

ПРИКЛАДНА ЛІНГВІСТИКА

УДК 81'42:159.9:316.77

DOI <https://doi.org/10.52726/as.humanities/2024.4.10>

О. Г. ГУДЗЕНКО

*кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри педагогіки та психології,
Волинський інститут післядипломної педагогічної освіти, м. Луцьк, Україна
Електронна адреса: o.gudzenko@vipro.org.ua
<https://orcid.org/0000-0003-2028-7697>*

Т. В. ПАСТРИК

*доктор психологічних наук, доцент, в. о. ректора,
КЗВО «Волинський медичний інститут», м. Луцьк, Україна
Електронна адреса: tetiana_pastryk@vmti.volyn.ua
<https://orcid.org/0000-0002-6329-9607>*

А. М. ЛАЗЬКО

*кандидат психологічних наук, проректор з науково-педагогічної роботи,
КЗВО «Волинський медичний інститут», м. Луцьк, Україна
Електронна адреса: alla_lazko@vmti.volyn.ua
<https://orcid.org/0000-0002-7731-4361>*

Н. П. ГАЛЬЧУН

*доктор філософії зі спеціальності Освітні, педагогічні науки,
завідувач кафедри дисциплін загальної підготовки,
КЗВО «Волинський медичний інститут», м. Луцьк, Україна
Електронна адреса: nataliia_halchun@vmti.volyn.ua
<https://orcid.org/0000-0003-0431-638X>*

ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ МЕХАНІЗМИ МАНІПУЛЯЦІЇ У СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ: СТРАТЕГІЇ ВПЛИВУ ТА ПРОТИДІЇ

Стаття присвячена аналізу психолінгвістичних механізмів маніпуляції, які активно використовуються у сучасному інформаційному просторі. Застосовано міждисциплінарний підхід, що включає когнітивно-прагматичний, контент-аналіз і порівняльний аналіз маніпулятивних стратегій у різних видах дискурсу, таких як політичний, медійний та рекламний. У роботі розглядаються ключові мовні засоби, зокрема метафори, евфемізми, директиви та емоційно забарвлена лексика, що сприяють прихованому впливу на свідомість і поведінку реципієнтів. Автори пропонують аналіз маніпулятивних стратегій, спрямованих на вплив на свідомість і поведінку в умовах інформаційного перенасичення.

Дослідження показує, що маніпулятивний вплив базується на створенні когнітивних та емоційних бар'єрів, використанні стереотипів і штучної мотивації, що дозволяє маніпуляторам досягати власних цілей. Зазначається, що маніпуляція може мати як негативний, так і конструктивний характер, залежно від етичних норм і контексту застосування.

Особлива увага приділяється розробці рекомендацій щодо формування медіаграмотності та критичного мислення для протидії маніпулятивним стратегіям. Робота базується на теоретичних і практичних напрацюваннях у психолінгвістиці, когнітивній науці та соціальній психології, що дозволяє комплексно дослідити механізми впливу.

Знання механізмів маніпуляції сприяє кращому розумінню прихованих намірів у комунікації, а також зменшує ризики потрапляння під вплив маніпуляторів. Крім того, подальші дослідження у цій галузі можуть забезпечити

інструментарій для більш ефективного аналізу інформаційного контенту та сприяти формуванню стійкості до маніпулятивних впливів.

Ключові слова: психолінгвістичні механізми маніпуляції, мовний вплив, маніпулятивні стратегії, критичне мислення, медіаграмотність.

Постановка проблеми. В умовах сьогодення, де інформація стала основним ресурсом, маніпуляція через мову набуває все більшого поширення. Маніпулятивні практики використовуються у політичному, рекламному, медійному дискурсах, а також на міжособистісному рівні. Здатність мови впливати на свідомість і поведінку людей обумовлена її багатофункціональністю та універсальністю. Особливо актуальною проблема маніпуляції стає в умовах цифрової епохи, коли інформаційні потоки стають настільки інтенсивними, що перевантажують когнітивні ресурси людини. У таких умовах маніпулятивні стратегії мають величезний потенціал для формування суспільної думки, стереотипів і поведінкових моделей.

Спробуємо виявити, як психолінгвістичні механізми реалізуються в маніпулятивних стратегіях, на які когнітивні та емоційні аспекти вони впливають, і як людина може навчитися розпізнавати й протистояти подібному впливу. Описані механізми відіграють ключову роль у формуванні уявлень, які часто здаються природними чи самостійно сформованими. Отож, глибокий аналіз цих явищ зумовлений не лише науковими інтересами, але й соціальною необхідністю в умовах сучасного світу.

Аналіз попередніх досліджень і публікацій. Проблема маніпуляції знаходиться у полі наукових інтересів представників різних наукових напрямків, включаючи соціальну психологію, когнітивну лінгвістику та медіазнавство. Зокрема, досліджується, як прецедентні одиниці в українському релігійному медіадискурсі використовуються для маніпуляції, зокрема, через психологічний вплив на реципієнтів [Levko], підкреслюється важливість лексикології в навчанні мов, акцентуючи на її ролі у розвитку мовної компетенції та викладанні [Tadjievich], наголошується на важливості відтворюваних дослідницьких практик і прозорості в лінгвістиці для покращення наукової роботи та довіри до результатів [Bochynska].

Р. Блакар зазначає, що кожна комунікація має потенціал впливати на уявлення реципієнта. П. Паршин підкреслює, що термін

«маніпуляція» сам по собі є маніпулятивним, відображаючи подвійність цього явища. Г. Франке описав маніпуляцію як прихований психічний вплив, що змушує людину діяти на користь маніпулятора. О. Руда розглядає маніпуляцію в політичному дискурсі, а Д. Сизонов – у медіатекстах, що впливають на аудиторію через емоційну лексику. І. Шерешкова та Т. Крашеніннікова вивчають мовні засоби маніпуляції, як-от евфемізми та метафори. О. Павлів аналізує маніпуляцію в літературних текстах, які змінюють когнітивні й поведінкові установки читачів [Руда], [Шерешкова], [Крашеніннікова], [Павлів].

Цікавою є наукова розвідка, в якій автори дійшли висновку, що індивідуальні відмінності у використанні вербальної іронії можна пояснити цілим рядом психологічних, когнітивних та соціокультурних факторів. Вони підкреслили, що здатність використовувати іронію може залежати від таких факторів, як інтелект, емоційний інтелект, креативність, культурний контекст, а також соціальні та особистісні риси, наприклад, екстраверсія чи відкритість до нових досвідів [Kałowski]. Іронія може бути пов'язана з маніпуляцією, оскільки її часто використовують для досягнення певних комунікаційних цілей, таких як створення двозначності або маніпулювання емоціями співрозмовника. Вона дозволяє передавати послання, не висловлюючи їх прямо, і може бути використана для соціального впливу або прихованої критики. У цьому контексті індивідуальні відмінності, як-от емоційний інтелект або креативність, можуть впливати на те, наскільки людина використовує іронію маніпулятивно.

Метою цієї роботи є комплексний аналіз психолінгвістичних механізмів маніпуляції та їх застосування у сучасному інформаційному просторі. Ми плануємо визначити ключові психолінгвістичні механізми маніпуляції, проаналізувати їх структуру та вплив на когнітивні й емоційні процеси адресатів.

Методи дослідження. У нашому дослідженні використано міждисциплінарний підхід, що дозволяє максимально комплексно

дослідити психолінгвістичні механізми маніпуляції. Він включає когнітивно-прагматичний аналіз, контент-аналіз та порівняльний аналіз маніпулятивних стратегій у різних дискурсах. Когнітивно-прагматичний аналіз дозволяє дослідити, як мовні структури впливають на сприйняття та формують уявлення реципієнта. Контент-аналіз виявляє ключові стратегії маніпуляції, такі як метафори, евфемізми та гіперболи, у політичному, медійному та рекламному дискурсах. Порівняльний аналіз підкреслює відмінності в маніпулятивних прийомах залежно від контексту. Методологія базується на теоріях психолінгвістики, когнітивної науки та соціальної психології, забезпечуючи комплексне розуміння механізмів маніпуляції.

Результати та дискусії. Маніпулювання особистістю стало звичним явищем у повсякденному житті, економічній конкуренції та політичній боротьбі, а маніпуляція властива людській взаємодії. Р. М. Блакар підкреслює, що висловитися нейтрально неможливо, оскільки навіть у неформальній розмові відбувається переструктурування світу іншою людиною. Сучасне розуміння маніпуляції передбачає програмування думок і прагнень мас з метою забезпечення поведінки, вигідної маніпулятору. Маніпуляція визначається як мистецтво керування поведінкою через вплив на свідомість та інстинкти, що включає нав'язування намірів, які не збігаються з бажаннями маніпульованого. Вона спрямована не лише на свідоме, а й на несвідоме, і характеризується прихованістю цілей, використанням психічної вразливості та створенням штучної мотивації. Адресат при цьому має зберігати ілюзію самостійності у виборі своєї поведінки [Руда : 175].

У дослідженнях підкреслюється, що маніпуляція реалізується через сугестію (навіювання), а її характер може бути як деструктивним, так і продуктивним, наприклад, у педагогічному дискурсі чи компліментах. Знання про маніпулятивні механізми застосовуються в політичному, рекламному дискурсах, медіа, а також на міжособистісному рівні. Однак, тільки науковий опис структури процесу маніпуляції, її методів та прийомів дає змогу глибоко зрозуміти це явище. Дослідники зауважують, що маніпуляція часто ґрунтується на поданні неправдивої інформації, але може бути сплутана з люд-

ською схильністю до помилок. Філософи, соціологи та психологи досліджують маніпуляцію, акцентуючи на її зв'язку з масовою свідомістю та міжособистісними впливами. Лінгвісти почали детально вивчати вербальні аспекти маніпуляції значно пізніше, зосереджуючись на її когнітивно-прагматичних і соціолінгвістичних аспектах. Також вчені зазначають, що маніпуляція базується на лінгвальних структурах, реалізується через мовлення і має прагматичні аспекти, зокрема залежність від намірів, мотивів, ідеологічних позицій і світогляду мовця.

Маніпулятивна стратегія визначається як комунікативна стратегія, яка включає мовні засоби, прийоми структурування і подання інформації. Маніпулятивна тактика є мовленневою дією, що відповідає певному етапу реалізації стратегії. Дж. Серль відзначає, що ключовою особливістю маніпуляції є приховування справжніх намірів адресанта. Поняття «стратегія» і «тактика» пояснюють механізм мовленневого впливу, а також спрямованість комунікації на зміну емоційного та психічного стану адресата. Успіх маніпуляції залежить від майстерності у виборі оптимальних вербальних і невербальних ресурсів [Руда : 169].

Отож, маніпуляція є складним і багатограним явищем, яке пронизує різні аспекти людського життя – від повсякденного спілкування до політичних і рекламних стратегій. Її визначення охоплює широкий спектр впливу на свідомість, емоції та поведінку індивідів, що здійснюється через різноманітні мовні і невербальні засоби. Маніпуляція часто приховує справжні наміри її автора, змушуючи об'єкта маніпуляції діяти відповідно до вигод маніпулятора, що може бути як позитивним, так і негативним явищем. Глибоке розуміння механізмів маніпуляції, її методів та прийомів дозволяє критично ставитися до зовнішніх впливів, зберігаючи здатність до автономного прийняття рішень.

Наголосимо, що психолінгвістичні механізми мовного впливу відіграють ключову роль у реалізації маніпулятивних стратегій. Маніпуляція, як складний процес впливу на свідомість і поведінку людини, здійснюється через певні мовні засоби, які сприяють формуванню у адресата бажаного психічного і когнітивного стану. Психолінгвістичні механізми маніпуляції включають використання мовних структур, які ске-

ровують увагу, емоції та мотивацію реципієнта, часто неусвідомлено для нього. Таким чином, маніпуляція реалізується через майстерне використання мовних ресурсів, що дає змогу маніпулятору приховувати свої справжні наміри та мотиви, впливаючи на когнітивні процеси адресата. Розуміння цих механізмів є важливим для того, щоб виявити маніпулятивні стратегії та ефективно протистояти їхньому впливу, зберігаючи критичне мислення та автономність у прийнятті рішень.

Д.Ю. Сизонов акцентує увагу на тому, як психолінгвістичні механізми, зокрема мовна обробка інформації та когнітивні процеси, визначають здатність людини критично оцінювати медіатексти, що є важливим для розуміння впливу мовного контексту на свідомість і переконання аудиторії. У сучасному медіапросторі медіатексти можуть бути використані для здійснення маніпуляцій, і психолінгвістичні механізми в цих процесах відіграють ключову роль. Автор зауважує, що важливим є розуміння того, як медіа використовують емоційні тригери, стереотипи та смислові маніпуляції для того, щоб впливати на аудиторію. Медіатексти часто орієнтовані на маніпуляцію емоціями та стереотипами, що можуть значною мірою змінити сприйняття і ставлення людей до певних подій або осіб. Наприклад, використання емоційно заряджених слів, що викликають у читача або слухача почуття тривоги, гніву чи захоплення, є одним із основних способів маніпуляції, який активує когнітивні механізми та спрощує процеси прийняття рішень без глибокого аналізу [Сизонов : 86].

У цьому контексті важливо відзначити, що медіа не тільки впливають на індивідуальні переконання, але й можуть формувати колективні уявлення та соціальні норми. Тому розвиток медіаграмотності є не лише індивідуальним завданням, але й соціальним процесом, який включає в себе навчання навичок критичного мислення та здатності до аналізу інформації. З точки зору психолінгвістики, це вимагає від аудиторії розвитку вміння декодувати приховані смисли, що використовуються в медіатекстах, а також здатності до самостійного аналізу та осмислення інформації в умовах великої кількості маніпуляцій [Сизонов : 84].

Однією з основних проблем, яку піднімає вчений, є важливість когнітивних механізмів

у формуванні сприйняття медіатекстів. Мовні конструкції в медіа часто спрощують складні соціальні, політичні та економічні явища. Це призводить до сприйняття їх через вузьку призму, обмежуючи критичний підхід до інформації. Водночас, через вплив культурних, соціальних та емоційних контекстів, медіа здатні маніпулювати переконаннями, що сприяє формуванню міфів, стереотипів або навіть дезінформації серед широкої аудиторії.

Д.Ю. Сизонов також підкреслює важливість застосування психолінгвістичних інструментів для навчання медіаграмотності, адже саме вони можуть допомогти виявляти та знижувати ефективність маніпуляцій. Це включає в себе розвиток критичного мислення, здатності до декодування прихованих смислів у текстах, а також вміння розпізнавати маніпулятивні стратегії, які використовуються у медіа. У результаті це дозволяє не лише підвищити рівень медіаграмотності, а й зменшити вразливість до маніпуляцій і пропаганди.

Важливим є також акцентування автора на необхідності формування соціальної відповідальності серед медіапрацівників та користувачів медіа. Адже, за його словами, формування медіаграмотності в умовах сучасного інформаційного простору є не лише проблемою освіти, а й етичного вибору. Адже психолінгвістичні механізми, що використовуються в маніпулятивних стратегіях, не лише сприяють формуванню однобоких уявлень, але й можуть створювати поляризацію в суспільстві, підвищуючи рівень конфліктності та недовіри [Сизонов : 85].

Загалом, Д.Ю. Сизонов актуалізує проблему медіаграмотності як важливого аспекту розвитку критичного мислення в умовах інформаційного перенасичення та маніпуляцій. Вона надає теоретичне обґрунтування важливості психолінгвістики в аналізі медіатекстів та формуванні освітніх стратегій для підвищення рівня медіаграмотності серед різних верств населення. У кінцевому результаті це дозволить ефективніше протистояти дезінформації, пропаганді та іншим маніпулятивним стратегіям, що стали невід'ємною частиною сучасного медіапростору.

О.Ю. Павлів аналізує лінгвістичні особливості маніпулятивного мовного впливу в літературному тексті. Маніпуляція розглядається

як різновид прихованого мовного впливу, що базується на майстерному використанні мовних ресурсів для зміни когнітивних і поведінкових установок адресата, часто всупереч його волі. Головний критерій відмінності між маніпуляцією та переконанням – це несвідомість дій адресата у випадку маніпуляції. О.Ю. Павлів звертається до наступної класифікації маніпулятивних стратегій: аналіз стратегій маніпуляцій (газлайтинг, проекція, безглузді розмови, узагальнення та очорнення, постійне розчарування) і відповідних мовних засобів. Зокрема, газлайтинг: афективна лексика, асиндетон, повтори, наказовий спосіб; проекція: метафоричні порівняння, антитези; безглузді розмови: неповні речення, повтори; узагальнення та очорнення: абстрактні твердження, слова-афективи; постійне розчарування: вигуки, синтаксичний паралелізм, повтори. Перлокутивний ефект маніпуляції проявляється у вербальній та невербальній поведінці жертви: страх, дискомфорт, розгубленість. Наприклад, використання тремтячого голосу, повторів і неповних речень як вираження стану покірності. Невербальна складова маніпулятивного впливу: мова тіла, наприклад опущений погляд, тремтіння чи інші невербальні реакції, відіграє ключову роль у комунікативному акті маніпуляції. Зокрема, у контексті аналізу мовлення персонажів А. Мандзоні О.Ю. Павлів продемонстровано, як стратегія постійного розчарування чи проекції призводить до бажаних для маніпулятора результатів через майстерну мовну та невербальну комунікацію [Павлів : 72].

Стосовно стилістичних особливостей мови маніпуляторів і жертв, О.Ю. Павлів наголошує на тому, що маніпулятори використовують афективну лексику, директиви, метафори, синтаксичний паралелізм для посилення впливу. Жертви часто виражають покірність через спрощення мовних структур, вигуки, слези чи інші невербальні реакції [Павлів : 74].

Отож, автор підкреслює, що маніпулятивні стратегії є ключовим інструментом впливу на комунікативному рівні. Вони не лише змінюють поведінку жертви, а й слугують літературним засобом для створення драматизму в тексті. Досвід, описаний у дослідженні, може бути використаний у вивченні стилістики, комунікативних практик та лінгвістичного аналізу

художніх творів. Цей підхід також може бути інтегрований у дослідження мовного впливу в ширшому соціокультурному контексті.

В.А. Проскуріна розглядає фундаментальні аспекти процесу комунікації та основні типи бар'єрів, що ускладнюють її ефективність. Автор зазначає, що комунікація є ключовою ознакою людської культури, яка реалізується через обмін інформацією, і відіграє вирішальну роль у підтримці соціальної взаємодії. Зокрема, комунікативні бар'єри можуть бути визначені як перешкоди на шляху передачі та розуміння інформації, спричинені різними факторами: психологічними, соціальними, культурними тощо. В.А. Проскуріна зауважує, що комунікація відрізняється від спілкування, адже охоплює не тільки обмін інформацією, а й процеси взаємодії та перцепції між учасниками комунікативного акту. Розглядаючи комунікативні бар'єри, вчена виділяє декілька їх видів: психологічні (страх, тривога, негативні емоції), соціально-культурні (відмінності у статусі, релігії, ідеології), семантичні (неоднозначність символів), фізичні (шум, дистанція), а також бар'єри установки (упередження, стереотипи). Прикметно, що одним із ключових елементів, які впливають на виникнення бар'єрів, є особистісні характеристики учасників комунікації, а також їхні цінності, емоції та установки [Проскуріна : 194].

В.А. Проскуріна акцентує увагу на важливості активного зворотнього зв'язку для мінімізації бар'єрів, адже ефективна комунікація передбачає не лише передачу інформації, а й корекцію взаєморозуміння через уточнення і збагачення знань. Зокрема, маніпулятивні стратегії нерідко спрямовані на створення комунікативних бар'єрів для забезпечення нерівності у доступі до інформації між маніпулятором і реципієнтом. Наприклад, використання семантичних, психологічних або соціально-культурних бар'єрів допомагає маніпулятору послабити критичне мислення адресата. Психолінгвістичні механізми мовного впливу можуть включати активацію емоційного стану (страх, тривога, провина), який є основою психологічних бар'єрів, які зменшують здатність адресата до усвідомленого сприйняття інформації та підвищують його схильність до підкорення маніпулятору. Маніпулятивні стратегії часто базу-

ються на свідомому використанні когнітивних бар'єрів, таких як розбіжності у системах перекодування інформації між відправником і реципієнтом. Наприклад, складна термінологія або заплутана аргументація можуть бути інструментами для переконання чи дезорієнтації.

В.А. Проскуріна підкреслює значення активного зворотного зв'язку для ефективної комунікації. Зокрема, у маніпулятивних стратегіях цей механізм часто модифікується або блокується, щоб обмежити можливості адресата для перевірки інформації та розвитку критичного мислення. Емоційні й психологічні фактори, які впливають на виникнення комунікативних бар'єрів, можуть цілеспрямовано використовуватись для досягнення маніпулятивного ефекту. Наприклад, створення емоційного напруження (страх чи почуття провини) полегшує контроль над поведінкою адресата. Маніпулятор може посилювати комунікативні бар'єри, використовуючи соціально-культурні відмінності як інструмент для підсилення нерівності у комунікації (наприклад, акцентуючи на статусних чи ідеологічних розбіжностях) [Проскуріна : 195].

Отож, маніпулятивні стратегії базуються на цілеспрямованому створенні або подоланні комунікативних бар'єрів. У межах теми про психолінгвістичні механізми мовного впливу важливо врахувати, що такі бар'єри можуть бути як результатом, так і інструментом маніпуляції. Ключовою є роль емоцій, когнітивних розбіжностей і відсутності зворотного зв'язку у формуванні ефективного мовного впливу.

І. Шерешкова акцентує увагу на механізмах мовного впливу, зокрема на використанні лексико-стилістичних засобів, які підсилюють емоційний вплив. Серед них зазначено маніпуляцію значеннями через семантичну варіативність, логічну незавершеність, плутанину та викривлення змісту текстів. Також розглядається техніка нав'язування потрібних значень через повторення, використання евфемізмів, алюзій, перифразів, метафоричних виразів та штучної поляризації тексту за схемою «свій/чужий». Зокрема, значну увагу приділено психологічним особливостям впливу, таким як ефект Барнума, що створює у реципієнта ілюзію персональної значущості, а також – емоційному посиленню уваги через фонетичну структуру текстів. Важливими є аналізовані

маніпулятивні стратегії, серед яких виділяється поляризація тексту через створення опозицій «ми/вони», «схід/захід», яка підсилює емоційну залученість аудиторії, та використання симулякрів – фейкових нарративів, які підмінюють реальність у свідомості цільової аудиторії [Шерешкова : 186].

Авторка зазначає технічні прийоми маніпуляції, серед яких: контекстуальне блокування інформації, викривлення реальних подій і підміна понять, що сприяє формуванню необхідного сприйняття у цільової аудиторії. Звертається увага на використання «лідерів думок» або створення «анонімного авторитету» для підсилення впливу на реципієнтів. У теоретичному аспекті важливою є концепція порушення принципів кооперації за Г. Грайсом (максими якості, кількості, релевантності, манери) як основа для створення маніпулятивних імплікатур [Шерешкова : 188].

Отож, психолінгвістичні механізми мовного впливу лежать в основі маніпулятивних стратегій, спрямованих на формування потрібних установок у свідомості реципієнтів. Використання семантичних викривлень, емоційного підсилення, порушення кооперативних принципів комунікації та створення симулякрів є ключовими прийомами для нав'язування ідей і контролю над сприйняттям аудиторії.

Т.В. Крашеніннікова відзначає, що мова, окрім номінативної, комунікативної, естетичної та інших функцій, виконує роль потужного засобу впливу на свідомість людини. Маніпуляція є прихованим видом психологічного та психолінгвістичного впливу, спрямованого на формування у людини намірів, які не збігаються з її актуальними бажаннями. Маніпулятивні техніки ґрунтуються на відборі і використанні лінгвістичних засобів, які формують вигідні для мовця інтерпретації реальності. Зазначається, що особливе значення мають такі методи, як евфемізми, дисфемізми, риторичні прийоми, нейролінгвістичне програмування, а також метафори, багатозначні слова та омоніми, які впливають на асоціативне мислення реципієнта [Крашеніннікова : 22].

Дослідниця підкреслює, що мовне маніпулювання реалізується через створення позитивних або негативних конотацій, що змінюють сприйняття інформації відповідно до цілей

мовця. Зосереджується увага на когнітивних та емоційних механізмах впливу, таких як стимуляція уваги, вплив на пам'ять та використання соціальних стереотипів. Зауважується, що маніпуляція може здійснюватися як на свідомому, так і на підсвідомому рівнях через сугестивні техніки, що охоплюють як вербальні, так і невербальні засоби [Крашеніннікова : 21].

Дослідниця акцентує на важливості стратегій і тактик у процесі комунікації, які дозволяють приховати справжні мотиви та цілі мовця, залишаючи реципієнта в омані щодо дійсного змісту повідомлення. Автор відзначає, що у політичному та рекламному дискурсах активно використовуються такі прийоми, як створення ідеологічно забарвлених лозунгів, натяки, маніпулятивна інтерпретація історичних подій та зміщення акцентів у тексті [Крашеніннікова : 20].

Отож, наголошується, що маніпулятивні стратегії базуються на психолінгвістичних механізмах, які включають когнітивні, емоційні, соціальні та прагматичні рівні мовного впливу, і реалізуються через ретельно підібрані мовні засоби.

О.О. Нагорна відзначає, що мова є ефективним інструментом маніпуляції, активно використовуваним у політичному та бізнес-дискурсах для впливу на свідомість людей і формування необхідних переконань. Автор зауважує, що політичні діячі застосовують специфічну лексику, риторику, емоційно забарвлені слова, евфемізми та стереотипи для досягнення своїх цілей, використовуючи як раціональні, так і емоційні методи впливу. Зазначається, що маніпуляція полягає у прихованому впливі на переконання, бажання та емоції аудиторії, при цьому маніпулятор створює ілюзію свободи вибору. Автор акцентує увагу на тому, що маніпулятивні комунікативні тактики часто будуються на використанні модальних дієслів для нав'язування думок, повторів для посилення основної ідеї, апеляцій до авторитетів і вживання займенників «ми» та «наш» для створення відчуття єдності з аудиторією. Маніпулятивні прийоми включають також метафори, порівняння та ідеологічно забарвлену лексику, яка сприяє спрощенню складних понять і формуванню бажаних асоціацій [Нагорна : 66].

Отож, у дослідженні наголошується на важливості психолінгвістичних прийомів, які активно використовуються для впливу на когнітивні та емоційні процеси реципієнта. Лексичні та стилістичні засоби маніпуляції є основними інструментами для реалізації стратегій переконання та формування прихованих смислів. Успіх маніпуляції значною мірою залежить від здатності мовця приховувати свої наміри, ефективно використовуючи мову як інструмент управління поведінкою та свідомістю аудиторії.

А.М. Коваленко та Т.С. Марченко відзначають, що мовні засоби відіграють ключову роль у процесі маніпулювання свідомістю в сучасних англомовних ЗМІ. Автори зауважують, що медіа не лише інформують про події, але й спотворюють їхнє сприйняття, використовуючи складні стратегії та тактики впливу. Зокрема, маніпулятивний вплив визначається як процес прихованого впровадження у психіку аудиторії певних ідей, цінностей чи установок, що відповідають інтересам маніпулятора, але часто суперечать потребам реципієнта [Коваленко, Марченко : 216].

Автори акцентують увагу на тому, що основним інструментом маніпуляції є мова, яка дозволяє змінювати ціннісні орієнтації, формувати емоційний настрій і спонукати до дій у потрібному для маніпулятора напрямку. Особливе значення має прагматичний підхід, який розглядає маніпуляцію як комплекс комунікативних стратегій і тактик. Комунікативні стратегії формують загальний напрямок впливу, тоді як тактики втілюють окремі етапи цього процесу. Серед найпоширеніших стратегій є стратегія дискредитації, яка передбачає використання пейоративної лексики, критики, створення загрози, іронії та натяків для підризу репутації об'єкта впливу. Наприклад, негативна конотація дієслів та епітетів часто використовується для акцентування уваги на недоліках об'єкта впливу. Стратегія маніпулювання репутацією реалізується через драматизацію або фрагментацію подій, що викликає в аудиторії емоційний відгук. Тактика створення опозиції «свій-чужий» базується на антитезі, евфемізмах і метафорах, які підсилюють емоційний ефект і формують стереотипні образи [Коваленко, Марченко : 215].

Тактика переакцентування використовується для зміщення уваги на інші аспекти подій, які більш вигідні маніпулятору. Це досягається через повторення ключових слів або гедж-маркерів, що дозволяють маніпулятору створити новий акцент у сприйнятті подій. Тактика вуалізації базується на використанні евфемізмів і неоднозначних висловлювань для пом'якшення серйозності ситуації або приховування небажаної інформації. Наприклад, замість нейтральних дієслів використовуються синоніми з розмитим семантичним значенням, які створюють ілюзію об'єктивності. Автори також акцентують на важливості слів-афектів, що викликають у читачів сильний емоційний відгук, таких як «загроза», «свобода», «насильство». Ці слова використовуються для посилення тактики створення загрози, викликаючи в аудиторії почуття страху або тривоги. Окрему увагу приділено використанню метафор, які створюють сильні образи, що глибоко закарбовуються в свідомості аудиторії. Усе це дозволяє маніпулятору досягати своїх комунікативних цілей без прямого примусу, залишаючи реципієнта у переконанні, що рішення приймається самостійно. Дослідники наголошують, що маніпуляція реалізується через когнітивні та емоційні механізми, зокрема через зміну системи цінностей, переконань і соціальних орієнтирів реципієнта. Мовні засоби, такі як риторичні прийоми, тропи, слова-афекти, спрямовані на створення у реципієнта стереотипних образів і необхідних емоційних реакцій [Коваленко, Марченко : 217].

Отож, проведений нами аналіз демонструє, що сучасні англомовні ЗМІ активно використовують мовні засоби маніпуляції для управління суспільною думкою. Стратегії маніпулятивного впливу спираються на психолінгвістичні механізми, що дозволяють маніпуляторам змінювати поведінкові й емоційні моделі аудиторії. Знання цих механізмів допомагає глибше зрозуміти природу мовного впливу, що є важливим як для подальших досліджень у цій галузі, так і для практичного використання в розробці інформаційної безпеки та медіа-грамотності.

Висновки. Маніпуляція є багаторівневим і складним явищем, яке охоплює когнітивні, емоційні, соціальні та прагматичні рівні впливу на індивіда. Проведене дослідження підтвер-

джує, що її ефективність значною мірою залежить від прихованості цілей, використання стереотипів, емоційних тригерів та ілюзії свободи вибору у реципієнта. Маніпулятивні стратегії реалізуються за допомогою ретельно підібраних мовних засобів, таких як метафори, евфемізми, директиви, стилістичні фігури та емоційно забарвлена лексика. Вони дозволяють формувати у реципієнта потрібні маніпулятору уявлення, установки чи поведінку.

Особливу увагу варто звернути на те, як маніпулятивні стратегії використовують когнітивні слабкості людини. Наприклад, спрощення складних соціальних чи політичних явищ через використання узагальнень і яскравих образів дозволяє маніпулятору нав'язувати спрощені та однобокі уявлення. Емоційний вплив, створений за допомогою драматизації чи виклику страху, сприяє зниженню критичності мислення та підвищенню піддатливості до зовнішніх впливів. Важливо зауважити, що маніпуляція не завжди має деструктивний характер. Вона може бути інструментом педагогічного або мотиваційного впливу, якщо використовується з урахуванням етичних норм і в інтересах адресата. Однак у контексті політичного чи рекламного дискурсу маніпуляція частіше спрямована на досягнення вигоди маніпулятора без урахування інтересів аудиторії.

Результати нашого дослідження підкреслюють необхідність розвитку медіаграмотності та критичного мислення як ключових навичок у протистоянні маніпулятивним стратегіям. Знання механізмів маніпуляції сприяє кращому розумінню прихованих намірів у комунікації, а також зменшує ризики потрапляння під вплив маніпуляторів. Крім того, подальші дослідження у цій галузі можуть забезпечити інструментарій для більш ефективного аналізу інформаційного контенту та сприяти формуванню стійкості до маніпулятивних впливів. У сучасному інформаційному просторі, де вплив медіа та цифрових технологій зростає, глибоке розуміння механізмів маніпуляції є важливим не лише для фахівців, але й для суспільства загалом. Ця тема має залишатися пріоритетною для науковців, освітян і практиків, оскільки маніпуляція стає ключовим інструментом впливу у багатьох сферах життя.

ЛІТЕРАТУРА

1. Руда, О. Г. *Мовне питання як об'єкт маніпулятивних стратегій у сучасному українському політичному дискурсі*: монографія. Київ: НАН України, Інститут української мови. 2012. 232 с.
2. Сизонов, Д. Ю. Психолінгвістичні основи медіаграмотності: до проблеми інтерпретації медіатекстів. *Science and Education*. 2017. № 7. С. 82–88. DOI: <https://doi.org/10.24195/2414-4665-2017-7-13>.
3. Павлів, О.Ю. Лінгвопрагматичні аспекти маніпулятивних стратегій у мовленні персонажів А. Мандзони «Заручені». *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*. 2023. № 43. С. 65–80. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. <https://doi.org/10.17721/2663-6530.2023.43.06>
4. Проскуріна, В. А. Комунікація і комунікативні бар'єри: Соціально-психологічний підхід. *Наукові праці МАУП*. 2009. № 3(22). С. 190–197.
5. Шерешкова, І. Психолінгвістичне маніпулювання текстових повідомлень. *Baltic Journal of Legal and Social Sciences*. 2021. № 3. С. 183–191. <https://doi.org/10.30525/2592-8813-2021-3-20>
6. Крашеніннікова, Т. В. Маніпулятивні властивості мови. *Матеріали Всеукраїнської наукової конференції «Актуальні проблеми сучасних лінгвістичних досліджень та застосування інноваційних технологій викладання мов у вищій школі нефілологічного профілю»*. Дніпро: Адверта. 2017. С. 17–28.
7. Нагорна, О. О. Мова як інструмент маніпуляції: стилістичний аналіз використання лексики у політичному й діловому дискурсі. *Закарпатські філологічні студії*. 2023. Випуск 32. Том 2. С. 64–68. <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2023.32.2.11>
8. Коваленко, А. М., & Марченко, Т. С. Мовні засоби реалізації маніпулятивного впливу в сучасних англо-мовних ЗМІ. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія: Філологія. 2019. № 38(1). С. 214–218.
9. Bochynska, A., Keeble, L., Halfacre, C., Casillas, J. V., Champagne, I.-A., Chen, K., Röthlisberger, M., Buchanan, E. M., & Roettger, T. M. Reproducible research practices and transparency across linguistics. *Glossa Psycholinguistics*, 2023. 2(1), 18, 1–36. <https://doi.org/10.5070/G6011239> <https://escholarship.org/uc/item/6m62j7p6>
10. Kałowski, P., Zajączkowska, M., Branowska, K., Olechowska, A., Siemieniuk, A., Dryll, E., & Banasik-Jemieliński, N. Individual Differences in Verbal Irony Use: A Systematic Review of Quantitative Psycholinguistic Studies. *Metaphor and Symbol*, 2023. 38(1), 81–111. <https://doi.org/10.1080/10926488.2022.2160253>
11. Levko, O. Precedent units as a means of manipulation in Ukrainian religious media discourse: Psycholinguistic approach. *Psycholinguistics*, 2020. 28(2), 99–127. <https://doi.org/10.31470/2309-1797-2020-28-2-99-127>
12. Tadjievich, X. U. The role of lexicology in language teaching. *Web of Scientist: International Scientific Research Journal*, 2024. 5(12), 41–44. <https://wos.academiascience.org/index.php/wos/article/view/5171/4959>

REFERENCES

1. Ruda, O. G. (2012). Language issue as an object of manipulative strategies in modern Ukrainian political discourse: monograph. Kyiv: NAS of Ukraine, Institute of Ukrainian Language, 232 p. [in Ukrainian].
2. Syzonov, D. Yu. (2017). Psycholinguistic foundations of media literacy: to the problem of media text interpretation. *Science and Education*, 7, 82–88. DOI: <https://doi.org/10.24195/2414-4665-2017-7-13>. [in Ukrainian].
3. Pavliv, O. Yu. (2023). Linguo-pragmatic aspects of manipulative strategies in the speech of characters in A. Manzoni's «The Betrothed». *Problems of semantics, pragmatics and cognitive linguistics*, (43), 65–80. Taras Shevchenko National University of Kyiv. <https://doi.org/10.17721/2663-6530.2023.43.06> [in Ukrainian].
4. Proskurina, V. A. (2009). Communication and communicative barriers: A socio-psychological approach. *Scientific works of the IAUP*, 3(22), 190–197. [in Ukrainian].
5. Shereshkova, I. (2021). Psycholinguistic manipulation of text messages. *Baltic Journal of Legal and Social Sciences*, (3), 183–191. <https://doi.org/10.30525/2592-8813-2021-3-20> [in Ukrainian].
6. Krasheninnikova, T. V. (2017). Manipulative properties of language. *Proceedings of the All-Ukrainian Scientific Conference “Current Problems of Modern Linguistic Research and the Application of Innovative Technologies for Teaching Languages in Non-Philological Higher Education”*. Dnipro: Adverta. Pp. 17–28. [in Ukrainian].
7. Nagorna, O. O. (2023). Language as a Tool of Manipulation: Stylistic Analysis of the Use of Lexicon in Political and Business Discourse. *Transcarpathian Philological Studies*. Issue 32, Volume 2, 64–68. <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2023.32.2.11> [in Ukrainian].
8. Kovalenko, A. M., & Marchenko, T. S. (2019). Language Means of Implementing Manipulative Influence in Modern English-Language Media. *Scientific Bulletin of the International Humanitarian University. Series: Philology*, 38(1), 214-218. [in Ukrainian].
9. Bochynska, A., Keeble, L., Halfacre, C., Casillas, J. V., Champagne, I.-A., Chen, K., Röthlisberger, M., Buchanan, E. M., & Roettger, T. M. (2023). Reproducible research practices and transparency across linguistics. *Glossa Psycholinguistics*, 2(1), 18, 1–36. <https://doi.org/10.5070/G6011239> <https://escholarship.org/uc/item/6m62j7p6> [in English].

9. Bochynska, A., Keeble, L., Halfacre, C., Casillas, J. V., Champagne, I.-A., Chen, K., Röthlisberger, M., Buchanan, E. M., & Roettger, T. M. (2023). Reproducible research practices and transparency across linguistics. *Glossa Psycholinguistics*, 2(1), 18, 1–36. <https://doi.org/10.5070/G6011239> <https://escholarship.org/uc/item/6m62j7p6> [in English].
 10. Kałowski, P., Zajączkowska, M., Branowska, K., Olechowska, A., Siemieniuk, A., Dryll, E., & Banasik-Jemielniak, N. (2023). Individual Differences in Verbal Irony Use: A Systematic Review of Quantitative Psycholinguistic Studies. *Metaphor and Symbol*, 38(1), 81–111. <https://doi.org/10.1080/10926488.2022.2160253> [in English].
 11. Levko, O. (2020). Precedent units as a means of manipulation in Ukrainian religious media discourse: Psycholinguistic approach. *Psycholinguistics*, 28(2), 99–127. <https://doi.org/10.31470/2309-1797-2020-28-2-99-127> [in English].
 12. Tadjievich, X. U. (2024). The role of lexicology in language teaching. *Web of Scientist: International Scientific Research Journal*, 5(12), 41-44. <https://wos.academiascience.org/index.php/wos/article/view/5171/4959> [in English].
-

O. H. HUDZENKO

*Candidate of Philosophical Sciences (Ph.D.), Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Pedagogy and Psychology,
Volyn In-Service Teachers Training Institute, Lutsk, Ukraine
E-mail: o.gudzenko@vippp.org.ua
<https://orcid.org/0000-0003-2028-7697>*

T. V. PASTRYK

*Doctor of Psychology, Associate Professor, Acting Rector,
Volyn Medical Institute, Lutsk, Ukraine
E-mail: tetiana_pastryk@vmi.volyn.ua
<https://orcid.org/0000-0002-6329-9607>*

A. M. LAZKO

*PhD in Psychology, Vice-Rector for Scientific and Pedagogical Work,
Volyn Medical Institute, Lutsk, Ukraine
E-mail: alla_lazko@vmi.volyn.ua
<https://orcid.org/0000-0002-7731-4361>*

N. P. HALCHUN

*Doctor of Philosophy in Education, Pedagogical Sciences,
Head of the Department of General Training Disciplines,
Volyn Medical Institute, Lutsk, Ukraine
E-mail: nataliia_halchun@vmi.volyn.ua
<https://orcid.org/0000-0003-0431-638X>*

THE PSYCHOLINGUISTIC MECHANISMS OF MANIPULATION IN THE MODERN INFORMATION SPACE: STRATEGIES OF INFLUENCE AND COUNTERACTION

The article is devoted to the analysis of psycholinguistic mechanisms of manipulation that are actively used in the modern information space. An interdisciplinary approach is applied, including cognitive-pragmatic, content analysis and comparative analysis of manipulative strategies in different types of discourse, such as political, media and advertising. The work examines key linguistic tools, including metaphors, euphemisms, directives and emotionally coloured vocabulary, which contribute to the hidden influence on the consciousness and behaviour of recipients. The authors offer an analysis of manipulative strategies aimed at influencing consciousness and behaviour in the context of information overload.

The study shows that manipulative influence is based on the creation of cognitive and emotional barriers, the use of stereotypes and artificial motivation, which allows manipulators to achieve their own goals. It is noted that manipulation can be both negative and constructive, depending on the ethical norms and the context of application.

Particular attention is paid to the development of recommendations for the formation of media literacy and critical thinking to counteract manipulative strategies. The work is based on theoretical and practical developments in psycholinguistics, cognitive science and social psychology, which allows for a comprehensive study of the mechanisms of influence.

Knowledge of the mechanisms of manipulation contributes to a better understanding of hidden intentions in communication, as well as reduces the risks of falling under the influence of manipulators. In addition, further research in this area can provide tools for more effective analysis of information content and contribute to the formation of resistance to manipulative influences.

Key words: psycholinguistic mechanisms of manipulation, language influence, manipulative strategies, critical thinking, media literacy.