

Богдан Павло,
ORCID: [https://orcid.org/ \(0009-0002-1559-0069\)](https://orcid.org/0009-0002-1559-0069)
старший викладач кафедри режисури
телебачення. Київський національний
університет театру, кіно і телебачення
імені І. К. Карпенка-Карого,
Київ, Україна

Pavlo Bohdan,
Senior Lecturer of the Television Directing
Department, I. K. Karpenko-Karyi National
Theatre, Cinema and Television University,
Kyiv, Ukraine

МОВЛЕННЄВИЙ ВПЛИВ ЧИ МАНІПУЛЯЦІЯ: ФІЛОЛОГІЧНІ ЗАСОБИ У ТЕЛЕВІЗІЙНОМУ ЕТЕРІ

Анотація. *Мета статті* – з'ясування філологічних засобів мовленнєвого впливу та маніпуляції у телевізійному етері як інструментів формування громадської думки. Дослідження спрямоване на виокремлення мовних стратегій, що реалізують маніпулятивний потенціал телевізійного дискурсу, а також на з'ясування меж між допустимим переконанням і прихованим тиском на реципієнта. *Методологічну основу* становлять загальнонаукові методи аналізу, зіставлення та класифікації, а також дискурс-аналіз, що дав змогу дослідити мовленнєві акти в їхньому контекстуальному функціонуванні. Матеріалом стали фрагменти 54-х публіцистичних і новинних телевізійних програм за 2024 рік. Вони були відібрані за критеріями актуальності, емоційного навантаження та потенційної впливовості на масову аудиторію. *Наукова новизна* дослідження полягає у спробі інтегрувати лінгвістичні та комунікативно-прагматичні підходи до аналізу медійного дискурсу, що дає можливість розмежувати прямий мовленнєвий вплив та приховану маніпуляцію, а також чітко розвести поняття «вплив» і «маніпуляція», описати фонетико-фонологічні механізми цього впливу, показати їхній жанровий і етичний вимір у сучасному українському телеетері. У статті простежено специфіку вживання лексичних, синтаксичних, стилістичних і риторичних засобів, які слугують реалізації впливових стратегій – зокрема апеляції до емоцій, створення образу ворога, узагальнення, натяку та замовчування. Показано, що маніпулятивні структури в телемовленні часто замасковані під об'єктивність та журналістську неупередженість, що створює додаткові труднощі в розпізнаванні таких впливів пересічним глядачем. *У висновку* наголошено на необхідності критичного сприймання телевізійного контенту як одного з ключових каналів мовленнєвого впливу, здатного формувати суспільні уявлення та настанови. Визначено пріоритетні напрями подальших досліджень, серед яких – поглиблений аналіз інтенційності мовлення в медіа та вивчення сприймання маніпулятивних повідомлень у різних соціокультурних групах.

Ключові слова: мовленнєвий вплив, маніпуляція, телемовлення, філологічні засоби, медіадискурс, комунікативна стратегія, прагматика мовлення.

Постановка проблеми та актуальність дослідження. У сучасному медіапросторі телевізійний етер залишається одним із найвпливовіших каналів масової комунікації, здатним формувати суспільні настрої, інтерпретаційні рамки подій і навіть змінювати поведінкові моделі. В умовах інформаційних воєн, політичної поляризації та емоційної насиченості новинного контенту особливої ваги набуває вивчення мовленнєвих стратегій, які використовуються для впливу на свідомість аудиторії. Зокрема, мовленнєва маніпуляція дедалі частіше маскується під звичайні форми комунікації, вдаючись до складних комунікативно-прагматичних прийомів, що утруднює їх розпізнавання та критичне сприйняття.

Проблема полягає у відсутності чіткого розмежування між легітимним мовленнєвим впливом – як формою переконання у межах демократичного діалогу – та маніпуляцією, що спрямована на приховане нав'язування оцінок, установок або поведінкових сценаріїв. Незважаючи на зростання інтересу до лінгвістики медіадискурсу, дослідження, присвячені філологічним засобам мовленнєвого впливу саме в телевізійному етері, залишаються недостатньо систематизованими. Актуальність обумовлена потребою у розробленні лінгвістичних критеріїв для виявлення таких впливів, а також у підвищенні рівня медіаграмотності глядачів, що уможливило б стійкість до маніпулятивних повідомлень (Іванов, 2012).

Дослідження філологічних засобів мовленнєвого впливу та маніпуляції в телеестері є необхідним як з точки зору сучасної лінгвістики, так і в контексті інформаційної безпеки, критичного мислення й утвердження демократичних комунікаційних стандартів.

Аналіз сучасних досліджень і публікацій. Проблематика мовленнєвого впливу в медійному просторі стала предметом зацікавлення багатьох дослідників у межах когнітивної лінгвістики, прагмалінгвістики, медіалінгвістики та комунікативної риторики. У сучасних наукових студіях висвітлено механізми мовленнєвого впливу (зокрема переконання, навіювання, сугестії), з'ясовано особливості реалізації стратегій впливу через лексичні та синтаксичні засоби, а також охарактеризовано ролі мовця й адресата в дискурсивному акті. Зокрема про це пишуть: Ніколаєнко С. О. «Сугестивний вплив у професійній діяльності педагога та психолога» (2020), Мудраченко Т. Б.

«Сугестія як засіб мови» (2015), Руда О. «Семантичні механізми мовленнєвого впливу: пресупозиції та імплікації» (2012).

Воробйова О. П. стверджує, що дискурс відіграє ключову роль у сучасній комунікації, оскільки має значний вплив на формування громадської думки, ухвалення рішень і поведінку громадян. Виступи, особливо у форматі передвиборчих дебатів, виконують не лише інформативну функцію, а й мають на меті впливати на свідомість аудиторії шляхом використання різноманітних мовленнєвих і немовних засобів, емоційно забарвлених стратегій і виразних синтаксичних конструкцій. Це породжує нові завдання для дослідників, які вивчають дискурс як засіб формування масової свідомості. Ефективний вплив передбачає свідоме використання риторичних і комунікативних прийомів, спрямованих на чітке і логічно побудоване висловлення позиції політика, доповнене емоційністю й оформлене у привабливій з естетичного погляду формі (Воробйова, 2024, с. 100).

Мовленнєвий вплив у телевізійному етері як складне комунікативне явище поєднує в собі когнітивні, прагматичні та соціокультурні компоненти, що обумовлюють сприйняття й інтерпретацію медіаповідомлень аудиторією. У процесі дослідження було проведено теоретичний аналіз наукових праць, що висвітлюють мовленнєвий вплив у медіа, а також емпіричне дослідження лінгвістичних засобів впливу й маніпуляції у телевізійному дискурсі новинного та публіцистичного спрямування (Чік, 2015, с. 121-123).

Мовленнєве маніпулювання – це ретельний підбір та застосування мовних ресурсів з метою прихованого впливу на адресата, по суті – певний мовленнєвий вплив. Наука про мовленнєвий вплив – це дисципліна, що вивчає «вплив на особистість за допомогою мови та супутніх їй невербальних засобів для досягнення цілей, які ставить мовець». З огляду на процес комунікації з когнітивної перспективи, Р. Блакар розуміє процес мовленнєвого впливу як здійснення влади, тобто навіть нейтральне використання мови передбачає вплив на світогляд і структурування. Під час маніпулятивного мовленнєвого акту ключовим моментом для адресата є приховування власних справжніх намірів, мотивів і цілей, прагнення зробити так, щоб реципієнт навіть не підозрював про них. Саме тоді йдеться про маніпуляцію (Чік, 2015, с. 121-123).

Водночас, попри значний теоретичний доробок, ще недостатньо опрацьованим залишається саме телевізійний етер як окремий підтип медіа-дискурсу, що поєднує вербальні та невербальні компоненти впливу. Бракує також системного аналізу. Це й обумовлює *мету статті*, що полягає в комплексному дослідженні філологічних засобів, які забезпечують мовленнєвий вплив і маніпулятивний потенціал телевізійного етеру, з метою формулювання концептуальної моделі аналізу таких впливів у межах сучасного медіа-дискурсу. Запропоноване дослідження спрямоване на теоретичне узагальнення мовних стратегій і прийомів, що реалізуються в телевізійному мовленні, з урахуванням їх комунікативних, прагматичних і соціокультурних параметрів.

У межах реалізації мети поставлено такі завдання:

- проаналізувати лексичні, синтаксичні та стилістичні засоби, які беруть участь у реалізації мовленнєвого впливу в телевізійному етері;
- виявити мовні індикатори прихованої маніпуляції в телемовленні та охарактеризувати їхню функціональну роль у передачі оцінних та імпліцитних суджень;
- встановити типові комунікативні стратегії впливу, характерні для теледискурсу, й охарактеризувати їхнє прагматичне навантаження;
- обґрунтувати методологічний підхід до аналізу телевізійного мовлення на основі когнітивного, прагматичного та критичного аналізу;
- окреслити умови, за яких мовленнєвий вплив трансформується в маніпуляцію, й описати типові механізми прихованого переконання.

Дослідження передбачає якісний контекстуальний аналіз відібраного матеріалу – фрагментів телеетерів суспільно-політичного змісту – з урахуванням актуальних медійних реалій і соціально-психологічних характеристик глядацької аудиторії.

Виклад основного матеріалу. Загальною тенденцією, що простежується в сучасних українських медіа, є ускладнення й гібридизація дискурсивних форматів: новини, ток-шоу, політичні коментарі дедалі частіше містять ознаки не лише інформування, а й емоційної маніпуляції, оціночного спрямування, навіювання установок. Чітко розмежувати об'єктивне повідомлення та суб'єктивну маніпуляцію дедалі складніше саме через вживання авторами певних мовних засобів (Пустовіт, 2020, с. 89-90).

У межах дослідження було встановлено типові комунікативні стратегії, характерні для теледискурсу, які виконують не лише інформативну, а й переконувальну та маніпулятивну функції. До таких належать:

– *Оціночне лексичне маркування* – у 74% повідомлень виявлено слова з позитивною або негативною конотацією, що створюють емоційне тло повідомлення (напр., «небезпечні ініціативи», «відповідальні політики»). Це свідчить про прагматичне навантаження повідомлень, яке полягає у формуванні певного ставлення глядача до об'єкта висловлення;

– *Риторичні прийоми* – метафори, гіперболи, антитези (відповідно у 58%, 33% і 29% текстів) виконують функцію емоційного підсилення повідомлень. Такі елементи підсилюють переконливість сказаного, апелюючи до уяви й емоцій реципієнта (напр., «економіка на межі колапсу», «місто, що не спить через загрозу»);

– *Стратегії номінації та категоризації* – мовні одиниці підбираються для створення потрібного контексту: або через евфемізацію («відведення сил» замість «відступ»), або ж через стигматизацію. Це створює передумови для упередженого сприйняття інформації;

– *Синтаксичні конструкції, що маскують суб'єкт дії*, – зокрема, безособові речення («було вирішено...») або умовні конструкції, що імітують нейтральність. Такі конструкції знімають відповідальність із конкретних осіб і водночас створюють ілюзію об'єктивності;

– *Пресупозиції, натяки, імпліцитні судження* – використовуються для формування певного припущення без його прямого озвучення, що створює приховану форму впливу на свідомість реципієнта («вже вкотре влада не реагує...») (Щетініна, 2019, с. 246-252).

Кількісний аналіз засвідчив, що 67% текстів містили одночасно два і більше типів таких впливових стратегій. У 41% випадків було зафіксовано ознаки маніпуляції, поданої під виглядом об'єктивної інформації.

Дослідження спиралося на поєднання дискурс-аналізу, контент-аналізу, прагматичного й семантичного аналізу, що дало змогу комплексно оцінити телетексти. Методологічна рамка включає когнітивний підхід, оскільки враховуються структура знання й інтерпретаційні схеми глядача, а також прагматичний аналіз, що орієнтується

на мовленнєві дії й комунікативні наміри мовця. Крім того, використано елементи критичного дискурс-аналізу, спрямованого на викриття механізмів ідеологічного тиску, прихованого переконання й нав'язування думки через мову.

Застосування коефіцієнта достовірності (χ^2 Пірсона) дало змогу підтвердити статистичну значущість виявлених відмінностей. Зокрема, програми публіцистичного жанру містили маніпулятивні стратегії у 1,4 рази частіше, ніж суто новинні ($p < 0,05$).

Аналіз теледискурсу дає можливість окреслити умови, за яких мовленнєвий вплив переходить у маніпуляцію. Зокрема, вплив втрачає свою етичну нейтральність і перетворюється на маніпуляцію.

Так, за наявності таких чинників:

- відсутність чіткої межі між фактом і оцінкою;
- імпліцитність комунікативного наміру мовця;
- подання суджень у вигляді «загальновідомих істин» без належного маркування;
- прихована аргументація з апеляцією до емоцій – у межах дослідження було виокремлено три рівні мовленнєвого впливу:

Інформативний рівень – передбачає передачу фактичного матеріалу без коментарів і оцінки;

1. Оцінний рівень – реалізується через емоційне або логічне коментування фактів;

2. Маніпулятивний рівень – полягає в нав'язуванні певних смислів без прямої аргументації, з використанням прихованих стратегій впливу.

Таким чином, телевізійний етер активно використовує мовні засоби не лише для інформування, а й для формування певної картини світу у свідомості глядача. Це зумовлює необхідність критичної оцінки повідомлень і лінгвістичної діагностики впливових стратегій.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Проведене дослідження дало змогу підтвердити, що мовленнєвий вплив у телевізійному етері реалізується через цілу низку філологічних засобів, серед яких особливо виразними є лексеми з оціночним забарвленням, риторичні фігури, синтаксичні конструкції зі зниженням суб'єктності, імпліцитні судження та прагматичні стратегії категоризації. Співвідношення між інформаційним, оцінним і маніпулятивним рівнями впливу значною мірою залежить від жанрової специфіки медійного контенту. Зібрані емпіричні дані засвідчили, що значна частка телеповідомлень містить

приховані або відкриті елементи маніпуляції, які впливають на сприйняття інформації глядачем, особливо в умовах когнітивного перевантаження або зниженого рівня критичного аналізу.

Новизна дослідження полягає в поєднанні когнітивного, прагматичного та критичного підходів до аналізу мовленнєвих практик у теледискурсі та в систематизації лінгвістичних індикаторів, які можуть слугувати маркерами маніпулятивного навантаження.

Перспективними напрямками подальших розвідок є:

- порівняльне дослідження маніпулятивних стратегій у різних типах телевізійного мовлення (інформаційне, розважальне, політичне);
- аналіз рецепції мовленнєвого впливу серед різних соціально-демографічних груп;
- розроблення критеріїв і методик виявлення маніпулятивності в медіатекстах для потреб медіаграмотності та критичного мислення.

Вважаємо, що результати дослідження можуть бути використані в подальших філолого-комунікативних студіях, у практиці медіаосвіти, а також для формування етичних стандартів телевізійного мовлення.

Джерела та література:

- Безкоровайна, О. В. (2010). Теоретико-методичні засади виховання культури особистісного самоствердження в ранньому юнацькому віці. Інститут проблем виховання НАПН України, 39 с. URL : <https://nenc.gov.ua/doc/autoref/Bezkorovaina.pdf>
- Болкарьова, О. В. (2020). Аналіз політичного дискурсу в сучасному українському та англomовному просторі мас-медіа. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія : Філологія. Соціальні комунікації*. Том 31 (70). № 1. Ч. 2. С. 20-23. URL : https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/1_2020/part_2/7.pdf
- Воробйова, О. П. (2024). Функції сучасного політичного дискурсу та мовні засоби їхньої реалізації. *Advanced Linguistics*, С. 100-106. <https://doi.org/10.20535/2024.14.314585>
- Гриценко, О. С. (2020) Маніпулятивні впливи в текстах медіа протягом виборчої кампанії. *Обрії друкарства*. № 1. С. 52-61. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/obdr_2020_1_7
- Зайко, Л. Я. (2019). Мас-медіа як чинник формування суспільної свідомості : соціально-філософський аналіз : дис. канд. наук. 09.00.03. Житомир. 204 с. URL : http://eprints.zu.edu.ua/30374/1/dys_Zajko.pdf

- Козлова, О. (2013) Стратегії та тактики мовленнєвого впливу в партнерському парентальному дискурсі. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Розділ III. Дискурсознавство. Текстологія. Літературознавство*. Вип. 19. С. 164-169. URL : <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/8072/1/39.pdf>
- Костюк, В. В., Галич, М. А., Ставицька, А. Ю. (2014). Маніпулятивні методи в ЗМІ : історія та сучасність. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. № 1–2 (17–18). С. 107-111. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2014_1-2_22
- Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник : Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк. Київ : Центр вільної преси, 2012. 352 с. URL : <https://www.aupr.com.ua/uploads/momg.pdf>
- Пустовіт, В., Додінова, В. І. (2020). Маніпуляція масовою свідомістю в інформаційному суспільстві. *Збірник тез II Міжнародної студентської науково-практичної конференції «Дорожня карта інформаційно-телекомунікаційної галузі України», 28 травня 2020 року*. Київ : ДУТ. С. 89-90. URL : https://duikt.edu.ua/uploads/l_2030_16376237.pdf
- Щетініна, Л. В., Рудакова, С. Г., Труш, О. А. (2019). Маніпулятивний вплив масмедіа : механізм, наслідки та рекомендації щодо протидії. *Економіка, менеджмент, маркетинг. Бізнесфорум*, № 5. С. 246-252. URL : <https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/6657b5ef-0801-4ed2-9b63-015795c4ccca/content>
- Чік, Л. (2015). Засоби мовного маніпулювання у сучасних ЗМІ. *Літературний процес : методологія, імена, тенденції. Філологічні науки*, № 5. С. 121-123. URL : <https://litp.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/143>
- Seriia : Filolohiia. Sotsialni komunikatsii*. Tom 31 (70), № 1. Ch. 2. S. 20-23.
- Vorobiova, O. P. (2024). Funktsii Suchasnoho Politychnoho Dyskursu Ta Movni Zasoby Yikhnoi Realizatsii [Functions of Modern Political Discourse and the Linguistic Means of Their Implementation]. *Advanced Linguistics*. S. 100-106.
- Hrytsenko, O. S. (2020). Manipulativnyi vplyv v tekstakh media protiahom vyborchoi kampanii [Manipulative influences in media texts during the election campaign]. *Obrii drukarstva*, Nr. 1. S. 52-61.
- Zaiko, L. Ya. (2019). Mas-media yak chynnyk formuvannia suspilnoi svidomosti : sotsialno-filosofskyi analiz [Mass media as a factor in the formation of social consciousness: a socio-philosophical analysis] : dys. kand. nauk. 09.00.03. Zhytomyr. 204 s
- Kozlova, O. (2013) Stratehii ta taktyky movlennievoho vplyvu v partnerskomu parentalnomu dyskursi [Strategies and tactics of speech influence in partner parental discourse]. *Naukovyi visnyk Skhidnoievropeiskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky. Rozdil III. Dyskursoznavstvo. Tekstolohiia. Literaturyznavstvo*. Vyp. 19. S. 164-169.
- Kostiuk, V. V., Halych, M. A., Stavyska, A. Yu. (2014). Manipulativnyi metody v ZMI : istoriia ta suchasnist [Manipulative methods in the media: history and present]. *Derzhava ta rehiony. Seriia : Sotsialni komunikatsii*, № 1-2(17-18). S. 107-111.
- Mediaosvita ta mediahramotnist [Media education and media literacy] : pidruchnyk : Red.-upor. V. F. Ivanov, O. V. Volosheniuk. Kyiv : Tsentrl vilnoi presy, 2012. 352 s.
- Pustovit, V., Dodonova, V. I. (2020) Manipulatsiia masovoiu svidomistiu v informatsiinomu suspilstvi [Manipulation of mass consciousness in the information society]. *Zbirnyk tez II Mizhnarodnoi studentskoi naukovo-praktychnoi konferentsii «Dorozhnia karta informatsiino-telekomunikatsiinoi haluzi Ukrainy», 28 travnia 2020 roku*. Kyiv : DUT. S. 89-90.
- Shchetinina, L. V., Rudakova, S. H., Trush, O. A. (2019). Manipulativnyi vplyv masmedia: mekhanizm, naslidky ta rekomendatsii shchodo protydii [Manipulative influence of mass media: mechanism, consequences and recommendations for counteraction]. *Ekonomika, menedzhment, marketynh. Biznesforum*, Nr. 5. S. 246-252.
- Chik, L. (2015). Zasoby movnoho manipuliuvannia u suchasnykh ZMI [Means of linguistic manipulation in modern media]. *Literaturnyi protses: metodolohiia, imena, tendentsii. Filolohichni nauky*, Nr. 5. S. 121-123.

References

- Bezkorovaina, O. O. (2017). Manipulativnyi stratehii u publitsystychnomu dyskursi: lnhvoprahamatychnyi aspekt [Manipulative strategies in journalistic discourse: a linguistic-pragmatic aspect]. *Naukovi zapysky NaUKMA. Filolohiia*. Vol. 195. S. 14-18.
- Bolkarova, O. V. (2020). Analiz politychnoho dyskursu v suchasnomu ukrainskomu ta anhlomovnomu prostori mas-media [Analysis of political discourse in the modern Ukrainian and English-speaking mass media space]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho*.

Pavlo Bohdan

Speech influence and manipulation: philological means on television

Abstract. *The article aims* to clarify the philological means of speech influence and manipulation in television as tools for forming public opinion. The study aims to identify speech strategies that utilize the manipulative potential of television discourse, as well as to clarify the boundaries between permissible persuasion and hidden pressure on the recipient. **The methodological basis** is made up of general scientific methods of analysis, comparison, and classification, as well as discourse analysis, which allows us to study speech acts in their contextual functioning. The material was fragments of socio-political television broadcasts, selected according to the criteria of relevance, emotional load, and potential influence on the mass audience. **Scientific novelty** lies in the attempt to: clearly distinguish the concepts of «influence» and «manipulation», describe the phonetic-phonological mechanisms of this influence, show their genre and ethical dimension in modern Ukrainian television. The article also traces the specifics of the use of lexical, syntactic, stylistic and rhetorical means that serve to implement influential strategies – in particular, appeals to emotions, creation of an image of the enemy, generalization, insinuation and silencing. It is shown that manipulative structures in television broadcasting are often disguised as objectivity and journalistic impartiality, which creates additional difficulties in recognizing such influences by the average viewer. **The conclusion** emphasizes the need for a critical perception of television content as one of the key channels of speech influence, capable of forming public perceptions and guidelines. Priority areas for further research have been identified, including an in-depth analysis of the intentionality of speech in the media and the study of the perception of manipulative messages in various socio-cultural groups.

Keywords: speech influence, manipulation, television broadcasting, philological means, media discourse, communicative strategy, speech pragmatics.

Подано до редакції 04.09.2025

Підписано до друку 25.11.2025