

УДК 81'42:316.77(477)
DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.4.1/03>

Голопич І. М.

Харківський національний університет внутрішніх справ

Чернова І. В.

Національний університет «Запорізька політехніка»

МОВНІ СТРАТЕГІЇ МАНІПУЛЯЦІЇ В УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ: КОГНІТИВНИЙ ТА ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТИ

У статті представлено комплексний аналіз лінгвістичних стратегій маніпуляції в українському медійному дискурсі періоду 2022–2025 років у контексті повномасштабної війни. Методологічною основою дослідження є поєднання когнітивно-дискурсивного, прагмалінгвістичного та критичного лінгвістичного аналізу. Визначено провідні дискурсивно-прагматичні механізми мовного впливу, що функціонують в умовах інформаційної боротьби, зокрема евфемізацію, апеляцію до емоцій і страху, фреймування та стигматизацію. Дослідження базується на матеріалі офіційної та публіцистичної комунікації, а також на даних моніторингів українських та міжнародних аналітичних центрів. Проаналізовано когнітивні трансформації, які відбуваються внаслідок застосування зазначених стратегій: фреймування подій, емоційна бінаризація реальності, семантичне редагування загроз та легітимація/делегітимація суб'єктів конфлікту. Зроблено акцент на функціональному навантаженні лінгвістичних засобів у процесі конструювання колективної ідентичності, моделювання соціального спротиву та інформаційної мобілізації аудиторії. Окрему увагу приділено застосуванню ідеологічної «квадратної моделі» Т. ван Дейка, яка слугує теоретичною основою для класифікації дискурсивних дихотомій «ми – вони». У межах когнітивно-прагматичного підходу виявлено, що стратегічне маніпулювання мовними засобами відіграє ключову роль у структуризації суспільної думки та формуванні наративів війни. У статті узагальнено результати сучасних досліджень у межах когнітивної та прагматичної лінгвістики, а також проаналізовано приклади з реального медійного дискурсу з наведенням першоджерел.

Ключові слова: апеляція до емоцій, евфемізація, інформаційна війна, когнітивна лінгвістика, лінгвістична маніпуляція, фреймування.

Постановка проблеми. Упродовж 2022–2025 років український медійний дискурс функціонував в умовах повномасштабної війни, що зумовило значну інтенсифікацію інформаційної боротьби. Мовлення в медіа перестало бути виключно засобом трансляції новин – воно трансформувалося у потужний інструмент впливу на суспільну свідомість, формування когнітивних установок та регуляції емоційного стану аудиторії. У контексті російсько-української війни мова стала ареною боротьби за інтерпретацію реальності: комуніканти обох сторін активно застосовують лінгвістичні механізми легітимації власних дій та делегітимації дій супротивника [11].

Особливу увагу дослідників привертають мовні стратегії маніпуляції, що мають як когнітивний вимір (вплив на сприйняття,

категоризацію подій, актуалізацію певних фреймів) [3; 13], так і прагматичний (реалізація комунікативних намірів – переконання, мобілізації, залякування, підбурювання тощо) [4; 6; 14]. Актуальність вивчення цих стратегій зумовлена як їх широким застосуванням у сучасному українському медійному просторі, так і необхідністю критичної рефлексії щодо впливу мови на масову свідомість у кризових комунікативних ситуаціях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У контексті вивчення когнітивних і прагматичних аспектів мовної маніпуляції в українському медійному дискурсі особливої уваги заслуговують наукові праці, що висвітлюють риторичні, лінгвістичні та соціальні механізми впливу в умовах інформаційної боротьби. Дослідження А. Бойко, А. Бойка [1] представляє важливий контекст для осмислення ціннісних засад культурної

ідентичності. У межах тематики медійної маніпуляції ця праця є значущою для розуміння глибинних установок, що можуть бути використані медіа з метою впливу на громадську свідомість. У роботі С. Потапенка та О. Щербак [13] розглядається ієрархія понять «конфлікт» і «криза» в англomовному новинному дискурсі з когнітивно-риторичної перспективи. Автори аналізують, як концептуальні метафори та інші мовні стратегії визначають способи інтерпретації соціально-політичних подій. Ця праця є значущою з огляду на застосування когнітивного підходу до аналізу маніпулятивного потенціалу мови. О. Данилейко [2] зосереджується на концепті «мова війни» в контексті гібридної війни. Авторка окреслює особливості лексики й стилістики, які постають інструментами маніпулятивного впливу. Важливим є акцент на динамічності таких стратегій і їх адаптивності до форматів сучасного медіадискурсу. Наукове дослідження О. Панченка [6] присвячене інституційним аспектам протидії інформаційній агресії. У межах аналізу мовних маніпуляцій ця праця демонструє, як мова може слугувати засобом політичної протидії шляхом нормативно-комунікативного впливу. У публікації І. Малик [4] представлено огляд стратегій протидії інформаційній пропаганді. Авторка зосереджує увагу на методах інформаційної боротьби, що тісно пов'язані з когнітивними механізмами впливу та опрацювання інформації в умовах інформаційного перенасичення. У статті О. Щербак [14] досліджуються лінгвориторичні стратегії репрезентації подій у німецькомовному медійному просторі. Авторка демонструє, як дискурсивні практики впливають на формування суспільного сприйняття війни. Водночас У. Корупц [3] акцентує увагу на правовому аспекті інформаційної війни, що опосередковано пов'язаний із мовними стратегіями, які формують суспільне ставлення до воєнних подій.

Постановка завдання. Метою статті є системний аналіз основних мовних стратегій маніпулятивного впливу, представлених у матеріалах українських ЗМІ 2022–2025 років, із урахуванням таких риторико-дискурсивних практик, як евфемізація, апеляція до емоцій, фреймування, стигматизація та етикетування.

Виклад основного матеріалу. У контексті повномасштабної війни 2022–2025 років, яка суттєво вплинула на всі сфери суспільного життя, медіадискурс в Україні зазнав глибинної трансформації, що обумовила зміну характеру та інтенсифікацію мовних стратегій впливу. Особливість

цього періоду полягає в домінуванні кризових наративів, що актуалізували потребу у формуванні нових комунікативних практик, здатних не лише оперативно інформувати, а й консолідувати громадську думку, підтримувати моральний дух населення, а також протидіяти деструктивним інформаційним впливам із боку держави-агресора. За цих умов засоби масової комунікації набули статусу не лише інструментів поширення фактів, а й засобів соціального впливу, що виконує водночас когнітивну, регулятивну, ідеологічну та психологічну функції.

У відповідь на екстремальні умови соціальної напруги, загальнонаціональної мобілізації, воєнного стану та посиленого інформаційного протистояння, комунікативні суб'єкти медіасфери активно застосовують широкий арсенал лінгвістичних інструментів впливу, спрямованих на формування відповідних моделей поведінки, установок і ціннісних орієнтацій. У структурі таких стратегій виокремлюються мовні механізми маніпуляції, що забезпечують адаптацію інформаційного контенту до запитів цільової аудиторії, регулювання емоційної реакції реципієнта, а також впровадження необхідних фреймів тлумачення суспільно значущих подій.

З огляду на викладене, доцільно проаналізувати мовну реалізацію найрепрезентативніших стратегій, серед яких евфемізація, емоційна апеляція, апеляція до страху, фреймування та стигматизація. Усі ці стратегії, будучи складовими інструментарію критичного дискурсивного аналізу, набувають особливого функціонального навантаження в умовах війни, коли медіаповідомлення не лише інформують, а й моделюють суспільне бачення реальності, знижуючи рівень тривожності, формуючи образ ворога, легітимуючи дії влади та підтримуючи національну єдність. У цьому контексті особливої уваги потребує дослідження їхньої комунікативної ефективності, тобто здатності впливати на сприйняття, оцінку та поведінкові реакції аудиторії, з урахуванням соціокультурної специфіки українського суспільства під час війни.

Однією з найпоширеніших стратегій є евфемізація – механізм лексико-семантичного пом'якшення, що передбачає заміну жорстких або неприйнятних формулювань нейтральнішими аналогами. У воєнному медійному дискурсі вона виконує функцію психологічного заспокоєння аудиторії, маскує інформацію про втрати, невдачі чи насильство, модифікує фрейми сприйняття. Особливо показовим є застосування евфемізмів

в офіційно-урядовій українській комунікації, де лексеми на зразок «*тимчасово окуповані території*» або «*території поза контролем уряду*» використовуються для опису регіонів, що перебувають під зовнішнім управлінням держави-агресора. Таке лексичне маркування фіксується, зокрема, в повідомленнях Міністерства з питань реінтеграції тимчасово окупованих територій України та органів місцевої влади [5].

У публікаціях аналітичного характеру на сайті *MediaSapiens* наголошується, що така евфемізація виконує дві паралельні функції: по-перше, вона підкреслює тимчасовість втрати контролю, актуалізуючи віру в деокупацію; по-друге – мінімізує деморалізуючий ефект, який міг би мати прямий вираз, наприклад, «*втрачені території*» або «*окуповані Росією*» [12]. Також у комунікації державних органів та офіційних ЗМК можна виявити такі конструкції, наприклад, «*складна безпекова ситуація*» для позначення активних бойових дій або «*відсутність стабільного електропостачання*» замість прямого визнання руйнації критичної інфраструктури. У звітах *Укрінформу* [10] та *Суспільного* періодично фіксуються такі вислови в повідомленнях про наслідки масованих обстрілів енергосистеми [8].

Усі зазначені випадки свідчать про те, що евфемізація в українському медіапросторі не є масовим інструментом маніпуляції у класичному розумінні цього поняття, однак її застосування демонструє послідовну комунікативну стратегію, зорієнтовану на підтримання психологічної рівноваги суспільства та формування раціонального інформаційного тла. Евфемістичні конструкції, локалізовані переважно в офіційному інституційному дискурсі, виконують чітко окреслену прагматичну функцію: з одного боку, вони знижують ризики масової емоційної реакції на травматичні події, з іншого – підсилюють образ держави як суб'єкта контролю та стабілізації в умовах затяжного збройного конфлікту.

Крім того, цілеспрямована реалізація евфемізації як риторичного прийому дозволяє уникнути надмірної драматизації, яка могла б спровокувати деструктивні соціальні наслідки, зокрема зниження бойового духу, поширення тривожних настроїв, послаблення внутрішньої єдності або недовіру до рішень органів державної влади. Формування «м'якого» інформаційного середовища водночас сприяє консолідації суспільства навколо офіційного наративу та забезпечує необхідну емоційну відстань між аудиторією та

реаліями бойових дій. Така дискурсивна практика, хоча й не виключає потенціалу критичного переосмислення, все ж виконує стабілізуючу функцію в межах актуального комунікативного простору, у якому баланс між правдою, доцільністю та безпекою інформації набуває першорядного значення. У цьому контексті евфемізація постає не як спосіб приховування інформації, а як засіб її адаптивного подання відповідно до специфіки кризової комунікації.

Іншою потужною стратегією є апеляція до емоцій, що слугує засобом активації афективної сфери реципієнта задля досягнення когнітивної лояльності та поведінкової мобілізації. У медійному дискурсі України 2022–2025 років вона активно реалізується через героїзацію, міфологізацію, інтенсивну репрезентацію страждань цивільного населення, а також через емоційно забарвлені звернення політичних лідерів. Так, прикладом емоційного меседжу є легенда про «Привида Києва» – узагальнений образ українського льотчика, який символізував героїзм повітряних сил. Як наголошувалося в повідомленні *MediaSapiens*, цей образ зумисне підтримувався в медіа з метою мобілізації національного духу та віри в перемогу, попри пізніше визнання його художньої природи [7].

Водночас трагічні репортажі з Бучі й Маріуполя стали одним із ключових емоційних важелів впливу на внутрішню та міжнародну аудиторію. У матеріалі *Суспільного* за 4 квітня 2022 року описано, як Президент України Володимир Зеленський назвав події в Бучі геноцидом, порівнявши їх зі знищенням Груд у Сирії, що мало на меті активізувати світову емпатію й підтримку України через візуалізацію масштабів насильства, що шокують [8].

Окрему категорію становить апеляція до страху – одна з найпотужніших афективних стратегій, що моделює загрозу з метою впливу на свідомість та поведінку. В українському дискурсі вона здебільшого реалізується у формі превентивних комунікативних актів: оголошення повітряної тривоги, заклики до евакуації, застереження щодо небезпеки перебування в прикордонних чи обстрілюваних регіонах. У вересні 2022 року, на тлі загроз із боку російської армії атакувати критичну інфраструктуру, Укренерго та ДСНС спільно з медіа поширювали звернення із закликами зберігати спокій, запастися водою та зарядити телефони, підкреслюючи контрольованість ситуації, але

й водночас необхідність підготовки до найгірших сценаріїв [9].

Варто зазначити, що апеляція до страху в українському дискурсі виконує насамперед превентивну та мобілізаційну функцію, що спрямована на активізацію адаптивної поведінки в умовах загрози. Основним її призначенням є не створення атмосфери паніки, а формування усвідомленого ставлення до ризиків, підвищення готовності до дій у надзвичайних ситуаціях та стимулювання внутрішньої дисципліни населення. У такому комунікативному контексті страх трансформується у контрольований емоційний механізм, який активізує когнітивні схеми самозбереження, сприяє дотриманню інструкцій органів влади та забезпечує інформаційну інтеграцію громадян навколо стратегій спільного реагування.

Змістовне наповнення комунікативних актів, що апелюють до страху, характеризується прагненням зберегти баланс між застереженням і впевненістю. Наприклад, у повідомленнях державних структур поряд із зафіксованими попередженнями щодо ймовірності обстрілів або руйнувань часто містяться елементи, які підкреслюють керованість ситуації, ефективність заходів безпеки або можливість уникнення небезпеки за умови дотримання вказівок. Така інформаційна модель дозволяє зменшити рівень дестабілізаційного впливу загрози, одночасно зберігаючи високий ступінь мобілізаційної готовності.

Крім того, апеляція до страху у публічній комунікації виконує важливу соціоінтеграційну функцію, оскільки сприяє посиленню довіри до офіційних джерел, легітимізації державних дій і формуванню відчуття колективної відповідальності. Вона не лише інформує про потенційну небезпеку, а й окреслює конкретні моделі поведінки, що забезпечують суб'єктність адресата в умовах ризику.

Таким чином, апеляція до емоцій у поєднанні з фреймуванням героїзму та жорстокості, а також стратегія контрольованого страху забезпечують ефективну мобілізацію українського суспільства в умовах війни, сприяючи водночас структуризації інформаційної дійсності у бінарних координатах «ми – вони», «захисники – агресори».

Не менш значущим є фреймування – когнітивна стратегія структуризації дійсності, яка передбачає інтерпретацію фактів крізь певну «рамку». В українських медіа домінують фрейми героїчного спротиву, цивілізаційного вибору, боротьби добра зі злом. У лінгвістичному плані фрейми є потужними дискурсивними

конструкціями, що моделюють не лише події, а й способи мислення про них.

Зі свого боку, стратегія стигматизації та навішування ярликів виконує функцію соціального розмежування й дегуманізації. Через такі номінації, наприклад, «рашисти», «орки», «зрадники», «агенти Кремля» у внутрішньому українському дискурсі формується стабільна опозиція між «нашими» і «ворогами». У когнітивній перспективі це сприяє цементуванню ідентичностей, а у прагматичній – підсилює ефект колективної мобілізації або деморалізації. Однак така стратегія несе й ризики: втрата критичної дистанції, ескалація конфлікту, зниження чутливості до індивідуальних відмінностей.

Мовні стратегії маніпуляції в сучасному українському медійному дискурсі воєнного періоду стали важливою складовою інформаційного фронту. Евфемізація, апеляції до емоцій (зокрема страху), фреймування, стигматизація та навішування ярликів – усі ці прийоми активно використовувалися для досягнення конкретних когнітивно-прагматичних ефектів. Когнітивно вони змінювали картини сприйняття: через добір слів та акцентів формувалися чіткі образи «своїх» і «чужих», героїзувалися одні явища і демонізувалися інші, визначалося, які аспекти реальності будуть помічені аудиторією, а які проігноровані. Прагматично ж ці маніпулятивні стратегії слугували різним цілям: об'єднати та підбадьорити українське суспільство, заручитися підтримкою Заходу, посіяти страх у ворога або, навпаки, захистити населення від паніки, виправдати потрібні дії влади тощо.

Висновки. Мовні стратегії маніпуляції в українському медіадискурсі періоду 2022–2025 років мають багаторівневу когнітивно-прагматичну структуру та виконують функції не лише інформування, а й регулювання суспільних емоцій, установок і поведінкових моделей. Їх дослідження дозволяє глибше зрозуміти механізми лінгвістичної обробки конфліктної реальності в умовах гібридної інформаційної війни.

Аналіз наукових праць та медіа-матеріалів 2022–2025 рр. показує, що український інформаційний простір був змушений балансувати між об'єктивністю і пропагандистською доцільністю. З одного боку, незалежні медіа прагнули дотримуватися стандартів і повідомляти правду про війну. З іншого – сама природа тотальної війни диктувала використання переконливих наративів та образів, здатних підтримати моральний дух і протидіяти ворожій

дезінформації. В результаті мова українських медіа цієї доби увібрала як приклади високого професіоналізму, так і неминучі відхилення у бік маніпулятивної риторики.

Загалом, як свідчать фахові дослідження й моніторинги, більшість згаданих стратегій – евфемізми, емоційні й страхові апеляції, фрейми, ярлики – використовувалися насамперед для легітимізації своїх дій та делегітимізації дій противника. Це узгоджується з класичними моделями політичного дискурсу в конфлікті. Український випадок є показовим у тому сенсі, що суспільство під загрозою знищення погодилося на певну однобокість медійного дискурсу заради виживання держави. Попри це, всередині країни зберігалось розуміння цінності правди: міфотворчість на прикладі «Привида Києва» зрештою відокремили від фактів, кричущі фейки відслідковувалися і спростовувалися

фактчекерами, а журналістські спільноти обговорювали етичні межі пропаганди навіть в умовах війни.

Таким чином, мовні маніпулятивні стратегії залишаються дієвим, хоча і амбівалентним інструментом медіадискурсу. Їх дослідження у контексті українських реалій 2022–2025 рр. дозволяє глибше зрозуміти, як слова впливають на сприйняття перебігу війни, формують суспільну думку й колективну свідомість. Перспективи подальших досліджень у цій галузі полягають у глибшому аналізі стратегій маніпуляції в цифрових медіа, зокрема в соціальних мережах, вивченні впливу емоційного забарвлення мовлення на формування громадської думки, а також у розробці ефективних моделей виявлення та нейтралізації маніпулятивних повідомлень з урахуванням культурних і когнітивних особливостей української аудиторії.

Список літератури:

1. Бойко А. І., Бойко А. О. Система цінностей як фундамент культурної ідентичності в сучасному суспільстві: огляд основних проблем. Культурологічний альманах. 2024. № 4. С. 166–177.
2. Данилейко О. В. Мова війни: визначення та перспективи досліджень в контексті гібридної війни. Закарпатські філологічні студії. 2023. № 1 (32). С. 101–107.
3. Коруч У. Інформаційна війна як інструмент пропаганди війни: правові підстави протидії. Міжнародне право. 2020. № 8. С. 334–339.
4. Малик І. Механізми протидії негативним впливам інформаційної пропаганди. Гуманітарні візії. 2015. № 1 (2). С. 47–53.
5. Міністерство з питань реінтеграції тимчасово окупованих територій України та органів місцевої влади. URL: <https://surl.lt/rgljne>
6. Панченко О. А. Інституційне забезпечення процесів протидії російській інформаційній експансії та пропаганді в сучасному світі. Інформація і право. 2021. № 3 (38). С. 28–34.
7. «Привид Києва» не загинув. Командування Повітряних Сил ЗСУ коментує помилки ЗМІ. MediaSapiens (Детектор медіа). URL: <https://ms.detector.media>
8. Суспільне. URL: <https://suspilne.media/>
9. Українська правда. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2022/09/25/7368925/>
10. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/>
11. Al Sawi I., Alaa A. Euphemism and Dysphemism in the War in Ukraine's News. Journal of Scientific Research in Arts (Language & Literature). 2023. Vol. 24 (3). P. 106–132.
12. MediaSapiens. URL: <https://ms.detector.media/>
13. Potapenko S., Shcherbak O. Conflict – Crisis Hierarchy in English News Discourse: Cognitive Rhetorical Perspective. Research in Language. 2020. Volume 18, Issue 4. P. 53–67.
14. Stscherbak O. Zusammenwirken der linguistisch-rhetorischen Strategien in den deutschen Nachrichten im Internet. Одеський лінгвістичний вісник. 2018. Вип. 11. С. 93–100.

Golopych I. M., Chernova I. V. LINGUISTIC STRATEGIES OF MANIPULATION IN UKRAINIAN MEDIA DISCOURSE: COGNITIVE AND PRAGMATIC ASPECTS

The article presents a comprehensive analysis of linguistic manipulation strategies in Ukrainian media discourse during the period of 2022–2025 in the context of the full-scale war. The methodological framework is based on the integration of cognitive-discursive, pragma-linguistic, and critical linguistic approaches. The study identifies key discursive-pragmatic mechanisms of language influence operating under conditions of information warfare, including euphemization, emotional and fear appeals, framing, and stigmatization. The research draws upon materials from official and journalistic communication, as well as data from monitoring reports by Ukrainian and international analytical centers.

Cognitive transformations resulting from the use of these strategies are analyzed, including the framing of events, emotional binarization of reality, semantic adjustment of threats, and the legitimization/delegitimation of conflict actors. Particular emphasis is placed on the functional role of linguistic means in constructing collective identity, modeling social resistance, and mobilizing audiences through information. Special attention is devoted to the application of Teun van Dijk's ideological "square model" as a theoretical basis for classifying discursive dichotomies such as "us vs. them."

Within the cognitive-pragmatic framework, it is revealed that strategic manipulation of language plays a crucial role in shaping public opinion and constructing war narratives. The article summarizes the findings of recent studies in cognitive and pragmatic linguistics and provides examples from actual media discourse, with references to original sources.

Key words: *appeal to emotions, euphemization, information warfare, cognitive linguistics, linguistic manipulation, framing.*