

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ
ФАКУЛЬТЕТ ФІЛОЛОГІЇ ТА ЖУРНАЛІСТИКИ**

Кафедра полоністики і перекладу

На правах рукопису

Ганна Борисівна Діхтярук

***МОВНІ МАНІПУЛЯЦІЇ В МЕДІА (НА ПРИКЛАДІ
ПОЛЬСЬКОМОВНИХ ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ)***

Спеціальність: 035 Філологія

Освітньо-професійна програма: Мова та література (польська). Переклад

Робота на здобуття освітнього ступеня «магістр»

Науковий керівник:

ВАСЕЙКО ЮЛІЯ СВЯТОСЛАВІВНА,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри полоністики і перекладу

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол № _____
засідання кафедри полоністики
і перекладу
від _____ 2024 р.

Завідувач кафедри
Доктор філологічних наук, професор
Сухарева С. В. _____

ЛУЦЬК–2024

АНОТАЦІЯ

Діхтярук Г. Б. **Мовні маніпуляції в медіа (на прикладі польськомовних інтернет-видань)**. Магістерська робота на здобуття освітнього ступеня магістра. Спеціальність: *035 Філологія*. Освітньо-професійна програма: *Мова та література (польська)*. Переклад. Волинський національний університет імені Лесі Українки. Луцьк, 2024. 70 с.

Актуальність дослідження зумовлена зростанням ролі інтернет-видань у формуванні громадської думки та випадків використання мовних маніпуляцій як інструменту впливу на аудиторію. У роботі проаналізовано методи, за допомогою яких в медіа досягається маніпулятивний вплив на читача: серед них лексичні засоби, синтаксичні деформації, прагматичні прийоми та мультимодальні техніки, що посилюють вплив коштом взаємодії з візуальними елементами тексту.

Застосування таких методик дозволило глибше зрозуміти, яким чином польськомовні інтернет-видання адаптують мовні прийоми до специфіки своїх цільових аудиторій, змінюючи зміст та акценти інформації залежно від політичного чи соціального контексту. Результати дослідження показали, що маніпулятивний контент може мати значний вплив на формування когнітивних та емоційних установок читачів, особливо коли він застосовується до чутливих суспільних тем.

Наукова новизна роботи полягає в систематизації маніпулятивних прийомів у польському медійному дискурсі, а також у розробці методології їхнього комплексного аналізу. Практичне значення дослідження може бути реалізовано в освітніх програмах з медіаграмотності та журналістики, а також у політичній аналітиці для протидії дезінформації.

Ключові слова: мовні маніпуляції, польськомовні медіа, інтернет-видання, дискурсивний аналіз, медіаграмотність, дезінформація.

ABSTRACT

Hanna Dikhtiaruk. Linguistic manipulations in the media (based on Polish-language online publications). Master's thesis for the degree of Master of Philology. Specialty: *035 Philology*. Educational and professional program: *Language and Literature (Polish)*. Translation. Lesya Ukrainka Volyn National University. Lutsk, 2024. 100 p.

The relevance of this study is driven by the growing role of online publications in shaping public opinion and the increasing use of linguistic manipulations as a tool for influencing audiences. The thesis analyzes methods through which the media exerts manipulative influence on readers, including lexical tools, syntactic distortions, pragmatic techniques, and multimodal strategies that enhance impact through interaction with visual elements of the text.

The application of these methods allowed for a deeper understanding of how Polish-language online publications adapt linguistic techniques to the specific needs of their target audiences, altering the content and emphasis of information depending on the political or social context. The study results show that manipulative content can significantly influence the cognitive and emotional attitudes of readers, especially when it pertains to sensitive societal issues.

The scientific novelty of the work lies in the systematization of manipulative techniques within Polish media discourse, as well as the development of a methodology for their comprehensive analysis. The practical significance of the study can be applied in educational programs on media literacy and journalism, as well as in political analysis to counteract disinformation.

Key words: linguistic manipulations, Polish-language media, online publications, discourse analysis, media literacy, disinformation.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВНИХ МАНІПУЛЯЦІЙ У МЕДІА	9
1.1. Поняття мовної маніпуляції та її основні характеристики	9
1.2. Типологія мовних маніпуляцій	15
1.3. Особливості функціонування мовних маніпуляцій в інтернет-виданнях	19
Висновки до Розділу I.	24
РОЗДІЛ II. МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВНИХ МАНІПУЛЯЦІЙ У ПОЛЬСЬКОМОВНИХ ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯХ	26
2.1. Критерії відбору матеріалу дослідження	26
2.2. Методи аналізу мовних маніпуляцій	28
2.3. Етапи проведення дослідження	33
Висновки до Розділу II.	34
РОЗДІЛ III. АНАЛІЗ МОВНИХ МАНІПУЛЯЦІЙ У ПОЛЬСЬКОМОВНИХ ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯХ	37
3.1. Аналіз ефективності використання лексичних засобів маніпуляції	37
3.2. Синтаксичні деформації як маніпулятивний прийом	40
3.3. Прагматичні аспекти мовних маніпуляцій у польськомовних інтернет- виданнях	45
3.4. Мультимодальні засоби маніпуляцій та їх зв'язок з текстом	49
Висновки до розділу III.	56
ВИСНОВКИ	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	62

ВСТУП

Сучасний світ переживає безпрецедентні зміни, що зумовлені стрімким розвитком цифрових технологій. Одним з найважливіших наслідків цієї трансформації є радикальна зміна способів доступу до інформації. Інтернет перетворився на невід'ємну частину повсякденного життя мільярдів людей. Зокрема, він став основним джерелом новин та витіснив традиційні медіа – телебачення, радіо та друковані газети. Цей перехід до цифрових платформ має як позитивні, так і негативні наслідки. З одного боку, інтернет полегшив доступ до інформації та надав кожному користувачу можливість отримувати новини з усього світу в режимі реального часу. З іншого боку, він створив нові виклики, пов'язані з достовірністю, об'єктивністю та якістю інформації. Польща, як і багато інших країн Європи, активно інтегрується в глобальний цифровий простір. Цей процес супроводжується значними змінами в моделях споживання новин. Все більше поляків віддають перевагу отримувати новини з інтернету, використовувати комп'ютери, смартфони та інші мобільні пристрої, що свідчить про те, що цифрові медіа стають домінуючим каналом поширення інформації в польському суспільстві.

Однак, разом із зростанням популярності інтернет-медіа, виникає низка проблем, пов'язаних з якістю та достовірністю інформації, що поширюється в мережі. Одним з найбільших викликів є маніпуляція інформацією. У цифровому просторі, де новини поширюються з неймовірною швидкістю, маніпулятивні прийоми можуть мати значний вплив на громадську думку, формувати упередження та спотворювати реальність.

Актуальність дослідження зумовлена декількома факторами, такими як зростання впливу інтернет-медіа, адже вони відіграють все більшу роль у формуванні громадської думки, поширення дезінформації та необхідністю розвитку медіаграмотності, адже розуміння методів маніпуляції є важливим для

розвитку критичного мислення та захисту від дезінформації. Проблема мовних маніпуляцій досліджується багатьма вченими, проте вона постійно набуває інших форм вираження, які адаптують відповідно до розвитку технологій, тому мовні маніпуляції потребують безперервного дослідження.

У роботі ми посилаємося на низку дослідників, що присвятили свої наукові доробки проблемі вивчення мовних маніпуляцій. Серед іноземних дослідників можемо виділити Є. Бральчика, Г. Габрайську, П. Зника, А. Батька, Б. Маліновського та Дж. Бейтмена. Серед вітчизняних науковців можемо виділити Н. Матушевську, О. Міхальову, Н. Лису, В. Карабана та М. Ребенко.

Наукова новизна полягає у систематизації маніпулятивних прийомів шляхом детального аналізу, дослідженні специфіки польського культурного контексту та впливу маніпуляцій на сучасну аудиторію. Крім того, проведено порівняльний аналіз маніпулятивних прийомів у традиційних та інтернет-виданнях. Було розроблено новий методологічний підхід до комплексного аналізу лінгвістичних маніпуляцій у цифрових текстах, що дозволило об'єктивно оцінити їх ефективність шляхом використання комбінації кількісних та якісних методів аналізу.

Мета дослідження полягає у детальному аналізі та ідентифікації методів мовної маніпуляції, що використовуються в польських інтернет-виданнях. Мета роботи передбачає виявлення та систематизацію мовних прийомів, які дозволяють маніпулювати сприйняттям аудиторії.

Згідно з метою дослідження було виокремлено низку **завдань**:

1. Дослідити поняття мовної маніпуляції, його визначення та основні характеристики.
2. Описати типологію мовних маніпуляцій.
3. Охарактеризувати особливості функціонування мовних маніпуляцій в інтернет-виданнях.
4. Описати критерії відбору матеріалу дослідження.

5. Охарактеризувати методи аналізу мовних маніпуляцій.
6. Описати етапи проведення дослідження.
7. Здійснити аналіз ефективності використання лексичних засобів маніпуляції.
8. Дослідити синтаксичні деформації як маніпулятивний прийом.
9. Проаналізувати прагматичні аспекти мовних маніпуляцій у польськомовних інтернет-виданнях.
10. Дослідити мультимодальні засоби маніпуляцій та їх зв'язок з текстом.

Об'єктом дослідження є польськомовні інтернет-видання.

Предмет дослідження – мовні маніпуляції, які використовуються в польськомовних інтернет-виданнях.

З огляду на поставлені завдання, для проведення дослідження мовних маніпуляцій у польськомовних інтернет-виданнях було використано **комплекс методів**, які забезпечили всебічний аналіз матеріалу:

- системно-структурний (систематизація теоретичних засад дослідження, визначення ключових понять, огляд наявних досліджень у галузі);
- індуктивний метод (вивчення окремих фактів та їх систематизація);
- дедуктивний метод (формулювання загальних висновків на основі конкретних прикладів);
- контент-аналіз (кількісне дослідження змісту текстів, що дозволяє виявити частоту використання певних мовних маніпуляцій, тем, ідеологій та ідей);
- лінгвістичний аналіз (якісний аналіз мовних одиниць для виявлення їхніх семантичних, прагматичних та стилістичних особливостей);
- прагматичний аналіз (виявлення прихованих сенсів, підтекстів та інтенцій автора, що можуть бути неявними в тексті);

- дискурсивний аналіз (аналіз мови в контексті соціальних, культурних та екстралінгвальних факторів);
- мультимодальний аналіз (аналіз взаємодії тексту з іншими видами знаків для посилення маніпулятивного ефекту);
- синтез (для узагальнення результатів та виявлення спільних рис).

Матеріалом дослідження слугували статті з польськомовних інтернет-видань.

Теоретичне значення роботи полягає у тому, що воно сприяє глибшому розумінню мовних маніпуляцій, розширює теоретичну базу, робить внесок у розвиток методології дослідження мовних маніпуляцій. Крім того, дослідження специфіки мовних маніпуляцій у польськомовних інтернет-виданнях дозволяє виявити національні особливості комунікації та впливу медіа.

Практичне значення дослідження полягає у можливості використання його результатів під час викладання курсів із лінгвістики, комунікативної лінгвістики та медіадосліджень. Результати дослідження можуть стати основою для розробки програм з підвищення медіаграмотності населення, які допоможуть людям краще розпізнавати маніпулятивні прийоми та критично оцінювати інформацію. Крім того, результати можуть бути використані політичними аналітиками для розробки стратегій протидії дезінформації та маніпуляції громадською думкою. Матеріали дослідження можуть бути включені до навчальних програм з журналістики, комунікацій, соціології та інших гуманітарних дисциплін. Розуміння маніпулятивних прийомів може бути корисним для маркетологів при розробці рекламних кампаній.

Апробація результатів дослідження та публікації.

Структура та обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг дослідження становить 70 сторінок, 61 з яких – основного тексту.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВНИХ МАНІПУЛЯЦІЙ У МЕДІА

1.1. Поняття мовної маніпуляції та її основні характеристики

У сучасному світі, де комунікація відіграє важливу роль, інформація безперервно поширюється за допомогою різних каналів, в тому числі й засобами масової інформації. ЗМІ можуть впливати на формування громадської думки, процес прийняття рішень та формування власне суспільства. В основі цього впливу лежить мова. Маніпуляції в ЗМІ – це складна, багатогранна проблема, що вимагає ретельного дослідження та критичного аналізу. Різні види медіа використовують мову як засіб захисту та впливу, адже вона може висвітлювати або приховувати істину, об'єднувати чи розділяти цілі спільноти людей, розширювати можливості людей через знання або ж маніпулювати ними за допомогою дезінформації. Шляхом правильного підбору слів, їх лінгвістичному обрамленню, навмисному підкресленню чи замовчуванню певних фактів можна створити, на перший погляд, нейтральну картину тієї чи іншої новини, проте ідентифікація випадків використання мови у маніпулятивних цілях можлива лише шляхом глибокого дискурсивного аналізу. Мовні маніпуляції в медіа – це нагальна проблема, яка впливає на всі аспекти людського життя, від особистого до політичного, від локального до глобального. Спираючись на тему дослідження, вважаємо за потрібне дати дефініцію поняття «мовна маніпуляція» та окреслити його основні характеристики.

Однією з очевидних особливостей функціонування мови в соціальній взаємодії є її зв'язок із владою. Маніпуляція спонукає людей або до певної поведінки, або змушує їх прийняти думку чи якусь позицію, при тому не застосовуючи до них явного примусу [53, с. 113]. Мовна маніпуляція – це певна стратегія, яку використовує одна група людей, щоб змусити іншу групу людей робити те, що хоче перша. Тобто мовна або лінгвістична маніпуляція – це

свідоме використання мови для контролю над іншими. З прагматичної точки зору, мовна маніпуляція базується на використанні непрямих мовленнєвих актів, які зосереджені на перлокутивних ефектах того, що говориться, тобто на наслідках впливу іллокутивного акту на конкретного адресата чи аудиторію. Існує низка сфер і соціальних ситуацій, в яких можна систематично спостерігати мовні маніпуляції, наприклад, під час перехресного допиту свідків у суді. Мовні маніпуляції також можна розглядати як впливовий інструмент політичної риторики, оскільки політичний дискурс насамперед спрямований на те, щоб переконати людей здійснити певні політичні дії або ухвалити важливі політичні рішення. Для переконання потенційного електорату в сучасних суспільствах політика в основному домінує в засобах масової інформації, що призводить до створення нових форм мовного маніпулювання, наприклад, модифікованих форм прес-конференцій і заяв для преси, оновлених текстів у слоганах, використання крилатих фраз, фразеологічних алюзій, конотативних значень слів, поєднання мови та візуальних образів [53, с. 114-115].

Н. Матушевська вважає, що «мовна маніпуляція є видом мовного впливу, який відбувається для замаскованого навіювання у психіку реципієнта бажань, установок, цілей, що не відповідають тим, які наявні у адресата на момент спілкування» [5, с. 1]. Під час реалізації мовної маніпуляції людина свідомо обирає ті чи інші лексичні одиниці для створення бажаного ефекту.

Маніпуляцію в мовній комунікації можна визначити як таку, що відбувається тоді, коли мовець отримує вигоду та спонукає слухача через комунікацію зробити щось (зокрема, повірити в щось), чого слухач в іншому випадку не зробив би. Важливо зазначити, що мовна маніпуляція, хоча вона повинна приносити користь мовцеві, не обов'язково має бути вагомою для слухача. Мовна маніпуляція може бути кооперативною (для досягнення мети, що буде вигідною як для мовця, так і для слухача) та експлуататорською (для досягнення мети, що буде вигідною тільки для мовця та часто передбачає

обман) [51, с. 2-3]. Виділяють такі ключові компоненти мовної маніпуляції як ціль (слухач, адресат), комунікативні інтенція, приховування та вигода мовця [12, с. 13-14].

На думку Є. Бральчика, мовні маніпуляції – це підлещування до адресата, узурпація ідентифікації з ним, упереджене та навмисне перейменування та спотворення опису подій, апеляція до цінностей з метою викликати бажані думки в адресата, який не підозрює про навмисне використання лінгвістичних засобів маніпуляції [17].

Згідно з думкою Г. Габрайської, маніпулятивні дії націлені на три сфери, такі як знання, система цінностей та модель поведінки. Автор зазначає, що маніпуляція є близькою до твердження, проте вона, як правило, не вимагає використання аргументації, а отже адресат не готовий прийняти думку мовця. Мовець не тільки не повідомляє адресату про прагматичну мету, але навпаки намагається замаскувати її або ж завуалювати справжні наміри та нав'язати іншу. Важливо підкреслити, що маніпуляція не має на меті завдати шкоди реципієнту, хоча це часто буває саме так. Однак є багато прикладів позитивного використання маніпуляцій в освітньому процесі, особливо з маленькими дітьми [26, с. 120].

Згідно зі словником польської мови, маніпуляція – це використання обставин, перекручування або спотворення фактів з метою довести свою точку зору або вплинути на чийось думку чи поведінку, тобто досягти контролю над емоціями та поведінкою іншої людини. П. Зник стверджує, що маніпуляцію можна також визначити як форму деструктивної дії на психічні структури іншої людини. А. Батько заперечує деструктивну природу маніпуляції, тому до судження про статус кожного випадку слід підходити індивідуально. Ключову роль відіграють наміри маніпулятора або ж мовця [61, с. 46-47].

Мовна маніпуляція часто вивчається в контексті реклами. Мова має сильний вплив на людей та їхню поведінку, особливо це стосується мови

реклами. Певні слова та фрази можуть викликати емоційний відгук – це факт, який добре відомий і вміло використовується рекламодавцями та копірайтерами. Спочатку в рекламі було багато текстів і дуже мало зображень. Сьогодні все навпаки, адже текст зведено до мінімуму, але він все ще дуже важливий. Хоча використання кольорів, символів, логотипів та зображень у рекламі можна вивчати, щоб визначити їхній психологічний вплив на споживачів, найпростіший і найпряміший спосіб вивчення реклами – це аналіз мови рекламних тверджень, оскільки всі інші елементи зосереджуються на ній [50, с. 248].

В останніх дослідженнях науковці також виявили певні особливості мовної маніпуляції у сучасних ЗМІ. На основі теоретичної концепції з'ясовано, що люди, що створюють неправдиві новини використовують мовні особливості як інструменти для маніпулювання фактами. Було виявлено використання маніпулятивного тексту та зображень, які відрізняються від оригіналу змістом, складом букв і цифр, нетрадиційною пунктуацією, вживанням іноземних слів. Встановлено, що характерними ознаками маніпуляції є мовні одиниці та категорії у вигляді іншомовних слів, евфемізмів, образних висловів, невідповідного змісту з первинним змістом, а також різні композиційні особливості. До мовних особливостей, що використовуються для створення маніпулятивного впливу контенту з метою викривлення реальності, створення неточностей та двозначності належать аббревіатури та ініціалізми, скорочення слів, букв або цифр, стилізоване або нетрадиційне написання, смайлики, стилізована чи нетрадиційна пунктуація, а також маніпуляції з зображеннями або фотографіями. Крім того, виявлено використання асертивних, експресивних та директивних мовленнєвих актів для посилення переконливості для навіювання читачеві ідей, впливу на читача, щоб він вчинив певну дію в порядку упорядкування змісту інформації [29, с. 26-28].

Весь процес мовної маніпуляції зводиться до реалізації схеми з чотирьох пунктів. По-перше, відправник зобов'язаний представити ситуацію таким чином, щоб інша людина отримала підготовлене повідомлення, повіривши в його потенційну правдивість. Основним принципом досягнення ефекту є відбір інформації, яку потрібно передати та спосіб її передачі. Адже важливо донести її таким чином, щоб підказати реципієнту, як судити про ситуацію на користь мовця. По-друге, все висловлювання має звучати логічно, а сам відправник повідомлення повинен бути впевненим і послідовним у своїх діях. У такій ситуації потенційна жертва маніпуляції буде схильна повірити. По-третє, адресат на цьому етапі заспокоюється щодо правильності свого вибору або зміни поведінки, а отже виникає переконання, що рішення є правильним. Така поведінка є результатом правильної поведінки мовця. По-четверте, після використання правильно підібраних мовних маніпулятивних технік у поєднанні з відповідною поведінкою мовця чи джерела інформації мета досягається [61, с. 46-50].

Виділяють низку базових характеристик маніпуляції. Перш за все, це відносини суб'єкта та об'єкта, або маніпулятора та маніпульованого. Суб'єктами маніпуляції є люди, які мають доступ до будь-якої форми публічного дискурсу: політики, журналісти, науковці, письменники, маркетологи, блогери та інші фахівці зі створення медіаконтенту в соціальних мережах. Зазначимо, що сьогодні особливим маніпулятивним потенціалом володіють так звані лідери думок та інфлюенсери. Об'єктом маніпуляції стають представники певної соціальної групи. Маніпуляція у медіа адресована не конкретній людині, а соціальним групам і спрямована на охоплення більшої аудиторії. При цьому для успішного досягнення мети суб'єкт має чітке уявлення про цільову групу і обирає маніпулятивні стратегії відповідно до цього знання. Суб'єкт керує відношенням об'єкта до явищ навколишнього світу в потрібному йому напрямку і досягає своєї мети завдяки, в тому числі самому

об'єкту маніпуляції. В ході маніпуляції інформація свідомо спотворюється тою чи іншою мірою, відбувається домінування вираження думок над передачею фактів. Канал передачі такої інформації часто є мультимодальним. Видається можливим умовно поділити маніпулятивні дискурсивні стратегії за ступенем викривлення інформації на стратегії маніпулювання фактами та стратегії ідеологічної поляризації. Маніпулювання фактами характеризується свідомим приховуванням та викривленням інформації, введенням неправдивих відомостей, замовчуванням небажаної інформації, зміною фокуса висвітлення події та реалізується через такі стратегії, як фейк, дезінформація та пропаганда [36, с. 349-351].

На ефективність маніпуляції впливають правильно застосовані техніки. Першою з них є техніка співчуття. Для цього мовець використовує відповідні мовні звороти та емоційно забарвлені слова, щоб викликати у реципієнта емоції співчуття, співпереживання та бажання допомогти. Ця техніка може бути використана, коли хтось хоче створити позитивний образ себе у зв'язку з епізодом, який вже стався. Наприклад, коли працівник хоче викликати співчуття у свого керівника після негативного інциденту на роботі, він використовує такі фрази та мовні звороти як «psychiczny stan wyjątkowy», «jedyna droga», «beznadziejność», «nigdy więcej» та «naprawić błąd». Іншою технікою є виклик почуття провини, адже коли люди відчують провину, вони схильні до пошуків шляхів її виправлення. Автор також описує інші техніки мовної маніпуляції такі як персональна атака та ефект сугестії «з гачком». П. Зник звертає увагу на маніпулятивну силу окремих сполучників *i*, *ale*, *ponimo że*, *nie i spróbuje*. Роль цих сполучників слід розглядати як вплив на свідомість реципієнта, оскільки завданням сполучників у висловлюванні є відокремлення двох частин речення. П. Зник робить висновок, що вони ідеально підходять для того, щоб розпочати лінгвістичне маніпулювання. Науковець стверджує, що сполучники *ale i ponimo że* виділяють одну частину речення як релевантну для

реципієнта. У першому випадку співрозмовник концентрується на частині, що йде після сполучника, забуваючи про те, що відправник передав у попередній частині. Зник підкреслює, що розум свідомо продукує заперечення. Як приклад, він наводить комбінації слів *nie myśl*, почувши такі слова, люди підсвідомо так і роблять. А. Батько додає, що людина в такій ситуації поводить себе як комп'ютер, який виконує отримані інструкції, команди. Подібно відбувається і зі словом *srǒbuј*. Людська свідомість сприймає мовні конструкції, що містять це слово, як завдання, яке потрібно виконати. Вживання слова *srǒbuј* передбачає спробу виконати завдання, запропоноване відправником [61, с. 49-50].

Отже, мовна маніпуляція – комплексне явище, що трактується вченими у різний спосіб, проте всі вони зазначають, що мовна маніпуляція полягає у навмисному використанні певних мовних одиниць задля досягнення бажаного ефекту. Адресант може мати на меті досягнення як позитивних, так і негативних цілей, залежно від ситуації.

1.2. Типологія мовних маніпуляцій

Типологія мовних маніпуляцій – це класифікація різних прийомів та стратегій, які використовуються для маніпулювання. Не існує єдиної, універсальної класифікації, оскільки мовні маніпуляції – це динамічне явище, яке постійно розвивається. Мовні маніпуляції можна класифікувати за різними критеріями, такими як засоби психологічного впливу, характер впливу, методи та рівень свідомості тощо.

Виділяють такі види маніпуляцій, які відрізняються за засобами психологічного впливу та за характером внутрішньоособистісних процесів [27, с. 35]:

- 1) Перцептивно орієнтована маніпуляція. Перцептивно орієнтована маніпуляція ґрунтується на асоціативному механізмі, що виникає між образом і відповідною потребою, прагненням або мотиваційною

установкою. Маніпулятивні прийоми ґрунтуються на представленні таких стимулів, які актуалізують потребу, необхідну джерелу інформації.

- 2) Конвенціональна маніпуляція. Така маніпуляція забезпечується правилами, табу, соціальними нормами, сценаріями, рольовими позиціями тощо.
- 3) Операційно-об'єктна маніпуляція. Залучення до операційно-об'єктного маніпулювання відбувається через використання таких автоматизмів, як сила звички, інерція, навички та логіка дій.
- 4) Маніпуляція, орієнтована на висновок. Маніпуляція, орієнтована на висновок, працює через такі механізми залучення як когнітивна схема, внутрішня логіка ситуації, патерни когнітивних процесів та когнітивні установки. Фоновим фактором є зняття когнітивного дисонансу, а мотивами (імпульсами) виступають натяки, імітація процесу розв'язання проблеми.
- 5) Маніпуляція, орієнтована на структури особистості. Маніпулятивний вплив, спрямований на особистісні структури, характеризується актуалізацією міжособистісного конфлікту, коли на реципієнта маніпуляції покладається відповідальність за зроблений вибір через сумніви. У цьому випадку мовцю вкрай важливо створити у об'єкта впливу ілюзію вибору. Особистий вибір завжди виділявся як дещо бажане, він завжди був пов'язаний зі свободою людини. Коли людина впевнена, що діє з власної волі, вона зробить набагато більше, ніж тоді, коли знає, що виконує чуже, нав'язане їй рішення.
- 6) Маніпуляція духовністю. Маніпуляція, орієнтована на духовну експлуатацію є формою прихованого психологічного впливу, в якій основними методами мотивації є актуалізація наявних цінностей, підштовхування до смислової дестабілізації, духовних пошуків та переоцінки цінностей, імітація пошуку сенсу існування [27, с. 35].

Науковці також зазначають, що прийоми мовного маніпулювання можуть відбуватися на фонетичному (співвідношення звуків, кольорів і змісту), лексико-семантичному (полісемантичні слова, непряме значення, розмиті межі, специфічний номінативний акт, специфічні конотативні семантичні компоненти), синтаксичному (пасивний стан, спонукальні конструкції) рівнях, спонукальні конструкції, модальні дієслова, сполучники *and* та *but*, атрибутивні конструкції, риторичні запитання, звертання, повтори, однорідні члени речення, дейксис) та стилістичному (метафора, метонімія, антитеза, номіналізація, кліше, ідеологеми, модальні предикати, слова з неконкретною семантикою) рівнях [36, с. 348].

За характером впливу виділяють прихований та прямий вплив. Прихований або ж імпліцитний вплив реалізується мовними засобами, які спрямовані на те, щоб адресат засвоїв інформацію несвідомо, в той час, як прямий або ж експліцитний вплив реалізується у формі побажання, наказу або ж прохання. Автор також зазначає, що мовна маніпуляція є одним із тих засобів маніпуляції, який найлегше ефективно реалізувати [8].

Іншим критерієм є усвідомлення адресатом маніпулятивних дій згідно з яким виокремлюють маніпуляції на свідомому та підсвідомому рівні. Під час здійснення маніпуляції на свідомому рівні маніпулятор усвідомлює свої дії та прагне досягти конкретної мети. Під час несвідомої маніпуляції маніпулятор не завжди усвідомлює свої дії, проте певною мірою діє на рівні звичок або підсвідомості [8].

Згідно з класифікацією запропонованою О. Міхальновою можемо виокремити прийоми, що спираються на особливу подачу інформації, фонетичний, лексичний та граматичний прийом. До перших відносять спекуляцію, часткове замовчування та викривлення інформації, видумка помилкових фактів, змішування об'єктивного та суб'єктивного, використання метаграфеміки та супраграфеміки. Цей метод напряму пов'язаний з

пропагандою та психологічним впливом на адресата. Для здійснення маніпулятивного впливу на фонетичному рівні адресант повинен використовувати правильний тон, інтонацію, логічні паузи, риму, асонанс тощо. На лексичному рівні дуже поширеною є номіналізація, тобто перетворення речення у безособове задля того, аби не називати того, хто виконує дію, тобто фактичне замовчування виконавця дії. Окрім номіналізації доволі частотним є використання евфемізмів (лексичні одиниці, що мають більш позитивне забарвлення для опису негативних явищ) та дисфемізмів (лексичні одиниці, що мають більш негативне забарвлення для опису позитивних подій чи явищ). Наприклад, замість дієслова *to kill* вживають *to kick the bucket*, замість *to die* – *to pass away*. В контексті лексичних прийомів також можемо відзначити використання фразеологізмів, метафор, епітетів та зворотів. На граматичному рівні мовні маніпуляції переважно реалізуються за допомогою безособових речень та риторичних запитань [8].

Є. Бральчик виокремлює такі засоби мовної маніпуляції як оціночні вирази (використання слів, що містять позитивну чи негативну оцінку, наприклад, *najczęściej stosowana, najlepszy produkt na rynku*), евфемізми (слова, що замінюють негативні назви більш позитивними, наприклад, *strata – śmierć, odeszła – umarła*), гіперболізація (перебільшення, наприклад, *Sensacja w eliminacjach mistrzostw Europy*), відсутність інформації (навмисне замовчування важливих фактів, наприклад, комуністична пропаганда, яка надавала суспільству однобокий наратив та представляла владу в найкращій позиції), використання займенника першої особи множини (займенник «ми» у реченнях, наприклад, *Myśmy przyszłością narodu*) та зловживання символікою (наприклад, для поляків історично вмотивованими джерелами недовіри є комунізм та нацизм) [17].

Крім того, виділяють також такий вид мовних маніпуляцій як логічні помилки, тобто помилки в міркуваннях, які роблять аргументи недійсними. До

таких логічних помилок відносять атаку на особистість читача замість обговорення двох думок; створення спрощеної та спотвореної версії аргументу опонента (читача), щоб легше її спростувати; посилення на авторитетну особу, щоб підтвердити якийсь погляд, навіть якщо ця особа не є експертом у даній області та узагальнення на основі недостатньої кількості доказів. Також поширеними є емоційні маніпуляції, що спрямовані на викликання певних емоцій (страху, гніву, співчуття) для спонукання до певних дій; соціальний доказ, тобто використання думки більшості або авторитетів для переконання людини в правильності певної ідеї або поведінки; використання ярликів, що передбачає призначення позитивних або негативних ярликів людям або ідеям для створення певного образу; відволікання уваги, тобто переведення розмови на іншу тему, щоб відвернути увагу від основного питання та підміна понять, що передбачає використання одного і того ж слова в різних значеннях для створення плутанини [19, с. 32].

Загалом реалізація мовних прийомів маніпуляції не обмежується лише мовними прийомами, але й контекстуальними та екстралінгвальними факторами, що мають безпосередній вплив на результат маніпулятивних дій. Хоча існує багато класифікацій, запропонованих різними вченими, усі вони виокремлюють схожі прийоми, проте дають їм різні назви.

1.3. Особливості функціонування мовних маніпуляцій в інтернет-виданнях

Інтернет-видання стали важливим інструментом масової комунікації, який активно використовується з метою поширення інформації, формування громадської думки та маніпуляцій. Специфіка цифрового середовища сприяє ефективнішому застосуванню мовних маніпуляцій та надає багато можливостей їх застосування.

Перш за все, головною особливістю функціонування мовних маніпуляцій в інтернет-виданнях є швидкість поширення інформації. В контексті поширення інформації часто говорять про так званий «ефект снігової кулі». Він демонструє, як швидко новини або публікації можуть стати вірусними завдяки соціальним мережам. Один допис може бути поширений тисячами користувачів за лічені хвилини та створити потужну інформаційну хвилю [33, с. 12-13]. Це явище ускладнює боротьбу з фейковими новинами або маніпуляціями, оскільки після того, як інформація стала вірусною, її майже неможливо спростувати чи зупинити. Медіа часто використовують цю особливість для швидкого формування громадської думки на свою користь. Наприклад, помилкова або недостовірна інформація може запустити ланцюгову реакцію емоційних відгуків та позбавити аудиторію часу для проведення критичного аналізу [65, с. 17-18].

На відміну від традиційних медіа, де існують етапи перевірки та фільтрації інформації, інтернет-простір часто не має таких бар'єрів. Це дозволяє будь-якій інформації, незалежно від її достовірності, швидко проникати в суспільну свідомість. Маніпулятивні техніки в текстах часто базуються на емоційних посиланнях, спотворенні фактів або прихованих натяках, які можуть бути неочевидними для звичайного читача. Через відсутність чітких механізмів контролю та перевірки, в інтернеті дуже легко поширювати дезінформацію. Крім того, алгоритми соціальних мереж часто сприяють поширенню скандальних або емоційно насичених повідомлень та ігнорують їх достовірність [65, с. 16-18].

У цифровому середовищі журналісти, блогери та інші творці контенту змушені публікувати матеріали якомога швидше, щоб не відставати від конкурентів. Такий тиск на швидкість призводить до ситуацій, коли новини можуть публікуватися без належної перевірки фактів. У результаті виникають помилки, неточності або навмисно залишені лексичні чи графічні одиниці,

через які можна інтерпретувати інформацію по-різному. Крім того, в таких умовах зростає роль заголовків, які часто є провокативними, адже саме заголовок зазвичай вирішує, чи перейде читач до повного тексту [63, с. 104-106].

Другою особливістю є анонімність, оскільки вона створює безліч можливостей для маніпуляцій та недоброчесної поведінки. Анонімність дає відчуття, що дії залишаються непоміченими або не призведуть до негативних наслідків. Це почуття безкарності дозволяє людям висловлювати агресивні та ненависницькі думки, які вони б не наважилися озвучити в реальному житті через страх осуду або відповідальності. Інтернет дозволяє людям ховатися за вигаданими ніками або фальшивими акаунтами, що ускладнює ідентифікацію реальних осіб. Така анонімність використовується не лише окремими користувачами, але й організованими групами, які ведуть дезінформаційні кампанії або поширюють пропаганду [39, с. 226]. Вони можуть створювати враження, що від імені різних людей говориться те саме, щоб посилити віру в фальшиві повідомлення або спотворити громадську думку. Організації або уряди можуть використовувати анонімність для маскуванню своїх дій, аби вплинути на думку користувачів без явного зв'язку з джерелом інформації [65, с. 19].

Емоційність у контексті мовних маніпуляцій також відіграє важливу роль, оскільки люди схильні приймати рішення на основі емоцій, а не раціонального аналізу. Інтернет-видання активно використовують сильні емоції, такі як страх, гнів, співчуття чи обурення, щоб викликати миттєву реакцію у своєї аудиторії. Страх може бути використаний для створення паніки або спонукання до дій, таких як покупка товарів чи підтримка певних політичних заходів. Гнів та обурення, своєю чергою, сприяють поляризації суспільства, посилюючи напругу та конфлікти. Співчуття часто використовується в маніпуляціях для створення почуття відповідальності або вини, що змушує людей діяти

відповідно до інтересів маніпулятора. Всі ці емоції відволікають від критичного аналізу інформації та дозволяють контролювати громадську думку. Емоційно забарвлені повідомлення часто значно спрощують складні соціальні, економічні чи політичні проблеми. Такі спрощені версії реальності роблять людей більш вразливими до маніпуляцій, оскільки складні проблеми видаються легкими для розуміння і розв'язання. Такий підхід допомагає уникати нюансів і деталей, які можуть спростувати твердження [63, с. 98]. Наприклад, політичні чи соціальні конфлікти можуть описуватися як боротьба патріотів проти ворогів, що посилює емоційний вплив і скорочує простір для дискусії. Емоційні маніпуляції часто ґрунтуються на стереотипах і упередженнях, що сприяє їхньому зміцненню та поширенню. Люди реагують на повідомлення, що підтверджують вже наявні переконання, особливо якщо ці повідомлення викликають сильні емоції. Це може стосуватися національних, расових, гендерних або інших соціальних груп [16, с. 290-293].

Третя особливість – інтерактивність, яка значно посилює можливості для маніпуляцій та впливу на думки користувачів. Цей аспект не лише спонукає людей активно взаємодіяти з контентом, але й формує специфічні інформаційні середовища, що впливають на їхнє сприйняття. Лайки, коментарі та поширення контенту створюють ефект самопідтвердження, де користувачі відчувають підтримку від спільноти, навіть якщо інформація, яку вони поширюють, є хибною. Соціальна підтримка у вигляді позитивних відгуків зміцнює впевненість у власній правоті, незалежно від того, наскільки об'єктивними чи достовірними є їхні твердження. Це дозволяє ефективно розповсюджувати дезінформацію, оскільки її споживачі будуть більш схильні приймати й поширювати її через відчуття соціальної підтримки. Люди починають вірити, що якщо їхні друзі або група схвалюють певний погляд, то це обов'язково є правдою. Принцип соціального доказу заснований на психологічній схильності людей довіряти інформації, яка вже отримала підтримку від інших. Якщо

людина бачить, що певний контент отримав багато лайків, коментарів чи поширень, вона автоматично сприймає його як достовірний і важливий. Цей принцип також може передбачати використання ботів або фальшивих акаунтів, які генерують фальшиву підтримку для посилення ефекту соціального доказу. Люди схильні приєднуватися до більшості, що робить цей механізм ефективним інструментом для формування суспільної думки [34, с. 236-237].

Додаткові фактори, що сприяють поширенню маніпуляцій, також є важливими елементами сучасного інформаційного простору, оскільки вони посилюють вразливість суспільства до дезінформації та маніпуляцій. Алгоритми, що використовуються мережами, відіграють ключову роль у визначенні того, який контент побачать користувачі. Ці алгоритми створені таким чином, щоб показувати контент, що викликає найбільший інтерес і емоційну реакцію, оскільки це збільшує час перебування на платформі. Однак популярність контенту не завжди корелює з його достовірністю. Алгоритми часто сприяють поширенню сенсаційних, емоційно забарвлених, а часто й хибних матеріалів, які можуть мати маніпулятивний характер [65, с. 19].

Відсутність навичок критичного мислення та вміння розрізняти достовірну і хибну інформацію є однією з головних причин поширення маніпуляцій. Багато користувачів не перевіряють джерела, не звертають уваги на методи, що використовуються для формування думки, і легко піддаються емоційному впливу. Медіаграмотність є важливою для розуміння того, як працюють маніпулятивні техніки, і для того, щоб протистояти дезінформації. Однак низький рівень освіти в цьому напрямку залишає багатьох людей вразливими до впливу маніпуляторів. Відсутність базових знань про медіапростір створює середовище, де дезінформація поширюється без критичної оцінки.

Політична поляризація і соціальні розколи роблять людей більш сприйнятливими до маніпуляцій, оскільки вони частіше вірять в інформацію,

яка підтверджує їхні вже сформовані погляди. Таке явище часто називають упередженням підтвердження (confirmation bias). Люди активніше підтримують і поширюють ті повідомлення, які збігаються з їхніми політичними, соціальними чи ідеологічними переконаннями, навіть якщо ця інформація є викривленою чи помилковою. У таких умовах фальшиві новини часто знаходять підтримку, оскільки вони підтверджують негативні стереотипи або загострюють емоційні протистояння між різними групами [16; 34, с. 236-237].

Отже, функціонування мовних маніпуляцій в інтернет-виданнях будується на швидкості, відсутності регуляції та тиску на оперативність, що відкриває численні можливості для спотворення фактів та формування викривленого сприйняття реальності серед аудиторії.

Висновки до Розділу I.

Мовні маніпуляції, як важливий компонент сучасних комунікаційних стратегій, відіграють значиму роль у формуванні громадської думки та поведінки аудиторії. Вони засновані на свідомому використанні мовних засобів для досягнення певних ефектів. Мовні маніпуляції – це підлещування до адресата, узурпація ідентифікації з ним, упереджене та навмисне перейменування й спотворення опису подій, апеляція до цінностей з метою викликати бажані думки в адресата, який не підозрює про навмисне використання лінгвістичних засобів маніпуляції. Маніпуляції зазвичай мають на меті вплинути на три сфери життєдіяльності, такі як знання, система цінностей та модель поведінки.

Аналіз наукових джерел дозволив розкрити поняття мовної маніпуляції, її основні характеристики та функції в сучасному інформаційному просторі. Встановлено, що мовна маніпуляція є важливим інструментом впливу на суспільну свідомість, який базується на застосуванні непрямих мовленнєвих актів і спрямований на прихований вплив на реципієнта.

Маніпуляції можуть бути кооперативними та експлуаторськими. Кооперативні маніпуляції орієнтовані на досягнення вигоди для обох сторін, тоді як експлуаторські мають на меті виключну вигоду для мовця, часто шляхом обману або викривлення інформації. Також розглянуто типологію мовних маніпуляцій, яка охоплює різноманітні прийоми, стратегії та засоби маніпулювання, що сприяють підвищенню ефективності впливу на аудиторію. Зокрема, було виділено маніпуляції, орієнтовані на емоційний, когнітивний та духовний аспекти сприйняття, а також прийоми, які впливають на фонетичному, лексико-семантичному, синтаксичному та стилістичному рівнях.

Особлива увага приділена функціонуванню мовних маніпуляцій в інтернет-виданнях, які є одним із найпотужніших каналів поширення інформації та формування громадської думки. Швидкість поширення інформації, анонімність та інтерактивність цифрових медіа створюють численні можливості для маніпулювання, що ускладнює захист аудиторії від викривлення фактів та дезінформації.

Типологія мовних маніпуляцій включає різні методи, зокрема використання емоційного впливу, створення когнітивних схем і спрощення складних тем для легшого сприйняття. Це робить аудиторію більш вразливою до маніпуляцій, адже спрощені або емоційно забарвлені повідомлення легше сприймаються без критичного аналізу. Відсутність чітких регуляцій у цифрових медіа лише підсилює цей процес та відкриває нові можливості для маніпуляторів.

Отже, мовна маніпуляція в сучасних медіа є багатогранним феноменом, що вимагає всебічного дослідження та розвитку навичок критичного мислення серед аудиторії для протидії впливу маніпулятивного контенту.

РОЗДІЛ II. МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВНИХ МАНІПУЛЯЦІЙ У ПОЛЬСЬКОМОВНИХ ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯХ

2.1. Критерії відбору матеріалу дослідження

Перед початком дослідження необхідно було визначити основні принципи та параметри, за якими було відібрано матеріал для аналізу мовних маніпуляцій у польськомовних інтернет-виданнях. Спираючись на загальний контекст дослідження, ми сформулювали такі критерії:

1. Актуальність матеріалів. Для дослідження було обрано сучасні інтернет-видання, які мають значний вплив на польськомовну аудиторію. Це дозволяє аналізувати найновіші тенденції у використанні мовних маніпуляцій, які відповідають сучасним медіа-технологіям та алгоритмам поширення інформації. Серед таких видань ми виділили Onet.pl [46] (один з найбільших новинних порталів у Польщі), Wp.pl [68] (Wirtualna Polska) (популярний інформаційний портал), Interia.pl [28] (великий новинний сайт з різноманітним контентом), Gazeta.pl [24] (онлайн-версія популярної газети Gazeta Wyborcza), TVN24.pl [58] (сайт новинного телеканалу TVN24), Polsatnews.pl [4] (новинний портал телеканалу Polsat), Rmf24.pl [52] (сайт популярної радіостанції RMF FM), Wyborcza.pl [70] (повна онлайн-версія Gazeta Wyborcza), Natemat.pl [41] (сайт, що спеціалізується на суспільно-політичних темах), Wprost.pl [69] (онлайн-версія тижневика Wprost), Newsweek.pl [43] (польська версія міжнародного журналу Newsweek), Rp.pl [54] (Rzeczpospolita) (сайт однієї з найстаріших польських газет), Se.pl [66] (Super Express) (онлайн-версія популярного таблоїда) та Fakt.pl [23] (сайт найбільш тиражованої щоденної газети в Польщі).

2. Популярність інтернет-видань. Матеріали відбиралися з польськомовних інтернет-ресурсів, які мають популярність серед аудиторії. На визначення рівня популярності ресурсів впливали декілька факторів, серед яких кількість активних відвідувачів, їх поведінка, кількість коментарів, поширень тощо, наявність посилань з інших сайтів (чим більше посилань веде на сайт, тим вищий його авторитет), згадки в ЗМІ (чим частіше видання згадується у ЗМІ, тим вищий його рівень довіри), якість контенту (унікальність, актуальність, користь, достовірність та стиль написання).
3. Типологія контенту. Для аналізу використовувалися статті, новини, аналітичні матеріали та інші тексти, які публікуються в інтернет-виданнях. При цьому відбиралися матеріали, що відображають широке коло тем, таких як політичні події, соціальні проблеми, економічні питання, міжнародні відносини тощо. Різноманітність контенту дозволяє аналізувати різні типи маніпулятивних стратегій залежно від контексту.
4. Частота використання маніпулятивних прийомів. У дослідженні використовувалися ті матеріали, в яких чітко простежувалося використання мовних маніпуляцій, таких як емоційний вплив, спотворення фактів, використання стереотипів або спрощення складних тем тощо.
5. Інтерактивність та мультимодальність. Особлива увага була приділена аналізу матеріалів, у яких активно використовувалися інтерактивні елементи, такі як коментарі, лайки та поширення у соціальних мережах, щоб досліджувати не лише сам контент, але й взаємодію аудиторії з ним, що є важливим чинником поширення маніпуляцій та індикатором їх ефективності.

6. Анонімність авторів. Для дослідження також відбиралися матеріали, у яких автори були анонімними або використовували псевдоніми, що є характерним для інтернет-видань і впливає на сприйняття достовірності інформації. Анонімність авторів має низку переваг та недоліків. До переваг можемо віднести більшу відкритість до різних думок, зменшення впливу авторитетів та більшу свободу вираження. До недоліків відносимо труднощі з оцінкою достовірності джерела, зниження рівня довіри, підвищення ризику маніпуляцій та створення токсичного середовища, адже анонімність може сприяти появі образливих коментарів та цькування, що створює некомфортне середовище для дискусії.
7. Мовні засоби маніпуляції. Під час відбору текстів особлива увага приділялася наявності маніпулятивних мовних прийомів, таких як емоційно забарвлені слова, риторичні запитання, спрощення складних ситуацій, використання стереотипів та упереджень тощо.

Фокус на сучасних, впливових польськомовних інтернет-виданнях дозволив провести актуальний аналіз використання мовних маніпуляцій. Коректний вибір джерел забезпечив релевантність результатів, адже дослідження відображає сучасні тенденції у використанні маніпулятивних технік у медіапросторі Польщі. Крім того, аналіз матеріалів з популярних видань дав змогу виявити, як маніпуляції адаптуються до нових медіа-технологій та алгоритмів поширення інформації. Вибір актуальних та впливових видань забезпечив репрезентативність дослідження та дозволив отримати результати, які мають практичне значення для розуміння сучасних комунікаційних процесів.

2.2. Методи аналізу мовних маніпуляцій

Під час розробки методу аналізу мовних маніпуляцій важливо було врахувати теоретичні засади мовної маніпуляції та специфічні особливості інтернет-видань, що дозволяють маніпулювати аудиторією. Аналіз був проведений у декілька етапів.

Першим етапом був дискурсивний аналіз, який передбачає детальний розгляд текстів на основі вивчення їхньої структури, вибору слів, побудови речень та контексту. Дискурсивний аналіз є доцільним етапом дослідження, оскільки він дозволяє розглядати мову не лише як набір слів, а як соціальну практику, яка формується в конкретних історичних, культурних та соціальних контекстах, тобто можна досліджувати не тільки окремі мовні одиниці, але й ширші контексти, в яких вони використовуються. Дискурсивний аналіз допомагає виявити приховані значення, які закладені в тексті, але не завжди очевидні, на перший погляд, що особливо важливо для виявлення маніпулятивних прийомів, які часто базуються на приховуванні інформації або спотворенні фактів. За допомогою дискурсивного аналізу можна досліджувати, як мова використовується для створення певних соціальних реальностей, для формування думок і переконань аудиторії та дозволяє виявити, як мовні маніпуляції слугують для досягнення певних політичних, економічних або соціальних цілей. Дискурсивний аналіз дозволяє виявити ідеологічні установки, які лежать в основі текстів, що особливо важливо для розуміння того, як мовні маніпуляції використовуються для поширення певних ідеологій [55, с. 12-13]. Дискурсивний аналіз дозволив виявити як медіа використовують мову для прихованого впливу на аудиторію. Дискурсивний аналіз можна поділити на декілька етапів. Перш за все, аналіз починається з визначення того, хто є об'єктом мовної маніпуляції для того, щоб зрозуміти, як саме інтернет-видання формулюють своє повідомлення відповідно до вподобань і соціальних характеристик читачів. Крім того, важливо розглянути контекст, у якому подається інформація, щоб зрозуміти, чи є спроби

спростити або викривити інформацію чи створити однозначне бачення ситуації. Наступним етапом дискурсивного аналізу був аналіз заголовків. Заголовки часто є найважливішим елементом маніпуляції, оскільки саме вони формують перше враження і здатні викликати миттєві емоційні реакції. Особлива увага була приділена провокативним, емоційно забарвленим заголовкам. Після цього був проведений аналіз лексичних одиниць, тобто оцінка вибору слів і фраз, що мають емоційне забарвлення (негативне або позитивне), спрощують інформацію або апелюють до страхів, гніву, співчуття. Крім того, проведено аналіз риторичних прийомів, таких як наявність риторичних запитань, повторів, узагальнень, метафор або інших прийомів, які можуть впливати на аудиторію. Особлива увага приділяється використанню стереотипів та упереджень у тексті.

Наступним етапом дослідження є лексико-семантичний аналіз, який полягає у вивченні лексичних засобів, які використовуються для впливу на сприйняття аудиторією інформації. Цей метод дозволяє перейти від поверхневого аналізу окремих слів до дослідження ширших контекстів, в яких ці слова використовуються. Тобто, замість того, щоб просто фіксувати наявність певних слів або словосполучень, лексико-семантичний аналіз дозволяє досліджувати, як ці слова пов'язані між собою, які значення вони набувають у конкретних контекстах і як вони впливають на сприйняття інформації. Особливо цінним є те, що лексико-семантичний аналіз дозволяє виявити приховані значення, які закладені в тексті, але не завжди очевидні на перший погляд. Це стосується, зокрема, таких явищ, як полісемія, емоційна забарвленість лексики, використання метафор та інших стилістичних засобів. Саме такі прийоми часто використовуються маніпуляторами для створення певного емоційного настрою у читача та для формування бажаного сприйняття інформації [25]. Мета цього етапу – виявити, як через мову можна спотворювати або змінювати значення повідомлення. Першим кроком було виявлення евфемізмів і дисфемізмів. Аналіз заміни негативно забарвлених

термінів на нейтральні або позитивні, і навпаки допоміг ідентифікувати спроби змінити емоційне забарвлення інформації. Окремо був проведений аналіз полісемантичних слів, які аудиторія може інтерпретувати по-різному та аналіз використання стереотипів, тобто була проведена оцінка впливу загальноприйнятих уявлень для підсилення маніпулятивного впливу.

Третім етапом був когнітивний аналіз, що допомагає зрозуміти, як маніпулятивні техніки впливають на когнітивні процеси аудиторії, тобто на те, як людина сприймає, розуміє і інтерпретує інформацію. Когнітивний аналіз дозволяє виявити, як тексти активують у людей певні когнітивні схеми – своєрідні ментальні моделі, які люди використовують для інтерпретації світу. Маніпулятори часто використовують ці схеми, щоб підштовхнути осіб до певних висновків. Наприклад, якщо люди часто чують про якусь політичну силу як про загрозу, то з часом у сформується негативна когнітивна схема щодо цієї сили і будь-яка наступна інформація про неї буде інтерпретуватися через призму цієї схеми. Крім того, когнітивний аналіз допомагає зрозуміти, як мова впливає на емоції, які відіграють важливу роль у процесі прийняття рішень. Також когнітивний аналіз дозволяє ідентифікувати когнітивні упередження, наявні у людській свідомості. Ці упередження можуть спотворювати сприйняття інформації і робити людей більш схильними до маніпуляцій. Наприклад, упередження підтвердження – це тенденція шукати інформацію, яка підтверджує вже наявні переконання, і ігнорувати інформацію, яка їх спростовує [42]. Була проведена ідентифікація когнітивних схем та виявлення спрощених когнітивних конструкцій.

Далі був проведений прагматичний аналіз для вивчення того, як мова використовується для досягнення комунікативних цілей і впливу на поведінку аудиторії. Прагматичний аналіз дозволяє виявити як видання використовують мову для досягнення своїх цілей, які іллокутивні акти вони здійснюють, які імплікатури вони створюють і які пресупозиції вони використовують [13]. Перш

за все, був проведений аналіз інтенцій, тобто визначення наміру автора тексту – чи є метою переконання, прихований вплив або спонукання до певних дій. Були також досліджені шляхи формулювання висловлювання для досягнення цих цілей. Проведено аналіз мовленнєвих актів, тобто оцінка перлокутивних ефектів та тих наслідків, до яких призводить повідомлення у реципієнта. Були проаналізовані засоби впливу на аудиторію через непрямі мовленнєві акти.

Наступним кроком був мультимодальний аналіз, оскільки маніпуляції в інтернет-виданнях часто включають мультимедійний контент, цей метод передбачає аналіз візуальних елементів (зображень, відео, інфографіки) у поєднанні з текстом. Інтернет-видання є візуальними середовищами, де текстова інформація часто поєднується з різноманітними візуальними елементами. Така мультимодальність створює додаткові можливості для маніпуляцій, оскільки різні модальності можуть взаємодіяти і посилювати один одного, створювати складні та багатшарові ефекти. Мультимодальний аналіз дозволяє виявити приховані повідомлення, адже візуальні елементи часто несуть в собі прихований сенс, який може підсилювати або суперечити текстовому повідомленню. Мультимодальний аналіз також дозволяє виявити когнітивні процеси, що відбуваються під час сприйняття мультимодальних повідомлень [38]. Перш за все було проведено дослідження того, як візуальні елементи підсилюють або змінюють зміст тексту та створюють додатковий маніпулятивний ефект. Далі була досліджена взаємодія тексту та візуального контенту, яка формує цілісне враження і як це впливає на сприйняття аудиторії.

Останнім етапом було дослідження алгоритмів поширення інформації. Оскільки алгоритми мереж впливають на те, який контент отримує найбільше поширення, цей метод дослідження допомагає зрозуміти, як працюють алгоритми поширення маніпулятивних текстів. Була проведена оцінка того, як лайки, коментарі та поширення впливають на популяризацію маніпулятивних текстів.

Така методологія дозволила провести комплексний аналіз мовних маніпуляцій та проаналізувати як лінгвістичні, так і мультимодальні аспекти інтернет-контенту.

2.3. Етапи проведення дослідження

Дослідження мовних маніпуляцій у польськомовних інтернет-виданнях було проведено у 10 етапів:

1. Визначення об'єкта і предмета дослідження. На цьому етапі було чітко визначено, що саме буде вивчатися (об'єкт) і які аспекти цього об'єкта будуть аналізуватися (предмет).
2. Формулювання гіпотез та цілей дослідження. Цей етап передбачав формулювання гіпотези про те, що ми очікували знайти в результаті проведення дослідження. Крім того, було визначено конкретні цілі та завдання дослідження.
3. Формулювання критеріїв відбору матеріалу. Для отримання репрезентативної та релевантної вибірки ми розробили чіткі критерії відбору матеріалу. Було визначено, які саме видання будуть включені до вибірки, які типи контенту будуть проаналізовані, часові рамки публікацій тощо.
4. Відбір матеріалів для аналізу. Було вибрано близько 100 публікації на різноманітні тематики за останні 10 років.
5. Проведення дискурсивного аналізу. На цьому етапі було проведено аналіз відібраних матеріалів за допомогою різних методів лінгвістичного аналізу.
 - Лексичний рівень. Досліджувалося використання слів, словосполучень, що мають емоційне забарвлення, або таких, що створюють певні асоціації.

- Синтаксичний рівень. Був проведений аналіз структури речення, наявність використання риторичних запитань, закликів, умовних речень тощо.
 - Прагматичний рівень. Було проведено дослідження того, як мова використовується для впливу на думку читача, які приховані повідомлення можуть міститися у тексті.
 - Мультиmodalний аналіз. Якщо у публікаціях були наявні зображення, відео, звукові файли, то був проведений аналіз того як ці елементи взаємодіють з текстом та посилюють маніпулятивний ефект.
6. Кількісний аналіз. Був проведений підрахунок частоти використання певних маніпулятивних прийомів, що допомогло виявити найпоширеніші методи маніпуляції у різних типах текстів (політичних, економічних, соціальних тощо).
 7. Аналіз взаємодії аудиторії з контентом. Для кращого розуміння ефективності маніпулятивних прийомів, була проаналізована реакція аудиторії на тексти. Були досліджені коментарі читачів, кількість переглядів, поширення матеріалів тощо.
 8. Інтерпретація результатів. На основі аналізу матеріалів та отриманих даних було сформульовано висновок щодо поширеності та впливовості мовних маніпуляцій у польськомовних інтернет-виданнях. Порівняно результати різних видань та типів маніпуляцій.
 9. Підготовка висновків. Сформульовано загальні висновки, зокрема щодо характеру та поширеності маніпуляцій.
 10. Оформлення результатів дослідження. На завершальному етапі відбулося оформлення результатів дослідження та їх систематизація.

Висновки до Розділу II.

Дослідження методології мовних маніпуляцій в польськомовних інтернет-виданнях дозволило створити чітку систему аналізу, яка охоплює як лінгвістичні, так і мультимодальні аспекти. Було враховано такі параметри, як актуальність, популярність, типологія контенту, частота використання маніпулятивних прийомів, інтерактивність та анонімність авторів. Такий відбір дозволив охопити найпопулярніші польськомовні інтернет-ресурси, що використовують сучасні медіатехнології та мають значний вплив на аудиторію.

Основними методами аналізу мовних маніпуляцій стали дискурсивний, лексико-семантичний, когнітивний, прагматичний, мультимодальний аналізи, а також аналіз алгоритмів поширення контенту. Дискурсивний аналіз забезпечив можливість дослідження мови як соціальної практики, виявивши приховані значення та ідеологічні установки, що закладаються в тексти. Лексико-семантичний аналіз допоміг виявити емоційно забарвлені слова та риторичні засоби, що впливають на аудиторію на глибинному рівні, а когнітивний аналіз дозволив зрозуміти, як мовні маніпуляції активують певні ментальні моделі та когнітивні схеми у свідомості читачів. Прагматичний аналіз, своєю чергою, був спрямований на дослідження комунікативних стратегій, за допомогою яких інтернет-видання впливають на поведінку та реакції аудиторії, створюючи імпліцитні повідомлення та маніпулятивні іллокутивні акти.

Крім текстового аналізу, дослідження включало мультимодальний підхід, що дозволив вивчити вплив візуальних елементів на сприйняття аудиторією. Мультимодальний аналіз зосередився на взаємодії тексту з візуальними елементами, які використовуються для підсилення маніпулятивного ефекту. Це дозволило дослідити, як візуальні та текстові компоненти спільно впливають на сприйняття інформації, створюючи цілісне враження, яке легко піддається маніпуляціям.

Дослідження також виявило важливість алгоритмів поширення інформації у створенні вірусного контенту, який швидко поширюється у соціальних

мережах та впливає на масову свідомість. Це підкреслює важливість взаємодії текстових і мультимедійних елементів у сучасних маніпуляціях.

Завдяки комплексному підходу вдалося не лише охопити широке коло аспектів, що визначають мовні маніпуляції, а й створити інструментарій для їх виявлення та аналізу, що робить дослідження актуальним для подальших робіт у цій галузі.

РОЗДІЛ III. АНАЛІЗ МОВНИХ МАНІПУЛЯЦІЙ У ПОЛЬСЬКОМОВНИХ ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯХ

3.1. Аналіз ефективності використання лексичних засобів маніпуляції

Мовні маніпуляції в інтернет-виданнях дуже часто відбуваються за допомогою лексичних засобів. Окремі лексичні одиниці здатні впливати на сприйняття подій аудиторією, підсилюючи або знижуючи емоційний відгук на події.

Серед лексичних мовних одиниць, що активно використовуються для маніпулятивного впливу, можна виокремити наступні:

- 1) евфемізми та дисфемізми;
- 2) розмивання значення за допомогою гаслових слів;
- 3) гра слів;
- 4) неологізми;
- 5) повтори;
- 6) метафори;
- 7) багатозначні слова, омоніми, okazionalizmi [9, с. 121].

Розберемо приклади впровадження лексичних засобів, наведених у матеріалі дослідження: евфемізми та дисфемізми. Евфемізми використовуються задля зниження емоційності та створення нейтрального тону. Натомість дисфемізми – для підвищення емоційності та привернення уваги.

У статті інтернет-видання Onet.pl можна знайти евфемізм «centrum tranzytowe» (транзитний центр) замість слова «obóz» (табір) для позначення місць тимчасового утримання біженців. Це використання допомагає пом'якшити негативні асоціації з історичними подіями [44].

Інша стаття описує офіційне призначення нових міністрів після перестановок у складі Ради Міністрів. Використано такі евфемізми, як «zmiana na stanowisku» (зміна на посаді) замість прямого вказання на звільнення з

посади. Також у матеріалі про відставку міністра сільського господарства використовується вираз «*подаł się do dymisji*» (подав у відставку), який звучить м'якше, ніж «звільнений» чи «вимушений покинути посаду» [72].

Наступний приклад представлений в публікації, яка описує виступи політичних лідерів, використовується фраза «*skrajny przykład bezczelności*», що в перекладі означає «крайній приклад нахабства», щоб різко охарактеризувати поведінку німецького політика Манфреда Вебера. Цей дисфемізм посилює негативне сприйняття та підкреслює критику, використовуючи надмірно негативне забарвлення для створення конфлікту [18].

У статті про політичні конфлікти фраза «*to jakby prezydent krął z wybośców*» («президент ніби знущався над виборцями») була використана для критики дій президента Анджея Дуди. Тут дисфемізм «*krął*» («знущався») створює образ зневажливої поведінки щодо виборців, що підсилює негативне ставлення до його дій [56].

У матеріалі про нагороду Золотий м'яч на порталі *Wprost.pl* обговорюються питання, пов'язані з перемогою Ліонеля Мессі, де використовуються такі вирази як «*ambasador*» (представник) та «*klasa*» (успіх), щоб підкреслити високі моральні та професійні якості спортсмена [71].

Часто в публікаціях на соціальну тематику, як до прикладу в інтернет-виданні *Wiadomosci.wp.pl*, часто використовуються такі гаслові слова, як «*dostępność*» (доступність) та «*równość*» (рівність), щоб надати значущості певним подіям або заходам, зокрема у контексті соціальних рухів та прав людини [49, 59].

Натомість у статті на *Gazeta.pl* згадується «*wielkie zwycięstwo siatkarzy z USA*» (велика перемога волейболістів з США) в контексті Олімпійських ігор. Цей вираз підкреслює успіх, навіть якщо подія мала менше значення, створюючи враження значущої перемоги [57].

У процесі розвідки було виявлено, що інтернет-видання часто застосовують такий прийом, як гра слів задля створення двозначності, неправильних асоціацій або для надання позитивного чи негативного відтінку певним явищам. До прикладу, стаття про конфлікт з будівельною компанією називається «Obwodnica kosztem rolnika», що буквально перекладається як «Об'їздна коштом фермера», але в польській мові це також може мати подвійне значення – натяк на нехтування інтересами звичайних людей заради великомасштабних проектів [45].

Ще одним прикладом є вираз «500 dni spokoju» (500 днів спокою) в політичній статті на RMF24.pl, що використовується в контексті політичної риторики. Це також можна інтерпретувати як гра слів, коли фраза звучить як обіцянка миру або ж спроба «заспокоїти» опозицію [37].

«Silna słaba. O tym, jak gra silna kobieta» – цитата психологині у тексті видання «Newsweek», що маніпулює протилежними значеннями «сильна» та «слабка», показуючи, як жінка може поєднувати різні якості. Гра слів підкреслює складність та парадоксальність образу сучасної жінки [60].

Гра слів може підкреслювати стратегічні дії, які здаватимуться політичною грою, створюючи алюзію на складні відносини між різними політичними силами. Наприклад, «W co gra Andrzej Duda?» – заголовок статті в «Newsweek», котрий аналізує політичні дії президента Польщі, використовуючи дієслово «gra», що натякає на політичні маневри або інтриги [62].

Характерною лексичною одиницею, яку можна часто зустріти в інтернет-виданнях, є метафора. Її використання для заміни букввальних виразів переносними значеннями може мати сильний емоційний вплив. У статті RMF24.pl про повінь у Нисі використовується фраза «najważniejsza noc w XXI-wiecznej historii miasta» (найважливіша ніч в історії XXI століття для міста), яка підкреслює критичність ситуації. Це метафоричне висловлення посилює емоційний вплив на читачів, акцентуючи на серйозності події [11].

У тексті присвяченому польському футболу, вислів «trenerzy w lepszym ze światów» (тренери в кращому зі світів) вжито для опису померлих видатних тренерів, включаючи Францішека Смуду. Це створює метафоричне зображення загробного життя як кращого місця для видатних людей [47].

У статті, присвяченій шахрайствам, що стосуються теплових насосів, вживається вираз «plaga oszustw» (чума шахрайств), де використовується слово «чума» в переносному значенні для підсилення вислову. У сучасному дискурсі воно може бути вжите з метою емоційного впливу на аудиторію [15].

Аналіз декількох новин показав, що лексичні засоби є потужним інструментом маніпуляції в інтернет-виданнях, оскільки дозволяють здійснювати емоційний вплив інформацією на аудиторію. У статтях часто використовуються евфемізми для пом'якшення негативних аспектів подій та дисфемізми для підвищення емоційного ефекту. Гаслові слова створюють враження значущості та надають подіям або діям символічного значення, особливо в соціальній та політичній тематиці.

Гра слів дозволяє створювати багатозначність та підсилювати іронію, додаючи виразності тексту. Часте використання метафор допомагає переносити значення, акцентуючи емоції та важливість описаних ситуацій, в той час, як неологізми та okazionalizmi привертають увагу до нових явищ. Повтори слугують для підкреслення важливих тем та утвердження певних поглядів.

Отже, лексичні засоби маніпуляції є ефективними у створенні потрібного емоційного настрою та впливають на сприйняття подій читачами, що підтверджує їх значну роль у сучасних ЗМІ.

3.2. Синтаксичні деформації як маніпулятивний прийом

Синтаксичні деформації є потужним маніпулятивним засобом, який часто використовується в медіа для впливу на сприйняття інформації. Їхня ефективність полягає в тому, що зміни у звичній синтаксичній структурі речень

дозволяють змінювати акценти, викликати емоції або формувати певні асоціації. Дослідження В. Карабана та М. Ребенко підтверджують, що маніпуляції з синтаксисом, зокрема через інверсію та парцеляцію, можуть створювати ефект підвищеної емоційності або підкреслення певних частин повідомлення. Наприклад, використання парцеляції дозволяє розбити речення на короткі фрази, посилюючи їх емоційне звучання та привертаючи увагу до кожного сегмента інформації. Крім того, використання інверсії може слугувати для того, щоб підкреслити окремі елементи повідомлення. Такий прийом часто використовується для виділення певних слів або фраз, що дозволяє маніпулювати емоційною оцінкою подій. Інверсія дозволяє створювати більш драматичні або акцентовані висловлювання, які можуть суттєво впливати на сприйняття інформації читачем [2, с. 28].

У статті про закриття аеропорту Окенце використовується інверсія для драматизації ситуації: «Ale jeśli zabraknie pasażerów tranzytowych, grozi im powtórka z «sukcesu» przekopu przez Mierzeję Wiślaną» (Але за умови нестачі транзитних пасажирів існує ризик повторення «успіху» переходу через Віслинську косу). Така структура речення робить акцент на можливих негативних наслідках, посилюючи тривожність щодо рішення про закриття аеропорту. У тій самій статті застосовано парцеляцію для створення ефекту підкреслення: «Zamknięcie Okęcia to sabotaż. Zwykły sabotaż» (Закриття «Окенце» – це саботаж. Простий саботаж). Це підкреслює негативну оцінку дій уряду, викликаючи сильні емоції у читачів та підсилюючи критичний тон повідомлення [31].

У статті про програму «Mieszkanie Plus» (Житло Плюс) використовується інверсія для наголошення на серйозності ситуації. Фраза «To jest prawie 2800 zł. Plus jeszcze do tego dochodzi opłata eksploatacyjna» (Це майже 2800 злотих. Плюс до цього є плата за обслуговування) змінює типовий порядок слів, щоб підкреслити високі витрати, які повинні нести люди. Такий синтаксичний

прийом акцентує суму оплати, надаючи їй більше емоційного забарвлення. У тій же статті зустрічається приклад парцеляції: «Jestem oszukany przez państwo. Umowy dojścia do własności są nierealne» (Мене обманює держава. Договори на доступ до майна нереальні). Тут розбиття тексту на короткі речення підсилює емоційний ефект та привертає увагу до ключових тверджень, що виражають розчарування учасників програми [64].

Одним із розповсюджених прийомів є риторичні запитання, які зазвичай не потребують відповіді, але створюють у читача враження, що відповідь очевидна. Такі запитання змушують аудиторію погоджуватися з автором, навіть не задумуючись про об'єктивність твердження. Науковці відзначають, що риторичні запитання посилюють маніпулятивний ефект, адже вони перетворюють повідомлення на форму діалогу, де відповідь є очевидною або неочікуваною, що сприяє зміні ставлення читача [7, с. 210].

На порталі Polsat News часто використовуються риторичні запитання для привернення уваги аудиторії та стимулювання дискусії. Наприклад, у статті на тему пенсійної реформи звучить запитання: «Czy wiek emerytalny zostanie obniżony?» (Чи буде знижено пенсійний вік?). Таке питання створює відчуття невизначеності й змушує читача задуматися над темою [22].

У статті про парад рівності в Ченстохові використано питання: «Czy w czasie Marszu Równości znieważono polskie godło?» (Чи було зневажено державний герб Польщі під час Маршу Рівності?). Це питання служить для привернення уваги читача та створення відчуття скандальності ситуації. Такий прийом може викликати емоційну реакцію в аудиторії, навіть якщо питання залишається без відповіді або відповідь не є однозначною [20].

Умовні речення також є ефективним маніпулятивним засобом. Вони часто використовуються для створення причинно-наслідкових зв'язків, які не завжди є очевидними або підтвердженими фактами. Як зазначає А. Коваль, вживання умовних речень у медіатекстах дозволяє маніпулювати можливими наслідками

або підсилювати припущення, створюючи таким чином уявну загрозу чи надію на краще майбутнє [3, с. 58].

Умовні конструкції сприяють уникненню прямого звинувачення та можуть бути засобом для поширення упереджених думок. Вони підвищують гнучкість тексту та полегшують маніпулювання його змістом. [9, с. 122].

На порталі Super Express в матеріалі про загрози повені в житловому районі Щецина Виспа Пуцька, зазначено: «Pozostaje mieć nadzieję, że tym razem będzie podobnie, zwłaszcza że prognozy hydrologiczne są raczej optymistyczne» (Залишається сподіватися, що цього разу буде так само, тим більше, що гідрологічні прогнози досить оптимістичні) – твердження вказує на можливість, що ситуація розвиватиметься добре за певних умов [67].

У статті, присвяченій кризовій ситуації в Опольському воєводстві, також використовується умовне речення: «Jeśli prognozy się sprawdzą, sytuacja może się jeszcze pogorszyć» (Якщо прогнози справдяться, ситуація може погіршитися ще більше). Тут обговорюється можливе погіршення ситуації у випадку продовження опадів [30].

Наявність у тексті закликів до дії є ще одним способом маніпуляції, адже вони мають на меті стимулювання аудиторії до певних дій або думок. Вони часто мають форму імперативів і використовуються в рекламних або політичних текстах для негайного виклику реакції. Використання фраз на кшталт «Proszę nie robić z ludzi idiotów» (Не робіть, будь ласка, з людей дурнів) у політичних дискусіях посилює емоційну реакцію та привертає увагу до питання, що обговорюється. Це є прикладом впливу на емоції аудиторії через безпосередні звернення або емоційні висловлювання [21].

Іншим прикладом є стаття про парад рівності в Варшаві, в якій висловлювання «Tolerancja oznacza szczęśliwe społeczeństwo» (Толерантність означає щасливе суспільство), є закликом до підтримки цінностей

толерантності. У такий спосіб медіа намагаються вплинути на суспільну думку, формуючи уявлення про необхідність змін у ставленні до меншостей [48].

На сайті Onet.pl знайшовся приклад заклику до дії в статті про покращення повсякденних звичок: «Wybierz zatem jakiś rodzaj aktywności fizycznej, którą będziesz mógł uprawiać regularnie». У статті пропонуються різні методи покращення енергії та настрою, заохочуючи читача до дій, таких як фізичні вправи, гумор, спілкування з позитивними людьми, а також регулярний сон і короткі перерви на роботі. Це створює прямий заклик до впровадження цих звичок у повсякденне життя для покращення самопочуття та продуктивності [10].

Синтаксичні деформації відіграють важливу роль у створенні маніпулятивних повідомлень у медіа. Вони дозволяють журналістам змінювати сприйняття інформації аудиторією коштом структурування речень таким чином, щоб підкреслити потрібні аспекти та викликати емоційні реакції.

Інверсія використовується для того, щоб акцентуючи певні елементи повідомлення, роблячи їх важливішими в очах читача. Цей прийом, як показано у статтях з Rzeczpospolita та Polsat News, часто застосовується для драматизації або загострення ситуації, змушуючи аудиторію звертати увагу на певні наслідки чи ризики. Інверсія робить висловлювання більш виразними, що сприяє емоційній залученості читача.

Парцеляція створює ефект підвищеної емоційності. Короткі речення привертають увагу до кожного сегмента окремо, змушуючи зосередитися на ключових твердженнях. Це ефективний інструмент для надання тексту драматичності, особливо у контексті негативних оцінок або критики, як у прикладі з Polsat News про програму «Mieszkanie Plus».

Додатково до інверсії та парцеляції, синтаксичні маніпуляції включають використання риторичних запитань та умовних речень. Риторичні запитання зазвичай не потребують відповіді, але провокують читача погоджуватися з

думкою автора. Умовні речення, своєю чергою, дозволяють створювати причинно-наслідкові зв'язки, які можуть не мати реальних підтверджень, але формують певні очікування або страхи в аудиторії.

Отже, синтаксичні маніпуляції, такі як інверсія, парцеляція, риторичні запитання та умовні речення, є потужними інструментами впливу на читача. Вони допомагають виділяти ключові аспекти інформації, керувати емоціями аудиторії та формувати певне ставлення до подій або осіб, про які йде мова в медіа. Ці прийоми дозволяють створювати контент, який є не лише інформативним, але й емоційно забарвленим, що підсилює його маніпулятивний ефект.

3.3. Прагматичні аспекти мовних маніпуляцій у польськомовних інтернет-виданнях

Мовні маніпуляції в інтернет-виданнях часто використовуються для впливу на думку читачів шляхом вибіркового представлення інформації, емоційного забарвлення та риторичних прийомів. Це робить текст ефективним інструментом формування громадської думки, викликаючи приховані емоційні реакції та обмежуючи критичне мислення аудиторії. Прагматичні трансформації передбачають зміну форми та змісту тексту для збереження прагматичного впливу на читача. [6, с. 207].

Б. Маліновський зазначав: «Якщо найбільш давньою та фундаментальною функцією мовлення є прагматична – спрямовувати, контролювати та співвідносити діяльність людей між собою, то досліджувати мовлення можна лише в контексті ситуації». [35, с. 172].

Н. Лиса підкреслювала, що прагматична функція також вивчає вербальний контроль поведінки людини та моделює її соціальну та особистісну поведінку за допомогою мови. Дослідники вважають, що прагматична функція

– це загальне поняття таких функцій мови: мотиваційної, емоційно-оцінної, експресивної, комунікативної та інші [4, с. 59-60].

У польськомовних інтернет-виданнях мовні маніпуляції здійснюються через різні мовні прийоми, включаючи використання емоційно навантаженої лексики, риторичних запитань та стратегічне підкреслення або замовчування інформації. Розглянемо прагматичні аспекти мовних маніпуляцій, які були представлені та проаналізовані вище.

В прикладі новини з порталу RMF24.pl про повінь у Нисі, де використовується фраза «najważniejsza noc w XXI-wiecznej historii miasta», можна виділити кілька суттєвих прагматичних наслідків. Використання метафоричного висловлення акцентує на серйозності події, вказуючи на те, що ситуація є надзвичайно важливою. Це може спонукати читачів усвідомити ступінь загрози, з якою стикається місто, та заохотити до термінових дій. Такий вислів посилює емоційний вплив на читачів, формуючи відчуття тривоги та відповідальності. Це може підвищити зацікавленість у подіях та активізувати обговорення в суспільстві. Описуючи ніч як «найважливішу», стаття може стимулювати відчуття колективної ідентичності серед жителів Ниси. Це може призвести до згуртування громади навколо спільної мети – подолання наслідків повені. Такий акцент може також впливати на сприйняття діяльності місцевої влади та служб реагування. Читачі можуть оцінювати їхні дії як критично важливі для подолання кризи, що підвищує довіру до їхніх зусиль. Фраза вказує на терміновість ситуації, що може спонукати читачів до активних дій, таких як надання допомоги постраждалим або підтримка заходів безпеки. Це підкреслює важливість оперативних реакцій у кризових ситуаціях. Водночас підкреслення важливості події може мати двоякий ефект. Хоча воно підвищує обізнаність про ризику, може також призвести до збільшення паніки серед населення. Тому важливо, щоб журналісти доповнювали такі висловлення конкретними рекомендаціями щодо дій. Таким чином, даний приклад ілюструє, як мовні

маніпуляції можуть суттєво впливати на сприйняття ситуації та формування емоційних реакцій у читачів, підкреслюючи серйозність події та закликаючи до активності [11].

Наступний приклад, який хотілося б висвітлити про пенсійну реформу, де поставлено питання «Czy wiek emerytalny zostanie obniżony?» (Чи буде знижено пенсійний вік?), має також кілька важливих прагматичних наслідків. По перше, запитання викликає в читача відчуття невизначеності щодо майбутнього пенсійного віку. Це може спричинити занепокоєння, особливо серед людей, які наближаються до пенсійного віку, адже вони прагнуть отримати чітку інформацію про свої права та можливості. Таке формулювання може спонукати читачів більш активно цікавитися темою пенсійної реформи. Це може призвести до підвищення рівня обізнаності про зміни в законодавстві та вплив цих змін на їхнє життя. Невизначеність щодо пенсійного віку може спонукати людей до більшої політичної активності, наприклад, шляхом участі в мітингах або зверненнях до політиків з вимогами про ясність і конкретику в питаннях пенсійної реформи. Таке питання може також слугувати інструментом маніпуляції з боку медіа чи політиків, створюючи певний порядок денний і формуючи громадську думку на користь або проти певних ініціатив. Таким чином, цей приклад демонструє, як просте запитання може мати значний вплив на сприйняття теми, формуючи емоційні та соціальні реакції в суспільстві, а також активізуючи громадську участь у дискусіях щодо важливих соціальних питань [22].

В прикладі використання фрази «Proszę nie robić z ludzi idiotów» (Не робіть, будь ласка, з людей дурнів) зі статті про політичні дискусії на Polsanetnews.pl важливо підкреслити підвищення емоційної напруги, яку спричиняє це висловлювання у слухачів. Воно може як активізувати підтримку, так і спричинити протилежні емоції в опонентів. Такі фрази ефективно привертають увагу до обговорюваного питання. Вони можуть стати

«кричущими» моментами в дискусії, які підкреслюють важливість теми та змушують аудиторію замислитися над її суттю. Це звернення не лише підкреслює невдоволення, але й закликає аудиторію до критичного мислення. Воно може стимулювати обговорення про етичні та соціальні питання, пов'язані з політичними рішеннями. Використання агресивних висловлювань може призвести до поляризації громадської думки. Це може створити «нас» проти «них», заважаючи конструктивному діалогу і ведучи до конфлікту між різними групами. Замість того, щоб зосередитися на раціональних аргументах, увага аудиторії може зміститися на емоційні реакції, що знижує ефективність аргументації і веде до домінування емоцій над логікою. Тому використання емоційно заряджених висловлювань у політичних дискусіях не лише впливає на сприйняття теми, але й формує динаміку обговорення, заважаючи конструктивному діалогу та поляризуючи суспільство [21].

Під час розгляду прагматичних аспектів мовних маніпуляцій у польськомовних інтернет-виданнях було виявлено, що використання мовних прийомів здатне значно вплинути на формування громадської думки. Аналіз прикладів з новин демонструє, як риторичні прийоми, емоційно заряджені висловлення та вибіркоче представлення інформації можуть суттєво впливати на сприйняття читачами актуальних суспільних тем.

По-перше, використання метафор і емоційних акцентів не лише підкреслює серйозність події, але й формує відчуття колективної ідентичності та відповідальності серед населення. Це спонукає до активних дій, проте може викликати і паніку, що підкреслює необхідність обережного підходу в подачі інформації.

По-друге, різного роду запитання демонструють, як невизначеність може викликати занепокоєння серед населення, спонукаючи до більшої політичної активності. Такі запитання служать інструментами маніпуляції, які можуть формувати громадську думку й визначати порядок денний у суспільстві.

По-третє, фрази, які викликають емоційну реакцію, здатні поляризувати громадську думку та активізувати дискусії. Вони можуть стати рушійною силою для формування критичного мислення, але й водночас призводити до конфліктів між різними групами.

Таким чином, прагматичні аспекти мовних маніпуляцій в інтернет-виданнях вказують на складність взаємодії між мовою, емоціями та громадською свідомістю. Цей вплив не лише формує сприйняття актуальних тем, але й відображає соціальні та політичні динаміки, які є важливими для розуміння сучасного медіа-ландшафту.

3.4. Мультимодальні засоби маніпуляцій та їх зв'язок з текстом

Мультимодальність – це здатність людини об'єднувати різні способи сприйняття та комунікації, як-от вербальні, візуальні, кінетичні та інші. Цей термін стосується поєднання різних сенсорних та комунікативних кодів, таких як зір, звук, текст, зображення, відео, музика, що створюють зміст у кожному конкретному повідомленні [1, с. 88].

Дж. Бейтмен підкреслив, що при мультимодальному аналізі взаємодій мова перестає бути феноменом, що існує окремо від людини. Він звертає увагу на різні канали сприйняття інформації, акцентуючи на вербальних та невербальних аспектах [14, с. 121].

Розглянемо декілька прикладів статей, які було згадано вище, де яскраво використані мультимодальні засоби маніпуляції.

У статті «Nie nazywaj obozu dla uchodźców «obozem» – zwłaszcza jak jesteś Niemcem» (Не називай табір для біженців «табором» – особливо якщо ти німець) заголовок містить емоційне твердження, яке фокусується на моральному аспекті («не називай», «особливо якщо ти німець»), підкреслюючи етику мовлення в контексті історичної пам'яті. Цей елемент підсилює увагу до теми, наводячи на певне судження ще до читання статті.

У статті представлено ілюстративне фото, на якому зображений хлопчик, що стоїть за колючим дротом. Воно викликає співчуття до біженців або страх перед можливими «негативними» наслідками їхнього розміщення. Зображення має маніпулятивний ефект, оскільки підкреслює розподіл та безпорадність людей, підсилює соціальне обурення умовами їхнього перебування. Емоційний контраст між текстом про політику (як іменувати такі табори) та самим фото підсилює поляризацію думок і формує критичне ставлення до учасників ситуації [44].



Рис. 3.1. Табір біженців у Греції

Джерело: Метт Карді (Matt Cardy) / Getty Images

Стаття «Parada Równości. Po raz dwudziesty na ulicach Warszawy» («Парад рівності». Вже двадцяте на вулицях Варшави) містить яскраві, кольорові фото натовпу з прапорами ЛГБТК+ спільноти. Такі знімки підсилюють відчуття масовості заходу, можуть створювати позитивний або спокійний настрій. Фото додають енергії події та формують відчуття солідарності, а позитивна лексика в

тексті підштовхує читача до прийняття події як звичайної, позитивної. Це зменшує сприйняття маршу як потенційно суперечливої події [49].



Рис. 3.2. «Парад рівності». Вже двадцятьє на вулицях Варшави

Джерело: Агентство «Газета». Яцек Марчевський

Відеоматеріал у статті «Wielka woda zagraża tysiącom działkowców. W tych dniach ma być najgorzej» (Велика вода загрожує тисячам власників земельних ділянок. Очікується, що ці дні будуть найгіршими), яка може зачепити тисячі мешканців, зокрема дачників, підсилює драматизм ситуації за допомогою таких мультимодальних елементів, як відео та звук.

У відео зображаються розливи води поблизу дач, а також кадри, на яких вода підходить впритул до житлових будівель та доріг. Це візуально демонструє масштаб проблеми та наочно показує загрозу. Включення в кадр жителів або власників ділянок, які борються з підвищенням води, викликає емоційний відгук. Їхні дії та вигляд додають відео людяності, підсилюючи емпатію аудиторії. Повільні кадри затоплених місць та стурбованих людей підсилюють атмосферу безвиході, змушуючи глядача зануритися у проблематику. Це все підсилюється мелодією драматичного характеру та фоновими звуками води.

Поєднання драматичних візуальних сцен із реалістичними звуками створює сильний емоційний вплив. Такий підхід налаштовує аудиторію на негативне ставлення до ситуації, викликає почуття тривоги і співчуття до мешканців. Це може призвести до формування певних громадських настроїв, як-от підтримка рішень щодо негайних дій, фінансової допомоги чи зміни інфраструктури для запобігання подібним ситуаціям у майбутньому [67].



Рис. 3.3. Загроза повені в житловому районі Виспа Пуцька

Джерело: Гжегож Ключинський, родинне садівниче товариство «Ютшенка»

Стаття «Świat dostępny dla wszystkich» (Світ доступний для всіх) містить фотографії людей з інвалідністю, зображених у звичній для більшості аудиторії обстановці. Це візуально привертає увагу до проблем з інклюзією, викликаючи співчуття та розуміння.

Фото людей із різними можливостями викликають емоційну реакцію співчуття та поваги, що формує позитивне сприйняття ідей інклюзії, поданих у тексті. Слова в тексті підсилюють цей ефект, акцентуючи труднощі, з якими стикаються люди з інвалідністю, і викликають у читача бажання підтримати такі ініціативи [59].



Рис. 3.4. Дорога без бар'єрів

Джерело: Міністерство фінансів та регіональної політики

Відеоматеріал у статті «Bez pieniędzy i pompy ciepła – plaga oszustw» (Без грошей і теплових насосів – чума шахраїв) є показовим прикладом використання мультимодальних елементів для підсилення відчуття несправедливості та співчуття до потерпілих.

У матеріалі представлено інтерв'ю з потерпілими. Включення в кадр осіб, які стали жертвами шахрайства, дозволяє глядачам бачити емоційний стан цих людей. Їхні вирази обличчя, жестикулювання та тон голосу відображають розчарування та злість, викликаючи в глядача емоційну реакцію. Зображення приміщень, які залишилися без опалення або належного обладнання, підкреслюють серйозність проблеми. Це також наголошує на фізичному і матеріальному збитку, який переживають люди. Часто на екрані показують документи – договори або квитанції, які візуально підтверджують офіційний

характер угод і підсилюють відчуття того, що потерпілі були обмануті цілеспрямовано та безжально.

Поєднання кадрів із засмученими потерпілими, деталями їхніх домоволодінь без тепла та офіційними документами створює відчуття довіри до матеріалу та справжності їхньої біди. Цей мультимодальний підхід викликає обурення у глядача щодо шахраїв і одночасно формує співчуття до потерпілих [15].

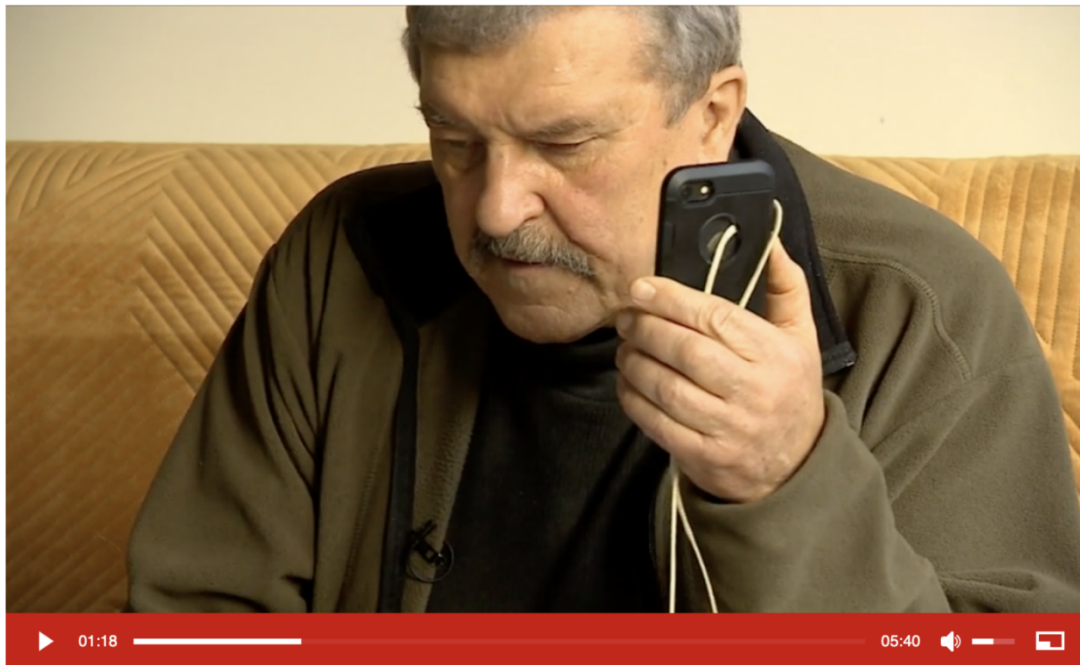


Рис. 3.5. Знімок екрана з репортажу «Bez pieniędzy i pompy ciepła – plaga oszustw»

Джерело: Анета Краєвська

У статті «2 tys. osób na wale w Nysie. «Najważniejsza noc w historii miasta» (2 000 людей на набережній у Нисі. «Найважливіша ніч в історії міста») мультимодальні матеріали, зокрема відео та фотографії, відіграють ключову роль у формуванні емоційного сприйняття подій. Це досягається через використання драматичних кадрів, реалістичних звуків та інших мультимодальних засобів, які допомагають передати масштаби катастрофи та вплив на місцеве населення.

Зображення людей, які працюють над зміцненням дамби або рятують майно, підсилює відчуття надзвичайної ситуації. Коли глядач бачить жителів, які об'єднуються для боротьби зі стихією, це викликає співчуття та бажання підтримати їх.

Панорама міста, загальні види місцевості, яка поступово затоплюється, створюють уявлення про масштаби проблеми. Це дозволяє глядачеві відчути, як повинь торкнулася не лише конкретних районів, а й усього міста.

Мультимодальні елементи у матеріалі про повинь в Нисі створюють глибоке емоційне залучення, адже вони показують стихію як загрозу, яка ставить під удар всю місцеву громаду. Такі кадри та звуки допомагають викликати сильні почуття тривоги, співчуття та солідарності, а також налаштовують аудиторію на підтримку заходів для допомоги потерпілим [11].



Рис. 3.6. Знімок екрана зі статті «2 tys. osób na wale w Nysie. «Najważniejsza noc w historii miasta»

Джерело: Місто і гміна Ниса. Офіційна сторінка у соціальні мережі «Facebook»

Розглянуті мультимодальні матеріали підтверджують, що поєднання візуальних, аудіо та текстових елементів дозволяє значно підсилити маніпулятивний вплив на аудиторію. Використання мультимодальності в журналістських статтях створює глибокий емоційний контекст, який може вплинути на ставлення аудиторії до описуваної ситуації та викликати у неї конкретні емоційні реакції – страх, співчуття, обурення або солідарність.

Візуальні елементи (фотографії, відео, кадри) формують перше враження та надають матеріалам емоційної інтенсивності. Вони дозволяють аудиторії уявити себе на місці подій та посилюють відчуття присутності й причетності до ситуації. Аудіо-супровід (звуки стихії, голос диктора, емоційні інтерв'ю) створює реалістичний звуковий фон, що також впливає на емоційний стан сприйняття. Реалістичні звуки, зокрема шум води або мелодії драматичного характеру, роблять історії більш зворушливими та створюють відчуття невідворотності подій. Текстовий супровід часто містить слова, які спрямовують інтерпретацію зображених подій та підсилюють обраний емоційний настрій. Наприклад, використання лексики, що акцентує на безвиході або наголошує на серйозності ситуації, підштовхує аудиторію до певного сприйняття.

Отже, мультимодальні засоби не лише покращують передачу інформації, але й мають потенціал для маніпулювання емоціями та установками аудиторії. Таке поєднання елементів дозволяє створити глибокий та потужний вплив на свідомість, налаштовуючи аудиторію на певні оцінки та реакції щодо подій чи соціальних явищ.

Висновки до Розділу III.

У розділі було детально розглянуто мовні та синтаксичні маніпулятивні прийоми, що використовуються в інтернет-виданнях, а також прагматичні та мультимодальні засоби, які впливають на сприйняття інформації аудиторією. Висновки свідчать про те, що такі інструменти є ефективними засобами маніпуляції, які формують емоційний настрій і підштовхують до певних оцінок подій.

Зокрема, лексичні засоби, як-от евфемізми, дисфемізми, метафори та гра слів, дозволяють змінювати акценти в подачі новин. Вони сприяють як пом'якшенню або підсиленню емоційної реакції, так і наданню подіям символічного значення. Такий підхід спрощує передачу певних ідей, впливаючи на громадську думку.

Синтаксичні деформації, включаючи інверсію та парцеляцію, створюють можливості для підсилення емоційного ефекту тексту. Вони допомагають підкреслити ключові аспекти інформації та викликають у читача певні емоційні реакції. Наприклад, короткі речення, як у випадку з парцеляцією, ефективно утримують увагу та додають драматизму.

Прагматичні аспекти маніпуляцій відображають загальні тенденції до створення емоційно заряджених висловлювань, що впливають на критичне мислення аудиторії. Використання таких прийомів, як риторичні питання чи вибіркоче представлення фактів, дозволяє посилювати вплив на суспільну думку.

Мультимодальні засоби, включаючи зображення, відео та аудіо, ще більше підсилюють маніпулятивний ефект, оскільки створюють глибокий емоційний контекст. Вони надають інформації особливої виразності, викликаючи емоційні реакції й забезпечуючи сильний вплив на аудиторію.

Таким чином, у сукупності різноманітні маніпулятивні прийоми дозволяють інтернет-виданням впливати на громадську думку, створювати емоційні установки та формувати специфічне ставлення до певних подій чи тем.

ВИСНОВКИ

Мовні маніпуляції є невіддільною частиною сучасних медіа, зокрема польськокомовних інтернет-видань, що проявляються у формуванні цільових меседжів через використання емоційно забарвлених слів, синтаксичних конструкцій, а також графічних та мультимодальних елементів. На базі проаналізованих матеріалів польських видань, таких як Onet.pl, Gazeta.pl, Polsat News, Wiadomosci.wp.pl та ряду інших, було виявлено, що вибір мовних одиниць та конструкцій слугує ефективним засобом переконання та впливу на думки та емоції читачів. Такі прийоми особливо дієві в онлайн-середовищі, де швидкість передачі інформації, її інтерактивність та широкий доступ до аудиторії підсилюють вплив маніпуляцій.

Основні прийоми маніпуляції зосереджені навколо лексичних засобів. Активне використання евфемізмів у таких словосполученнях, як «centrum tranzytowe» замість слова «obóz», змінює акценти у висвітленні ситуацій, пов'язаних з утриманням біженців, і пом'якшує можливий негативний контекст, що виникає з історичних асоціацій цього слова. У матеріалі про відставку міністра сільського господарства було застосовано евфемізм «podał się do dymisji» замість більш прямого «звільнений» чи «вимушений покинути посаду». Таке подання інформації знижує негативне забарвлення події, роблячи її прийнятнішою для суспільства, адже «подача у відставку» викликає менш гострі емоції, ніж звільнення. Натомість дисфемізми активно використовуються для емоційного посилення тексту, як, наприклад, фраза «skrajny przykład bezczelności» у висловлюваннях про німецького політика Манфреда Вебера. Це формулювання посилює негативне сприйняття читачами та підштовхує їх до критичного ставлення до подій або політиків.

Важливим елементом маніпулятивної стратегії є використання метафор, які дозволяють переносити значення, змінюючи акценти і створюючи нові,

більш експресивні уявлення про подію. Наприклад, у статті RMF24.pl, що описує повінь у Нисі, фраза «najważniejsza noc w XXI-wiecznej historii miasta» підкреслює катастрофічний характер події, навіть якщо об'єктивні масштаби були меншими, ніж може здатися. Це стимулює емоційну реакцію аудиторії, підкреслюючи серйозність події та привертаючи увагу до певних соціальних чи політичних проблем. У матеріалі про польський футбол також використовується метафора «trenerzy w lepszym ze światów» для опису померлих видатних тренерів, що додає зображенню їхнього статусу особливий емоційний відтінок. Такі приклади свідчать про можливість створення глибокого символічного значення за допомогою метафор, що формують позитивні або негативні емоційні реакції.

Синтаксичні засоби, як інверсія та парцеляція, також відіграють важливу роль у підсиленні маніпулятивного ефекту повідомлень. Наприклад, парцеляція використовується для створення драматизму та підкреслення ключових моментів у тексті. У статті Rzeczpospolita про закриття аеропорту Окенце у Варшаві використовується вислів: «Zamknięcie Okęcia to sabotaż. Zwykły sabotaż». Поділ тексту на короткі фрази підсилює емоційний ефект, змушуючи читача зосередити увагу на цих словах, формуючи гостро негативне ставлення до уряду. Інверсія у фразі «To jest prawie 2800 zł. Plus jeszcze do tego dochodzi opłata eksploatacyjna» в матеріалі про програму «Mieszkanie Plus» акцентує високі витрати для громадян, що викликає емоційне обурення та підштовхує до критичного сприйняття урядової програми. Такі синтаксичні деформації дають змогу маніпулювати акцентами та виділяти елементи, які необхідні для підсилення маніпулятивного впливу.

Дослідження прагматичних засобів маніпуляції також виявило ефективність риторичних запитань, умовних речень та імперативів у маніпулятивних текстах. Риторичні запитання, що не потребують відповіді, часто використовуються для створення в аудиторії враження очевидності

відповіді або невизначеності, яка викликає тривогу. Наприклад, на порталі Polsat News у статті про пенсійну реформу звучить запитання: «Czy wiek emerytalny zostanie obniżony?», що стимулює сумніви та занепокоєння серед аудиторії. Умовні речення також додають тексту маніпулятивного впливу, адже створюють уявлення про можливі негативні наслідки, що не завжди мають об'єктивні підстави. Важливу роль відіграють і заклики до дії, як у статті Wiadomosci.wp.pl про соціальні заходи, де фраза «Tolerancja oznacza szczęśliwe społeczeństwo» використовувалася для спонукання до підтримки певних цінностей.

Мультимодальні засоби є ще одним важливим компонентом маніпулятивної стратегії сучасних інтернет-видань. Комбінація тексту з фотографіями, інфографіками та відеоматеріалами дозволяє посилити емоційний вплив на аудиторію, адже візуальні елементи, такі як фото натовпу під час протестів або світлини зон природних катастроф, додають тексту емоційної ваги. Так, у статті про парад рівності у Варшаві Wiadomosci.wp.pl супроводжують зображення людей з плакатами та прапорами, що не лише привертає увагу, але й викликає симпатію або антипатію, залежно від упереджень читача. Це дозволяє редакторам формувати емоційні установки без додаткових лінгвістичних прийомів, оскільки сама картинка здатна викликати необхідні емоції.

У цілому, дослідження підкреслило ефективність поєднання лексичних, синтаксичних, прагматичних та мультимодальних прийомів, що спільно формують сильний маніпулятивний ефект. Ці прийоми особливо дієві в умовах сучасного медійного простору, де швидкість поширення інформації, широкі можливості її візуалізації та легкий доступ до аудиторії створюють сприятливі умови для маніпуляцій. Польськомовні інтернет-видання активно використовують маніпулятивні стратегії для формування громадської думки, і результати дослідження підтверджують необхідність розвитку критичного

мислення в аудиторії, щоб забезпечити належний рівень усвідомленого медіаспоживання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білецька Т., Гаврилюк О. Мультиmodalність текстів сучасних англomовних журналістів-блогерів. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Філологія. Журналістика. Том 33 (72) № 2 Ч. 1 2022. С. 87-93.
2. Карабан В., Ребенко М. Природа перекладацьких деформацій. В'ячеслав Карабан, Марина Ребенко. *Вісн. київ. нац. ун-ту імені Тараса Шевченка*. Іноземна філологія. К., 2007. С. 27-31.
3. Коваль А. Психологічні аспекти впливу засобів масової комунікації на свідомість громадян: безпека та збиток. *Наука і освіта*. 2015. № 11–12. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NiO_2015_11-12_11 (дата звернення: 21.10.2024).
4. Лиса Н. Структурні та лінгвопрагматичні особливості рекламного знака (на матеріалі англomовної реклами): автореф. дис. ... канд. філ. наук. Львів, 2003. 241 с.
5. Матушевська Н. Мовна маніпуляція як різновид маніпулятивного впливу. *Актуальні проблеми сучасної лінгвістики та методики викладання мови і літератури* : Матеріали онлайн конф., 25 лют. 2016 р. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/id/eprint/20415> (дата звернення: 10.09.2024).
6. Селіванова О. Проблема диференціації перекладацьких трансформацій. *Нова філологія*. 2012. № 50. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Novfil_2012_50_58 (дата звернення: 19.10.2024).
7. Руденко Н. Нетипові питальні речення як інструмент психолінгвістичної маніпуляції в англійській мові. *Актуальні проблеми романо-германської філології та прикладної лінгвістики: науковий журнал* / ред. кол. В. І.

- Кушнерик та ін. Чернівці: Видавничий дім «Родовід», 2016. Вип. 11–12, Ч. 2. С. 208–212.
8. Труба Г., Гречка С. Теоретичне обґрунтування сутності поняття «мовленнєва маніпуляція» у політичному дискурсі. *Вісник ОНУ*. 2020. Т. 25, № 2(22). URL: <https://dspace.onu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/209c183b-4862-446e-9f07-2a09f0b42a02/content> (дата звернення: 12.09.2024).
 9. Чік Л. Засоби мовного маніпулювання у сучасних ЗМІ. *Літературний процес: методологія, імена, тенденції*. Сер. Філологічні науки. 2015. № 5. С. 121–123.
 10. 15 codziennych nawyków, które dodadzą ci energii do działania. URL: <https://kobieta.onet.pl/zdrowie/psychologia/15-codziennych-nawykow-ktore-dodadza-ci-energii-do-dzialania/mb4pzj> (data dostępu: 16.10.2024).
 11. 2 tys. osób na wale w Nysie. «Najważniejsza noc w historii miasta». URL: https://www.rmf24.pl/raporty/raport-powodz-w-polsce-2024/fakty/news-2-tys-osob-na-wale-w-nysie-najwazniejsza-noc-w-historii-mias,nId,7804718#crp_state=1 (data dostępu: 27.10.2024).
 12. Al-Hindawi F. H. H., Kamil S. I. The pragmatic nature of manipulation. 2017. URL: <https://doi.org/10.36317/0826-010-033-041> (date of access: 15.09.2024).
 13. Bahrudin A. Pragmatic analysis on the language expression used in super-t t-shirt. 2013. URL: https://eprints.ums.ac.id/26583/19/02._Jurnal_Publikasi.pdf (date of access: 28.08.2024).
 14. Bateman J. Text and Image: a Critical Introduction to the Visual. London; New York: Routledge, 2014. 520 p
 15. Bez pieniędzy i pompy ciepła. Plaga oszustw. URL: <https://interwencja.polsatnews.pl/reportaz/2023-01-12/bez-pieniedzy-i-pompy-ciepła-plaga-oszustw/> (data dostępu: 01.10.2024).

16. Biela B. Typy i mechanizmy manipulacji w mediach. *Studia pastoralne*. 2016. No. 12.
URL: https://www.researchgate.net/publication/353346588_Typy_i_mechanizmy_manipulacji_w_mediach (data dostępu: 20.10.2024).
17. Bralczyk J. Przeczytaj - Zintegrowana Platforma Edukacyjna. *Zintegrowana Platforma Edukacyjna*. URL: <https://zpe.gov.pl/a/przeczytaj/DDrsa96W6>.
18. Burza po słowach Manfreda Webera. «Skrajny przykład bezczelności. URL: <https://wiadomosci.onet.pl/kraj/burza-po-slowach-manfreda-webera-skrajny-przyklad-bezczelnosci/470e89k> (data dostępu: 08.10.2024).
19. Commentary. Critical Thinking and Reasoning. 2020. URL: https://doi.org/10.1163/9789004444591_017 (date of access: 11.10.2024).
20. Częstochowa: Czy w czasie Marszu Równości znieważono polskie godło? URL: https://www.rmfm24.pl/fakty/polska/news-czestochowa-czy-w-czasie-marszu-rownosci-zniewazono-polskie-nId,2604156#crp_state=1 (data dostępu: 08.10.2024).
21. Czy sprawa reprivatyzacji doprowadzi do ostatecznej klęski Platformy Obywatelskiej? – wyniki sondy programu «Tak czy Nie». URL: <https://www.polsatnews.pl/wiadomosc/2016-09-08/czy-sprawa-reprivatyzacji-doprowadzi-do-ostatecznej-klaski-platformy-obywatelskiej-sonda-programu-tak-czy-nie/> (data dostępu: 15.10.2024).
22. Czy wiek emerytalny zostanie obniżony? – wyniki sondy programu «Tak czy Nie». URL: <https://www.polsatnews.pl/wiadomosc/2016-07-12/czy-wiek-emerytalny-zostanie-obnizony-sonda-programu-tak-czy-nie/> (data dostępu: 16.10.2024).
23. Fakt.pl – Wiadomości, Wydarzenia, Informacje. *Fakt.pl – Wiadomości, Wydarzenia, Informacje*. URL: <https://www.fakt.pl> (data dostępu: 30.10.2024).

24. Gazeta.pl - Polska i świat - wiadomości | informacje | wydarzenia. *Gazeta.pl - Polska i świat - wiadomości | informacje | wydarzenia*. URL: <https://www.gazeta.pl/0,0.html> (data dostępu: 30.10.2024).
25. Geeraerts D. Lexical semantics. *International encyclopedia of the social & behavioral sciences*. 2015. URL: <https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/lexical-semantics> (date of access: 26.09.2024).
26. Habrajska G. Nakłanianie, perswazja, manipulacja językowa. *Folia litteraria polonica*. 2005. Vol. 7. URL: https://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.hdl_11089_9419/c/92-125.pdf (data dostępu: 21.09.2024).
27. Hrebin N. V. Psychological aspects of manipulation within an interpersonal interaction: manipulations and manipulators. *Personality in society: psychological mechanisms of activity*. 2020. URL: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-209-1/34-52> (date of access: 08.09.2024).
28. Interia - Polska i świat: informacje, sport, gwiazdy. *Interia - Polska i świat: informacje, sport, gwiazdy*. URL: <https://www.interia.pl> (data dostępu: 30.10.2024).
29. Iswara A. A., Bisena K. A. Manipulation and persuasion through language features in fake news. *RETORIKA: jurnal ilmu bahasa*. 2020. Vol. 6, no. 1. URL: <https://doi.org/10.22225/jr.6.1.1338.26-32> (date of access: 06.09.2024).
30. Krytyczna sytuacja w Jarnołtówku. Woda przelewa się przez tamę. URL: <https://wiadomosci.onet.pl/opole/krytyczna-sytuacja-w-jarnoltowku-woda-przelewa-sie-przez-tame/wmx9txh> (data dostępu: 06.10.2024).
31. Krzysztof Adam Kowalczyk: Tak, zamknięcie i parcelacja Okęcia to sabotaż. URL: <https://www.rp.pl/opinie-ekonomiczne/art39021291-krzysztof-adam-kowalczyk-tak-zamkniecie-i-parcelacja-okecia-to-sabotaz> (data dostępu: 11.10.2024).

32. Lasswell H. Propaganda technique in World War I. MIT Press, 1971.
URL: https://books.google.com.ua/books?id=_XESEAAAQBAJ (date of access: 02.09.2024).
33. Lichański J. Retoryka i manipulacja. Manipulacja w mediach. Warszawa, 2020.
URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1305286> (data dostępu: 09.09.2024).
34. Linguistic discourse in the system of language manipulative technologies (based on the material of english political advertising) / G. B. Aliyeva et al. *Revista amazonia investiga*. 2023. Vol. 12, no. 66.
URL: <https://doi.org/10.34069/ai/2023.66.06.22> (date of access: 16.09.2024).
35. Malinowski B. Review of M.M. Lewis 1936. *Nature*. 1937. V. 140. P. 172–173.
36. Manipulative tactics in modern english-language media discourse / L. Mialkowska et al. *Conhecimento & diversidade*. 2023. Vol. 15, no. 38.
URL: <https://doi.org/10.18316/rcd.v15i38.11077> (date of access: 12.09.2024).
37. Marek Migalski: W 2015 Jarosław Kaczyński ponownie wystartuje. URL: https://www.rmf24.pl/raporty/raport-wybory-2010/wyboryprezydenckie2010najnowszefakty/news-marek-migalski-w-2015-jaroslaw-kaczynski-ponownie-wystartuje,nId,286875#crp_state=1 (data dostępu: 07.10.2024).
38. Marino F. Multimodal analysis. *Conducting genre-based research in applied linguistics: a methodological guide*. 2024.
URL: https://www.researchgate.net/publication/377530197_Multimodal_analysis (date of access: 13.09.2024).
39. Media manipulation as a tool of information warfare: typology signs, language markers, fact checking methods / I. Konstankevych et al. *Ad alta*. 2023. Vol. 12, no. 2. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/22040> (date of access: 24.09.2024).

40. Najnowsze wiadomości z kraju i ze świata - PolsatNews.pl. *PolsatNews.pl*. URL: <https://www.polsatnews.pl> (data dostępu: 27.10.2024).
41. NaTemat.pl. *naTemat.pl*. URL: <https://natemat.pl> (data dostępu: 01.11.2024).
42. Navarro I. A cognitive semantics analysis of the lexical units at, on and in in English : PhD dissertation. Castello de la Plana, 1998. URL: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10433/navarro.pdf> (date of access: 01.10.2024).
43. Newsweek - Aktualne wiadomości z Polski i ze świata. *Newsweek*. URL: <https://www.newsweek.pl> (data dostępu: 03.11.2024).
44. Nie nazywaj obozu dla uchodźców «obozem» – zwłaszcza jak jesteś Niemcem. URL: <https://wiadomosci.onet.pl/swiat/nie-nazywaj-obozu-dla-uchodzcow-obozem-zwlaszcza-jak-jestes-niemcem/spdw30x> (data dostępu: 12.10.2024).
45. Obwodnica kosztem rolnika. URL: https://interwencja.polsatnews.pl/reportaz/2012-05-22/obwodnica-kosztem-rolnika_1291933/ (data dostępu: 09.10.2024).
46. Onet – Jesteś na bieżąco. *Onet – Jesteś na bieżąco*. URL: <https://www.onet.pl> (data dostępu: 03.11.2024).
47. Ostatnie pożegnanie Franciszka Smudy w Krakowie. URL: https://www.rmfm24.pl/regiony/krakow/news-ostatnie-pozegnanie-franciszka-smudy-w-krakowie,nId,7762147#crp_state=1 (data dostępu: 13.10.2024).
48. Parada Równości w Warszawie. «Tolerancja oznacza szczęśliwe społeczeństwo». URL: https://www.rmfm24.pl/regiony/warszawa/news-parada-rownosci-w-warszawie-tolerancja-oznacza-szczesliwe-sp,nId,6847352#crp_state=1 (data dostępu: 15.10.2024).
49. Parada Równości. Po raz dwudziesty na ulicach Warszawy. URL: <https://wiadomosci.wp.pl/parada-rownosci-trwa-po-raz-dwudziesty-na-ulicach-warszawy-6652338301225920a> (data dostępu: 14.10.2024).

50. Prelipceanu C. Advertising and language manipulation. *The bucharest academy of economic studies*. 2019. URL: http://www.diversite.eu/pdf/10_2/DICE_10.2_Full_Text_p247-p254-Cristina-Maria-PRELIPCEANU.pdf (date of access: 07.10.2024).
51. Reboul A. Truthfully misleading: truth, informativity, and manipulation in linguistic communication. *Frontiers in communication*. 2021. Vol. 6. URL: <https://doi.org/10.3389/fcomm.2021.646820> (date of access: 01.10.2024).
52. RMF24. *RMF24 - Najbliżej faktów - Wydarzenia z Polski i Świata*. URL: <https://www.rmf24.pl> (data dostępu: 02.11.2024).
53. Rozina G., Karapetjana I. The use of language in political rhetoric: linguistic manipulation. 2009. URL: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/117981> (date of access: 03.10.2024).
54. Rzeczpospolita - Najważniejsze wiadomości z Polski i ze świata. *Rzeczpospolita*. URL: <https://www.rp.pl> (data dostępu: 31.10.2024).
55. Saputra N. A guide to discourse analysis as theory and practice. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2021. URL: https://www.researchgate.net/publication/369912993_A_Guide_to_Discourse_Analysis_as_Theory_And_Practice (date of access: 14.10.2024).
56. Spór o ambasadorów. Poseł KO grzmi na temat zachowania prezydenta: nieodpowiedzialne. URL: <https://wiadomosci.onet.pl/kraj/spor-rzadu-i-prezydenta-o-ambasadorow-posel-ko-grzmi-nieodpowiedzialne/6ytd71p> (data dostępu: 07.10.2024).
57. Sport.pl finiszuje na igrzyskach olimpijskich z doskonałymi wynikami. URL: <https://reklama.gazeta.pl/sport-pl-finiszuje-na-igrzyskach-olimpijskich-z-doskonalami-wynikami/> (data dostępu: 06.10.2024).
58. Strona główna. *TVN24*. URL: <https://tvn24.pl> (data dostępu: 02.11.2024).

59. Świat dostępny dla wszystkich. URL: <https://wiadomosci.wp.pl/swiat-dostepny-dla-wszystkich-6975040017144704a> (data dostępu: 23.10.2024).
60. Sztuka, w której gramy. Dlaczego wciąż wchodzimy w te same sytuacje? URL: <https://www.newsweek.pl/psychologia/silna-czy-slaba-o-tym-jak-gra-silna-kobieta/hccsm16> (data dostępu: 13.10.2024).
61. Szymczak A. Analiza wybranych technik perswazji i manipulacji językowej na podstawie filmu *Malcolm & Marie*. *Łódzkie Studia Teologiczne*. 2023. Vol. 3, no. 32. URL: [http://archidiecezja.lodz.pl/lst/pdf/32\(2023-3\)-Aleksandra-Szymczak-analiza-technik-perswazja-manipulacja.pdf](http://archidiecezja.lodz.pl/lst/pdf/32(2023-3)-Aleksandra-Szymczak-analiza-technik-perswazja-manipulacja.pdf) (data dostępu: 30.09.2024).
62. Układ sił się zmienił, w PiS zaskoczenie. W co gra Andrzej Duda? URL: <https://www.newsweek.pl/polska/polityka/andrzej-duda-uklad-sil-sie-zmienil-w-pis-zaskoczenie-w-co-gra-andrzej-duda/xn42644> (data dostępu: 15.10.2024).
63. Urban M., Zdanowicz A. Manipulacja polityczna w mediach – mit czy rzeczywistość. *Studia politologiczne*. 2012. No. 252. URL: https://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-6579a8d4-56fb-494f-8d8f-100e2f3a835a/c/Maria_Urban_Agnieszka_Zdanowicz.pdf (data dostępu: 06.10.2024).
64. W pułapce Mieszkania Plus. «Jestem oszukany przez państwo». URL: <https://interwencja.polsatnews.pl/reportaz/2024-02-29/w-pulapce-mieszkania-plus-jestem-oszukany-przez-panstwo/> (data dostępu: 26.10.2024).
65. Wadi S., Ahmed A. Language manipulation in media. *International journal on studies in English language and literature (IJSELL)*. 2015. Vol. 3, no. 7. URL: <https://www.arcjournals.org/pdfs/ijsell/v3-i7/3.pdf> (date of access: 17.10.2024).
66. Wiadomości, Polityka, Sport - Super Express. *Wiadomości, Polityka, Sport - Super Express*. URL: <https://www.se.pl> (data dostępu: 06.11.2024).

67. Wielka woda zagraża tysiącom działkowców. W tych dniach ma być najgorzej. URL: <https://szczecin.se.pl/wielka-woda-zagraza-tysiacom-dzialkowcow-w-tych-dniach-ma-byc-najgorzej-aa-iS48-Gsva-RU6W.html> (data dostępu: 27.10.2024).
68. Wirtualna Polska - Wszystko co ważne - www.wp.pl. *Wirtualna Polska - Wszystko co ważne - www.wp.pl*. URL: <https://www.wp.pl> (data dostępu: 05.11.2024).
69. WPROST.pl. *Wprost*. URL: <https://www.wprost.pl> (data dostępu: 29.10.2024).
70. Wyborcza.pl - Najświeższe wiadomości od Gazety Wyborczej. *wyborcza.pl*. URL: <https://wyborcza.pl/0,0.html> (data dostępu: 26.10.2024).
71. Złota Piłka 2021. Zasady oddawania głosów. Jakie decyzje podjął dziennikarz z Polski? URL: <https://sport.wprost.pl/pilka-nozna/10557136/zlota-pilka-2021-zasady-oddawania-glosow-jakie-decyzje-podjal-dziennikarz-z-polski.html> (data dostępu: 03.10.2024).
72. Zmiany w rządzie. Prezydent Duda potwierdza nazwiska dwóch nowych ministrów. URL: <https://wiadomosci.onet.pl/kraj/zmiany-w-rzadzie-prezydent-duda-potwierdza-nazwiska-dwoch-nowych-ministrow/e82zjf2> (data dostępu: 12.10.2024).