская Ун-та», - 2006., 156 с.

51. Путилова Е. А. Интернет как фактор формирования информационного общества: дисс. ... канд. социол. наук: Тюмень, 2004 – 186 с.
52. Рестова К. Л. Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации: дисс.... канд. психол. наук: Санкт-Петербург, 2009 – 130 с.
53. Розина И. Н. Педагогическая компьютерно-опосредованная коммуникация: теория и практика. - М.: «Изд-во» Логос, 2005. – 437 с.
54. Роджерс К.Р. Человекоцентрированный/клиентоцентрированный подход в психотерапии. // Психологическое консультирование и психотерапия: сб. статей. – М.: Вопросы психологии. – 2004. – С. 154 –165.
55. Романов Д.А. Языковая репрезентация эмоций: уровни, функционирование и системы исследований (на материале русского языка): дисс. докт. филолог. наук. – Тула, 2004. – 123 с.
56. Рязанцева Т. И. Гипертекст и электронная коммуникация. – М.: Изд-во ЛИКИ, 2010. – 256 с.
57. Рязанцева Т. И. Некоторые особенности реализации коммуникативных принципов и стратегий в условиях компьютерного опосредованного общения // Вестник Московского Университета: Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. –2007. – No 1. – С. 202–211.
58. С. Московичи, Социальные представления: исторический взгляд. — М.: Изд-во «Психологический журнал», – 1995. – С. 46-58.
59. Скородумова О. Б. Социокультурные функции Интернета и особенности их реализации в современной России: дисс...доктора социол. наук. – Москва, 2004. – 235 с.

- 60.Словарь молодёжного и интернет-сленга 2007 – Словарь молодёжного и интернет-сленга / Авт.-сост. Н. В. Белов. Минск: «Харвест». – 265 с.
- 61.Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: уч. пособие. – СПб.: Михайлов, 2002. – 460 с.
- 62.Социальная сеть [Электронный ресурс].// ВКонтакте: <https://vk.com/> (2019 март.7).
- 63.Социальные сети в России сегодня: цифры, тренды прогнозы [Электронный ресурс]. URL: <http://br-analytics.ru/blog/socialnye-seti-v-rossii-vesna-2015-cifry-trendy-prognozy> (2019 март.7).
- 64.Список сервисов и инструментов ВКонтакте [Электронный ресурс].
URL:https://ru.wikipedia.org/wiki/Список_сервисов_и_инструментов_ВКонтакте (2019. май 19).
65. Стоуньер Т. Информационное богатство: профиль постиндустриальной экономики. Новая технократическая волна на Западе. – М. Изд-во «Список», 1986. – С. 392-409
- 66.Толковый словарь иноязычных слов 2008 – Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов. — М.: Эксмо, 2008. – 479 с.
- 67.Толковый словарь русского языка 1935–1940 – Толковый словарь русского языка. В 4 т. / под ред. Д.Н. Ушакова. – М.: Государственный институт «Советская энциклопедия», 1935–1940. – 865 с.
- 68.Толковый словарь русского языка 2008 – Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка. – М.: Оникс, 2008. – 549 с.
- 69.Толковый словарь русского языка, 2006 – Ожегов С. И.; Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. – М.: ИТИ Технологии, 2006. – 453 с.

70. Толковый словарь... Актуальная лексика 2007 – Толковый словарь современного русского языка начала XXI века. Актуальная лексика / под ред. Г.Н. Складневской. М.: Из-во «Эксмо». – 2007 – 389 с.
71. Толковый словарь... языковые изменения 2001 – Толковый словарь современного русского языка. Языковые изменения конца XX столетия / под ред. Г. Н. Складневской. М.: ООО «Издательство Астрель»: «Издательство АСТ», 2001. – 324 с.
72. Тоффлер Элвин. Третья волна / Элвин Тоффлер. - М.: Изд-во «АСТ», 2004. - 784 с.
73. Ушакова Т.Н. Структуры языка и организация речевого процесса // Сборник «Язык, сознание, культура» под ред. Н.В. Уфимцевой и Т.Н. Ушаковой. 2005, М.: Изд-во «Знание», С. 5-18.
74. Ушакова Т.Н., Павлова Н.Д. и др. Слово в действии. Интент-анализ политического дискурса. – СПб.: Алетейя, 2000. – С. 41-45
75. Ушакова Т.Н., Цепцов В.А. Интент-анализ политических текстов // Психологический журнал. – 1998. – № 4. – С. 98–109.
76. Фрейд З. Несколько замечаний по поводу понятия «бессознательное» // Основные психологические теории в психоанализе. — Мн., 2004. — С. 67–76.
77. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием /Пер. с англ.; Науч. ред. Я. Н. Засурский. — М.: Мысль, 1980 – 479 с.
78. Щипицина Л.Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа. М.: 2009 – 67 с.
79. Эльконин 1978 – Эльконин Д. Б. Развитие устной и письменной речи учащихся // Хрестоматия по возрастной и педагогической психологии.. – М., 1978. – 215 с.
80. Are Emoticons a Woman Thing? URL – Are Emoticons a Woman Thing? [Электронный ресурс]. URL: <http://www.herizons.ca/node/554> (дата обращения: 15.06.2015).

81. Barnes, 1954 – Barnes, J. Class and Committees in a Norwegian Island Parish // Human Relations, 1954. – P. 45–46.
82. Globalization, Growth and Poverty. Wash.: The World Bank. 2002. P. 1.
83. Goodin R.E. Manipulatory politics — Yale U. Pr. N. Haven; L., 1980. 250p.