

<https://doi.org/10.19195/0137-1150.179.7>

Data przesłania artykułu: 28.02.2023

Data akceptacji artykułu: 22.06.2023

NATALIA KONDRATENKO

Odeski Uniwersytet Narodowy im. Ilji Miecznikowa, Ukraina

(Odesa I. I. Mechnykov National University, Ukraine)

Uniwersytet w Białymstoku, Polska

(University of Białystok, Poland)

Мовні маркери стратегії маніпуляції в заголовках українського, польського і російського медіадискурсу

Linguistic markers of manipulation strategy in Ukrainian, Polish, and Russian media discourse headlines

Abstract

The article analyzes headlines and headline complexes of electronic media publications of Ukraine, Poland and Russia. The focus is on media texts for 2022 dedicated to the events of the war in Ukraine. The purpose of the study is to determine the main linguistic means of implementing a manipulative strategy of interaction with potential addressees in the modern media discourse in a comparative aspect. The specifics of manipulative influence and manipulation are defined, and the linguopragmatic parameters of the analysis of media texts are characterized. The researcher focused on the communicative strategy of manipulation. This resulted in the representation of the definition of manipulation as a destructive phenomenon in communication. Graphical, lexical and grammatical means of implementing a manipulative strategy are analyzed in the headlines of media texts. The main attention is paid to semantic aspects. The main concepts of the implementation of the manipulation strategy in media headlines have been determined. The analysis was carried out in a comparative aspect. I compared the headlines in the media publications of Ukraine, Poland and Russia. The dominance of manipulative strategy in Russian media texts and suggestive influence in Ukrainian and Polish media discourse is analyzed. The typology of language means of implementing the strategy of manipulation in media headlines is represented.

Keywords: media discourse, headline, manipulation, communicative strategy, Ukrainian language, Polish language, Russian language.

Языковые маркеры стратегии манипуляции в заголовках украинского, польского и российского медиадискурса

Резюме

В статье анализируются заголовки и заголовочные комплексы электронных медиаизданий Украины, Польши и России. В центре внимания — медиатексты за 2022 год, освещающие события полномасштабной российско-украинской войны. Цель исследования — определить основные языковые средства реализации манипулятивной стратегии взаимодействия с потенциальными адресатами в современном медиадискурсе в сравнительном аспекте. В статье охарактеризованы специфика манипулятивного воздействия и манипуляции в медиа и лингвопрагматические параметры анализа медиатекстов. В центре внимания исследователя предстает коммуникативная стратегия манипуляции, что обусловило репрезентацию дефиниции манипуляции как деструктивного явления в коммуникации. В заголовках медиатекстов анализируются графические, лексические и грамматические средства реализации манипулятивной стратегии. Основное внимание уделяется семантическим аспектам анализа. Определяются основные концепты реализации стратегии манипуляции в медиазаголовках. Анализ проведен в сопоставительном аспекте, в частности анализируются заголовки в медиаизданиях Украины, Польши и России. Доказано доминирование манипулятивной стратегии коммуникации в российских медиатекстах и суггестии — в украинском и польском медиадискурсе. Описана и охарактеризована типология языковых средств реализации стратегии манипуляции в медиазаголовках.

Ключевые слова: медиадискурс, заголовок, манипуляция, коммуникативная стратегия, украинский язык, польский язык, русский язык

Вступ

Медіадискурс перебуває в центрі уваги лінгвістів, насамперед, в аспекті репрезентації інформації та здійснення впливу на адресатів. Саме впливовий потенціал, що охоплює різні канали взаємодії (візуальний, аудіальний, вербальний), за сучасних умов набуває особливого значення. Збройна агресія Росії проти України, що перейшла в 2022 році в активну фазу, стала основною темою європейських засобів масової інформації. При цьому ту саму ситуацію висвітлювали по-різному залежно від ідеологічної позиції відповідного медіа та загалом держави. У центрі нашої уваги постав медіадискурс України, Польщі і Росії, що презентують інколи діаметрально протилежні трактування та оцінки війни. Найбільше це вияскравлено в заголовкових комплексах електронних ЗМІ, які містять оперативну та актуальну інформацію та швидко реагують на ситуацію.

Однак «сильна» позиція заголовка та його лінгвосеміотичне навантаження уможливають використання заголовкових комплексів з маніпулятивною метою. У такому разі вдаються до різноманітних засобів привернення уваги адресата, спонукаючи його до прочитання цілісного медіаматеріалу.

Зважаючи на це, в умовах війни медіадискурс не лише виконує функцію інформування та впливу, а й моделювання дійсності, оскільки «ЗМІ стають своєрідним фільтром для ідей, підвищуючи цінність однієї, знецінюючи другу і замовчуючи третю» (Голубовська та ін., 2019, с. 11). Відповідно картина світу, насамперед ціннісна, різниться залежно від представленої в медіадискурсі інтерпретації подій та моделювання «потрібного» світогляду в адресатів. Обрані для аналізу українські, польські та російські ЗМІ демонструють суттєві відмінності як у виборі тем медіаматеріалів, так і векторів впливу на читача.

Об'єктом дослідження є медіадискурс у зіставному аспекті, а предметом — комунікативна стратегія маніпуляції, що реалізована задля репрезентації та інтерпретації подій вторгнення Росії в Україну в 2022 році в заголовках українських, польських і російських ЗМІ.

Мета дослідження — визначити основні мовні засоби реалізації маніпулятивної стратегії взаємодії з потенційними адресатами в сучасному медіадискурсі в зіставному аспекті. Це зумовило розв'язання таких завдань: визначення поняття медіадискурсу, маніпуляції та комунікативної стратегії; аналіз заголовкових комплексів українських, польських і російських медіавидань; характеристика мовних маркери маніпулятивності в заголовках; окреслення специфіки реалізації маніпулятивної стратегії в заголовках медіаматеріалів 2022 року, присвячених повномасштабній війні в Україні.

Основним методом дослідження став лінгвопрагматичний аналіз, використаний для виокремлення комунікативних стратегій маніпулятивного типу, а також особливостей мовленнєвої взаємодії мовця з потенційними реципієнтами. Додатково використано лінгвосугестивний аналіз, що допоміг визначити мовні маркери маніпулятивного впливу в медіадискурсі. Зіставний аналіз дозволив простежити спільні та відмінні риси в заголовкових комплексах українського, польського та російського медіадискурсу. Дискурс-аналіз допоміг виявити специфіку взаємодії автора медіатексту з потенційними читачами-адресатами.

Досліджено заголовки і заголовкові комплекси наступних електронних видань: українських (Українська правда, BBC Україна, Громадське, Дзеркало тижня, РБК Україна та ін.), польських (Wiadomosci, tvn24.pl) і російських (Газета.ру, Вести.ру, Лента.ру, ТАСС та ін.) за 2022 рік, присвячених тематиці російсько-української війни. Загальна кількість проаналізованих заголовків становить понад 1200 одиниць.

Дискусії

У сучасному мовознавстві визначають два підходи до поняття медіадискурсу. На думку лінгвістів, перший підхід передбачає, що «медіадискурс — це

специфічний тип мовленнєво-мисленнєвої діяльності, властивий інформаційному полю масмедіа. У цьому розумінні варто розрізняти медіадискурс та інші самостійні типи дискурсу. За другим підходом, медіадискурс — це будь-який вид дискурсу, який реалізується у сфері масової комунікації» (Шугаєв, 2019, с. 127). Переважно лінгвісти обґрунтовують широкий підхід до поняття медіадискурсу, який передбачає уналежнення до цього явища як власне медіатекстів, так і рекламних, політичних, іміджевих тощо, тобто тих, що опосередковані через засоби масової інформації як основний канал комунікації. Натомість витлумачуємо медіадискурс у вузькому значенні — як сукупність медіатекстів інформаційно-аналітичного характеру, що представлені в засобах масової інформації. У такий спосіб обмежено сферу функціонування й жанри аналізованих медіатекстів засобами масової інформації (ми виокремили електронні медіаресурси) і текстами інформаційно-аналітичного скерування.

Дослідження сучасного медіадискурсу ґрунтуються на комплексі лінгвістичних підходів, серед яких особливої актуальності набув лінгвопрагматичний. Одним із його засадничих завдань є виокремлення, кваліфікація та характеристика комунікативних стратегій, за допомогою яких автор інформує, аналізує та досягає впливу на читача. Комунікативну стратегію по-трактують як «певну схему дій у рамках комунікативного процесу, що визначає вибір мовних засобів і способів вираження змісту, безпосередньо пов'язаного з досягненням мети» (Корольова, 2008, с. 50); «загальний план комунікації, підпорядкований практичним цілям мовця» (Голубовська, Орлова, 2017, с. 13). Тлумачимо комунікативну стратегію як основний напрям комунікативної взаємодії, вектор, схему комунікативної поведінки. У медіадискурсі комунікативна стратегія задана мовцем, який прогнозує і визначає комунікативну поведінку адресата.

Серед представлених у сучасному мовознавстві типологій комунікативних стратегій переважає поділ на кооперативні та конфліктні стратегії; конфронтаційні, кооперативні і нейтральні з визнанням необхідності розгляду стратегій універсального типу, наприклад, риторичних. Остання група використовується як у кооперативному, так і в конфліктному спілкуванні.

Конфліктні стратегії охоплюють неоднорідні явища й скеровані передусім на дискредитацію адресата в інтерактивному спілкуванні, а в медіадискурсі підпорядковані здійсненню негативного впливу на реципієнта. А. Корольова наголошує на тому, що конфліктна (конфронтаційна) стратегія «зорієнтована на те, щоб активно і самостійно домагатися власних цілей/інтересів, не звертаючи уваги на інтереси партнера/партнерів, що беруть участь у конфлікті, і відбиває прагнення одного з учасників спілкування взяти перевагу, самоутвердитися, на'язати своє бачення і рішення проблеми, не прагнучи до спільних дій» (Корольова, 2008, с. 52). Виокремлення кооперативних стратегій ґрунтується на принципі кооперативного спілкування

та його максимах якості, кількості, відношення і способу вираження (Grice 1975). Кооперація передбачає спільну комунікативну настанову обох учасників взаємодії та реалізацію принципу «комунікативного внеску», що відповідає кожному етапу спілкування для кожного з учасників.

Як конфліктні, так і кооперативні стратегії мають маніпулятивний потенціал. Дослідники зазначають: «Основним принципом маніпулятивного впливу є створення ілюзорної дійсності на основі зниження критичного сприйняття з боку адресата повідомлення» (Голубовська та ін., 2019, с. 11). У такому разі зниження критичного сприйняття й домінування ірраціональності не залежить від кооперації чи конфлікту, оскільки адресати одержують інформацію в «обробленому» вигляді із запрограмованими оцінками, реакціями, ставленням. Виникнення нового фрагмента реальності, раніше відсутнього в картині світу адресатів (а саме таким стало повномасштабне вторгнення в Україну в 2022 році), потребувало формування комплексу підходів до їх витлумачення та інтерпретації. Зіткнення із жахливою дійсністю зумовило пошук у медіадискурсі тих захисних механізмів, які б дозволили дистанціювання, психологічний захист і прогнозування розвитку подій для адресата. У такому разі процес маніпулятивного впливу пришвидшився, оскільки не було потреби змінювати наявні в адресатів настанови, а достатньо сформувати потрібні «з нуля». Активне залучення різноманітних мовних прийомів комунікативної взаємодії передбачало і подання суперечливих сигналів, і намагання вберегти психіку адресатів, і відверте «нав'язування» цінностей та оцінок, оскільки «одні й ті ж комунікативні прийоми в одних випадках служать для того, щоб з їхньою допомогою вміло вводити в оману, а в інших — просто для того, щоб зробити повідомлення коротшим, легшим для сприйняття або виразнішим і естетичнішим. Тим самим маніпулятивним є не прийом сам по собі, а його впливове навантаження в конкретній ситуації» (Архипова, 2016). Зважаючи на це, маніпулятивну стратегію тлумачать не лише як конфліктну, а й як кооперативну, виокремлюючи в її межах тактики позитиву. Так, А. Кондрук зазначає, що маніпулятивна стратегія позитиву вживається з метою кооперації, «оскільки вона базується на функціональному принципі позитивного оцінювання, схвалення, виявлення прихильності та симпатії до комунікативного партнера» (Кондрук, 2019, с. 129).

У медіадискурсі дистанційний та опосередкований характер інтеракції не передбачає безпосереднього позитивного оцінювання адресата, але актуалізує демонстрацію симпатії та пристосування до його інтересів. Це також вказує на можливість використання маніпулятивної стратегії з кооперативною метою, зокрема задля згуртування, консолідації масового адресата. І. Голубовська і Т. Орлова, аналізуючи інавгураційну промову Д. Трампа як вияв політичного дискурсу, виокремлюють у межах маніпулятивної стратегії такі тактики: «1) аргументація; 2) ідентифікація; 3) інтимізація; 5) позитивної самопрезентації; 6) звинувачення; 7) сакральної символізації;

8) об'єднання суспільних зусиль та спонукання до кооперації з владою; 9) позитивного прогнозування» (Голубовська, Орлова, 2017, с. 13). Як бачимо, заявлені тактики підтверджують не лише конфліктний, а й кооперативний характер маніпулятивної стратегії.

Проте в лінгвосугестології актуальним є розмежування маніпуляції і сугестії в аспекті виокремлення негативних наслідків першого поняття: «Головною ознакою маніпулювання вважаємо не прихованість, а деструктивність, патогенність, негативність поставленої маніпулятором мети. Негативними наслідками маніпуляцій також є те, що нав'язують переважно непотрібне, некорисне людині, завдаючи шкоди, в тому числі й моральної та навіть психофізіологічної — викликається штучно стан тривоги, страху, роздратованості, і подальше подання позитивної інформації не сприяє стовідсотковому збалансуванню, гармонізації психологічного стану» (Кутуза, 2018, с. 142). З огляду на це визначаємо маніпулятивну стратегію як вплив на свідомість і підсвідомість адресата в межах кооперативної або конфліктної комунікативної взаємодії з метою створення відповідних оцінок, поведінкових моделей, нав'язування сприйняття певної ситуації.

Основне дослідження

З початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну медіадискурс, як і раніше, є одним із інструментів ведення інформаційної війни. Найчіткіше стратегію маніпуляції вияскравлено в зіставному аспекті. Ми дослідили заголовки електронних медіа України, Польщі та Росії й проаналізували матеріали, присвячені найбільш трагічним подіям війни: початок повномасштабного вторгнення, відступ російських військ з Київщини, ракетні атаки житлових кварталів українських міст, вибух на Керченському мосту тощо. У центрі уваги — використання мовних засобів з маніпулятивною метою задля створення ідеологічно маркованої ціннісної картини світу.

Вплив на підсвідомість адресатів, актуалізація ірраціонального сприйняття змісту тексту здійснюється за допомогою відповідних мовних засобів. Передусім їх використовують у заголовках та заголовкових комплексах, як змістовно навантажені та семіотично актуалізовані компоненти медіадискурсу. Розглянемо основні групи мовних засобів, що репрезентують стратегію маніпуляції.

1. Графічні засоби охоплюють такі групи:

1) використання лапок й актуалізоване вживання розділових знаків привертає увагу адресатів та вказує на підтекст, іронію, подвійний зміст висловлювань, наприклад:

Мародери і гвалтівники. Резніков закликав партнерів перестати боятися «другу армію світу» (РБК Україна, 6.10.2022).

Wasilij Nebenzia kilkakrotnie użył słowa «wojna» w odniesieniu do wydarzeń w Ukrainie, a to w Rosji jest zabronione (wiadomosci.wp.pl, 6.04.2022).

Кадыров: «знаменитое» контрнаступление ВСУ «трещит по швам» (Газета.ру, 22.09.2022).

Лукашенко рассказал, кто устроил «показуху» в Буче (Вести.ру, 5.05.2022).

2) графодеривація — виокремлення літер або літерних сполучень у певному слові задля актуалізації нової семантики, зокрема це стосується виділення літерного символу агресії проти України — латинської літери Z (pyZZкій мир), наприклад:

Litera «Z» stała się symbolem rosyjskiej inwazji na Ukrainę. Czy to «nowa swastyka» Sił Zbrojnych Federacji Rosyjskiej? (tvn.pl, 22.03.2022).

3) деонімізація — написання власних назв з маленької літери. Цей прийом набув особливого поширення в українському медіадискурсі, заголовки якого містять написання топонімів, розташованих на території Росії та антропонімів, прізвищ російських політиків, з маленької літери: *рф, росія, путін, москва, кремль* тощо. Метою такого вживання вираження негативної оцінки дій Росії в Україні, демонстрація зневаги, принизливого ставлення, наприклад:

В *рф* за вимогою прокуратури заблокували сайт, де росіяни можуть здатися в полон ЗСУ (РБК Україна, 17.10.2022).

У Китаї заявили, що *росія* готова до перемовин із Україною та США (Українська правда, 27.10.2022).

2. Лексичні засоби становлять найчисленнішу групу мовних маркерів маніпулятивної стратегії, насамперед актуалізуючи певні концепти у свідомості адресатів й моделюючи концептосферу медіатексту. У медіаматеріалах, темою яких є повномасштабне вторгнення Росії в Україну, основним концептом стає ВІЙНА. Основним мовним репрезентантом цього концепту є лексема «війна», що за тлумачними словниками різних мов має такі значення: в українській мові «в» — «1. Організована збройна боротьба між державами, суспільними класами тощо. 2. перен. Стан ворожнечі між ким-небудь; суперечка, сварка з кимсь; боротьба» (СУМ, 1970, Т. 1, с. 669); у польській мові «wojna» — «1. zorganizowana walka zbrojna między państwami, narodami lub grupami społecznymi, religijnymi itp.; 2. kłótnia, bójka (Słownik języka polskiego); у російській мові «война» — «1. Вооруженная борьба, боевые действия между племенами, народами, государствами и т.п., направленные на уничтожение кого-либо или чего-либо. 2. Конфликтные отношения между государствами, при которых обе стороны используются средства экономического и идеологического воздействия. разг. 3. Состояние вражды, непримиримого противостояния между отдельными лицами или группами. 4. Соперничество» (Толковый словарь русского языка). В усіх дефініціях лексеми пряме значення охоплює

семи: «боротьба», «наявність зброї», «учасники боротьби», при цьому в польській і російській мовах ще актуалізовано семи «організованість». Ядерною семою в усіх мовах виступає «боротьба», «сутичка», «подолання супротивника». На периферії фіксуємо в українській мові семи «збройний» і «міждержавний»; у польській мові — «збройний» та «організований», розширено і коло учасників (не лише держави або класи, а й конкретизовано інші групи суб'єктів), в російській мові — «збройний» і «учасники війни», але додано периферійні семи «скерування» і «знищення». На нашу думку, дуже показовим є поява семи «знищення» саме в російській мові, що вказує на актуалізацію у лінгвосвідомості носіїв мови війни як тотального усунення супротивника.

У проаналізованих заголовках медіадискурсу концепт ВІЙНА вербалізований за допомогою різних лексем залежно від медіаресурсів України, Польщі та Росії. В українських ЗМІ заголовкові комплекси містять лексеми *війна, вторгнення, агресія*:

Війна може закінчитися швидко (Газета по-українськи, 5.05.2022).

Примусове **вторгнення**: що змінює участь військ Білорусі на боці РФ (Українська правда, 2.03.2022).

Молдова закриває повітряний простір на тлі російської **агресії** (Главком, 24.02.2022).

В польських ЗМІ фіксуємо такі лексеми на позначення війни:

Atak Rosji na Ukrainę. Polski rząd reaguje (wiadomosci.wp.pl, 24.02.2022).

Putin zaczął **wojnę**, w którą świat nie wierzył (wiadomosci.wp.pl, 24.02.2022).

Agresja Rosji na Ukrainę (wiadomosci.wp.pl, 24.02.2022).

Dramat na Ukrainie (wiadomosci.wp.pl, 25.02.2022).

У російських ЗМІ поширене використання лексем і словосполучень: *спецоперація, военная спецоперація, СВО* тощо, наприклад:

Кремль опроверг данные об «оккупации» Украины. Песков: слово «оккупация» в отношении **операции по демилитаризации** Украины неприменимо (Лента.ру, 24.02.2022).

Путин объявил о проведении **спецоперации** в Донбассе (Лента.ру, 24.02.2022).

У цьому разі маніпуляція здійснюється за допомогою маркування засадничого концепту ВІЙНА через семантично нейтральні лексеми та вживання перифразів замість прямих номінацій.

Серед лексичних засобів реалізації стратегії маніпуляції виокремлюємо такі:

1) абстрактні іменники та іменники з широким значенням вживають у заголовках для нівелювання конкретики медіадискурсу і «розмивання»

основного змісту. У такий спосіб мовець зменшує емоційно-експресивне забарвлення заголовків, коли йдеться про події і теми, що потребують емоційної реакції читачів: *смерть, вбивство, загибель людей, наприклад: операція, диверсія, рішення* тощо, натомість вживають лексеми нейтральної семантики, наприклад.:

Гауляйтер Сальдо оголосив про «організоване **переміщення**» населення на лівий берег Дніпра (Українська правда, 18.10.2022);

Taktyczna **broń** jądrowa — co to jest? (tvn24.pl.13.10.2022).

В Криму обвинили Україну в **інциденті** на Крымском мосту (ТАСС, 8.10.2022).

Глава Запорожской области анонсировал **референдум о вхождении** региона в состав РФ (Газета.ру. 20.09.2022).

2) суспільно-політичні терміни з прозорою внутрішньою формою, що покликані нав'язати певні оцінки і думки адресатам, наприклад: *денацифікація, денационалізація, надзвичайна подія* (рос. ЧП) тощо, наприклад:

Ердоган вважає, що в **енергетичній кризі** винна сама Європа (Дзеркало тижня, 6.09.2022); Wspólny zakup systemów **obrony powietrznej** (tvn24.pl.17.10.2022.;

ЧП на Крымском мосту (ТАСС, 9.10.2022).

Россия пообещала обеспечить **демилитаризацию** Украины (Лента.ру, 25.02.2022).

3) лексеми з невизначеним денотативним значенням, наприклад.:

Під Лиманом знайшли штаб окупантів з **важливими документами** (РБК Україна, 7.10.2022).

Wpadka za wpadką. Ambasador Rosji przy ONZ używał **zakazanego słowa** (wiadomosci.wp.pl, 6.04.2022);.

Сообщение о взятых в плен российских военных содержит **признаки недостоверного** (Лента.ру. 24.02.2022.;

В многоэтажном доме в Киеве произошел пожар из-за попадания **неизвестного объекта** (Лента.ру. 24.02.2022).

4) жаргонізми, що переважно використовуються з метою орозмовлення публіцистичного стилю і наближення його до звичайного спілкування, зокрема використовуються неолексеми, що виникли в останній час в українській мові, наприклад.: *прильот, тро, боневтік, чмобики* тощо, наприклад:

Росія «**віджала**» майно Google у Москві на півмільярда рублів за закритий канал Газпрому на YouTube (Дзеркало тижня, 27.04.2022);.

Тро потребує негайної реформи (Дзеркало тижня, 6.10.2022);.

У Казані «**чмобики**» дезертують та вчиняють суїцид, не дійшовши до України (Ділова столиця, 3.11.2022).

5) позитивно або негативно марковані оцінні лексеми, що створюють в адресатів відповідні настанови щодо сприйняття змісту медіатекстів, наприклад:

Союз **фашистів** та **кримнашистів**: як нова коаліція Італії почала роботу зі скандалів (Українська правда, 13.10.2022);

Путин заявив о поддержке странами НАТО **неонацистов** на Украине (Лента. Ру. 24.02.2022).

Alarmy i **paraliż** na Krymie. Rosjanie zarządzili ewakuację (wiadomosci.wp.pl, 17.10.2022).

У такому разі дублювання, нав'язування і повторення оцінної лексики закарбовується на рівні підсвідомості як своєрідні лексичні маркери утворення «ярликів». Так, у свідомості адресатів російських ЗМІ позитивно оцінні лексеми *мир, порятунок, звільнення* парадоксально утворюють єдине лексико-семантичне поле з лексемами *війна, обстріл, ракета, знищення* тощо.

До позитивно маркованих належать слова тематичних груп: *життя, порятунок, мир, підтримка* тощо:

Шойгу заявил о **спасении** российскими военными сотен **жизней** при проведении референдумов (Газета.ру. 4.10.2022).

Москвичам продлили **отдых** в санаториях Крыма (ТАСС, 8.10.2022).

Kolejna wymiana jeńców. «20 ukraińskich żołnierzy wróciło do **domu**» (tvn24.pl, 13.10.2022).

Stevie Wonder **wspiera** Ukrainę (tvn24.pl, 8.03.2022).

Окремо варто наголосити на вживанні лексеми «дитина» і слів відповідної тематичної групи, що завжди викликає прогнозовану емоційну реакцію, наприклад:

Росіяни хочуть депортувати із Херсонщини до 30000 жителів, серед них — і **дітей** (Лівий берег, 9.10.2022).

Як Росія краде і вивозить українських **дітей** (BBC Україна, 22.11.2022).

Większość czasu **dzieci** spędzają teraz w schronie, to jedyne bezpieczne miejsce (tvn24.pl, 18.10.2022).

8-latek przez kilka tygodni śpiewał na ulicy i zbierał pieniądze. Chciał wesprzeć ukraińską armię (tvn24.pl, 8.08.2022).

Українцы в Афинах избили **ребенка** с российским флагом (Лента.ру, 4.04.2022).

До негативно маркованих насамперед належить лексика семантичного поля «смерть»: *загибель, вбивство, знуцання, знищення* тощо:

РФ розігрує карту з заручниками: що криється за **вбивствами** і **знуцаннями** над військовополоненими (Дзеркало тижня, 29.07.2022).

За добу окупанти **вбили** чотирьох мирних жителів в Донецькій області, ще 12 людей зазнали поранень (ТСН, 19.10.2022).

Sytuacja jest **krytyczna**. Żelenski **alarmuje**, że Kreml zmienił taktykę (wiadomosci.wp.pl, 18.10.2022).

Dotkliwie **straty** Rosjan. **Zginął** cały doborowy oddział specnazu (wiadomosci.wp.pl, 14.10.2022).

Michał Piróg wspomina pobyt w **moskiewskim areszcie** (tvn24.pl, 25.02.2022).

Стремоусов заявил, что ВСУ **расстреляли** 16 мирных жителей на севере Херсонской области (Газета.ру, 6.10.2022)

Украинские националисты опять **обстреляли** мирных жителей (Вести.ру, 23.04.2022)

— стилістичні і семантичні синоніми: *військові* — *найманці*, *загарбники* — *освободители*, *вторгнення* — *звільнення*, що використовуються для актуалізації різних відтінків значень слів, наприклад:

Примусове вторгнення: що змінює участь **військ** Білорусі на боці РФ (Українська правда, 2.03.2022)

Polska nie zagra z Rosją. Prezydent chwali PZPN. «Nie gra się z **bandytami**» (wiadomosci.wp.pl, 26.02.2022)

Военкор Руденко сообщил об уничтожении автобуса с **наемниками** и бензовоза в тылу ВСУ (Газета.ру, 7.10.2022).

Наприклад, в українському медіадискурсі на позначення загибелі військовополонених у колонії в Оленівці було вжито лексеми: *страта*, *теракт*, *вбивство*. Порівняймо заголовки в українському виданні «Дзеркало тижня» в день вибуху в Оленівці:

У Пентагоні відреагували на **масове вбивство** українських військовополонених, застерігши не вірити росіянам (Дзеркало тижня, 30.07.2022).

Росія на офіційному рівні підтримала **страту** бійців «Азова» — повідомлення посольства (Дзеркало тижня, 30.07.2022).

Желенський провів термінову нараду щодо **теракту** в Оленівці (Дзеркало тижня, 29.07.2022).

Вибухи в Оленівці — свідомий **акт тероризму**, здійснений за командою власника ПВК «Вагнера» — ГУР (Дзеркало тижня, 29.07.2022).

Вживання синонімічного ряду *вбивство* — *страта* — *теракт* — *акт тероризму* не лише дає загальну негативну оцінку події, а актуалізує різні відтінки значення: *запланованість*, *агресивність*, *порушення норм* тощо.

— антоніми вживаються в медіатекстах різного скерування. Наприклад, на позначення одного явища в українському та польському медіадискурсі вжито таку лексему, до якої в російських ЗМІ дібрано слово з протилежним

значенням: укр. *окупанти* — рос. *освободители*; укр. *військові* — рос. *террористы*, укр. *вторгнення* — рос. *освобождение* тощо, наприклад: український медіадискурс:

Партизани захоплюють танки і розстрілюють окупантів (Газета по-українськи, 05.05.2022).

Польські ЗМІ:

Ukraińcy żołnierze zginęli broniąc Wyspy Węży (tvn24.pl. 25.02.2022).

Російський медіадискурс:

США признали, что их оружие может попасть к украинским **террористам** (Вести.ру. 21.04.2022).

В Авдеевке могут находиться 50 тысяч украинских боевиков (Вести.ру. 14.04.2022).

Украинские радикалы не дают эвакуировать роддом в Мариуполе (Вести.ру. 31.03.2022).

3. Фразеологічні засоби охоплюють насамперед новітні ідіоми й прецедентні тексти й висловлювання, з-поміж яких:

— політичні штампи і кліше: укр. *тимчасово окупований, політична еліта, повномасштабне вторгнення, волонтерська допомога, точкові удари*; рос. *украинские нацисты, киевский режим*, польськ. *alarm bombowy, Rosyjska inwazja, bezpieczeństwo Europy*, наприклад:

У Москві все ще думають, що можуть **диктувати умови** для зустрічі президентів (Дзеркало тижня, 6.09.2022).

Jak przygotować się do **alarmu bombowego**? Mieszkanka Lwowa przygotowała instrukcję (tvn24.pl. 1.03.2022).

Rosyjska **inwazja na Ukrainę**. «Mamy do czynienia z tym scenariuszem, którego najbardziej się baliśmy» (tvn24.pl. 24.02.2022).

Лавров заявил, что Москва **сохраняет приверженность** постулату о недопустимости ядерной войны (Газета. Ру. 8.10.2022);.

Военный эксперт **оценил ущерб** для НАТО после операции по демилитаризации Украины (Газета.ру. 24.02.2022).

— політичні перифрази і метафори, що використовуються для описового позначення певної ситуації, предмета, явища без називання денотата: *червоні лінії, сіра зона, закрите небо, ядерний пил*, наприклад:

Росія бомбить пологів та зриває евакуацію, Україна все ще просить **закрити небо** (Українська правда, 11.03.2022).

G7 вслід за ЄС запровадила стелю цін на **найважливіше джерело доходів Путіна** (BBC Україна, 10.12.2022).

Deszcz ognia. Rosjanie użyli **«najokrutniejszej amunicji»** (wiadomosci.wp.pl, 16.10.2022).

Fake newsy związane z wojną w Ukrainie zalewają Internet — **gazowy black-out**, koniec gotówki, ataki w Przemysłu. W co nie wierzyć? (tvn24.pl, 25.02.2022).

В МИД РФ назвали поставки дальнобойных средств поражения Киеву **красной линией** для России (ТАСС, 9.10.2022).

Стремоусов: жителей **«серых зон»** вывезли, чтобы спасти от издевательств ВСУ (Газета.ру, 5.10.2022).

— новітні ідіоми на позначення реалій війни: *тривожна валізка, прихована мобілізація, західні санкції, носії калібрів*, наприклад:

Як евакуюватися з домашніми тваринами: **тривожна валізка**, документи, перебування в бомбосховищі (Українська правда, 25.02.2022);

ЄС оприлюднив деталі **«пекельних санкцій»**, які схвалюватимуть у четвер (Українська правда, 23.02.22);

У Києві після **атаки дронів** змінили рух низки тролейбусів (Громадське, 17.10.2022).

Дрони-камікадзе вдарили по Одещині: без електрики тисячі споживачів (BBC Україна, 10.12.2022).

Ukraińska armia: na Białorusi trwa **potajemna mobilizacja** (tvn24.pl, 19.10.2022).

— створення нових прецедентних текстів: *Доброго ранку, ми з України!; Російський воєнний корабль; примара Києва* та використання відомих прецедентних феноменів, наприклад:

Доброго вечора, ми з України! Діти малюють війну (Українська правда, 10.03.2022).

Диявол носить форму російського солдата. Як катували на Київщині (Українська правда, 6.04.2022);

Putin **przekroczył Rubikon**. «Strach jest powszechny. To doświadczenie pokoleniowe» (wiadomosci.wp.pl, 24.02.2022).

Wyspa Węży zajęta przez Rosjan. Po tej **odpowiedzi pogranicznika ukraińskiego** zaczął się ostrzał (wiadomosci.wp.pl, 25.02.2022).

Putin napadł na Ukrainę. Chiny **weszły do gry** (wiadomosci.wp.pl, 24.02.2022).

Jak Dawid z Goliatem. Samotny ukraiński czołg wywołał panikę Rosjan (wiadomosci.wp.pl, 7.04.2022).

4. Граматичні засоби реалізації комунікативної стратегії маніпуляції охоплюють морфологічні та синтаксичні.

До морфологічних передусім належить вживання числівників у російському медіадискурсі, наприклад:

МО РФ: российская авиация уничтожила **до 100** наемников и бойцов ВСУ в районе Святогорска (Газета.ру. 26.09.2022).

Минобороны России: в районе Краматорска уничтожены **до 200** националистов и артобстреляны (Газета.ру. 30.09.2022).

МО РФ: ВСУ за трое суток потеряли **более 900** военных на Краснолиманском направлении (Газета.ру. 3.10.2022).

Минобороны РФ: ВСУ на Николаево-Криворожском направлении потеряли **свыше 110** человек (Газета.ру. 25.09.2022).

Минобороны сообщило об уничтожении **более 200** украинских военных в Николаевской области (Газета.ру. 25.09.2022).

У російському медіадискурсі вживають числівники з метою актуалізації надмірної кількості подій чи предметів, при цьому переважають складні числівники. Наявність цифрової інформації сприймається адресатами як фактологічність змісту тексту, тому додає йому переконливості. Цей прийом використовують і в українських медіа, проте обмежено, наприклад:

Майже 600 окупантів і два танки: у Генштабі назвали втрати ворога за добу (Українська правда, 18.12.2022).

Втрати окупантів перевалили **за 53 тисячі** осіб (Українська правда, 13.09.2022).

Втрати ворога: **більше 38 тисяч** російських загарбників загинули (Українська правда, 13.09.2022).

У польському медіадискурсі ми зафіксували поодинокі випадки такого вживання числівників, наприклад:

Ukraińcy odkryli **ponad 800** grobów zamordowanych przez Rosjan ludzi (wiadomosci.wp.pl, 16.04.2022).

На синтаксичному рівні фіксуємо специфічну рису структурування заголовків і заголовкових комплексів у російському медіадискурсі: мовець подає інформацію не від власного імені, а з оперттям на певне джерело. Такий тип актуалізації в позиції агенса особи, яка є джерелом інформації надає висловлюванням імпліцитної перформативності, наприклад:

Путин рассказал о приблизившейся к границам России военной машине НАТО; (Лента.ру, 24.02.2022).

Кадыров заявил о получивших прибежище на Украине террористах (Лента.ру, 26.02.2022).

Глава ДНР **Пушилин заявил**, что жители республики проголосуют за вхождение в состав РФ (Газета.ру. 20.09.2022).

Общественный **совет** Херсонской области **попросил** о немедленном референдуме о вступлении в РФ (Газета.ру. 20.09.2022).

У такому разі спостерігаємо маніпулятивну технологію використання переповідності задля уникнення фактичних тверджень. Йдеться не про факти дійсності, а про відтворення мовленнєвих дій певних суб'єктів. Мовець не стверджує, що певний факт або подія мали місце, а лише вказує на джерело інформації й переповідає цю інформацію.

В українському і польському медіадискурсі цей прийом не використовується, а заголовки побудовано у формі фактичних тверджень, наприклад:

Росія почала наступ на Україну (Українська правда, 24.02.2022).

Росія напала на Україну (Українська правда, 24.02.2022).

У Херсонській області окупанти змушують підприємців співпрацювати з ними (РБК-Україна, 11.05.2022).

«Укрзалізниця» через російське вторгнення скасовує поїзди до Сум і Шостки (Главком, 24.02.2022).

Atak na budynki mieszkalne w Żytomierzu. Zginęły cztery osoby, w tym dziecko (tvn24.pl, 2.03.2022).

Якщо ж виникає потреба навести думку третіх осіб, використовується цитування або пряма мова, наприклад:

«Втратили час». Кулеба розповів про пошуки зброї до повномасштабного вторгнення Росії (РБК-Україна, 11.05.2022).

«Дякую, що взяли в полон»: російський солдат із хробаками в рані передав привіт ЗСУ (РБК Україна, 6.10.2022).

Absurdalne wywody Putina. «Nie mieliśmy innego wyjścia» (wiadomosci.wp.pl, 24.02.2022).

Wojna w Ukrainie. Blinken: mamy trzy główne cele (wiadomosci.wp.pl, 6.04.2022).

Ця відмінність характерна саме для висвітлення подій війни Росії проти України. У такий спосіб журналісти перекладають відповідальність за подану інформацію на джерело, тому і не використовують репрезентативів у заголовках.

Висновки

У сучасному медіадискурсі маніпулятивна стратегія використовується як в конфліктній, так і в кооперативній взаємодії, залежно від інтенції мовців. На концептуальному рівні маніпуляція в медіадискурсі здійснюється за допомогою маркування засадничого концепту ВІЙНА через семантично нейтральні лексеми та вживання перифразів замість прямих номінацій. Лексичні та граматичні засоби реалізації маніпулятивного потенціалу

в заголовкових комплексах відрізняються в українському, російському та польському медіадискурсі. В українському медіадискурсі домінують такі мовні засоби вираження маніпулятивної стратегії: деонімізація, вживання жаргонізмів, позитивно і негативно маркованої лексики, утворення неологізмів: перифразів і фразеологізмів, нових прецедентних текстів. У польському медіадискурсі переважають негативно марковані лексеми, слова тематичних груп з негативно оцінної семантикою, фразеологізми і прецедентні тексти як засоби репрезентації стратегії маніпуляції. У російському політичному дискурсі фіксуємо позитивно марковану лексику, лексеми з абстрактним значенням і невизначеним денотатом, суспільно-політичні лексеми і кліше, числівники, переповідне мовлення в заголовкових комплексах.

Бібліографія

- Архипова, Є. О. (2016). Використання маніпуляційної стратегії комунікації в інформаційному суспільстві. 2016. Взято з: http://novyn.kpi.ua/2007-2-2/16_Arhipova.pdf (дата звернення: 23.02.2023). [Arkhipova, Y. O. (2016). Vykorystannya manipulyatsynoyi stratehiyi i komunikatsiyi v informatsynomu suspil'stvi. 2016].
- Голубовська, І. О., Орлова Т. В., (2017). Політичний дискурс як інструмент маніпулювання свідомістю електорату (на матеріалі інавгураційної промови Дональда Трампа 20 січня 2017 р.). *Studia Linguistica*, 11, с. 9–28. [Golubovska, I. O., Orlova T. V., (2017). Political discourse as a tool for manipulating the consciousness of the electorate (based on the material of Donald Trump's inaugural speech on January 20, 2017). *Studia Linguistica*, 11, pp. 9–28.].
- Голубовська І. О., Левко О. В., Поліщук А. С. (2019). Маніпулятивний дискурс як інституціональний: сучасність VS античність. *Мовознавство*, 1, с. 9–30. [Holubovs'ka I. O., Levko O. V., Polischuk A. S. (2019). Manipulyativnyy diskurs yak instytutsional'nyy: suchasnist' VS antychnist'. *Movoznavstvo*, 1, pp. 9–30.].
- Ефремова, Т. Ф. (2000). *Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный*. Москва: Русский язык. Взято з: <https://gufo.me/dict/efremova> (дата звернення: 23.02.2023). [Yefremova, T. F. (2000). *Novyy slovar' russkogo yazyka. Tolkovo-slovoobrazovatel'nyy*. Moskva: Russkiy yazyk].
- Кондрук, А. Ю. (2019). Маніпулятивна стратегія позитиву як одна зі стратегій комуніканта-лицеміра. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*, 30 (69/3), с. 127–132. [Kondruk, A. Yu. (2019). The manipulative strategy of positivity as one of the strategies of the hypocrite communicator. *Scholarly notes of V. Vernadskyi TNU. Series: Philology. Social Communications*, 30 (69/3), pp. 127–132.].
- Корольова, А. В. (2008). Стратегії і тактики комунікативної поведінки учасників спілкування в ситуаціях конфлікту. *Studia Linguistica*, 1, с. 48–53. [Koroleva, A. V. (2008). Strategies and tactics of communicative behavior of communication participants in conflict situations. *Studia Linguistica*, 1, pp. 48–53].
- Кутуза, Н. В. (2018). Комунікативна сугестія в рекламному дискурсі: психолінгвістичний аспект: Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго [Kutuza, N. V. (2018). *Komunikativna suhestiya v reklamnomu diskursi: psykholinhvistychnyy aspekt*. Kyiv: Vydavnychyy dim Dmytra Buraho].
- Словник української мови: в 11 томах, (1970–1980). Київ: Наука [Slovnnyk ukrayins'koyi movy, (1970–1980). Kyiv: Nauka].

- Шугасєв, А. В. (2019). Медіадискурс крізь призму когнітивної прагматики. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія германістика та міжкультурна комунікація*, 1, с. 125–129. [Shuhayev, A. V. (2019). Mediadyskurs kriz' pryzmu kohnityvnoyi prahmatyky. *Naukovyy visnyk Khersons'koho derzhavnoho universytetu. Seriya hermanistyka ta mizhkul'turna komunikatsiya*, 1, pp. 125–129.].
- Grice, H. P. (1975). *Logic and Conversation. Syntax and Semantics*. N. Y.: Academic Press. Vol. № 3, с. 41–58.
- Słownik języka polskiego. Взято з: <https://sjp.pwn.pl/sjp/wojna;2537281.html> (дата звернення: 20.02.2023).