

ПРИКЛАДНА ЛІНГВІСТИКА

УДК 070:81'23:159.9

DOI <https://doi.org/10.52726/as.humanities/2025.4.13>

О. Г. ГУДЗЕНКО

кандидат філософських наук, доцент,

доцент кафедри психології,

Горлівський інститут іноземних мов

Донбаського державного педагогічного університету, м. Дніпро, Україна

Електронна адреса: olena.gudzenko00@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-2028-7697>

Т. В. БОРОЗЕНЦЕВА

кандидат психологічних наук, доцент,

завідувач кафедри психології,

Горлівський інститут іноземних мов

Донбаського державного педагогічного університету, м. Дніпро, Україна

Електронна адреса: t.borozentseva@forlan.org.ua

<https://orcid.org/0000-0002-7251-0590>

А. І. АЛЕКСАНДРУК

здобувачка ступеня вищої освіти «бакалавр» освітньо-професійної програми

«Середня освіта. Німецька та англійська мови. Зарубіжна література»,

Волинський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

Електронна адреса: Aleksandruk.Anastasiia2025@vnu.edu.ua

МЕХАНІЗМИ РЕАЛІЗАЦІЇ МАНІПУЛЯТИВНИХ СТРАТЕГІЙ У МЕДІАПРОСТОРІ: ЛІНГВОПСИХОЛОГІЧНИЙ ВИМІР

Стаття присвячена комплексному аналізу механізмів реалізації маніпулятивних стратегій у сучасному медіапросторі з позицій лінгвопсихологічного підходу. Актуальність дослідження зумовлена зростанням інтенсивності інформаційних потоків, трансформацією медіакомунікації та посиленням прихованого психологічного впливу на масову свідомість у цифровому середовищі. У роботі розглянуто маніпуляцію як цілеспрямований психолінгвістичний процес, що ґрунтується на взаємодії мовних засобів, когнітивних упереджень та емоційних реакцій реципієнта.

На основі аналізу сучасних наукових джерел охарактеризовано основні лінгвістичні й психологічні механізми маніпулятивного впливу в медіадискурсі, зокрема сугестивність, фреймінг, апеляцію до емоцій, використання оцінної лексики, метафоризацію, повторюваність повідомлень і прецедентні одиниці. Показано, що маніпулятивні стратегії реалізуються не лише через зміст медіатекстів, а й через специфічну організацію мовленнєвих і позамовних компонентів, включно з візуальними та невербальними елементами, особливо в соціальних мережах.

Особливу увагу приділено ролі емоційного чинника та блокуванню критичного мислення як ключовим умовам ефективності маніпуляції. Обґрунтовано, що медіаманіпуляція є системним явищем, яке охоплює політичний, релігійний, військовий та повсякденний дискурси, формуючи викривлені когнітивні моделі сприйняття реальності. Автором зроблено висновок про необхідність розвитку психолінгвістичної грамотності та медіаосвіти як важливих інструментів протидії маніпулятивному впливу й забезпечення інформаційно-психологічної безпеки суспільства.

Ключові слова: маніпулятивні стратегії, медіапростір, медіадискурс, лінгвопсихологія, психолінгвістичний вплив, масова свідомість, інформаційна маніпуляція, медіакомунікація.

Поставлення проблеми. Сучасний медіапростір формується в умовах інтенсивних інформаційних потоків, високої конкуренції за увагу аудиторії та зростання впливу цифрових платформ на суспільну свідомість. За таких обставин медіакомунікація перестає бути нейтральним каналом передавання інформації й дедалі частіше набуває характеру цілеспрямованого психологічного впливу. Маніпулятивні стратегії стають невід'ємною складовою медіадискурсу, оскільки вони дозволяють коригувати сприйняття подій, формувати оцінки та установки реципієнтів, а також моделювати бажані моделі поведінки.

У процесі медіавпливу маніпуляція реалізується не лише через зміст повідомлення, а й через специфічну організацію мовних і позамовних засобів. Вибір лексики, синтаксичних конструкцій, образних ресурсів, а також апеляція до емоцій, стереотипів і когнітивних схем адресата створюють підґрунтя для прихованого впливу на свідомість і підсвідомість аудиторії. Саме тому аналіз маніпулятивних стратегій потребує лінгвопсихологічного підходу, який дозволяє розкрити взаємодію мовленнєвих форм і психічних механізмів сприйняття, інтерпретації та прийняття інформації.

Лінгвопсихологічний вимір дослідження маніпуляції в медіапросторі зосереджується на виявленні тих механізмів, за допомогою яких мовні структури активізують емоційні реакції, когнітивні упередження та настанови реципієнта. Маніпулятивний вплив реалізується через сугестивність, фреймінг, повторюваність повідомлень, символічну насиченість і стратегічне використання оцінної лексики, що сприяє зниженню критичного осмислення інформації. У цьому контексті мова виступає не лише інструментом комунікації, а й засобом психологічного програмування масової свідомості.

Аналіз наукових праць засвідчує, що проблема маніпулятивних стратегій у медіадискурсі розглядається на перетині психолінгвістики, когнітивної психології, теорії масової комунікації та медіалінгвістики. Водночас динамічний розвиток інформаційного середовища, поява нових форматів медіаконтенту та зростання ролі соціальних мереж актуалізують потребу в комплексному осмисленні механізмів маніпулятивного впливу. Отже,

дослідження лінгвопсихологічних механізмів реалізації маніпулятивних стратегій у медіапросторі є важливим кроком до глибшого розуміння природи сучасної медіакомунікації та вироблення ефективних стратегій протидії інформаційно-психологічному впливу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема реалізації маніпулятивних стратегій у медіапросторі активно досліджується в межах лінгвістики, психолінгвістики та теорії масової комунікації. Науковці наголошують, що медіадискурс є особливим типом комунікації, у якому мовні засоби використовуються не лише для інформування, а й для прихованого психологічного впливу на масову свідомість. Маніпуляція в медіа розглядається як цілеспрямований процес формування інтерпретацій, оцінок і емоційних реакцій адресата шляхом стратегічної організації мовлення.

У дослідженні В. Іващенко та М. Гришина маніпулятивні стратегії в соціальних медіа описуються як складова ширшої системи комунікативних стратегій, що реалізуються через управління увагою, повторюваність повідомлень і апеляцію до емоційних та ціннісних орієнтацій аудиторії [Іващенко 2024]. Автори підкреслюють, що саме цифровий медіапростір посилює психологічний ефект маніпуляції завдяки швидкості поширення інформації та інтерактивному характеру комунікації. Термінологічні засади аналізу маніпуляції та інформаційного впливу подає О. Кирилюк, наголошуючи, що мовні механізми маніпуляції є ключовими в умовах інформаційної війни та спрямовані на зміну когнітивних моделей сприйняття реальності [Кирилюк 2020].

Психолінгвістичні аспекти маніпулятивного впливу розкриваються в дослідженнях О. Левка, де маніпулятивні прийоми аналізуються як результат взаємодії мовних форм і психологічних механізмів сугестії [Левко 2018]. Автор доводить, що використання прецедентних одиниць активізує колективні знання та емоційні асоціації реципієнтів, посилюючи ефективність маніпуляції [Левко 2020]. Подібну ідею висловлює А. Кондрук, який розглядає маніпулятивну стратегію позитиву як спосіб прихованого впливу, що маскується під доброзичливу та емоційно привабливу комунікацію [Кондрук 2019].

Узагальнення зазначених досліджень свідчить, що маніпулятивні стратегії в медіапросторі реалізуються через поєднання мовних, прагматичних і психологічних механізмів. Вони ґрунтуються на активації емоцій, когнітивних стереотипів і зниженні критичного осмислення інформації, що підтверджує доцільність аналізу цієї проблематики в лінгвопсихологічному вимірі.

Мета статті полягає у систематизації та теоретичному осмисленні лінгвопсихологічних механізмів реалізації маніпулятивних стратегій у сучасному медіапросторі. Дослідження спрямоване на виявлення мовних і психічних чинників маніпулятивного впливу, аналіз стратегій та мовленнєвих засобів, за допомогою яких формується емоційне й когнітивне сприйняття медіаповідомлень, а також на з'ясування особливостей їхнього впливу на масову свідомість і комунікативну поведінку реципієнтів.

Методи дослідження. У статті застосовано міждисциплінарний підхід, який поєднує психолінгвістику, когнітивну лінгвістику та аналіз медіадискурсу. Це дозволяє розглядати маніпуляцію як процес психологічного впливу, що реалізується через мову та способи подачі інформації. Основним методом є когнітивно-прагматичний аналіз мовних засобів, які використовуються для впливу на емоції та думки аудиторії. Це дає змогу виявити, які слова, вирази або стилістичні прийоми допомагають формувати певне сприйняття інформації та керувати реакціями людей. Також порівнюються різні підходи та наукові погляди на маніпулятивні стратегії, що допомагає зрозуміти їхні психолінгвістичні особливості та способи реалізації у медіапросторі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний інформаційний простір характеризується надзвичайною динамічністю та високим рівнем емоційної напруги, що зумовлює трансформацію засобів масової комунікації з інструментів інформування на знаряддя цілеспрямованого психологічного впливу. Питання маніпуляції інформацією сьогодні розглядається як складний системний процес, що має глибоке психолінгвістичне підґрунтя. Методи маніпулювання у медіа мають безпосередній вплив на стабільність суспільства, оскільки вони здатні непомітно змінювати ціннісні

орієнтири та моделі соціальної поведінки великих мас людей [Гудзенко 2024].

Маніпулятивний вплив у медіадискурсі спрямований на деформацію карти світу індивіда. Це досягається шляхом експлуатації вразливих зон людської психіки через специфічно структуровані мовленнєві повідомлення, де вибір слова, тон та контекст відіграють вирішальну роль. Маніпуляція – це завжди прихований вплив, де реципієнт вважає прийняті рішення власними, не усвідомлюючи зовнішнього програмування своєї свідомості [Гудзенко 2024]. Психолінгвістичні механізми такого впливу базуються на створенні специфічного емоційного фону, який пригнічує раціональне сприйняття інформації. Це досягається через цілеспрямований добір лексики, синтаксичну організацію речень та використання сугестивних технік, що робить медіаспоживача керованим об'єктом [Щетініна 2019].

Розуміння лінгвопсихологічного виміру маніпуляцій вимагає аналізу не лише самого тексту, а й тих реакцій, які він викликає у підсвідомості. Емоційна вразливість аудиторії стає фундаментом, на якому медіа будують свої стратегії, використовуючи мову як тригер для запуску афективних станів. Таким чином, мова медіа виступає як засіб маніпулювання, що потребує детального вивчення для розробки способів розпізнавання та протидії [Гудзенко 2024].

Отож, медіаманіпуляція є системним психолінгвістичним процесом, який використовує мову для прихованого впливу на підсвідомість. Вона базується на деформації сприйняття реальності через блокування критичного мислення та активізацію емоційних реакцій аудиторії.

Маніпулятивні стратегії реалізуються через низку конкретних лінгвістичних інструментів, що діють на рівні семантики, прагматики та стилістики. Важливим аспектом є використання емоційно-оцінної лексики, яка замість об'єктивних фактів пропонує аудиторії вже готові, «правильні» з погляду маніпулятора інтерпретації подій. О. Нагорна підкреслює, що мова у політичному та діловому дискурсі часто стає інструментом «маркування» реальності, де використання стилістично забарвлених слів дозволяє штучно створювати образи «героїв» та «ворогів» [Нагорна 2023].

Окрему увагу дослідники приділяють лінгвістичному виміру політичної реклами, де маніпулятивний вплив досягає своєї концентрації. Аналіз свідчить про використання сугестивних конструкцій, повторів та риторичних запитань, що апелюють до базових інстинктів та підсвідомих страхів аудиторії [Kuzmenko 2023]. У німецькомовному медіадискурсі, наприклад, зафіксовано активне вживання евфемізмів та специфічних метафор, які «розмивають» негативну інформацію або, навпаки, гіперболізують певні явища для досягнення потрібного емоційного ефекту [Король 2020].

Використання мовних засобів у маніпулятивних цілях не обмежується лише прямим медіатекстом, а проникає в глибинні пласти комунікації. Лінгвопрагматичні аспекти маніпуляцій можна простежити навіть у класичних літературних текстах, що відображають універсальні стратегії людської взаємодії та психологічного тиску [Павлів 2023]. Це підтверджує, що маніпулятивні механізми є частиною загальної мовленнєвої поведінки, яка в медіапросторі набуває масштабів масового впливу.

Отож, реалізація маніпуляцій у медіа відбувається через багаторівневу систему мовних засобів – від оцінної лексики до складних метафоричних конструкцій. Ці інструменти дозволяють нав'язувати аудиторії певні оцінки та моделі сприйняття під виглядом об'єктивної інформації.

Маніпулятивний вплив у медіапросторі часто маскується під виглядом ціннісно орієнтованого або етичного спілкування, що робить його особливо небезпечним для критичного сприйняття. Окремим напрямом досліджень є український релігійний медіадискурс, де маніпуляція базується на апеляції до духовних авторитетів та сакральних текстів. О. Левко доводить, що психолінгвістичний вимір такої комунікації включає використання прецедентних одиниць – добре відомих аудиторії цитат, імен чи подій, які сприймаються без сумнівів через їхню релігійну значущість. Це дозволяє маніпулятору легітимізувати власні ідеї, видаючи їх за вищу істину.

Ще одним витонченим механізмом є так звана «маніпулятивна стратегія позитиву». А. Кондрук описує її як поведінкову модель «комуніканта-лицеміра», який через надмірну ввічливість, компліментарність та підкреслену

доброзичливість приховує реальні прагматичні цілі. У медіа це виглядає як створення ілюзії повної згоди та підтримки інтересів аудиторії, що послаблює критичне сприйняття реципієнта та змушує його легше приймати нав'язані установки. Такий підхід базується на психологічному феномені «гало-ефекту», де загальне приємне враження від джерела інформації автоматично переноситься на зміст самого повідомлення [Кондрук 2019].

Використання подібних стратегій демонструє, що маніпуляція не завжди пов'язана з агресією. Навпаки, використання позитивно забарвлених лінгвістичних маркерів та духовних символів дозволяє маніпулятору інтегруватися в систему цінностей особистості, здійснюючи вплив зсередини.

Підсумовуючи вищевикладене, зауважимо, що специфічні стратегії маніпуляції часто використовують «маски» позитиву або релігійного авторитету для обходу раціональних фільтрів свідомості. Це дозволяє впроваджувати маніпулятивні сенси через механізм довіри до ціннісних та етичних категорій.

У період збройних конфліктів та гібридної агресії медіапростір перетворюється на поле битви, де мовні засоби стають інструментами інформаційно-психологічного впливу (ІПСО). О. Луценко та співавтори зазначають, що сучасна гібридна війна характеризується використанням мови як засобу безпосередньої деструкції свідомості противника та мобілізації власного суспільства. Важливу роль тут відіграє термінологія інформаційної війни, яка включає лексеми-маркери, що формують у реципієнта відчуття небезпеки або неминучості певних процесів [Луценко 2025].

Аналіз текстів у медіадискурсі під час військових дій виявляє маніпулятивні ефекти PsyOps (психологічних операцій), які реалізуються через соціальні мережі та короткі медіаповідомлення. Д. Телпіс наголошує, що такі пости спрямовані на створення хаосу, паніки або недовіри до органів влади, причому вплив здійснюється за рахунок високої швидкості поширення та емоційної інтенсивності контенту. Мовні засоби в таких випадках обираються так, щоб викликати миттєву афективну реакцію, блокуючи можливість перевірки фактів [Телпіс 2025].

Крім того, типологічні різновиди стратегій у соціальних медіа дозволяють маніпуляторам сегментувати аудиторію та надсилати кожній групі саме ті меседжі, які найкраще резонують з їхніми переконаннями. Це створює ефект «інформаційної бульбашки», де людина чує лише те, що підкріплює маніпулятивну лінію, не маючи доступу до альтернативних точок зору.

Отож, інформаційна війна використовує мову як зброю для деморалізації противника та маніпулювання настроями суспільства через соціальні мережі. Психолінгвістичні операції базуються на використанні специфічної термінології та технологій швидкого емоційного зараження аудиторії.

Сучасний медіапростір зазнав докорінних змін із появою соціальних мереж, які створили нові типологічні різновиди комунікативних стратегій. Маніпуляція в цифровому середовищі характеризується високим рівнем інтерактивності та використанням специфічних форматів, таких як пости, що стають основними одиницями впливу в межах психологічних операцій (PsyOps). Д. Телпіс зазначає, що такі повідомлення конструюються за принципом максимального емоційного резонансу, де мовні засоби спрямовані на швидку корекцію поведінкових установок аудиторії [Telpis 2025].

Особливе значення має поєднання вербальних та невербальних компонентів впливу. У соціальних мережах маніпулятивні стратегії реалізуються через лінгвопрагматичний симбіоз тексту, зображень, відео та графічних символів. І. Помазан та О. Іліна доводять, що невербальні елементи часто відіграють роль «психологічного якоря», який закріплює потрібну маніпулятору емоцію, поки вербальний текст подає викривлену інтерпретацію фактів. Це дозволяє маніпулятору діяти на рівні підсвідомих асоціацій, що значно ускладнює процес логічного спростування інформації реципієнтом [Pomazan 2025].

Крім того, у медіадискурсі соціальних медіа активно використовується сегментація аудиторії, що дозволяє підбирати конкретні маніпулятивні тактики під індивідуальні психологічні особливості користувачів. В. Іващенко та М. Гришин виокремлюють стратегії, засновані на алгоритмах поширення контенту, де штучне створення «інформаційного шуму»

або «ехо-камер» ізолює споживача від альтернативних джерел інформації [Іващенко 2024].

Отож, соціальні мережі змінили механіку маніпуляцій, поєднавши мовний вплив із візуальними ефектами та алгоритмами швидкого поширення. Це створює середовище, у якому маніпулятивні пости сприймаються як частина особистої комунікації, що знижує рівень критичної пильності споживача.

В умовах тотального маніпулятивного тиску питання інформаційної та психологічної безпеки набуває статусу пріоритетного національного інтересу. Y. Krylova-Grek та O. Korniyaka наголошують, що ефективна протидія впливу можлива лише за умови впровадження психолінгвістичного компонента в систему медіаосвіти [Krylova-Grek 2023]. Це передбачає навчання громадян розпізнавати не лише фейки, а й складні мовні моделі навіювання, які використовуються для корекції суспільної думки. Психолінгвістична грамотність дозволяє реципієнту переводити автоматичне сприйняття тексту в режим свідомого аналізу лінгвістичних маркерів.

Важливу роль у нейтралізації деструктивного впливу відіграє запобігання міжкультурним та соціальним конфліктам, що часто штучно провокуються маніпуляторами. Роль розуміння та діалогу є вирішальною у подоланні маніпулятивних стратегій, оскільки маніпуляція завжди поширена там, де присутня емоційна поляризація та відсутність комунікації між групами. Відкритість до діалогу та здатність до емпатійного слухання виступають природними бар'єрами для стратегій розпалювання ворожнечі [Гудзенко 2023].

Ми вважаємо, що комплексна система протидії маніпуляціям повинна базуватися на наступних кроках: верифікація джерел та деконструкція смислів (перевірка автентичності інформації та аналіз прихованих інтенцій автора повідомлення); емоційна саморегуляція (розпізнавання спроб медіа викликати сильні афективні стани (страх, гнів) як ознаки маніпулятивного втручання); лінгвістична експертиза (виявлення в тексті специфічних маркерів інформаційної війни, евфемізмів та оцінних стереотипів); освітня діяльність (систематичне вивчення способів маніпулювання масовою аудиторією для формування колективного імунітету до сугестивного впливу).

Виходячи з вищезазначеного, психолінгвістична безпека базується на вмінні особистості розпізнавати механізми мовного впливу та зберігати критичну дистанцію до емоційних тригерів медіа. Розвиток медіаосвіти та культури діалогу є основними інструментами захисту суспільної свідомості від деструктивних маніпуляцій.

Отож, дослідження механізмів реалізації маніпулятивних стратегій у медіапросторі з лінгвопсихологічного погляду дозволяє стверджувати, що сучасні медіа перетворилися на сферу високих психолінгвістичних технологій. Маніпуляція не є випадковим явищем, а виступає як цілеспрямований процес використання мови для корекції когнітивних структур особистості. Залучення всіх розглянутих джерел свідчить про те, що маніпулятивні практики охоплюють усі сфери людського буття: від політичної та військової до релігійної та побутової комунікації.

Висновки. Узагальнення результатів проведеного дослідження лінгвопсихологічних механізмів реалізації маніпулятивних стратегій дозволяє стверджувати, що сучасний медіапростір трансформувався у сферу високих психолінгвістичних технологій, де мова виступає не лише інструментом комунікації, а й засобом цілеспрямованого психологічного програмування масової свідомості. Маніпуляція в медіадискурсі – це складний системний процес, що ґрунтується на прихованому впливі, де реципієнт схильний вважати нав'язані оцінки та рішення власними, не усвідомлюючи зовнішнього втручання у свої когнітивні структури.

Маніпуляція в медіа стає успішною завдяки двом головним речам: використанню емоцій людей, коли вони найбільш вразливі, та створенню спеціально побудованих текстів, які заважають людині логічно міркувати та ставити інформацію під сумнів. Встановлено, що маніпулятивні стратегії реалізуються через багаторівневу систему засобів. Зокрема, на лінгвістичному

рівні: через стратегічне використання емоційно-оцінної лексики, евфемізмів, метафор та сугестивних конструкцій, що дозволяють «маркувати» реальність і створювати потрібні образи «героїв» та «ворогів»; на прагматичному рівні: через управління увагою, фреймінг, повторюваність повідомлень та апеляцію до колективних знань і прецедентних одиниць, що активізують емоційні асоціації реципієнтів; на рівні психології: маніпулятори створюють потрібний їм настрій (наприклад, тривогу або надмірне піднесення) і використовують «маску» доброзичливості, щоб приховати свої справжні погані наміри. Також вони розраховують на «ефект першого враження» (гало-ефект): якщо джерело інформації нам подобається або здається приємним, ми автоматично починаємо йому довіряти й не помічаємо обману.

Особливу небезпеку становлять маніпуляції в умовах гібридної війни та цифрової комунікації. Соціальні мережі посилюють маніпулятивний ефект завдяки швидкості поширення інформації, інтерактивності та поєднанню вербальних стратегій із невербальними «психологічними якорями». Використання специфічної термінології інформаційної війни та ефектів PsyOps спрямоване на деструкцію свідомості противника та формування «інформаційних бульбашок».

Перспективи протидії маніпулятивному впливу лежать у площині впровадження психолінгвістичного компонента в систему медіаосвіти та розвитку культури діалогу. Психолінгвістична безпека особистості базується на вмінні деконструювати смисли, розпізнавати емоційні тригери та здійснювати лінгвістичну експертизу текстів, що дозволяє зберігати критичну дистанцію до медіаповідомлень. Тільки інтеграція зусиль психологів, лінгвістів та фахівців із комунікацій дозволить виробити дієві механізми захисту суспільної свідомості від деструктивного інформаційно-психологічного впливу в умовах сучасних викликів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гудзенко, О. Мова медіа як засіб маніпулювання масовою аудиторією: способи розпізнавання та протидії. Соціокомунікаційна наука в парадигмі смислових трансформацій: суспільні виклики, тренди освіти і професійної діяльності. Ірпінь: Державний податковий університет. 2023. 134–137.
2. Гудзенко, О., Пастрик, Т., Лазько, А., & Гальчун, Н. Психолінгвістичні механізми маніпуляції у сучасному інформаційному просторі: стратегії впливу та протидії. Академічні студії. Серія «Гуманітарні науки», 2024. (4), 66–76. <https://doi.org/10.52726/as.humanities/2024.4.10>
3. Іващенко, В., & Гришин, М. Типологічні різновиди стратегій у соціальних медіа. Інтегровані комунікації, 2024. 2(18), 15–26.

4. Кирилюк, О. Термінологія інформаційної війни. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Серія «Філологічні науки»*, 2020. (3(407)), 33–39.
5. Кондрук, А. Маніпулятивна стратегія позитиву як одна зі стратегій комуніканта-лицеміра. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації»*, 2019. 30(69), 3(1), 127–132.
6. Король, А., & Волошук, В. Засоби маніпулятивного впливу в сучасному німецькомовному медіадискурсі. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 2020. 31(2), 80–85. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/apgnd_2020_31\(2\)_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apgnd_2020_31(2)_16)
7. Левко, О. Маніпулятивні прийоми в українському релігійному медіадискурсі. Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика, 2018. (35), 44–55. <https://apultp.knu.ua/index.php/APULTP/article/view/27>
8. Левко, О. Прецедентні одиниці як засоби маніпуляції в українському релігійному медіадискурсі: психо-лінгвістичний вимір. *Психолінгвістика*, 2020. 28(2), 99–127. <https://doi.org/10.31470/2309-1797-2020-28-2-99-127>
9. Луценко, О., П'ятецька, О., & Овсейчик, С. Мовні засоби інформаційно-психологічного впливу сучасної гібридної війни. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Літературознавство. Мовознавство. Фольклористика*, 2025. 2(38), 71–77. <https://doi.org/10.17721/1728-2659.2025.38.10>
10. Нагорна, О. О. Мова як інструмент маніпуляції: стилістичний аналіз використання лексики у політичному й діловому дискурсі. *Закарпатські філологічні студії*, 2023. 32(2), 54–68.
11. Павлів, О. Лінгвопрагматичні аспекти маніпулятивних стратегій у мовленні персонажів А. Мандзони «Заручені». *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*, 2023. 1(43), 65–80. <https://doi.org/10.17721/2663-6530.2023.43.06>
12. Щетініна, Л. В., Рудакова, С. Г., & Труш, О. А. Маніпулятивний вплив масмедіа: механізм, наслідки та рекомендації щодо протидії. *Бізнес Інформ*, 2019. (5), 246–252. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-5-246-252>
13. Krylova-Grek, Y., & Korniyaka, O. Information and psychological security of the media space. Ukrainian experience of implementation of psycholinguistic component into media education. *Psycholinguistics*, 2023. 34(1), 111–128. <https://doi.org/10.31470/2309-1797-2023-34-1-111-128>
14. Kuzmenko, O., Kyryliuk, O., Bublyk, T., Boyko, Y., & Ruban, V. Linguistic dimension of political advertising: Analysis of linguistic means of manipulative influence. *World Journal of English Language*, 2023. 13(1), 205–211. <https://doi.org/10.5430/wjel.v13n1p205>
15. Pomazan, I., & Ilina, O. Вербальні та невербальні маніпулятивні стратегії в соціальних мережах: лінгво-прагматичний аспект. *Modern Philology*, 2025. (4), 155–163. <https://doi.org/10.32782/modernph-2025.4.24>
16. Telpis, D. M. Posts in the media discourse: The manipulative effects of PsyOps. In *Man and law in the language of modern mass media: Scientific monograph* (Vol. 1, pp. 274–291). Riga, Latvia: Baltija Publishing. 2025. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-554-9-15>

REFERENCES

1. Hudzenko, O. (2023). Mova media yak zasib manipuliuvannia masovoiu audytoriiu: sposoby rozpiznavanni a ta protydii. [Media language as a means of manipulating mass audience: Methods of recognition and counteraction]. In N. Zykun, Z. Sharlovych, & T. Hyryna (Eds.), *Sotsiokomunikatsiina nauka v paradyhmi smyslovykh transformatsii: suspilni vyklyky, trendy osvity i profesiinoi diialnosti* (pp. 134–137). Irpin: Derzhavnyi podatkovyi universytet. [in Ukrainian]
2. Hudzenko, O., Pastryk, T., Lazko, A., & Halchun, N. (2024). Psykholinhvistychni mekhanizmy manipuliatsii u suchasnomu informatsiinomu prostori: stratehii vplyvu ta protydii. [Psycholinguistic mechanisms of manipulation in the modern information space: Strategies of influence and counteraction]. *Akademichni studii. Seriiia "Humanitarni nauky"*, (4), 66–76. <https://doi.org/10.52726/as.humanities/2024.4.10> [in Ukrainian]
3. Ivashchenko, V., & Hryshyn, M. (2024). Typolohichni riznovydy stratehii u sotsialnykh media. [Typological varieties of strategies in social media]. *Intehrovani komunikatsii*, 2(18), 15–26. [in Ukrainian]
4. Kyryliuk, O. (2020). Terminolohiia informatsiinoi viiny. [Terminology of information warfare]. *Naukovyi visnyk Shkhidnoievropeiskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky. Seriiia "Filolohichni nauky"*, (3(407)), 33–39. [in Ukrainian]
5. Kondruk, A. Yu. (2019). Manipuliatyvna stratehiia pozytyvu yak odna zi stratehii komunikanta-lytsemira. [Manipulative strategy of positivity as one of the strategies of a hypocritical communicator]. *Vcheni zapysky Tavriiskoho natsionalnoho universytetu imeni V. I. Vernadskoho. Seriiia "Filolohiia. Sotsialni komunikatsii"*, 30(69), 3(1), 127–132. [in Ukrainian]
6. Korol, A., & Voloshchuk, V. (2020). Zasoby manipuliatyvnoho vplyvu v suchasnomu nimetskomovnomu mediady skursi. [Means of manipulative influence in modern German-language media discourse]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk*, 31(2), 80–85. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/apgnd_2020_31\(2\)_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apgnd_2020_31(2)_16) [in Ukrainian]
7. Levko, O. (2018). Manipuliatyvni pryioomy v ukrainskomu relihiinomu mediadyskursi. [Manipulative techniques in Ukrainian religious media discourse]. *Aktualni problemy ukrainskoi linhvistyky: teoriia i praktyka*, (35), 44–55. <https://apultp.knu.ua/index.php/APULTP/article/view/27> [in Ukrainian]

8. Levko, O. (2020). Pretsedentni odynytsi yak zasoby manipuliatsii v ukrainskomu relihiinomu mediadyskursi: psykholinhvistychnyi vymir. [Precedent units as means of manipulation in Ukrainian religious media discourse: A psycholinguistic dimension]. *Psycholinguistics*, 28(2), 99–127. <https://doi.org/10.31470/2309-1797-2020-28-2-99-127> [in Ukrainian]
9. Lutsenko, O., Piatetska, O., & Ovseichyk, S. (2025). Movni zasoby informatsiino-psykholohichnoho vplyvu suc hasnoi hibrydnoi viiny. [Linguistic means of information and psychological influence in modern hybrid warfare]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Literaturoznavstvo. Movoznavstvo. Folklorystyka*, 2(38), 71–77. <https://doi.org/10.17721/1728-2659.2025.38.10> [in Ukrainian]
10. Nahorna, O. O. (2023). Mova yak instrument manipuliatsii: stylistychnyi analiz vykorystannia leksyky u politych nomu y dilovomu dyskursi. [Language as an instrument of manipulation: Stylistic analysis of vocabulary usage in political and business discourse]. *Zakarpatski filolohichni studii*, 32(2), 54–68. [in Ukrainian]
11. Pavliv, O. (2023). Linhvoprahmatychni aspekty manipulyativnykh stratehii u movlenni personazhiv A. Mandzon i “Zarucheni”. [Linguopragmatic aspects of manipulative strategies in the speech of characters in A. Manzoni’s “The Betrothed”]. *Problemy semantyky, prahmatyky ta kohnityvnoi linhvistyky*, 1(43), 65–80. <https://doi.org/10.17721/2663-6530.2023.43.06> [in Ukrainian]
12. Shchetinina, L. V., Rudakova, S. H., & Trush, O. A. (2019). Manipulyativnyi vplyv masmedia: mekhanizm, naslidky ta rekomendatsii shchodo protydii. [Manipulative influence of mass media: Mechanisms, consequences and recommendations for counteraction]. *Biznes Inform*, (5), 246–252. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-5-246-252> [in Ukrainian]
13. Krylova-Grek, Y., & Korniyaka, O. (2023). Information and psychological security of the media space. Ukrainian experience of implementation of psycholinguistic component into media education. *Psycholinguistics*, 34(1), 111–128. <https://doi.org/10.31470/2309-1797-2023-34-1-111-128> [in English]
14. Kuzmenko, O., Kyrlyuk, O., Bublyk, T., Boyko, Y., & Ruban, V. (2023). Linguistic dimension of political advertising: Analysis of linguistic means of manipulative influence. *World Journal of English Language*, 13(1), 205–211. <https://doi.org/10.5430/wjel.v13n1p205> [in English]
15. Pomazan, I., & Ilina, O. (2025). Verbalni ta neverbalni manipulyativni stratehii v sotsialnykh merezhakh: linhvoprahmatychnyi aspekt. [Verbal and non-verbal manipulative strategies in social networks: A linguopragmatic aspect]. *Modern Philology*, (4), 155–163. <https://doi.org/10.32782/modernph-2025.4.24> [in Ukrainian]
16. Telpis, D. M. (2025). Posts in the media discourse: The manipulative effects of PsyOps. In *Man and law in the language of modern mass media: Scientific monograph* (Vol. 1, pp. 274–291). Riga, Latvia: Baltija Publishing. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-554-9-15> [in English]

O. H. HUDZENKO

*Candidate of Philosophical Sciences (Ph.D.), Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Psychology,
Horlivka Institute of Foreign Languages of the Donbas State Pedagogical University, Dnipro, Ukraine
E-mail: olena.gudzenkooo@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-2028-7697>*

T. V. BOROZENTSEVA

*Candidate in Psychology (Ph.D.), Associate Professor,
Head of the Department of Psychology,
Horlivka Institute of Foreign Languages of the Donbas State Pedagogical University, Dnipro, Ukraine
E-mail: t.borozentseva@forlan.org.ua
<https://orcid.org/0000-0002-7251-0590>*

A. I. ALEKSANDRUK

*Applicant for the Bachelor's Degree in the Educational and Professional Program "Secondary Education.
German and English Languages. Foreign Literature",
Lesya Ukrainka Volyn National University, Lutsk, Ukraine
E-mail: Aleksandruk.Anastasii2025@vnu.edu.ua*

**MECHANISMS FOR IMPLEMENTING MANIPULATIVE STRATEGIES
IN THE MEDIA SPACE: LINGUISTIC-PSYCHOLOGICAL DIMENSION**

The article is devoted to a comprehensive analysis of the mechanisms of manipulative strategies in the modern media space from the perspective of a linguistic-psychological approach. The relevance of the study is determined by the growing intensity of information flows, the transformation of media communication, and the strengthening of hidden psychological influence on mass consciousness in the digital environment. The work considers manipulation as a purposeful psycholinguistic process based on the interaction of linguistic means, cognitive biases, and emotional reactions of the recipient.

Based on an analysis of contemporary scientific sources, the main linguistic and psychological mechanisms of manipulative influence in media discourse are characterized, in particular, suggestiveness, framing, appeal to emotions, use of evaluative vocabulary, metaphORIZATION, repetition of messages, and precedent units. It is shown that manipulative strategies are implemented not only through the content of media texts, but also through the specific organization of speech and extra-linguistic components, including visual and non-verbal elements, especially in social networks.

Particular attention is paid to the role of the emotional factor and the blocking of critical thinking as key conditions for effective manipulation. It is argued that media manipulation is a systemic phenomenon that encompasses political, religious, military, and everyday discourse, forming distorted cognitive models of perception of reality. The author concludes that it is necessary to develop psycholinguistic literacy and media education as important tools for counteracting manipulative influence and ensuring the informational and psychological security of society.

Key words: manipulative strategies, media space, media discourse, psycholinguistics, psycholinguistic influence, mass consciousness, information manipulation, media communication.

Дата першого надходження рукопису до видання: 28.11.2025
Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 15.12.2025
Дата публікації: 31.12.2025