

РОЗДІЛ 1
МОВА ЯК ЧИННИК ІДЕНТИФІКАЦІЇ НАЦІЇ
ФУНКЦІОНУВАННЯ МАНІПУЛЯТИВНИХ
ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНИХ ЗАСОБІВ У МЕДІАТЕКСТАХ

Ірина ГОРБОНІС

*Здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти,
факультету Бізнес комунікації та переклад,
Навчально-наукового інституту міжнародних відносин
ім. Б.Д. Гаврилишина,
Західноукраїнського національного університету*

Науковий Керівник:

Світлана РИБАЧОК

*кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов та
інформаційно-комунікаційних технологій
Західноукраїнського національного університету*

Сучасний медіадискурс є одним із найвпливовіших інструментів формування суспільної думки. В умовах інформаційної перенасиченості та загострення гібридних інформаційних конфліктів маніпулятивні технології стають дедалі витонченішими й важче піддаються ідентифікації. Під маніпуляцією у лінгвістиці розуміють «прихований вплив на свідомість реципієнта з метою формування певних настановлень, переконань або поведінкових моделей без його усвідомленої згоди» [3, с. 45]. Лексико-семантичні засоби займають центральне місце серед інструментів такого впливу, оскільки саме слово є первинною одиницею смислотворення й оцінювання дійсності.

Мета пропонованої розвідки полягає у виявленні та систематизації лексико-семантичних особливостей маніпулятивних технологій у різних типах медіадискурсу: новинному, публіцистично-аналітичному та цифровому. Матеріалом дослідження слугували тексти українських онлайн-видань, публікації в соціальних мережах та аналітичні статті за 2020–2024 рр.

Питання маніпулятивних лексико-семантичних засобів були предметом аналізу численних дослідників. Серед зарубіжних учених варто виокремити: Т. ван Дейка [2, с. 112–130], який розробив дискурс-аналітичну модель медіаманіпуляції та стратегії ідеологічного впливу в мас-медіа; Р. Водак [9, с. 45–67], яка в межах критичного

дискурс-аналізу описала механізми мовного конструювання ворожих образів; Дж. Лакоффа та М. Джонсона [8, с. 23–48], котрі обґрунтували роль концептуальної метафори у формуванні суспільних настановлень. Серед вітчизняних науковців значний внесок зробили: Ф. С. Бацевич [1, с. 178–195], який дослідив прагматичні виміри маніпулятивного мовлення в українському медіапросторі; Л. Ф. Компанцева [4, с. 185–200], що описала специфіку мовного маніпулювання в інтернет-комунікації; О. В. Зелінська [3, с. 40–55], яка систематизувала маніпулятивний потенціал мас-медійного дискурсу з урахуванням лексико-семантичного рівня.

Маніпулятивні технології в новинному медіадискурсі. Новинний дискурс формально орієнтований на об'єктивне відображення дійсності, проте саме тут маніпуляція набуває найбільш прихованого характеру. Заголовок є першим і найпотужнішим маніпулятивним елементом: він формує «рамку сприйняття» (framing) ще до прочитання тексту [6, с. 112]. Порівняймо: *Мирні жителі загинули внаслідок обстрілу* та *Терористи знищили мирне населення* — обидва заголовки можуть описувати одну подію, але несуть принципово різне оцінне та емоційне навантаження.

Серед лексичних засобів впливу в інформаційних текстах виокремлюємо такі основні групи: 1) **евфемізми** — слова й вирази, що пом'якшують або приховують неприємну дійсність (*спеціальна операція* замість *агресія*); 2) **дисфемізми** — вирази з підкресленою негативною конотацією (*окупанти, карателі*); 3) **ярлики** — стійкі оцінні номінації, що закріплюють певний образ суб'єкта (*хунта, режим, терористи*); 4) **слова-тригери** — лексеми, що викликають миттєву емоційну реакцію й блокують критичне мислення (*геноцид, зрада, катастрофа*). Вибір між синонімами **бойовик** і **терорист**, **загинув** і **був ліквідований** відображає не нейтральну номінацію, а свідомо обрану ідеологічну позицію редакції [5, с. 78].

Важливим є і явище **замовчування** — маніпуляція не лише тим, що сказано, а й тим, що свідомо пропущено. Неповне висвітлення контексту, відсутність альтернативних точок зору або вибіркоче цитування джерел є типовими прийомами маніпулювання в новинних матеріалах.

Маніпуляція в публіцистичному та аналітичному медіадискурсі. У публіцистиці й аналітиці маніпулятивний вплив реалізується через авторську оцінність і семантичні стратегії інтерпретації подій. Оцінність закладена на рівні семантики слова й виявляється у виборі лексем із меліоративним або пейоративним

забарвленням: *реформатор* — *руйнівник*, *народний рух* — *натовп* [7, с. 231]. Авторська позиція маскується під об'єктивний аналіз, що робить маніпуляцію важко помітною.

Серед семантичних стратегій інтерпретації подій виділяємо: **генералізацію** — узагальнення одиничного факту до рівня закономірності (*усі чиновники корумповані*); **семантичне зміщення** — вживання слова в нетиповому контексті для зміни його сприйняття; **імплікатури** — смисли, що не виражені прямо, але передбачаються текстом; **метафоризацію** — використання образних моделей для нав'язування певної інтерпретації (метафора *держава* — *організм*, *економіка* — *хворий пацієнт* і под.) [5, с. 79–80].

Прецедентні тексти та інтертекстуальні посилання також є потужним засобом маніпуляції в аналітичних матеріалах: апеляція до відомих культурних кодів і колективної пам'яті аудиторії активує готові оцінні стереотипи без їх раціонального обґрунтування [4, с. 189].

Лексико-семантичні особливості маніпуляції в цифровому медіадискурсі. Цифровий медіадискурс — онлайн-медіа та соціальні мережі — відзначається принципово новими умовами функціонування маніпулятивних технологій. Алгоритмічна логіка платформ (Facebook, Twitter/X, TikTok, Telegram) цілеспрямовано просуває емоційно заряджений контент, що підсилює маніпулятивний ефект навіть порівняно нейтральними за змістом повідомлень [4, с. 191].

Специфічними мовними механізмами цифрового маніпулювання є: 1) **клікбейти** (*clickbait*) — навмисно сенсаційні, часто оманливі формулювання, покликані стимулювати переходи за посиланням (*Вчені шоковані тим, що...*, *Ніхто не очікував, що...*); 2) **гіперболізація** — навмисне перебільшення масштабів події; 3) **навмисна двозначність** — формулювання, що допускають суперечливі інтерпретації; 4) **агресивна метафоризація** — образи, що апелюють до страху, відрази або гніву.

Особливістю соціальних мереж є феномен **ехо-камери**: алгоритми замикають користувача в колі однотипного контенту, що посилює вже наявні переконання й унеможливорює зіткнення з альтернативними точками зору. На лексичному рівні це проявляється у закріпленні певного вокабуляру всередині спільноти — слів, що слугують маркерами «своїх» і «чужих». Стрімкість поширення інформації та її вірусність унеможливають повноцінне критичне осмислення повідомлення реципієнтом ще до моменту його передачі далі [6, с. 118].

Отже, лексико-семантичні маніпулятивні технології у медіадискурсі являють собою розгалужену систему взаємопов'язаних засобів, що функціонують на різних рівнях — від вибору окремої лексеми до конструювання цілісних інтерпретаційних рамок. Кожен тип дискурсу (новинний, аналітичний, цифровий) характеризується специфічним набором маніпулятивних прийомів, зумовленим його жанровими, комунікативними й технологічними особливостями. Подальша розробка критеріїв ідентифікації маніпулятивної лексики є необхідною умовою розвитку медіаграмотності й формування критичного мислення в сучасному суспільстві.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич Ф. С. Модус комунікативної поведінки: лінгвопрагматичний аспект. Київ : Вид. дім Дмитра Бураго, 2010. С. 178–195.
2. Дейк Т. ван. Язык. Познание. Коммуникация / пер. з англ. Б. М. Наумової. Київ : Основи, 2000. С. 112–130.
3. Зелінська О. В. Маніпулятивний потенціал мас-медійного дискурсу. Київ : Академвидав, 2018. С. 40–55.
4. Компанцева Л. Ф. Інтернет-лінгвістика. Луганськ : Знання, 2012. С. 185–200.
5. Кравченко Н. К. Прагматика дискурсу. Київ : Логос, 2009. С. 74–92.
6. Різун В. В. Теорія масової комунікації. Київ : Видавничий центр «Просвіта», 2008. С. 108–125.
7. Чемес В. Ф. Семантичні стратегії сучасних мас-медіа. Харків : Фоліо, 2015. С. 225–240.
8. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. Chicago : University of Chicago Press, 1980. С. 23–48.
9. Wodak R. *The Discourse of Politics in Action: Politics as Usual*. London : Palgrave Macmillan, 2009. С. 45–67.