

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ**

Кафедра прикладної лінгвістики

На правах рукопису

ЗАЙЧУК ВІКТОРІЯ ІГОРІВНА

**ПОЛІТИЧНИЙ ДИСКУРС У СУЧАСНИХ НОВИНАХ (ПРОПАГАНДА І
МАНІПУЛЯЦІЯ)**

Спеціальність: 035 Філологія

Освітньо-професійна програма: Прикладна лінгвістика. Переклад і комп'ютерна
лінгвістика.

Робота на здобуття освітнього ступеня «Магістр»

Науковий керівник:

КАУЗА ІРИНА БОГДАНІВНА,

кандидат філологічних наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол № 5

засідання кафедри прикладної лінгвістики

від 25.11. 2025 р.

Завідувачка кафедри

 доц. Калиновська І.М

ЛУЦЬК – 2025

АНОТАЦІЯ

Зайчук В. І. «Політичний дискурс у сучасних новинах (пропаганда і маніпуляція)».

Магістерську роботу присвячено комплексному лінгвістичному аналізу феномену пропаганди та маніпуляції в сучасному політичному дискурсі на матеріалі промов політичних лідерів і текстів засобів масової інформації. У дослідженні політичний дискурс розглядається як інструмент цілеспрямованого комунікативного впливу, спрямованого на формування суспільної думки, легітимацію політичних рішень та моделювання поведінкових реакцій реципієнтів.

У роботі проаналізовано емотивні та експресивні мовностилістичні засоби, що функціонують як ключові маркери пропагандистського й маніпулятивного впливу, зокрема метафори, гіперболи, оксиморони, антитези, інтертекстуальні алюзії, правило трьох, евфемізми та дисфемізми, а також дихотомічні опозиції типу «свої — чужі».

Дослідження здійснено на матеріалі промов Володимира Зеленського, Дональда Трампа, Урсули фон дер Ляєн та політичних медіатекстів Fox News, Origo, BBC Ukraine.

Наукова новизна роботи полягає в розробленні комплексної методики аналізу мовних і стилістичних засобів пропаганди та маніпуляції з урахуванням комунікативно-прагматичних, соціолінгвістичних і лінгвокультурологічних чинників, а також у системному описі механізмів реалізації емотивного та експресивного потенціалу політичного дискурсу в сучасному медіапросторі. Уперше здійснено зіставний аналіз пропагандистських стратегій у промовах політичних лідерів та новинних текстах різних ідеологічних платформ.

Практичне значення результатів дослідження полягає в можливості їх використання в курсах політичної лінгвістики, медіадискурсології, аналізу політичного тексту, а також у практиці критичного аналізу медіаконтенту та міжкультурної комунікації. Отримані висновки можуть бути застосовані для підвищення рівня медіаграмотності та розвитку навичок розпізнавання маніпулятивних стратегій у публічному дискурсі.

Ключові слова: політичний дискурс, пропаганда, маніпуляція, мовностилістичні засоби, емотивність, експресивність, медіадискурс.

ANNOTATION

Zaichuk V. I. “Political Discourse in Contemporary News (Propaganda and Manipulation)”.

The present master’s thesis is devoted to a comprehensive linguistic analysis of propaganda and manipulation as key phenomena of contemporary political discourse, based on political leaders’ speeches and media texts. Political discourse is examined as a strategic communicative space aimed at influencing public consciousness, legitimizing political actions, and shaping recipients’ behavioral responses.

The study focuses on emotive and expressive linguistic and stylistic devices functioning as markers of propagandistic and manipulative influence, including metaphors, hyperboles, oxymorons, antitheses, intertextual allusions, the rule of three, euphemisms, dysphemisms, and dichotomous oppositions such as “us versus them.” The research material comprises speeches by Volodymyr Zelenskyy, Donald Trump, Ursula von der Leyen, as well as political media texts from Fox News, Origo, and BBC Ukraine.

The scientific novelty of the research lies in the development of an integrated methodological framework for analyzing linguistic and stylistic means of propaganda and manipulation, taking into account communicative-pragmatic, sociolinguistic, and linguocultural factors. The study provides a systematic description of the mechanisms through which emotive and expressive resources are realized in modern political and media discourse. For the first time, a comparative analysis of propagandistic strategies employed in political speeches and ideologically diverse news media has been conducted.

The practical significance of the obtained results consists in their applicability to courses in political linguistics, media discourse analysis, critical discourse studies, and intercultural communication. The findings may also be used in media literacy training and in the development of analytical skills aimed at identifying manipulative strategies in political communication.

Key words: political discourse, propaganda, manipulation, linguistic and stylistic devices, emotiveness, expressiveness, media discourse.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ, ПРОПАГАНДИ І МАНІПУЛЯЦІЙ У НОВИНАХ.....	
1.1 Поняття політичного дискурсу: визначення, структура та особливості	9
1.2 Пропаганда як складник політичного дискурсу: історичний огляд і сучасні прояви	24
1.3 Мовні і стилістичні засоби маніпуляції у новинних текстах	35
РОЗДІЛ 2. ЛІНГВІСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ У СУЧАСНИХ НОВИНАХ, СТРАТЕГІЇ ПРОПАГАНДИ ТА МАНІПУЛЯЦІЇ.	
2.1 Аналіз мовної специфіки політичних новин на прикладі Fox News, Origo та BBC Ukraine	44
2.2 . Пропаганда як складник політичного дискурсу: історичний огляд і сучасні прояви	56
2.3 Маніпулятивні стратегії та мовні засоби впливу на громадську думку	68
ВИСНОВКИ.....	81
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	83

ВСТУП

Наукову працю присвячено аналізу феномену пропаганди та маніпуляції в сфері політичного дискурсу (на матеріалі промов політичних діячів та засобів масової інформації).

Політичний дискурс — це комплекс мовних творів, які створюються в межах політичної сфери комунікації, які регламентується конкретними правилами, традиціями і навичками та реалізуються у використанні певних мовних засобів. Специфіка політичного дискурсу полягає у його переконливості, прагматичній встановленості та маніпулятивності, що вирізняє його серед інших типів дискурсу.

Основною складовою політичного дискурсу є пропаганда та маніпуляція, оскільки вони викликані здійснювати емоційний та ідеологічний вплив на людей, формуючи їхнє сприйняття певних подій та моделюючи поведінкові реакції. Завдяки використанню яскравих метафор, риторичних питань та повторів, політичні промови створюють атмосферу мобілізації, зміцнюють відчуття патріотизму та єдності. У контексті політичного протистояння, пропаганда та маніпуляція також сприяє легітимації дій держави та створює у масовій свідомості уявлення про моральну перевагу однієї сторони над іншою.

Дослідження політичного дискурсу стало одним із найактуальніших напрямків сучасної лінгвістики. Особливого значення останнім часом набувають роботи в галузі когнітивної лінгвістики та дискурсології, що аналізують велику кількість аспектів комунікації, а також акцентують увагу на вивченні дискурсу з позиції комунікативно-прагматичного та комунікативно-дискурсивного підходів. Серед основних об'єктів такого аналізу є лінгвістичне явище пропаганди та маніпуляції. Політичний дискурс був і продовжує бути полем інтересу таких вчених як Рут Водак, Григорій Почепцов, Норман Фейрклаф, Тен ван Дейк, Олександр Шейгал та інші.

Вони підходять до вивчення політичного дискурсу у багатовимірному аспекті, що демонструє комплексність цієї теми і відкриває нові можливості цього типу дискурсу з огляду на те, як мова створює уявлення про політичні події.

Актуальність теми наукової праці зумовлена низкою чинників, що підкреслюють багатовимірність та значущість мови у соціальному, політичному та культурному аспектах. Серед них можна виділити легітимізацію політичних дій, вплив на свідомість суспільства, використання пропаганди і маніпуляції, комунікацію в політичних конфліктах, глобалізацію конфліктів, аналіз і критика політичних рішень.

Дослідники виокремлюють такі характерні риси пропаганди та маніпуляції в політичному дискурсі: стратегія повторення ключової тези, правило трьох, інтертекстуальність та апеляція до історичних цінностей суспільства, емоційна насиченість, формування позитивного або негативного образу, використання гіперболи, метафори, алюзії, емфімів та дисфемів.

Мета дослідження — зробити комплексний аналіз феномену пропаганди та маніпуляції в сфері політичного дискурсу на базі промов політичних лідерів та засобів масової інформації, враховуючи його вищезгадані властивості.

Поставлена мета зумовлює необхідність виконання таких **завдань** у процесі дослідження:

- визначити роль і місце політичного дискурсу в процесі подання інформації (вплив на реципієнта);
- з’ясувати роль та місце пропаганди та маніпуляції в політичному дискурсі;
- висвітлити типологію та структуру дискурсивних маркерів пропаганди та маніпуляції у промовах політичних лідерів та засобах масової інформації;
- окреслити комунікативно-прагматичні завдання мовних і стилістичних засобів у політичному дискурсі з огляду на їхню емоційно-переконувальну та маніпулятивну природу.

Об’єктом дослідження є політичний дискурс, емотивні та експресивні мовностилістичні засоби, які застосовуються в промовах та дискусіях відомих політиків та засобах масової інформації.

Предметом аналізу є соціолінгвістичні, семантичні, етимологічні, лінгвістичні, прагматичні та комунікативні аспекти вияву мовностилістичних засобів в політичному дискурсі з позиції пропаганди та маніпуляції.

Джерельною базою дослідження слугували промови політичних лідерів (Володимира Зеленського, Дональда Трампа, Урсули фон дер Ляєн, Джея Ді Венса) та засобів масової інформації (Fox News, Origo, BBC Ukraine).

Матеріал дослідження. Досліджуваний корпус становить 367 сторінок тексту промов та статей з новинних вебсайтів.

Методи і прийоми дослідження. Окреслені в дослідженні завдання вирішено з урахуванням комплексності феномену пропаганди і маніпуляції, емотивності та експресивності мовних і стилістичних засобів у політичному дискурсі. Завдання обумовлене необхідністю використати методику системного аналізу застосування мовностилістичних засобів в аспекті пропаганди та маніпуляції політичного дискурсу, і ґрунтується на поєднанні загальнонаукових (опис, систематизація, індукція, дедукція) та емпірико-теоретичними (аналіз, синтез) методів, на поетапному залученні теоретичних засад комунікативного, лінгво-культурологічного, квантативного та прагманаративного наукових підходів.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в тому, що в науковій роботі на матеріалі сучасної англійської та української мов:

- представлено різнобічний і комплексний опис комунікативних маркерів пропаганди та маніпуляції в політичному дискурсі з опорою на теоритичні засади лінгвокультурології і соціолінгвістики з залученням історичного аналізу;
- розроблено методику дослідження мовних та стилістичних засобів, що використовуються у формуванні пропаганди та маніпуляції;
- окреслено комунікативно-прагматичні особливості пропаганди та маніпуляції в політичному дискурсі;
- здійснено аналіз особливостей емотивного та експресивного контексту політичного дискурсу в сфері пропаганди та маніпуляції.

Практичне значення отриманих результатів полягає в напрацюванні системного опису емотивного та експресивного аспекту пропаганди та маніпуляції в політичному дискурсі на основі промов політичних лідерів та статей засобів масової інформації. Наукова робота є вкладом у теорію комунікації, розвиває основні положення теорії способів і видів використання пропаганди та маніпуляції в політичному дискурсі, а також вплив промов та новинних статей на реципієнтів.

Структура та обсяг наукової роботи. Наукова праця загальним обсягом 90 сторінок (з них 82 сторінок основного тексту) складається з двох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел 69 позиції, серед них – 37 іноземна література) .

Апробація результатів та публікації.

Участь у міжнародній конференції в Цюриху, Швейцарія (II International Scientific and Practical Conference “Innovation and development in world science”), яка відбувалась 1-3 грудня 2025 року, та публікація статті на тему “Weapons of mass persuasion political discourse and legitimation of action”. Також публікація статті “Propaganda narratives in contemporary political news (based on materials from speeches by political)” в науковому журналі «Закарпатські філологічні студії». А також участь у науково-практичній конференції у м. Луцьк, Україна («Лінгвістичні горизонти XXI століття»), яка відбувалась 4 листопада 2025 року, та публікація тез доповіді на тему «Політичний дискурс у сучасних новинах (пропаганда і маніпуляція)».

Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ, ПРОПАГАНДИ І МАНІПУЛЯЦІЙ У НОВИНАХ

1.1. Поняття політичного дискурсу: визначення, структура та особливості

У сучасному суспільстві, в якому політична комунікація набирає все більшого значення, дослідження політичного дискурсу є особливо актуальним. Зростання ролі медіа, активізація політичних процесів, глобалізація та посилення впливу інформаційних технологій обумовлюють потребу в глибшому розумінні механізмів впливу на суспільну думку.

Політичний дискурс є одним із різновидів дискурсу поряд з медичним, художнім, релігійним тощо. Уперше його виокремлення як таксону комунікації запропонував прагмалінгвіст Г. Почепцов, який подав досить еклектичну типологію дискурсу (засновану на різноманітних критеріях), що призвело до виділення літературного, міфологічного, ритуального, фольклорного, театрального, етикетного, лайливого тощо. А також дискурсу теле-, радіо-, кінодискурсу, рекламного, політичного, тоталітарного, дискурсу у сфері паблік рілейшенз, ритуального, святкового, іронічного, візуального, міжкультурного тощо [7, с. 75-100].

Політичний дискурс, як особливий вид комунікації, відіграє ключову роль в створенні громадської думки, легітимізації урядових рішень та структуруванні публічного простору. Тому, необхідно не лише з'ясувати сутність цього явища, а й зрозуміти його структуру та особливості. Аналіз політичного дискурсу дає змогу побачити як мова функціонує в процесі боротьби за владу засобом впливу на масову свідомість та формою реалізації політичних стратегій.

Політичний дискурс не є аналогом політичної дискусії, а навпаки, передбачає стратегію сумісної (тобто дискурсивної) і продуктивної наукової оцінки, завдяки раціоналістичному аналізу розкриває аналітичну здатність особи та її готовність до інтелектуального спілкування [31, с. 266].

Ця теза акцентує на тому, що політичний дискурс варто розглядати не як суперечку або полеміку у вузькому сенсі, а як структуровану форму комунікації, що здійснюється

в межах певної інституційної, соціальної та ідеологічної рамки. На відміну від політичної дискусії, що зазвичай характеризується конфліктністю та конкуренцією, політичний дискурс спрямований на формування умов для обґрунтованої та цілеспрямованої комунікації, яка забезпечує вироблення спільного бачення або рішень у межах політичного процесу.

Раціоналістична природа політичного дискурсу передбачає не лише розуміння політичної реальності, а й лінгвістичні засоби, що служать для легітимізації, делегування та мобілізації. У цьому контексті суб'єкт дискурсу виступає не лише як передавач інформації, а й як учасник когнітивної взаємодії, здатний до критичного аналізу, усвідомлення подій та рефлексивної інтерпретації позицій.

Емоційність у промовах військових лідерів була і залишається важливим елементом їхньої пропаганди, слугуючи інструментом впливу на масову свідомість. У своїх промовах лідери звертаються до почуттів та емоцій людей, щоб підняти моральний дух, мобілізувати [54, с.145].

Політичний дискурс функціонує як арена на якій політики конструюють значення, встановлюють інтерпретаційні фрейми та висувають певні моделі поведінки. Саме через цю комунікативну практику відбувається не тільки утвердження політичного впливу, але й ставлення політичної самосвідомості, громадських переконань та колективних ідентичностей.

Як зазначає Н. Фейрклаф, дискурс є формою соціальної практики — способом дії, за допомогою якого люди впливають на світ і одне на одного, а також способом репрезентації. Це твердження вкотре підкреслює не лише стратегічну природу політичного дискурсу, а й комунікативну [52, с. 30].

Політичний дискурс має на меті переконати аудиторію у необхідності прийняття політично обґрунтованих рішень або оцінок, сприяти формуванню відповідних намірів діяти, а також створювати основу для виникнення чи зміни переконань. Ефективність політичного дискурсу визначається ступенем успішності виконання завдань.

У сучасному мовознавстві спостерігається зростаючий інтерес до політичного дискурсу як самостійного об'єкта дослідження в різних мовних і культурних системах. Такий інтерес зумовлений інтеграцією мовознавчих підходів із суміжними галузями, зокрема політологією, конфліктологією та іміджологією. Актуальність аналізу політичного дискурсу також зростає у зв'язку з формуванням міждисциплінарного напрямку політичної лінгвістики, що поєднує мовні засоби з механізмами впливу, переконання та маніпуляції в політичному просторі.

Політичний дискурс відзначається активним використанням спеціалізованих формальних мовних засобів, які надають звичайним словам і виразам нових, часто несподіваних значень. Це створює унікальні смислові контексти, що відрізняються від буденних або нейтральних інтерпретацій. Таким чином, звичні ситуації чи факти можуть бути представлені у вигідному для певних політичних сил або ідей світлі, що трансформує сприйняття аудиторії.

Промови політичних діячів у цьому контексті є не лише відображенням офіційної позиції їхніх країн, а й інструментом формування стратегії та сприйняття

внутрішньої та зовнішньої політики. Ці виступи вирізняються не лише різними стилістичними особливостями, але й мають за мету викликати реакцію громадськості, залучити міжнародну увагу та забезпечити підтримку [10, с. 20].

Слід підкреслити, що політичний дискурс не лише описує дійсність, а й активно конструює її: формує уявлення про світ, визначає норми, правила поведінки та способи пізнання реальності для окремих соціальних груп. Унаслідок цього політична мова виступає інструментом формування домінуючих ідеологічних наративів.

Окрім того, мова політичного дискурсу має потужний маніпулятивний потенціал. Вона спрямована на вплив на масову свідомість, стимулюючи емоції, змінюючи установки і переконання громадян, а також формуючи відповідні політичні дії чи реакції. Завдяки цим властивостям політичний дискурс є не просто засобом комунікації, а стратегічним інструментом у боротьбі за владу та вплив у суспільстві.

Що більше, політичний дискурс не просто здійснює вплив на свідомість людей, він діє на емоційну сферу адресата [28, с. 34].

Політичний дискурс як об'єкт дослідження охоплює широкий спектр визначень і тлумачень, що формуються в межах різних наукових дисциплін. Відповідно існує декілька основних підходів розуміння його сутності, кожен з яких акцентує увагу на окремих аспектах цього складного явища.

1. Інституційний підхід

Одним із найпоширеніших підходів є інституційний, який розглядає політичний дискурс як форму комунікації, що відбувається в межах офіційних політичних інститутів і службовців влади.

Т. ван Дейк визначає політичний дискурс як мовлення політичних діячів у контексті виконання ними політичних функцій в офіційних інститутах. Дослідник зазначає, що цей дискурс має структуру, визначену правилами та нормами, характерними для політичної системи. У цьому контексті політичний дискурс розглядається як система, спрямована на досягнення та збереження влади, а не як сукупність випадкових висловлювань [45, с. 243].

Також це свідчить про те, що політична комунікація завжди має цілеспрямований характер і функціонує як елемент ширшої системи, яка регулює владні відносини у суспільстві.

Інституційна природа політичного дискурсу визначає його передбачуваність, ритуалізованість та орієнтацію на легітимізацію влади і політичних рішень. Саме тому, це визначення акцентує увагу на ключовій функції політичного дискурсу: не лише інформувати чи переконувати, а й діяти в межах усталеної системи правил, що забезпечують стабільність політичного процесу. Такий підхід дає змогу розглядати політичну комунікацію як цілісну систему, що діє відповідно до соціальних і культурних норм.

Водночас інституційний підхід, незважаючи на структурованість та аналітичну чіткість, не враховує всі форми взаємодії, що існують у сучасному політичному дискурсі.

Ознаки інституційності включають уточнення конститутивних дискурсивних ознак відповідно до умов і цілей комунікації, а також ролей учасників спілкування. Інституційна комунікація, будучи за своєю суттю репрезентативною, реалізує мету підтримки соціальних інститутів, забезпечення стабільності публічної структури. Умови інституційної комунікації вирізняють контекст як дії ритуального та символічного характеру, типові хронотопи, кліше та стереотипні жанри [13, с. 193].

Такий підхід є особливо важливим для розуміння того, як політична комунікація сприяє стабільності суспільних процесів, закріплюючи правила взаємодії у політичній сфері. Визначення політичного дискурсу як інституційного дозволяє аналізувати його як сукупність нормованих дій, що регламентують зміст висловлювань, способи їх подачі та очікуваний ефект.

2. Комунікативно-прагматичний підхід

Другий підхід зосереджується на практичних аспектах використання мови в політичній сфері, зокрема на тому, як політичні акти впливають на аудиторію, формують її ставлення та спонукають до дій. Комунікативно-прагматичний підхід до аналізу політичного дискурсу акцентує увагу на функціональній природі мови, тобто на способах її використання для досягнення політичних цілей шляхом впливу на свідомість, емоції та поведінку адресата. У межах цього підходу особливий акцент робиться на маніпулятивних та переконувальних стратегіях, які активізують суспільні настрої та сприяють мобілізації суспільства.

Дослідники наголошують, що прагматичні аспекти спілкування — це аспекти, пов'язані з впливом суб'єктів один на одного за допомогою мовних засобів. Тому комунікативно-прагматичний аспект дискурсу надзвичайно важливий, адже будь-який акт спілкування передбачає реалізацію в мовленні певного комунікативного завдання. Термін «прагматика» досить часто використовують у сучасній лінгвістичній

літературі й розглядають як співвідношення лінгвальних та екстралінгвальних факторів у межах певного типу комунікативних ситуацій.

Об'єктом прагматики вважають дискурсивну дію. Зокрема, К. Серажим вбачає в прагматичі науку, «що вивчає відношення впливу комуніканта (того, хто виступає ініціатором процесу спілкування) на комуніката (того, на кого спрямоване це спілкування), адресанта на адресата» [15, с.36].

Ці тлумачення комунікативно-прагматичного підходу ілюструють, що політична мова не лише передає інформацію, а й активно формує сприйняття аудиторією реальності, впливаючи на її ставлення до політичних діячів, подій та процесів.

Роль емоцій у політичному дискурсі зростає в умовах цифрової комунікації. За допомогою риторичних прийомів політики формують емоційний фон, наповнений страхом, гнівом або надією та натхненням, що, своєю чергою, сприяє зміцненню влади, радикалізації або демобілізації суспільства.

3. Ідеологічний і критичний підхід

Критичний дискурс-аналіз визначає політичний дискурс як ефективний спосіб вираження ідеології та зміцнення владних структур у суспільстві. Р. Водак зазначає, що тексти виступають як арени соціальної боротьби та канали легітимації влади, де мова слугує інструментом для набуття і підтримки владних структур. З цієї точки зору політичний дискурс не лише передає інформацію, а також формує соціальну реальність відтворює соціальну нерівність і впливає на масову свідомість.

Ідеологічний аспект є ключовим для розуміння того, що політична мова може як підтримувати, так і критикувати існуючі соціальні порядки. Критичний аналіз політичного дискурсу дає змогу виявляти приховані механізми влади, які визначають соціальні процеси та політичні рішення, хоча часто залишаються непомітними [38, с. 72].

Аналіз основних наукових підходів свідчить, що політичний дискурс не має єдиного визначення, адже його комплексно досліджують у межах різних дисциплін. У лінгвістиці цей тип дискурсу розглядається як форма інституційного мовлення,

пов'язана з реалізацією влади та впливом на аудиторію; у філософії — як засіб вираження ідей та ідеологій; у політології — як механізм формування політичних смислів, ідентичностей і соціальних практик.

Також слід зазначити, що політичний дискурс активно формує дійсність, створює уявлення про світ, визначаючи соціальні норми, правила поведінки та способи пізнання реакції для окремих груп. Унаслідок цього політична мова виступає інструментом формування колективної ідентичності та домінуючих ідеологічних наративів.

Крім того, мова політичного дискурсу характеризується значним маніпулятивним потенціалом. Вона спрямована на вплив на масову свідомість, стимулює емоції, змінює установки та переконання громадян, а також формує відповідні політичні дії або реакції.

Єдність політичного дискурсу і системи соціальних зв'язків демонструють функції, які виділяє О. Шейгал: 1) соціальний контроль (створення передумов для уніфікації поведінки, думок, почуттів і бажань великої кількості індивідумів, тобто маніпуляція громадською свідомістю); 2) легітимізація влади (пояснення й обґрунтування рішень щодо розподілу влади та громадських ресурсів); 3) відтворення влади (зміцнення прихильності до системи, зокрема через ритуальне використання символів); 4) орієнтація (через формулювання цілей і проблем, формування картини політичної реальності у свідомості соціуму); 5) соціальна солідарність (інтеграція в межах усього соціуму або окремих соціальних груп); 6) соціальна диференціація (відчуження соціальних груп); 7) агональна (ініціювання та вирішення соціального конфлікту, демонстрація незгоди і протесту проти дій влади); 8) акціональна (проведення політики через мобілізацію або "наркотизацію" населення: мобілізація полягає в активізації й організації прихильників, тоді як під наркотизацією розуміється процес примирення і відволікання уваги, присипляння пильності) [28, с. 266].

Функціональна структура політичного дискурсу, яку пропонує О. Шейгал, демонструє глибоку інтегрованість мовленнєвих практик у процеси формування, підтримки та трансформації соціального порядку. Зазначені функції не лише

відображають політичну дійсність, а й активно її формують, виступаючи інструментом соціального конструювання реальності.

Функція соціального контролю в політичному дискурсі виходить за межі традиційного розуміння маніпуляції, охоплюючи складні механізми нормалізації поведінки через повторювані риторичні структури, кліше, апеляції до національних або моральних цінностей, історичні алюзії тощо. Легітимізації влади надає дискурсу роль «тлумача» політичних рішень, сприяючи їх сприйняттю як природних, доцільних і єдино можливих. Це безпосередньо пов'язано з відтворенням влади: зберігається сталість політичних еліт і системи, а також утверджується символічна присутність влади через повторювання формул, гасел та послань.

Орієнтаційна функція політичного дискурсу базується на формуванні ментальних карт суспільства, визначенні «проблем», «ворогів», «спільних цілей» і «загроз». Дискурс не тільки відображає політичну реальність, а й формує її у свідомості громадян.

Функції соціальної солідарності та соціальної диференціації часто реалізується одночасно, хоча й мають протилежний напрям. Суспільство об'єднується, спираючись на спільні цінності, протиставляючи себе внутрішньому або зовнішньому опоненту, який виконує роль «загрози».

Агональна функція політичного дискурсу легітимізує конфлікт як частину політичного процесу. Конфронтація, дебати, протести та риторика боротьби формують публічну арену політичного процесу. У цьому контексті функція дії політичного дискурсу розкриває дихотомію між політичною мобілізацією та наркотизацією суспільства. Перша спрямована на залучення населення до участі, тоді як друга знижує опір завдяки апатії або великій кількості інформації, що відволікає.

Отже, політичний дискурс виконує не лише комунікативну або інформаційну функцію, а й є складним багаторівневим механізмом впливу на суспільство. Його функції пов'язані між собою та застосовуються залежно від контексту. Це дає підстави

вважати, що політичний дискурс є важливим інструментом створення символічної влади в суспільстві сучасності.

Структура політичного дискурсу

Політичний дискурс, як об'єкт лінгвістичного та соціогуманітарного аналізу, характеризується складною багаторівневою структурою, що інтегрує мовні, прагматичні, когнітивні та соціокультурні компоненти. Формування цієї структури зумовлено не лише внутрішньою організацією тексту, а й взаємодією дискурсивних практик із соціальними інституціями, у межах яких дискурс функціонує.

Т. ван Дейк вважає, що політичний дискурс необхідно аналізувати з урахуванням трьох взаємозалежних рівнів: текстуального, когнітивного та соціального. Він зазначає: «дискурс є не лише текстом, але й соціальним інтерфейсом між знанням, ідеологією та владою» [68, с. 163].

На рівні тексту досліджується лінгвістичні характеристики, зокрема лексика, синтаксис, стилістика та риторичні засоби. Когнітивний рівень передбачає аналіз ментальних моделей, які лежать в основі створення та інтерпретації політичного тексту. Соціальний рівень охоплює контекст, інституційні умови, владні відносини та ідеологічні рамки у межах яких формується політичне висловлювання.

П. Чілтон розглядає політичний дискурс як «механізм репрезентації світу», через який політики формують і нав'язують конкретні політичні реальності та ідентичності.

Структура політичного дискурсу на його думку окреслюється наступним чином:

1. Тематична організація (про що йдеться),
2. Аргументаційна структура (як переконують),
3. Дискурсивні практики (як створюються та поширюються тексти),
4. Соціально-політичний контекст (у яких умовах функціонує) [35, с. 4].

Таким чином, структура політичного дискурсу включає такі елементи: текст, комунікативні ролі, екстралінгвістичний контекст та інституційні умови.

Н. Ферклаф у межах критичного дискурс-аналізу пропонує тристоронню модель, яка охоплює: аналіз тексту, інтерпретацію дискурсивної практики (виробництво і

споживання тексту) та пояснення соціальної практики, в якій текст функціонує [44, с. 12].

Отже, політичний дискурс не є замкненою системою та виступає частиною ширшої соціальної системи. Згідно з цим, структура політичного дискурсу може бути продемонстрована у вигляді ієрархії:

1. Лінгвістичний рівень: емоційне забарвлення, риторика, синтаксис, стилістика;
2. Дискурсивні стратегії: ідеологічне конструювання, легітимізація, делегітимізація, апеляція до емоцій;
3. Інституційний рівень: дебати, передвиборчі кампанії, політичні заяви
4. Медіа формати: офіційні звернення, промови, інтерв'ю, статті в засобах масової інформації

Складові елементи структури:

Текст, у його усному та письмовому вигляді, є основною матеріальною формою дискурсу. Усна форма супроводжується невербальними елементами, такими як жести та інтонації, тоді як письмова характеризується фіксацією, лаконічністю та можливістю багаторазового аналізу. Кожна з цих форм має власну стилістику та жанрову специфіку.

Політичний дискурс завжди зорієнтований на конкретну аудиторію. Від характеристик адресата залежить добір мовних засобів, тональність, інтенсивність риторики. Як зазначає Т. ван Дейк, контекст визначає вибір стилю і концептуальної структури дискурсу. Параметри контексту у політичному дискурсі відіграють важливу роль, серед основних виділяють: час, ситуативність, мету та аудиторію [68, с. 163].

Структура політичного дискурсу — це різнобічна система, що охоплює мовну організацію тексту, комунікативні стратегії, контекстуальні умови та соціальні інституції. Аналіз цієї структури можливий лише при поєднанні лінгвістичних, когнітивних та соціокультурних підходів. Це дозволяє визначити механізми впливу маніпуляції, пропаганди та представлення політичної влади.

Інтертекстуальність у політичному дискурсі

Дослідники медіа та комунікації, зокрема Т. ван Дейк, Н. Луман та Р. Баркорт, стверджують, що у постмодерному суспільстві текст не розглядається як ізольована одиниця. Він функціонує лише у відношенні, взаємодіючи з іншими текстовими утвореннями та культурними кодами. Саме тому, важливим кроком є дослідити сутність поняття інтертекстуальності в межах політичного дискурсу, який, також, часто використовують з метою маніпуляції та пропаганди.

Термін «інтертекстуальність» був запроваджений у 1967 році теоретиком постструктуралізму Ю. Крістєвою, який вживався як основний літературознавчий термін при аналізі художніх творів постмодернізму. Дослідниця називала інтертекстуальністю «текстуальну інтеракцію, яка відбувається всередині окремого тексту» [55, с. 64-75].

Інтертекстуальність як форма лінгвістичної і культурної взаємодії вже давно вийшла за межі літературного аналізу. Вона функціонує як критичний інструмент для вивчення дискурсивних практик в освіті, рекламі, політиці та засобах масової інформації. Центральною характеристикою інтертекстуальності є те, що жоден текст не існує самостійно; кожен взаємодіє з попередніми текстами, культурними символами та соціальними кодами.

І. Смірнов пише: «Інтертекстуальність — два або більше художніх твори, які об'єднані знаками-показниками інтертекстуального зв'язку» [32, с. 133].

Суттєво впливає на теорію інтертекстуальності концепція діалогічності М. Бахтіна. Звичайно, що інтертекстуальні дослідження не можна вважати однією з форм реалізації його концепції. Діалогічність, безумовно, є ширшим поняттям, ніж інтертекст, але й сприймати її як своєрідну деталізацію концепції М. Бахтіна теж не варто. Інтертекстуальність є самостійною сферою досліджень, з власною проблематикою, об'єктом та предметом. Однак спільною ознакою, що пов'язує концепцію діалогічності М. Бахтіна з інтертекстуальністю можна вважати «сукупність проблем, яку він називає стилізацією, тобто наслідування мови іншого засобами власної мови» [32, с. 133].

Отже, текст виступає елементом широкого культурного та комунікативного простору значення в якому створюється в межах не лише самого повідомлення, але й в його співвідношенні з попередніми смислами. У цьому контексті концепція діалогізму М. Бахтіна та поняття «мозаїки цитат» Ю. Крістєвої створюють основу для подальших інтерпретацій взаємодії текстів.

У сучасних медіатекстах ці дві функції зазвичай виступають у своїй головній ролі — інформування й експресивність. Інформування прагне до достовірності, фактичності. Матеріалізація функції впливу врівноважує ролі адресанта й адресата. Вплив перерозподілу статусу адресанта й адресата в сучасних масмедіа відобразився на рівні тексту, спонукаючи до діалогічності, що стала конструктивною, фундаментальною ознакою медіамови [9, с. 111].

Інтертекстуальність слугує засобом легітимізації позицій мовця, формування авторитету через апеляцію до попередніх висловлювань чи текстових джерел, а також побудови впізнаваного іміджу політичного суб'єкта. Діалогічність, реалізована через інтертекстуальні елементи, слугує інструментом залучення аудиторії до спільного створення смислів. В умовах сучасного інформаційного середовища, де аудиторія вже не є пасивним споживачем, а здатна критичного аналізу та переосмислення інформації, інтертекстуальність сприяє створенню гнучкого та адаптивного комунікативного простору.

Інтертекстуальність функціонує лише за умови активної ролі адресата. Одержувач інформації повинен не тільки зрозуміти прямий зміст, а й дешифрувати приховані смисли, розпізнати джерела запозичень, виявити алюзії, фрейми та перифрази. Це вимагає високого рівня культурної компетентності та знання соціального контексту. Інтертекстуальність процесу сприйняття формує нову якість діалогу: з формального він перетворюється на інтерпретативний.

Крім того, інтертекстуальність у медіа слугує культурним фільтром, що бере елементи попереднього досвіду. Наприклад, під час своїх промов політики часто звертаються до історичних прикладів, використовуючи знайомі образи та вислови. Такі

інтертекстуальні маркери, особливо у поєднанні з емоційним забарвленням, підсилюють вплив на аудиторію.

Зміна ролей у комунікаційному процесі зумовлює те, що кожен текст виступає не лише джерелом інформації, а й інструментом діалогу, у якому значення спільно конструюються мовцем і слухачем. Застосування інтертекстуальних засобів, зокрема цитат, алюзій та фреймових репрезентатів, посилює цей ефект.

Спеціальний поділ інтертекстів мови преси, що можливо приміряти й до медіамови загалом, запропонувала О. Рябініна, яка класифікує інтертексти в такий спосіб:

1. цитати — це інтертексти, що «передбачають дослівне введення частин прототексту до структури тексту»;

2. алюзії — це засоби інтертекстуальності, що базуються на ключових словах, які дають змогу відновити цілий текст;

3. фреймові репрезентанти, що «ґрунтуються на мовних і позамовних відомостях», «наділені стійким асоціативно-контекстуальним зв'язком із позамовними чинниками»;

4. перифрази — це засіб інтертекстуальності, яку «забезпечує відсилання до джерела породження та фонових знань реципієнтів...»;

5. центонні тексти, що здатні вміщувати в невеликому обсязі більше інформації, відсилати водночас до кількох прототекстів [9, с. 111].

Кожен із зазначених видів інтертекстуальних елементів має власну специфіку та виконує окрему функцію у процесі комунікації. Цитати підсилюють авторитетність і документальність висловлювання, алюзії звертаються до колективної пам'яті, фрейми спрямовують увагу на соціально значущі контексти, а перифрази сприяють економії мовного простору і стимулюють активне мислення реципієнта.

Доцільною для сфери масової комунікації є пропозиція розмежувати поняття інтертекстуальності та прецедентності. Інтертекстуальність пов'язана з естетичною цінністю, культурною значимістю, позачасовими рамками. Прецедентність — з тим, що відбувається зараз і актуально сьогодні, але зовсім не обов'язково буде важливим завтра. Таким чином, інтертекстуальність — це код культури як системи традиційних

для людства цінностей матеріального і духовного характеру, прецедентність — явище життя, що може стати або не стати константою культури [17, с.67].

У політичному дискурсі ці поняття можуть перетинатися, формуючи багаторівневий смисловий простір, у якому цитата з Конституції співіснує з посиланням на популярний серіал або мем. Таке поєднання дозволяє політику залишатися актуальним і водночас підтримувати зв'язок із традиційними цінностями та національними наративами.

Політичний дискурс виступає як системне вираження ідеології та водночас є потужним інструментом впливу на громадську думку. Інтертекстуальність, що дозволяє інтегрувати в текст значущі культурні, історичні або емоційно насичені елементи, слугує основою для формування ідейної та емоційної маніпуляції. Звернення до спільного культурного досвіду, посилання на авторитетів, історичні алюзії чи цитати з національно важливих джерел сприяють формуванню довіри, єдності, а також можуть мобілізувати та заспокоїти аудиторію залежно від поставленої мети.

У політичному дискурсі кожен елемент тексту має бути функціональним і спрямованим на досягнення основної мети — переконання. Навіть незначне інтертекстуальне вкраплення може мати стратегічне значення, виступаючи засобом впливу, аргументації або емоційної маніпуляції. Наприклад, використання біблійної цитати чи посилання на відому політичну промову підсилює риторично увагу висловлювання та створює ефект морального права.

Використання інтертекстуальних засобів в політичних текстах є цілеспрямованим і підпорядкованим чітким комунікативній стратегії, що враховує склад аудиторії, інформаційний контекст і очікуваний результат. Ефективність інтертекстуальності залежить від здатності адресата розпізнавати та інтерпретувати такі елементи, що покладає відповідальність не лише на мовця, а й на медіа як посередника у цьому процесі. Посилання на знайомі тексти стимулюють позитивну реакцію та підсилюють емоційний вплив на реципієнта. Цей ефект часто використовується в політичних кампаніях, рекламі, телевізійних дебатах та промовах. В такому контексті

інтертекстуальність стає механізмом формування політичного бренду заснованого на чітко сформованих асоціативних зв'язках.

Таким чином, інтертекстуальність політичному дискурсі та медіа є не лише вторинним явищем або декоративним прийомом, вона, також, відіграє ключову роль у створенні переконливих повідомлень, які апелюють як до раціональної, так і до емоційної складової сприйняття. Її потенціал полягає в здатності створювати ефект смислової глибини, викликати впізнавання, формувати довіру та водночас здійснювати ідеологічний вплив.

1.2. Пропаганда як складник політичного дискурсу: історичний огляд і сучасні прояви

У сучасних умовах, коли інформація виступає одним із ключових ресурсів впливу, пропаганда стала системним інструментом формування масової свідомості, контролю громадської думки та мобілізації населення. Її застосування в політичній комунікації засвідчує зростання значущості інформаційних стратегій як чинника державної політики та засобу конкуренції в глобальному інформаційному просторі.

Пропаганда — потужний інструмент управління суспільною думкою. Світові війни ХХ століття, економічні та соціальні кризи, панування тоталітарних режимів та, разом з цим, утвердження пропаганди як засобу впливу на свідомість, призвели до викривленого деформованого відображення суспільством правової реальності. Деформація (від лат. «спотворення») правової свідомості — це явище, що характеризує викривлене розуміння цінності права і виражає негативне ставлення до законності і правопорядку [3, с. 7].

Така зміна правової реальності виходить за межі правового виміру та охоплює морально-етичну, соціальну та політичну сфери. Це формує умови для закріплення контрольованих моделей мислення, у межах яких інші погляди маргіналізуються або визнаються ворожими. В такому контексті пропаганда функціонує як механізм відтворення ідеологічних конструктів, що забезпечують лояльність мас до політичного режиму, знижують рівень критичного мислення або обмежують громадську активність.

Політична пропаганда — це інструмент, який використовується у сучасному світі для досягнення різних цілей, таких як ведення когнітивних воєн, збереження статус-кво політичною елітою або мобілізація активної меншості [4, с. 1].

Важливим аспектом пропагандистського впливу є формування ілюзії природності або очевидності поширюваних наративів. Через повторюваність, спрощення змісту та апеляцію до емоцій, пропаганда здатна формувати думки та змінювати поведінкові установки індивідів. Це суттєво відрізняє пропаганду від емоційного повідомлення, яке передбачає відкриту передачу фактів без наміру здійснювати прихований вплив.

Водночас не варто автоматично сприймати пропаганду як щось виключно погане. Вона виконує різні функції та комунікативні ролі — мобілізує людей, легітимізує владу, структурує ідеологію, підтримує колективну ідентичність. За певних умов пропаганда може навіть посилювати політичний діалог, але тільки, якщо зберігаються базові демократичні цінності. Коли ж ці принципи порушуються, пропаганда стає знаряддям нав'язування «єдиної правди», яка душить різноманіття думок і свободу слова.

Пропаганда впливає не лише через текстову інформацію, а й за допомогою візуальних образів, символів, кольорів і музики, які апелюють до емоційного сприйняття. Її маніпулятивний характер полягає в тому, що отримувач часто не усвідомлює впливу, сприймаючи наратив як нейтральну або «природну» інформацію. Це явище особливо посилюється в умовах цифрової комунікації, де відсутність чітких джерел, швидке поширення контенту та алгоритмічні фільтри підсилюють ефект впливу.

Як зазначає С. Романюк: «за умови вмілого використання слова й образу можна пропагувати ті ж ідеї, що вимагають детальнішого пояснення» [23, с. 6].

Це показує, що слово та візуальні прийоми працюють разом і мають однакову вагу для досягнення пропагандистських цілей. Уміння впливати на людей без відкритого тиску — одна із найнебезпечніших особливостей пропаганди сьогодні.

У цьому контексті варто згадати позицію Е. Бернейса, одного з теоретиків, які заклали основи сучасної пропаганди. На його думку, нас контролюють, наші думки формуються, смаки нав'язуються, ідеї підказуються людьми, про яких ми, здебільшого, навіть не чули. Це — логічний наслідок організації демократичного суспільства [39, с. 37].

Отже, у політичному дискурсі пропаганда розглядається як складний, ієрархічно організований механізм впливу, що функціонує в умовах конкуренції за владу, ресурси, увагу та лояльність. Вона інтегрується у соціальні інститути, трансформує політичну мову та формує культурний ландшафт сучасного суспільства.

Пропаганда є багатогранним феноменом, що проявляється на перетині політичної діяльності, соціальних процесів і мовної практики. Її аналіз вимагає міждисциплінарного підходу, оскільки кожна наукова галузь висвітлює окремий аспект цієї складної комунікативної стратегії: від управління масовою свідомістю до мовного впливу на індивіда.

Політологічний підхід

У межах політології пропаганда розглядається як стратегічний інструмент впливу, спрямований на формування політичної поведінки, підтримку легітимності влади або делегітимізацію опонентів. Основна функція пропаганди полягає у трансляції вигідних наративів, які закріплюються шляхом повторення, емоційної апеляції та контролю інформаційних потоків. Це забезпечує керованість суспільною думкою та передбачуваність реакції громадськості у кризових ситуаціях.

Пропаганда як політтехнологія протиставляється відкритому діалогу, оскільки її суть полягає не у вільному обміні думками, а в нав'язуванні єдиного погляду. Як зазначає Ж. Еллюль, саме намір і відносно сильний акцент на маніпуляції вирізняють пропаганду від звичайної розмови або вільного обміну ідеями [40, с. 6].

Це означає, що пропаганда не просто передає інформацію, а й спотворює реальність на користь політичних інтересів. У демократичних країнах її часто подають як публічну дипломатію, національний піар або патріотичну риторику, але її маніпулятивна суть не змінюється.

Соціологічний підхід

У соціології пропаганду розглядають як механізм масової соціалізації, який формує ідеологічні вподобання та підтримує соціальний порядок. Повторення символів, наративів і цінностей допомагає об'єднати суспільство навколо певних ідей або, навпаки, викликає соціальну напругу.

Це явище особливо помітне під час суспільної нестабільності, коли люди шукають «просту правду» і потребують чіткого пояснення складних подій. У такі періоди пропаганда активно використовує існуючі ідеологічні схеми, упередження та емоції.

Як зазначено в одному з досліджень Б. Горобця: «політичні та ідеологічні погляди та переконання так само гратимуть тут важливу роль та пропаганда буде намагатись ними маніпулювати з метою просування інтересів того, з чийого боку ця пропаганда поширюється» [24, с. 9].

Соціологи відзначають трансформацію ролей аудиторії, де пасивний реципієнт перетворюється на активного учасника процесу комунікації. За таких умов цільова аудиторія більше не є просто пасивним споживачем такого цільового переконливого контенту, а вона активно бере участь у його створенні, модифікації, поширенні та посиленні, часто ненавмисно просуваючи порядок денний пропагандистів, чії повідомлення резонують з їхнім світоглядом. Саме такого ступеня та інтенсивності залучення аудиторії до переконливого контенту, що виходить за рамки простого розкриття інформації, прагнуть досягти досвідчені пропагандисти, коригуючи представлення контенту, його формати та методи доставки [45, с. 4].

Лінгвістичний підхід

З лінгвістичної точки зору пропаганда розглядається як система мовних стратегій, спрямованих на формування певних переконань і установок. Аналіз тексту, семантики, прагматики та стилістики дає змогу ідентифікувати приховані механізми впливу.

Важливою є здатність мови не лише описувати, а й конструювати реальність. У цьому контексті пропагандистський текст виступає не просто інформативною одиницею, а засобом когнітивної інтервенції. Значну роль відіграють метафори, емоційно забарвлена лексика, а також апеляції до страху, ідентичності та ворожнечі.

Лінгвісти підкреслюють, що ефективність пропаганди визначається простотою мовлення та візуальним супроводом, який сприяє виникненню швидких асоціацій. Це пояснює, чому в умовах сучасних цифрових комунікацій, таких як меми, відеоролики та заголовки, пропаганда спрощує складні політичні концепти до елементарних емоційних реакцій. Подібна лінгвістична редукція змісту є характерною рисою сучасних маніпулятивних практик.

Дослідники також підкреслюють, що пропагандистський дискурс характеризується самовідтворенням: повторюваність мовних конструкцій, кліше та наративів поступово формує нову мовну норму, яка сприймається як природна. Як зазначав Дж. Орвел у своєму романі «1984»: «якщо всі приймають брехню, нав'язану партією, якщо у всіх документах одна й та сама пісня, тоді ця брехня поселяється в історії і стає правдою». Таким чином, лінгвістичний підхід дозволяє не лише ідентифікувати інструменти впливу, а й аналізувати їхній ефект на рівні масової комунікації [11].

Ідеальна інформація передбачає неупереджене та об'єктивне подання фактів і подій, що дає змогу аудиторії самостійно формувати обґрунтоване ставлення до дійсності. На відміну від інформації, пропаганда є цілеспрямованим впливом на свідомість з метою формування певного ставлення або поведінки, часто через вибіркове подання фактів, емоційне забарвлення та використання маніпулятивних технік.

Історично пропаганда має давнє походження, її корені можна простежити ще в античних цивілізаціях, де політики та релігійні діячі використовували різні засоби для поширення своїх ідей та контролю над населенням. Проте термін «пропаганда» набув особливого значення у XX столітті, коли вона стала ключовим інструментом у тоталітарних режимах та світових війнах. Перша світова війна ознаменувала собою важливий поворотний момент в еволюції медіа. Війна трансформувала доступні журналістам і публіці технології. Цей зсув характеризувався зростанням впливу друкованих медіа, появою радіомовлення та інноваційними пропагандистськими техніками, які застосовували різні країни [69].

Як зауважує І. Сторожук, тоталітарний режим з'явився як феномен XX століття. Характерною відмінністю тоталітаризму, яка випливає вже з його назви є тотальний контроль держави і втручання в різні сфери життя громадян, включно із особистою. Однак однією з головних спільних характеристик нарівні з жорсткою централізацією влади, повним контролем держави над суспільством та загальним обмеження

політичних прав і свобод для всіх була саме пропаганда, як засіб маніпуляції масовою свідомістю [12, с. 89].

В період тоталітарних режимів, зокрема в Німеччині та СРСР, пропаганда досягла найвищого рівня розвитку, виступаючи не лише як засіб інформування, а й як інструмент ідеологічного контролю, що забезпечував легітимацію влади та придушення інакомислення.

У другій половині XX століття розвиток демократичних цінностей і громадянського суспільства призвів до певної трансформації ролі пропаганди: мас-медіа стали більш різноманітними та менш централізованими, а принципи свободи слова заклали основу інформаційної діяльності. Однак навіть у демократичних країнах пропаганда залишається значущим явищем, особливо в контексті політичної боротьби та інформаційних війн. У сучасну еру цифрових медіа та соціальних мереж пропагандистські технології стали складнішими, розширили аудиторію та використовують нові канали поширення.

Розмежування пропаганди, інформації та реклами сприяє глибшому розумінню механізмів впливу на суспільну свідомість і формуванню критичного ставлення до отриманих повідомлень. Історія розвитку пропаганди демонструє її еволюцію від прямих маніпулятивних методів до складних стратегій, які адаптуються до сучасних інформаційних технологій.

Мас-медіа традиційно виконують ключову функцію у формуванні, поширенні та закріпленні ідеологічних наративів у суспільстві. Завдяки широкому охопленню аудиторії вони виступають ефективним каналом для трансляції як офіційних політичних повідомлень, так і прихованих ідеологічних впливів. Медіа не є пасивним відображенням реальності, а активно формують спосіб сприйняття подій і фактів аудиторією. За словами М. Маклуена: усі медіа цілком впливають на нас. Вони настільки проникають у всі аспекти життя — особисті, політичні, економічні, естетичні, психологічні, моральні, етичні й соціальні — що не залишають жодної нашої частини недоторканою. Медіа і є повідомленням. Неможливо зрозуміти соціальні й

культурні зміни без усвідомлення того, як медіа функціонують як середовища. Кожне медіа є продовженням певної людської здатності — психічної чи фізичної [59, с.160].

Мас-медіа відіграють ключову роль у поширенні ідеологічних наративів, формуючи репрезентації через використання стереотипів, культурних кліше та символічних образів. С. Хол неодноразово відзначав, що медіа мають владу «надавати» подіям певного сенсу, інтерпретуючи їх певним чином і додаючи даним інтерпретаціям статус загальновизнаної «правди» [26].

Як вказують дослідження по темі “disinformation in autocracies”, дезінформація з офіційних джерел часто є єдиною «правдою», оскільки її неможливо перевірити або зіставити з альтернативними джерелами [26].

У таких умовах державні медіа формують домінуючий ідеологічний наратив, а відсутність альтернативних джерел унеможлиблює критичну перевірку та дискусію.

Це демонструє, що у закритих політичних режимах медіа використовуються для цілеспрямованого формування суспільної думки, посилення домінуючих наративів і створення «ефекту правди» за відсутності альтернатив.

Сучасна пропаганда відрізняється надзвичайною гнучкістю, адаптуючись до мінливого медіапростору. Вона дедалі частіше маскується під звичайні інформаційні матеріали або розважальний контент, що значно ускладнює її розпізнавання. Як зазначено в сучасному дослідженні, автори формують свої твердження залежно від тематики, щоб передати аудиторії певні цільові емоції. Використання прихованих наративів і емоційних апелів спрямоване на вплив на підсвідомі установки споживачів інформації [49].

У сучасних умовах пропаганда поширюється не лише державними, а й неурядовими організаціями, комерційними структурами та окремими особами, що підвищує її багатогранність і непередбачуваність.

Сучасна пропаганда функціонує в режимі реального часу, оперативно реагуючи на події та настрої й адаптуючись до психологічних характеристик аудиторії. Відмінною

рисом цифрової пропаганди є не лише інформування, а й створення ілюзії участі, що перетворює отримувачів інформації на активних ретрансляторів.

У цьому контексті важливу роль відіграють алгоритми соціальних мереж, які підсилюють так званий ефект інформаційної бульбашки. Користувач отримує здебільшого ті повідомлення, які узгоджуються з його переконаннями, що сприяє радикалізації позицій і формуванню спрощених картин світу. Влада у гібридній медіасистемі здійснюється тими, хто успішно здатний створювати, підхоплювати або скеровувати інформаційні потоки у спосіб, що відповідає їхнім цілям [34, с.285].

Ця теза демонструє, що цифрові платформи не є нейтральними середовищами. Вони активно визначають інформаційні пріоритети, підсилюють емоційний вплив та спрямовують вибірково-когнітивну обробку інформації аудиторією.

Цифрові технології сприяють поширенню дезінформації та фейкових новин, що часто використовуються як інструмент пропагандистських кампаній для підризу довіри до офіційних джерел.

У ХХІ столітті соціальні мережі трансформувалися з простого засобу комунікації на потужний інструмент формування громадської думки. Завдяки можливостям таргетування, алгоритмам персоналізованої подачі контенту та вірусному поширенню інформації, платформи, такі як Facebook, Twitter, Instagram і Telegram, набули стратегічного значення для поширення пропагандистських наративів. Ці цифрові середовища дозволяють обирати цільову аудиторію за соціально-демографічними, політичними або психологічними ознаками, що значно підвищує ефективність комунікаційного впливу.

Сучасні дослідження підтверджують, що соціальні платформи надають широкі можливості для маніпуляцій громадською думкою через приховане втручання у цифрове середовище. Як наголошується у дослідженні Інституту інформатики Університету Індіани, уряди та пов'язані з ними особи можуть маніпулювати алгоритмами соціальних мереж, які визначають, що є трендом і що бачать користувачі у своїй стрічці [58].

Це демонструє, як швидко інформація поширюється у соціальних мережах і наскільки непомітно відбувається маніпулятивний вплив. Часто користувачі не усвідомлюють, що контент, який вони споживають, є частиною спеціальної інформаційної кампанії.

Під час виборчих кампаній пропаганда часто проявляється у вигляді інформаційних атак на опонентів, поширення неправдивої або емоційно забарвленої інформації, а також створення позитивного образу окремого кандидата. Мета такої пропаганди — не інформувати виборця, а впливати на його емоції, щоб він приймав рішення без достатньої критичності.

Геополітична пропаганда апелює до історичної пам'яті, ідеї національної безпеки та образу ворога для виправдання державної політики на міжнародній арені. Вона широко використовує стереотипи, міфи, культурні архетипи та символи, які спрощують складні політичні процеси для масової аудиторії.

Як зазначає дослідниця І. Шевченко, сучасна пропаганда використовує мультимодальні концептуальні метафори, які перетворюють складні політичні інтереси у прості символічні структури, що легко засвоюються масовою аудиторією. Такі наративи часто мають бінарну структуру, поділяючи світ на «нас» і «їх», «друзів» і «ворогів», що сприяє поляризації суспільної думки. Вони активно поширюються через телебачення, новинні ресурси та соціальні медіа, що робить їх майже непомітними у загальному потоці інформації [63, с.303].

Сучасні пропагандистські повідомлення не лише відображають, а й формують політичну реальність, впливаючи на сприйняття суспільних подій, інституцій та осіб. Їхня ефективність зумовлена здатністю поєднувати інформаційний зміст з емоційною маніпуляцією, що значно ускладнює їхнє розпізнавання навіть для обізнаної аудиторії.

Пропаганда є невід'ємною складовою політичного дискурсу, оскільки не лише формує суспільну думку, а й допомагає політичним акторам конструювати власний образ і позиціонувати свої ідеї. Вона взаємодіє з іншими елементами політичної

комунікації, такими як ідеологія, маніпуляція та переконання, створюючи комплексний вплив на свідомість громадян.

У політичній комунікації пропаганда виконує низку ключових функцій, що сприяють стабільності влади, керованості суспільних процесів і впливу на масову свідомість. У межах політичного дискурсу вона виступає не лише засобом передавання ідеологічних установок, а й інструментом соціального контролю, мобілізації та маніпуляції.

Однією з основних функцій пропаганди є формування суспільної підтримки політичних рішень і програм. Завдяки цілеспрямованій інформаційній діяльності пропаганда сприяє створенню позитивного образу політичних лідерів та інституцій, забезпечуючи сприятливий емоційний фон для реалізації їхніх стратегій. Таке інформаційне супроводження часто спрямоване на зниження рівня критичного мислення та формування ілюзії згоди в суспільстві щодо ключових політичних рішень.

Інша важлива функція — легітимація влади та ідеологічних настанов. Пропаганда створює та підтримує уявлення про законність і доцільність дій правлячої еліти, часто через міфологізацію лідерів, використання історичних аналогій або апеляцію до традицій. Як зазначає американський політолог Г. Лассуелл, одна з основних ролей пропаганди — це забезпечення символічної інтеграції населення в ідеологічний порядок, встановлений владою [62, с. 83-86].

Ще одним важливим аспектом є мобілізація населення на підтримку або протидію певним діям, що набуває особливого значення під час воєн, протестів чи кризових ситуацій. Пропагандистські кампанії часто апелюють до патріотизму, страху або ненависті, закликаючи до активних дій чи до національної єдності проти ворога. Важливою функцією є також контроль над інформаційним простором, що передбачає не лише поширення власного наративу, а й дискредитацію опозиційних джерел інформації.

Ще однією важливою функцією є створення та підтримка політичної ідентичності. Пропаганда сприяє формуванню у громадян відчуття належності до політичної

спільноти, розмежуванню «своїх» і «чужих», а також формуванню і підтримці образу ідеального громадянина, який поділяє визначені цінності.

Отже, у сучасній політичній комунікації пропаганда є не лише методом маніпуляції, а й системним інструментом формування політичної дійсності, що впливає на ідентичність, поведінку та мислення масової аудиторії.

1.3. Мовні і стилістичні засоби маніпуляції у новинних текстах

Мова — це не лише засіб комунікації, а й інструмент впливу, який відображає і формує дійсність. У сучасному інформаційному просторі її часто використовують для маніпулювання свідомістю, особливо в новинах.

Маніпуляція в мовній комунікації визначається як цілеспрямований вплив на свідомість і поведінку адресата за допомогою мовних і стилістичних засобів. Це складне явище є предметом дослідження у різних наукових галузях, зокрема у дискурсивній лінгвістиці, когнітивній науці, психології та медіадослідженнях. Теоретичні основи мовної маніпуляції закладені у працях таких дослідників, як Т. ван Дейк, П. Чілтон, В. Іващенко та інші. Ці науковці розробили концепції, що дозволяють зрозуміти механізми впливу через текст і мовлення, систематизувати прийоми маніпуляції та оцінити їхню ефективність.

Перш за все, Т. Ван Дейк розглядає маніпуляцію як форму дискурсивного впливу, що базується на когнітивних схемах адресата. За його визначенням: «маніпуляція є прихованою формою контролю над інформацією, що змінює уявлення і мислення реципієнта». Він зазначає, що маніпулятивний дискурс спрямований на формування конкретних ментальних моделей у свідомості читача або слухача, водночас приховуючи справжні наміри комунікатора. Т. ван Дейк також підкреслює, що ефективність маніпуляції визначається контекстом, соціальними установками та знаннями, на яких ґрунтується сприйняття тексту [67, с. 360–372.].

Маніпуляція в новинних текстах визначається як цілеспрямований, прихований або частково прихований вплив на аудиторію за допомогою мовних і стилістичних прийомів. І. Захарченко зазначає: «маніпуляція — це технологія, що забезпечує приховане керування свідомістю за допомогою лінгвістичних засобів, які не викликають у реципієнта усвідомлення такого впливу». Таким чином, маніпулятивна мова впливає не через відкриті переконання, а через складні психологічні механізми, що формують установки та емоційні реакції [8, с.23].

Дослідник М. Шадсон підкреслює, що роль медіа полягає не лише у передачі новин, але і у створенні репрезентацій соціальної дійсності, які структурно впливають на інтерпретацію інформації аудиторією. Він наголошує, що медіа є конструктором смислів, і тому не існує «чистих» новин — кожен текст несе у собі певний наратив, який формується через вибір тем, фактів та мовних засобів. Відтак, мовні та стилістичні засоби виступають інструментами формування ідеологічного дискурсу [8, с.14].

Український інформаційний простір, як і глобальний, перебуває під впливом інформаційних війн і гібридних загроз. У зв'язку з цим дослідження мовних засобів маніпуляції набуває особливої актуальності, адже саме через них можливий прихований вплив як ззовні, так і всередині країни. В. Іващенко підкреслює, що використання евфемізмів, метафор, експресивної лексики, інтонаційних зсувів дозволяє «зм'якшувати» або навпаки — посилювати певні меседжі, змінюючи емоційне забарвлення інформації і впливаючи на підсвідомість реципієнтів [8, с.45].

Евфемізми використовуються для пом'якшення або приховування справжнього змісту повідомлення, створюючи ілюзію об'єктивності. Це підкреслює необхідність мовно-стилістичного аналізу сучасних медіа.

Підкреслюючи значення лінгвістичного аспекту В. Іващенко зазначає, що мовні засоби маніпуляції в новинах не просто формують смисли, а й організовують певні когнітивні схеми, які сприяють внутрішній консолідації аудиторії або, навпаки, викликають розділення і конфлікти. Це положення узгоджується з теорією критичного дискурс-аналізу, згідно з якою мова розглядається як інструмент влади та домінування в суспільстві [8, с.30].

Проблема маніпуляцій у медіа має важливе практичне значення для розвитку медіаграмотності. Значна частина сучасних споживачів інформації не завжди усвідомлює тонкі способи впливу через мовні засоби, що підвищує їхню вразливість до дезінформації та фейкових новин. Тому, систематичне вивчення та ідентифікація маніпулятивних технік є необхідною умовою для формування критичного мислення та розробки ефективних методів протидії інформаційним загрозам. Таким чином,

дослідження мовних і стилістичних засобів маніпуляції в новинних текстах має не лише наукове, але і соціальне значення, оскільки це сприяє підвищенню інформаційної безпеки та зміцненню демократичних процесів.

П. Чілтон розглядає дискурс як інструмент впливу на мислення аудиторії через конструювання ідеологічних моделей. Згідно з його підходом, мова у політичному дискурсі слугує засобом просторової, часової та соціальної організації світу, що формує певне бачення реальності [35, с.226].

Українська лінгвістика активно розвиває напрям вивчення маніпулятивної функції мови. І. Захарченко вважає, що «мовна маніпуляція полягає у навмисному доборі мовних засобів для впливу на когнітивні, емоційні та поведінкові реакції адресата, при збереженні ілюзії неупередженості». Це часто здійснюється через елементи, які не сприймаються як явно суб'єктивні: граматичні структури, інтонаційні контури, а також мовчання чи відсутність інформації [5, с.45-47].

Класифікація мовних засобів маніпуляції

У науковій літературі виокремлюють кілька рівнів мовної маніпуляції: лексичний, синтаксичний і прагматичний. Кожен із цих рівнів відіграє окрему роль у формуванні прихованого впливу на реципієнта.

В. Іващенко зазначає, що «добір слів із позитивною чи негативною конотацією є основним засобом формування суб'єктивної оцінки подій, прихованої під маскою об'єктивності». Лексичні засоби маніпуляції ґрунтуються на доборі слів з оцінним, емоційним або ідеологічним забарвленням. До них належать як позитивно, так і негативно марковані слова (наприклад: «герої», «терористи», «окупанти»), а також евфемізми, що замінюють соціально неприйнятні слова на більш прийнятні [8, с.15].

Також поширеним та потужним прийомом у політичному дискурсі є використання «правила трьох». Тріадна структура, вперше згадана ще за часів Стародавньої Греції (Аристотель) та часів Давнього Риму (Цицерон), сьогодні активно застосовується політичними діячами з метою залучення уваги аудиторії. Вислови, що складаються з трьох ритмічних слів або фраз, сприймаються суспільством найкраще, оскільки

людська пам'ять здатна обробляти обмежену кількість інформації одночасно. Гарвардський професор Дж. Міллер припускає, що люди можуть запам'ятовувати приблизно сім фрагментів інформації (плюс-мінус два). Сучасні наукові дослідження звузили це число до трьох або чотирьох фрагментів. Відомими прикладами застосування «правила трьох» є промови В. Черчилля “Blood, toil, tears and sweat”, Б. Обама “Hope, change, action” та інші [37; 35; 48].

У сучасному політичному дискурсі емфімізацію застосовують для приховування негативної суті явищ за допомогою нейтральних або позитивних формулювань: «збройна операція» замість «війна», «нульове зростання» замість «спад» тощо. Така стратегія впливає на сприйняття інформації, змінюючи емоційне ставлення аудиторії.

Синтаксичні засоби маніпуляції полягають у побудові речень, що зменшують або приховують відповідальність суб'єкта. Типовими є конструкції на кшталт «було прийнято рішення», де суб'єкт дії залишається невизначеним. Перетворення дієслів на іменники (наприклад: «ухвалення рішення», «початок наступу») дозволяє зробити подію абстрактною, безособовою та уникнути вказівки на виконавця дії.

В. Бірюкова зазначає, що синтаксична структура новинних текстів часто навмисно знеособлює повідомлення, аби уникнути прямої відповідальності за вчинки [2, с.14].

Прагматичні засоби маніпуляції реалізуються через мовленнєві акти, приховані смисли, натяки та мовленнєві стратегії. Особливу роль відіграють пресупозиції, тобто твердження, які не висловлюються прямо, але сприймаються як очевидні. Н. Петрушова зазначає: «пресупозиція (лат. *prae* — попереду, перед і *suppositio* — припущення) у прагмалінгвістиці — це припущення чи розрахунок на те, що частина пропонованої інформації очевидна і/чи добре відома адресатові». Наприклад, фраза «навіть опозиція визнала успіх уряду» містить припущення про об'єктивність урядового досягнення, хоча така оцінка не підтверджується фактами [22, с. 90].

До прагматичних засобів також належить використання риторичних питань, гіпотетичних конструкцій і узагальнень (наприклад: «всім відомо, що...»). Такі

прийоми формують ілюзію загальної думки та знижують рівень індивідуального критичного мислення аудиторії.

Інтонаційні та паралінгвістичні засоби в аудіо- та відеоновинах відіграють значну роль у формуванні маніпулятивного ефекту. Зміни темпу мовлення, паузи та наголоси підсилюють емоційне сприйняття й акцентують увагу на ключових моментах. Порядок подачі інформації також впливає на сприйняття: факти, розміщені на початку або в кінці тексту, сприймаються як більш значущі.

Стилістичні засоби впливу

Окрім структурних мовних елементів, у процесі маніпулятивного впливу значну роль відіграють стилістичні засоби. До таких засобів належать експресивно-емоційні конструкції, метафори, порівняння та інтонаційні маркери, які стимулюють образне мислення та формують необхідний емоційний фон повідомлення.

Одним із головних прийомів є метафоризація, яка дозволяє подати складне або небажане явище у більш прийнятному емоційному світлі. Наприклад, фрази «економічний фронт» або «інформаційна війна» трансформують соціальні явища у складові воєнної картини світу, викликаючи відповідні емоції.

Т. ван Дейк пише, що метафори у дискурсі не просто прикрашають мову — вони задають рамки сприйняття реальності [68, с.364].

До інших стилістичних засобів належать гіперболи та емоційно забарвлена лексика, що підсилює суб'єктивність повідомлення. У деяких випадках емоційне навантаження створюється за допомогою пунктуаційних засобів: тире, лапок, трикрапок, які сприймаються читачем як сигнали іронії, сумніву або прихованого значення.

Розуміння механізмів когнітивних процесів, що відбуваються під час сприйняття тексту, є ключовим для аналізу впливу маніпулятивних стратегій. Вибіркове сприйняття, підтвердження власних уявлень (confirmation bias) та спрощення складної інформації підвищують вразливість до маніпуляцій. Мовні засоби посилюють ці ефекти за допомогою ключових слів, образів і емоційно забарвлених висловів, які провокують автоматичні реакції.

Когнітивне підґрунтя має вирішальне значення для маніпуляції, оскільки воно визначає, як адресат сприймає, інтерпретує та реагує на інформацію. Мовні засоби виступають інструментами формування і коригування ментальних моделей, упереджень і стереотипів у свідомості людини. З цієї причини маніпуляція мовою часто залишається прихованою, оскільки усвідомлення впливу знижує його ефективність. Як зазначає Т. ван Дейк: «усвідомлення маніпуляції здатне нейтралізувати її вплив, тому маніпулятори прагнуть залишатися непомітними» [68, с.362].

Виявлення маніпулятивних прийомів у новинних матеріалах є важливим етапом підвищення медіаграмотності суспільства. Детальний аналіз мовних, стилістичних і структурних особливостей повідомлень дозволяє ідентифікувати приховані впливи та способи маніпуляції. Систематичне навчання основам медіаграмотності сприяє розвитку навичок розпізнавання маніпулятивних стратегій і знижує ризик впливу дезінформації.

Серед основних методів протидії маніпуляції варто виділити: аналіз фактологічної достовірності, оцінку джерел інформації, звернення уваги на мовні кліше і емоційні засоби впливу. Важливу роль відіграють також медійні стандарти та етичні норми журналістики, які повинні запобігати навмисній дезінформації та спотворенню фактів [8, с.15].

Створення рекомендацій для читачів, журналістів і редакторів щодо прозорості та точності інформації допомагає зменшити вплив маніпуляцій у медіа. Поширення знань про маніпулятивні прийоми підвищує безпеку інформаційного середовища і підтримує демократичний розвиток суспільства. Така діяльність підвищує обізнаність щодо механізмів маніпуляції та знижує вразливість до фейкових новин і дезінформації.

Як наголошує І. Захарченко, освічений споживач медіа може захиститися від дезінформації, якщо володіє навичками аналізу і розпізнавання маніпулятивних прийомів [5, с.45].

Отже, формування культури відповідального споживання інформації та навичок її критичного аналізу сприяє створенню стійкої та захищеної інформаційної спільноти.

Також, дотримання журналістських стандартів, етичних норм і професійної відповідальності медіаорганізацій суттєво знижує ризик навмисного спотворення інформації.

Висновок до Розділу 1

Теоретичний аналіз політичного дискурсу, проведений у першому розділі, дозволяє визначити його як складну форму суспільної комунікації, що функціонує на перетині мовних, соціальних, когнітивних та ідеологічних площин. У новинному контексті політичний дискурс виконує не лише інформативну функцію, а й слугує ефективним інструментом переконання, впливу на громадську свідомість і формування ставлення до подій, осіб та процесів. Його багатошаровість проявляється у поєднанні раціональних аргументів з емоційним забарвленням, прямих повідомлень із прихованими смислами, а також відкритих декларацій із маніпулятивними прийомами.

Маніпулятивні стратегії, що активно застосовуються у політичному медіа-дискурсі, мають цілеспрямований характер і не є випадковими чи імпровізованими. Їхня структура визначається конкретними політичними завданнями: створення або підтримання необхідного іміджу, формування образу «ворога», делегітимація альтернативних точок зору, а також закріплення заданих інтерпретацій подій. Мова у цьому контексті виступає не лише каналом передачі інформації, а й засобом моделювання реальності, у якій домінують вигідні політичним суб'єктам смисли. Вона забезпечує можливість керування емоціями, викликання страху чи співчуття, формування уявлень про «добро» і «зло», «своїх» і «чужих».

У сучасному медіапросторі особливої значущості набуває здатність політичного дискурсу оперативно адаптуватися до нових форматів подачі інформації, зокрема до комунікаційних платформ із короткими текстами, візуальним контентом та мінімальними ознаками аргументації. Така трансформація супроводжується зростанням ефективності емоційного впливу на масову свідомість. Новини, що поширюються через соціальні мережі, месенджери або відеохостинги, часто набувають ознак маніпулятивних повідомлень, у яких інформація подається фрагментарно, із нав'язуванням певних акцентів чи оцінок. Тому дослідження мовних і стилістичних засобів маніпуляції є необхідним для розуміння механізмів політичного впливу на суспільство.

Серед найбільш поширених мовних засобів впливу виділяються емоційно забарвлені слова, метафори, гіперболи, евфемізми, риторичні запитання, а також конструкції, що дозволяють уникати прямої відповідальності за висловлену позицію. Додатково широко застосовуються прийоми прихованого суб'єкта дії та безособові конструкції, які створюють ефект «об'єктивності», хоча насправді відтворюють бажану для політичного замовника інтерпретацію.

Аналіз концепцій критичного дискурс-аналізу, зокрема у підходах Т. А. ван Дейка, П. Чілтона, Н. Фейрклоу та українських дослідників, підтверджує, що політичний дискурс не є пасивним відображенням реальності, а виступає активним чинником її формування. Влада реалізується через контроль над смислами: спосіб називання подій, порядок подання їх складових, а також емоційні реакції, які вони викликають, визначаються мовною формою подачі інформації. В умовах гібридних війн, інформаційних кампаній і глобальної медіатизації політика набуває ознак комунікативного спектаклю, у якому кожне слово має стратегічне значення.

Таким чином, політичний дискурс у новинному середовищі виступає ареною боротьби за смисли, за право домінувати у громадському просторі та впливати на колективну свідомість. Глибоке осмислення і критичне вивчення мовних і стилістичних засобів маніпуляції є ключовими умовами формування інформаційно стійкої, незалежної в судженнях особистості, здатної розпізнавати глибинні механізми впливу та протистояти нав'язаним ідеологічним схемам. У цьому контексті актуальність наукового аналізу політичного дискурсу зростає, оскільки він стає інструментом формування нової соціальної реальності, орієнтованої не на істину, а на ефективність впливу.

Розділ 2. ЛІНГВІСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ У СУЧАСНИХ НОВИНАХ, СТРАТЕГІЇ ПРОПАГАНДИ ТА МАНІПУЛЯЦІЇ.

2.1 Аналіз мовної специфіки політичних новин на прикладі FoxNews, Origo та BBC Ukraine.

Сучасне медіасередовище демонструє різноманітні перспективи та інтерпретації, що підкреслює актуальність дослідження конструювання реальності за допомогою лінгвістичних механізмів. Аналіз характеристик політичного дискурсу в новинних текстах вимагає інтегрованої методології, яка поєднує критичний дискурс-аналіз, теорію фреймінгу та лінгвопрагматику.

Т. ван Дейк концептуалізував критичний дискурс-аналіз як форму соціальної практики, що відображає та конструює владні відносини. Члени впливових соціальних груп та інституцій, особливо їхні лідери, зазвичай мають ексклюзивний доступ до певних типів публічного дискурсу та здійснюють контроль над ними. Особи, які контролюють більшу кількість і більш впливові жанри дискурсу, а також більше властивостей дискурсу, відповідно мають більший вплив. Це становить дискурсивне визначення та практичну діагностику одного з основних компонентів соціальної влади [20, с.15].

Аналіз ґрунтується на передумові, що новинні тексти не просто представляють реальність, а й активно формують певні інтерпретації подій через вибіркове подання фактів, специфічну ідентифікацію учасників та артикуляцію ціннісних суджень.

Теорія фреймінгу Р. Ентмана пропонує концептуальну основу для аналізу того, як медіа-організації визначають проблеми, діагностують причини, роблять моральні оцінки та пропонують рішення. Аналіз фреймів висвітлює точний спосіб, яким вплив на людську свідомість здійснюється шляхом передачі (або комунікації) інформації з одного місця — такого як промова, висловлювання, новинний репортаж чи роман — до цієї свідомості. Фрейм, що розуміється як когнітивна структура, організовує сприйняття, підкреслюючи певні аспекти події, применшуючи інші. Аналіз

домінантних фреймів дозволяє визначити ідеологічну позицію медіа-організації та виявити маніпулятивні стратегії [41, с.51-52].

У дослідженні розглядаються три медіа, які представляють різні сегменти інформаційного простору та ідеологічні позиції. Fox News є провідним американським консервативним новинним каналом, що відображає республіканську позицію та характеризується проатлантичною орієнтацією. Origo репрезентує угорський медіаландшафт і відзначається наближеністю до урядової політики В.Орбана, що проявляється у євроскептичному дискурсі та критичному ставленні до підтримки України. BBC Ukraine, як підрозділ британської громадської мовної корпорації, декларує дотримання принципів журналістської об'єктивності та балансу точок зору.

Для аналізу обрано публікації, присвячені ухваленню Конгресом США закону Ukraine Democracy Defense Lend-Lease Act, а також європейській військовій допомозі Україні.

Стаття *“US Senate votes to resurrect World War II-era policy to help Ukraine amid Russian invasion”* опублікована на сайті FoxNews є прикладом медіатексту, де використано лінгвістичні та стилістичні прийоми для створення емоційного впливу та посилення патріотичного фрейму. Вона подає підтримку України з боку США як продовження історичної боротьби за свободу та демократію, водночас формуючи чітку дихотомію «допомога — агресія», «демократія — тиранія».

“US Senate votes to resurrect World War II-era policy to help Ukraine amid Russian invasion. The original lend-lease program enabled the U.S. to send weapons to the Allies in World War II. The U.S. Senate voted to resurrect the lend-lease program that enabled America to send weapons to Britain and other allies in World War II, in order to bolster Ukraine's effort against the Russian invaders. The Ukraine Democracy Defense Lend-Lease Act of 2022, S.3522, passed the Senate by voice vote late Wednesday. The bill aims “to provide enhanced authority for the President to enter into agreements with the Government of Ukraine to lend or lease defense articles to that Government to protect civilian populations in Ukraine from Russian military invasion. Dmytro Kuleba, Ukraine's minister of foreign affairs, said

that he is "grateful to the U.S. Senate for passing the Ukraine Democracy Defense Lend-Lease Act." He called it an "important first step towards a lend-lease program to expedite the delivery of military equipment to Ukraine. Looking forward to its swift passage in the House and signing by the U.S. President". The U.S. used the lend-lease program in the early years of World War II in order to help Britain defend itself against the Nazis without officially declaring war or entering the conflict. This new measure echoes that balance. President Biden has repeatedly insisted that, while the U.S. has imposed sanctions on Russia, the White House intends to avoid entering a direct conflict with Moscow" [53].

У заголовку та вступному реченні, *"The U.S. Senate voted to resurrect the lend-lease program that enabled America to send weapons to Britain and other allies in World War II, in order to bolster Ukraine's effort against the Russian invaders."*, автори використовують мовні засоби, що сприяють емоційному підсиленню сприйняття новини. Дієслово *"resurrect"* («восскресити») має релігійну конотацію, яка в цьому контексті передає ідею відродження історично значущого та морально схвалюваного явища. Ця лексеми формує позитивну оцінку дії, оскільки натякає не лише на відновлення, а й на повернення до життя цінного об'єкта. Фраза *"enabled America to send weapons"* демонструє активну позицію США як суб'єкта дії. Активна синтаксична конструкція акцентує агентність, силу та здатність країни здійснювати рішучі кроки для підтримки союзників. Таким чином, США зображуються не як спостерігач, а як головний ініціатор і гарант допомоги.

Особливої уваги заслуговує номінація *"Russian invaders"*. Використання слова *"invaders"* замість нейтральних формує негативну оцінку та визначає Росію як агресора. Це створює опозицію, де перевага належить західній коаліції. Фраза *"bolster Ukraine's effort"* характеризує українську сторону, як позитивну. Іменник *"effort"* підкреслює активність і самостійність України у боротьбі, а дієслово *"bolster"* має позитивну семантику підтримки та зміцнення. Саме тому, імпліцитно формується фрейм: Україна — держава, що героїчно чинить опір, а США — партнер, який бореться за справедливість.

Автор застосовує стратегія моральної легітимації, використовуючи лексеми із позитивною конотацією, таких як *“help Ukraine”*, *“support”*, *“defense”*, *“aid”*. Ці лексеми формують асоціативне поле солідарності та морального обов’язку. А також домінують інформативно-оцінні конструкції, які поєднують фактичне повідомлення з елементами емоційного впливу. Наприклад, речення *“The Senate overwhelmingly voted in favor of the bill”* використовує прислівник *“overwhelmingly”* для створення ефекту єдності, беззаперечної правоти та морального консенсусу.

Цитування представника України є важливим інструментом для створення ефекту автентичності. Використання емоційно забарвлених слів, таких як *“grateful”* та *“important first step”*, підкреслює позитивний образ міжнародної співпраці. Слово *“expedite”* формує враження про швидку реакцію Заходу, додаючи відчуття терміновості та необхідності дій.

У статті також простежується стратегія інтертекстуальності, спрямована на підсилення аргументативного потенціалу повідомлення. Інтертекстуальність – термін, запропонований Ю. Крістєвою, що позначає властивість тексту містити в собі інші тексти та вступати з ними в діалогічні відносини [14, с. 4].

Порівняння сучасної ініціативи з політикою *“lend-lease”* часів Другої світової війни переносить моральну легітимність минулих дій США у сучасний контекст, формуючи відчуття історичної спадкоємності. Такі інтертекстуальні відсилання створюють ефект наративної безперервності, у якому США постають як постійний захисник свободи, а росія — як черговий прояв загрози.

На рівні емоційного впливу важливу роль відіграє лексична інтенсифікація за допомогою прикметників із виразною експресією, таких як *“massive military aid”*, *“bold move”*, *“historic decision”*.

Таким чином, лінгвістичний аналіз демонструє, що емоційне забарвлення статті формується завдяки систематичному поєднанню історичних метафор, позитивно оцінної лексики та граматичних конструкцій, які підсилюють відчуття моральної місії США. Застосування таких прийомів дозволяє Fox News не лише інформувати, а й

формувати інтерпретаційну рамку, у якій військова допомога Україні подається як закономірне, героїчне та морально виправдане рішення.

16 травня 2023 року угорське онлайн-видання Origo опублікувало статтю, присвячену темі європейської військової допомоги Україні.

«Європейський Союз до початку російсько-української війни — з огляду на досвід Другої світової війни — завжди особливо прагнув сприяти встановленню та підтриманню миру на своїй території.

Цю багатодесятилітню практику скасувала російсько-українська війна, і Європа розпочала небувалий досі експорт зброї на користь України, тим самим безпосередньо втягнувши себе у примусову підтримку війни.

Отже, тоді як решта світу намагається уникати вирішення конфліктів за допомогою зброї, Європа — колись колыска світових воєн — знову взялася за озброєння.

Торік двічі збільшили бюджет підтримки України на п'ятсот мільйонів євро, з яких, зокрема, фінансували закупівлю смертоносної зброї та місії з військової підготовки» [43].

Початкове речення створює ідеологічно маркований образ Європейського Союзу. Використання слова «завжди» формує враження універсальності та безперервності, що спрощує складну історичну динаміку і сприяє формуванню міфу про постійну миротворчу роль ЄС. Використання дієслова у минулому часі підкреслює завершеність дії, що створює відчуття втрати та підсилює риторичний контраст між «моральним минулим» та «змінним сучасним».

Вставна конструкція «з огляду на досвід Другої світової війни» апелює до колективної пам'яті європейців про найтрагічніший конфлікт XX століття. Вступна частина тексту використовує техніку історичної ностальгії, ідеалізуючи минуле та створюючи контрастну рамку, у межах якої будь-яка сучасна зміна політики сприймається як відступ від морального ідеалу. Це формує в читача готовність сприймати подальші звинувачення проти ЄС як логічно обґрунтовані.

Автор використовує гіперболу *«небувалий досі експорт зброї»*, що створює невизначеність і дозволяє читачу самостійно уявити масштаб події. Вибір терміна *«експорт зброї»* надає висловлюванню комерційного відтінку, на відміну від нейтрального *«військова підтримка»*, і натякає на економічний інтерес. У підсумку гуманітарний акт солідарності інтерпретується як торгівля зброєю.

Дієприкметникова конструкція *«втягнувши себе»* є ключовим елементом риторичного впливу. Акцент на стихійності та неконтрольованості підсилює враження безпорадності Європи, яку представлено як втягнуту у війну всупереч її волі. У підсумку Європа постає пасивною жертвою обставин, що знімає з неї політичну відповідальність.

Фраза *«у примусову підтримку війни»* завершує маніпулятивну конструкцію. Прикметник *«примусова»* формує семантичний оксиморон з іменником *«підтримка»*. Це поєднання створює когнітивний конфлікт і знижує моральну цінність дії, оскільки вимушена підтримка не може вважатися щирою. Водночас виникає питання щодо суб'єкта примусу. Автор не ідентифікує того, хто змушує Європу, залишаючи простір для інтерпретацій, що є типовим прийомом маніпуляції шляхом недомовленості.

Далі в статті з'являються ще два важливі маніпулятивні прийоми: іронічний контраст і емоційна драматизація. Вони підсилюють ідеологічну спрямованість тексту і формують критичне ставлення до політики ЄС.

Речення *«Отже, тоді як решта світу намагається уникати вирішення конфліктів за допомогою зброї, Європа — колись колыска світових воєн — знову взялася за озброєння»* створює опозицію між *«рештою світу»*, що нібито обирає мир, і *«Європою»*, яка знову повертається до мілітаризації. Така дихотомія між *«мирним світом»* і *«агресивною Європою»* редукує складність геополітичної ситуації та потенційно формує негативне сприйняття рішень Європейського Союзу щодо підтримки України.

Вставна конструкція *«колись колыска світових воєн»* функціонує як історична алюзія. Інтертекстуальне посилення на Першу та Другу світові війни актуалізує у колективній свідомості страх і недовіру до європейської політики. Така алюзія виконує

емоційно-регулятивну функцію, стимулюючи сприйняття сучасної військової допомоги Україні як повторення історичних помилок.

Метафоричний вислів «*взялася за озброєння*» підсилює експресивність, посилює драматизм і формує у читача відчуття неминучої ескалації. У цьому контексті речення містить ознаки пропагандистського висловлювання: використання емоційних маркерів, апеляцію до історичної пам'яті, спрощення складної реальності через дихотомічну опозицію та формування оцінного судження, представленого як об'єктивне спостереження.

Автор застосовує приховану іронію, що базується на контрасті між офіційною термінологією та фактичним змістом подій. Точність формулювань і насиченість фактичним матеріалом створюють враження повної об'єктивності.

Така насиченість фактами виконує дві функції. З одного боку, вона підвищує довіру до тексту, а з іншого боку служить інструментом критики.

Ключовим елементом іронічної маніпуляції є лексема «*Європейський мирний фонд*». Її поєднання з висловом «*постачання зброї*» утворює семантичний оксиморон, оскільки поєднання понять «*мир*» і «*зброя*» викликає когнітивний дисонанс.

Оксиморон — дуже виразний стилістичний прийом: використовуючи мінімум мовленнєвих засобів, він характеризує складність, внутрішню суперечність описуваного предмета або факту, дає змогу особливо наочно й виразно показати діалектичну сутність того чи того явища, створити нове, яскраве поняття, враження [25, с. 2].

Автор не коментує цю суперечність прямо і не використовує маркери іронії, залишаючи читачеві можливість самостійно виявити суперечність. Така імпліцитна іронія часто виявляється ефективнішою за відкриту оцінку, оскільки створює у читача ілюзію самостійного критичного мислення. У прагматичному аспекті це відповідає концепції імплікатури за Г. Грайсом. Ця концепція стверджує, що додаткові, невисловлені значення виникають, коли мовець навмисно порушує комунікативні

максими, змушуючи слухача самотійно вивести приховане значення, яке через це сприймається сильніше за пряме твердження [47, с. 45].

Ще одна маніпулятивна стратегія полягає у використанні емоційно забарвленої лексики, спрямованої на формування тривоги та осуду щодо політики ЄС. У наведеному реченні *«Торік двічі збільшили бюджет підтримки України на п'ятсот мільйонів євро, з яких, зокрема, фінансували закупівлю смертоносної зброї та місії з військової підготовки»* ідентифіковано дві характерні маніпулятивні техніки.

Конкретизація суми *«п'ятсот мільйонів євро»* створює враження надмірності. Велика цифра, подана без порівняльного контексту, створює у читача відчуття гіперболізації. Відсутність інформації про реальну частку цих витрат у загальному бюджеті ЄС підсилює емоційний вплив. У результаті реалізується стратегія деконтекстуалізованих чисел: факт залишається точним, але його інтерпретація спотворюється через відсутність масштабу порівняння.

Фраза *«смертоносна зброя»* демонструє емоційну гіперболізацію. У цьому випадку використовується надмірне означення, що підсилює сприйняття небезпеки та аморальності дій ЄС. У підсумку навіть нейтральна інформація про оборонні постачання трансформується у морально забарвлений дискурс, у якому дії ЄС набувають конотацій жорстокості та цинізму.

У тексті поєднуються кілька рівнів маніпулятивного впливу: фактографічна точність використовується як засіб критики, іронічне зіставлення понять та емоційне підсилення через лексеми, пов'язані зі смертю та великими числами. Застосування цих прийомів формує риторичний ефект, спрямований на знецінення миротворчої позиції ЄС та створення образу політики, що суперечить задекларованим мирним намірам.

Маніпуляція полягає не у спотворенні фактів, а у вибіркового акцентуванні їхніх конотацій. Автор спрямовує емоційну реакцію читача у визначеному напрямку. Таким чином, цей текст демонструє приклад постінформаційної маніпуляції, коли вплив здійснюється не через фейкові новини, а через стратегічно підібрану мовну рамку, яка визначає інтерпретацію подій до їхнього осмислення.

Ще одним об'єктом дослідження слугуватиме публікація на вебсайті BBC Ukraine опублікована 5 жовтня 2023. Стаття про американський ленд-ліз для України є прикладом журналістського підходу, де поєднується емоційна виразність, історичні алюзії, риторичні техніки та інтертекстуальність.

«Американський ленд-ліз для України закінчився, так і не почавшись. Чому він не запрацював. Урочиста зала Білого дому, символічна дата — 9 травня, що ще донедавна був Днем Перемоги в Україні. Президент США Джо Байден в компанії, зокрема, конгресвумен українського походження Вікторії Спарти, підписує закон про ленд-ліз для України. Це відбувається вперше з часів Другої світової війни

Тоді американці передавали союзниками, серед яких і Радянський Союз, різноманітну зброю, харчі, техніку, паливо і інші необхідні речі за процедурою оренди чи довготривалого боргу (буквально з англійської “lend lease”).

Хоча пізніше під час 'Холодної війни' радянська влада применшувала роль американської допомоги в перемозі над нацизмом, військові експерти вказують, що колосальні обсяги цієї допомоги безумовно мали важливий вплив на перебіг війни» [1].

У заголовку *«Американський ленд-ліз для України закінчився, так і не почавшись. Чому він не запрацював»* можна відслідкувати використання оксиморону, що поєднує протилежні твердження: *«закінчився»* і *«не почавшись»*. Це створює парадокс і привертає увагу читача. BBC Ukraine свідомо застосовує емоційно забарвлену конструкцію замість нейтральної, чим підкреслює абсурдність ситуації. Такий прийом містить приховану критику: оксиморон показує, що закон існував лише формально, але не діяв на практиці, викликаючи відчуття марності та невикористаної можливості. Питання *«Чому він не запрацював»* обіцяє пояснення і мотивує читача дізнатися більше.

«Урочиста зала Білого дому, символічна дата — 9 травня, що ще донедавна був Днем Перемоги в Україні. Президент США Джо Байден в компанії, зокрема, конгресвумен українського походження Вікторії Спарти, підписує закон про ленд-ліз для України. Це відбувається вперше з часів Другої світової війни». Фраза «що ще

донедавна був *Днем Перемоги в Україні*» містить темпоральний маркер зміни, який демонструє нещодавню трансформацію значення цієї дати для України. Це показує символічне протистояння з росією на рівні календаря та історичної пам'яті. Речення *«Це відбувається вперше з часів Другої світової війни»* є кульмінацією історичної алюзії. Вислів *«вперше з часів»* створює відчуття епохальності та підкреслює, що йдеться не лише про політичне рішення, а про історичну подію.

Це речення створює паралель з 1941 роком, коли США запровадили оригінальний ленд-ліз. FoxNews підкреслює цю паралель через метафору *«воскресіння»*, тоді як BBC Ukraine використовує драматургію сцени та символізм дати для більш тонкого ефекту.

У реченні — *«Тоді американці передавали союзниками, серед яких і Радянський Союз, різноманітну зброю, харчі, техніку, паливо і інші необхідні речі за процедурою оренди чи довготривалого боргу (буквально з англійської “lend lease”)*» — формулювання *«союзниками, серед яких і Радянський Союз»* є риторично нейтральним, але ідеологічно значущим. BBC Ukraine уникає будь-яких оцінних характеристик СРСР, називаючи його просто *«союзником»* у контексті боротьби з нацизмом.

У реченні *«Хоча пізніше під час 'Холодної війни' радянська влада применшувала роль американської допомоги в перемозі над нацизмом, військові експерти вказують, що колосальні обсяги цієї допомоги безумовно мали важливий вплив на перебіг війни»* епітет *«колосальні обсяги»* підсилює значущість допомоги та гіперболізує для підкреслення масштабу.

Використання прислівника *«безумовно»* надає переконливості щодо важливості ленд-лізу, не допускаючи альтернативних інтерпретацій. Згадка про применшення американської допомоги радянською владою створює паралель із сучасною політикою росії щодо західної підтримки України.

«Але минуло півтора року і це питання загадковим чином зникло з радарів великої політики. То що це — провал ленд-лізу, хитрий план чи запасна опція, яка досі актуальна?» Фраза *«загадковим чином зникло з радарів»* є подвійною метафорою. По-перше, *«загадковим чином»* створює атмосферу таємничості, інтриги, можливо навіть

конспірології. По-друге, метафора «з радарів великої політики» запозичена з військової термінології. Словосполучення «велика політика» додає важливості — це не просто політика, а саме велика, що підкреслює масштаб проблеми.

Риторичне питання «*То що це: провал ленд-лізу, хитрий план чи запасна опція?*» використовує правило трьох, пропонуючи три різні варіанти. Так BBC Ukraine підкреслює неоднозначність ситуації, створює атмосферу розслідування і підтримує інтерес читача.

Правило трьох — це риторичний принцип, згідно з яким інформація, представлена групами з трьох елементів, є більш запам'ятовуваною, переконливою та задовільною для сприйняття, ніж інші числові комбінації, оскільки трійка є найменшою кількістю елементів, необхідною для формування впізнаваного патерну [66, с. 21].

Таким чином сучасний політичний дискурс у засобах масової інформації відзначається великою різноманітністю навіть при висвітленні схожих подій. Аналіз трьох інформаційних платформ — Fox News, Origo та BBC Україна — виявив, що лінгвістичні, стилістичні та структурні особливості текстів створюють унікальні інтерпретаційні фрейми, які відображають ідеологічну позицію кожного медіа. Висвітлення прийняття закону про ленд-ліз для України ілюструє три різні семантичні проекції: героїко-патріотичну, загрозливо-песимістичну та аналітично-збалансовану. Отже, журналістський текст не лише передає інформацію, а й формує політичну реальність через фреймінг і дискурсивні стратегії.

Аналіз лексичного рівня показав, що вибір мовних одиниць визначає вираження прихованих ідеологічних позицій. Емоційно забарвлені метафори, оксиморони та епітети виступають засобами опосередкованого впливу на аудиторію. FoxNews надає подіям піднесеного, героїчного тону, тоді як Origo формує тривожний наратив, використовуючи лексику страху та фатальності. BBC Україна застосовує нейтральний, проте іронічний стиль, акцентуючи суперечності ситуації без надмірної драматизації. Одним з основних механізмів легітимізації чи делегітимізації політичних рішень. Для Fox News історичні альянси слугують засобом героїзації дій Заходу, тоді як

Origo використовує історію як попередження про небезпеку повторення минулих помилок. BBC Україна інтегрує історичні посилання для аналітичних цілей, не перетворюючи їх на інструмент ідеологічного тиску. Це показує, що інтертекстуальність у політичному дискурсі може як посилювати емоційний ефект, так і забезпечувати глибше розуміння контексту.

Отже, політичний дискурс у засобах масової інформації є багатовимірним явищем, що поєднує ідеологічні, когнітивні та риторичні чинники. Вибір мовних стратегій, типів аргументації та історичних алюзій визначає спосіб подання інформації і впливає на формування світогляду аудиторії. Результати дослідження підкреслюють важливість критичного аналізу медіатекстів і розвитку медіаграмотності як основних умов усвідомленого сприйняття політичної інформації у сучасному медіапросторі.

2.2. Пропагандистські наративи у сучасних політичних новинах

Політичний дискурс воєнного часу характеризується підвищеною емоційністю та великою кількістю пропагандистських елементів, які виконують подвійну функцію: з одного боку, вони мобілізують та об'єднують громадян, створюючи позитивний образ боротьби; з іншого боку, вони деморалізують, створюючи негативний наратив пропаганди. Промови військових лідерів у сучасних новинах демонструють яскраві приклади використання лінгвістичних стратегій, спрямованих на масову свідомість.

Дослідники критичного дискурс-аналізу наголошують на особливій природі комунікативних практик у воєнний період. Зокрема, у межах теоретичної рамки соціального конструктивізму встановлено, що кризові ситуації актуалізують латентні механізми ідеологічного впливу через мовлення. Сучасні дослідження політичної лінгвістики фіксують тенденцію до інтенсифікації використання емоційно маркованих лексичних одиниць та риторичних фігур у публічних виступах державних діячів під час збройних конфліктів [44, с. 87; 60, с. 154].

Замість раціональної аргументації, пропагандист часто апелює до емоцій, гіперболізуючи потенційні загрози і негативні наслідки. Механізм впливу ґрунтується на підсвідомому прагненні людини уникнути небезпеки і дискомфорту. [29, с.14]

У контекстуалізованому фрагменті зверненні Президента України В. Зеленського від 26 лютого 2022 року простежується активна апелювання до емоцій суспільства.

«Ми вистояли й успішно відбиваємо атаки ворога. Бої тривають. У багатьох містах та районах нашої держави. Але ми знаємо, що ми захищаємо. Країну, землю, майбутнє дітей. Окупанти хотіли заблокувати центр нашої держави й поставити тут своїх маріонеток, як у Донецьку. Ми зламали їхній задум. Вони не отримали жодної переваги над нами. На наших вулицях, у небі Києва, у Василькові, у Вишгороді, навіть у навколишніх полях тривала справжня битва за Київ. Ворог застосував проти нас усе: ракети, винищувачі, безпілотники, артилерію, бронетехніку, диверсантів, десант. Окупанти б'ють по житлових кварталах, зокрема з реактивної артилерії, намагаються зруйнувати енергетичні об'єкти. У них дуже підла тактика. Зруйновані

ракетами та артилерією житлові будинки — це остаточний аргумент для світу, щоб разом з нами зупинити окупаційне нашествя. У кожному нашому місті окупанти отримують жорстку відсіч. Умань, Одеса, Херсон, Миколаїв, Донбас, Харків, Суми, Чернігів, Київ — всюди, де ворог вбиває наших людей, Збройні Сили України роблять усе, щоб зупинити й знищити окупантів. Кожному українцю треба пам'ятати одне. Якщо можете зупиняти і знищувати окупантів — робіть це. Всі, хто може повернутися в Україну, — повертайтеся, щоб захистити Україну. А потім у нас буде з вами дуже багато роботи, щоб її відбудувати! Всі, хто може захищати Україну за кордоном, робіть це цілеспрямовано, згуртовано, безперервно! Всі друзі України, хто хоче приєднатися до захисту, — приїжджайте, ми дамо вам зброю! Усі деталі, як це реалізувати, буде додатково оголошено найближчим часом. Всіх переможемо. Слава Україні!» [18].

В. Зеленський зазначає: «У кожному нашому місті окупанти отримують жорстку відсіч. Умань, Одеса, Херсон, Миколаїв, Донбас, Харків, Суми, Чернігів, Київ — всюди, де ворог вбиває наших людей, Збройні Сили України роблять усе, щоб зупинити й знищити окупантів». У цьому контекстуалізованому фрагменті варто виділити кілька ключових прийомів. Перелік міст — «Умань, Одеса, Херсон, Миколаїв, Донбас, Харків, Суми, Чернігів, Київ» — виконує подвійну функцію. По-перше, це створює відчуття географічної всеохопності боротьби, підкреслюючи, що війна торкнулася кожного регіону країни. По-друге, таке ритмічне повторення діє як риторичний маркер масовості, формуючи в аудиторії ідею єдності у спільному нещасті.

Вислів «окупанти отримують жорстку відсіч» створює враження беззаперечної переваги української армії. Вживання прикметника «жорстку» посилює драматизм і підсилює впевненість у позитивному результаті. Подібне перебільшення є типовим для військової пропаганди, оскільки не лише підвищує моральний дух громадян, а й формує у міжнародної спільноти уявлення про Україну як сильну державу, здатну протистояти агресору.

У фразі *«Збройні Сили України роблять усе, щоб зупинити й знищити окупантів»* на перший план виходить персоніфікація армії як головного суб'єкта захисту. Використання дієслів *«зупинити»* та *«знищити»* створює образ ЗСУ як могутньої сили, здатної стримати агресію та ліквідувати загрозу. Це є прикладом пропаганди, що героїзує захисників і водночас створює у суспільстві переконання в неминучості перемоги.

Вислів *«у кожному нашому місті»* підкреслює, що війна — це спільною справою, що стосується всіх громадян без винятку. Використання займенника *«нашому»* посилює ефект єдності та солідарності, перетворюючи локальну боротьбу на загальнонаціональний фронт.

Одним із найвиразніших стилістичних засобів, використаних Зеленським у цій промові, є правило трьох. Правило трьох — один із найдавніших прийомів у мистецтві красномовства. Усі оратори знають, що можуть отримати бурхливі оплески, якщо використають потрібну структуру з паралелізмом [50].

Це риторичний прийом, що ґрунтується на тричленній структурі висловлювання, яка сприймається аудиторією як завершена, ритмічна та легка для запам'ятовування.

«Країну, землю, майбутнє дітей» — трикомпонентна структура, що підкреслює об'єкт захисту. Усі три слова репрезентують найвищі цінності, з якими важко сперечатися. *«Всі, хто може зупиняти і знищувати окупантів — робіть це. Всі, хто може повернутися в Україну, — повертайтеся... Всі друзі України, хто хоче приєднатися до захисту, — приїжджайте, ми дамо вам зброю!»*. Тут тричленна побудова через повтор *«всі, хто...»* створює ефект заклик до загальної мобілізації. У фіналі: *«Всіх переможемо. Слава Україні!»* у поєднанні з попереднім імперативом *«тримайтеся»* теж утворює триєдність. У результаті формується завершене риторичне коло, яке завершує промову емоційно й афористично.

У промові В. Зеленського до британського парламенту 8 березня 2022 року простежується використання інтертекстуальності. Президент України свідомо звертається до ключових елементів британського культурного та історичного дискурсу,

зокрема до постаті В. Черчилля та творчої спадщини В. Шекспіра. Такий прийом дозволяє створити емоційний зв'язок між Україною та Великою Британією, посилюючи відчуття спільності історичного досвіду та цінностей.

Перший приклад інтертекстуальності з'являється у контекстуалізованому фрагменті: *“We will fight to the end. We will not give up and we will not lose. We will fight until the end at sea, in the air. We will continue fighting for our land, whatever the cost”* [6]. Цей уривок є ремінісценцією на знамениту промову В. Черчилля *“We shall fight on the beaches”* (1940), виголошену у розпал Другої світової війни. Зеленський відтворює ритміку та структуру висловлювань В. Черчилля, адаптуючи їх до українського контексту. Тут простежується анафора (*We will fight...*), що надає висловлюванню ритмічності та підсилює навіювальний ефект, а також гіпербола (*to the end, whatever the cost*), яка перебільшує масштаб боротьби та створює образ безкомпромісної стійкості. Використання цього прийому виконує функцію пропаганди, оскільки асоціює український народ із британцями часів війни проти нацизму, підкреслює героїзм і спільність цінностей свободи й опору.

Другий приклад інтертекстуальності міститься у зверненні В. Зеленського до класичної літературної спадщини: *“To be or not to be? Thirteen days ago this question could have been asked about Ukraine. But now, absolutely not. It is obvious, we will be. It is obvious, we will be free”*. Тут пряма цитата з трагедії В. Шекспіра «Гамлет» переноситься в сучасний політичний контекст. Застосування цього вислову має символічний характер, адже питання «бути чи не бути» у світовій культурі асоціюється з дилемою життя і смерті. Зеленський створює антитезу, *“to be or not to be” — “we will be, we will be free”*, у якій заперечує саму можливість зникнення України та трансформує класичний літературний образ у політичний слоган. Повтор вислову *“It is obvious...”* виконує функцію ритмічного підсилення й утвердження впевненості. Такий прийом підкреслює невідворотність свободи та незалежності України, водночас демонструючи культурну близькість із британською традицією [6].

Подібну риторику використовує й український воєначальник та генерал у відставці, В. Залужний. У промові на конференції RUSI у Лондоні 22 липня 2024 року він звернувся до класичного латинського афоризму: *“Si vis pacem, para bellum — these words attributed to the ancient Roman historian Cornelius Nepos unfortunately resonate perfectly with democratic society even today, in the 21st century. If you desire peace, prepare for war. Yes, this statement is absolutely correct. I confirm this, having served as Chief of the General Staff of the Armed Forces of Ukraine, and the entire Ukrainian people, who have truly and painfully internalized this”* [51].

Цей приклад інтертекстуальності поєднує сучасний воєнний досвід України з історичною мудрістю античності. В. Залужний застосовує афоризм як лейтмотив, що надає його висловлюванням універсальності та історичної значущості. Використання цього прийому підкреслює, що дії України зумовлені необхідністю самозахисту, а не агресією, і апелює до класичної формули міжнародної безпеки, яка добре відома західній аудиторії.

Отже, інтертекстуальність у промовах Зеленського та Залужного слугує потужним риторичним інструментом, що забезпечує як емоційний, так і інтелектуальний вплив. Звернення до В. Черчилля, В. Шекспіра та античних афоризмів формує міст між сучасною Україною та західною культурною спадщиною, створюючи позитивний образ України як складової європейської та світової цивілізації і сприяючи мобілізації міжнародної підтримки.

У своїй промові, виголошеної у Флоренції 5 травня 2023 року (State of the Union, European University Institute), У. фон дер Ляєн вибудовує ідеологічний образ Європи як морально вищої, стабільної та справедливої спільноти, яка протистоїть загрозам і водночас уособлює цінності миру, єдності та майбутнього

“Europe is still a peace project. We don't have bros or oligarchs making the rules. We don't invade our neighbours, and we don't punish them. The West as we knew it no longer exists. In Europe, children can go to good schools, however wealthy their parents are. We have lower CO2 emissions, we have higher life expectancy. Controversial debates are allowed

at our universities. This and more are all values that must be defended, and which show that Europe is more than a union. Europe is our home. And people know that.” [57].

У своїй промові У. фон дер Ляєн використовує стилістичні прийоми для створення сприятливого іміджу Європейського Союзу та відрізнєння його від авторитарних режимів. Вступна фраза *“Europe is still a peace project”* посиляється на історичний контекст, нагадуючи аудиторії, що Європа була створена як миротворча ініціатива після Другої світової війни. Ця риторична стратегія позиціонує підтримку Європи як синонім підтримки миру.

У наступному реченні *“We don't have bros or oligarchs making the rules”* міститься емоційно забарвлена лексика (*«bros»*), що є нетиповим для офіційного політичного дискурсу, але ефективно підкреслює контраст між Європейським Союзом та іншими режимами. У цьому контексті «ми» представляє демократичні, прозорі інституції, тоді як «вони» натякає на корумпованих олігархів. Подібний прийом продовжується у висловлюванні *“We don't invade our neighbours, and we don't punish them”*, де повторна конструкція *“we don't”* встановлює ритм і підкреслює моральну відмінність між Європою та державами-агресорами. Ця риторика неявно посиляється на війну росії проти України, тим самим підкріплюючи меседж про те, що Європа підтримує безпеку.

Твердження *“The West as we knew it no longer exists”*, який через перефраз та інтертекстуальність відсилає до ідеї «зламу епох». Ця драматична заява має на меті мотивувати аудиторію, вселити відчуття невідкладності та підкреслити необхідність єдності. Далі, у реченні *“In Europe, children can go to good schools, however wealthy their parents are”*, простежується апеляція до універсальної цінності — майбутнього дітей. Вона зображує Європу як регіон, що характеризується справедливістю та рівними можливостями, на відміну від суспільств, де доступ до освіти визначається соціально-економічним статусом.

У заяві *“We have lower CO2 emissions, we have higher life expectancy”* авторка застосовує правила трьох: перелік аргументів через повтор *“we have...”* створює ритм і надає промові завершеності та переконливості. Завершальне речення — *“Europe is*

more than a union. Europe is our home. And people know that” — використовується емоційна мова. Звернення до Європи як до «дому» викликає поняття безпеки, тепла та приналежності, тим самим сприяючи позитивному зображенню.

Президент США Д. Трамп, своєю чергою, систематично застосовує різноманітні риторичні та стилістичні засоби, спрямовані на мобілізацію суспільства та формування чіткої ідеологічної рамки. Прикладом може слугувати його інавгураційна промова від 20 січня 2017 року.

“We, the citizens of America, are now joined in a great national effort to rebuild our country and to restore its promise for all of our people. Together, we will determine the course of America and the world for years to come. We will face challenges. We will confront hardships. But we will get the job done. Washington flourished — but the people did not share in its wealth. Politicians prospered — but the jobs left, and the factories closed. The establishment protected itself, but not the citizens of our country. January 20th, 2017, will be remembered as the day the people became the rulers of this nation again” [64].

Наведений контекстуалізований фрагмент демонструє використання систематичного набору риторичних прийомів, які одночасно конструюють позитивний образ «єдиного народу» і делегітимізують попередні політичні еліти.

Початкове речення *“We, the citizens of America, are now joined in a great national effort”* інтертекстуально посиляється на преамбулу Конституції США (*“We the People”*), підсилюючи ефект правомірності й «повернення до джерел». Лексеми *“joined”*, *“great national effort”* задають рамку колективної мобілізації: країна мислиться як суб’єкт, що організовано вступає в спільну «роботу». Далі слідує метафорика — *“to rebuild our country and to restore its promise”* — де нація уподібнена об’єкту, який можна «відремонтувати», а абстрактна *“promise”* («обіцянка», «призначення») персоніфікується та подається як утрачене благо. Таке формулювання — типова «блискуча генералія» (*glittering generality*): позитивне, але розмите поняття, яке важко заперечити й легко привласнити в будь-якій політиці. Додавання *“for all of our people”* виконує етично-інклюзивну функцію, але імпліцитно припускає, що раніше

ця «обіцянка» була несправедливо віднята або недоступна — отже закладається пресупозиція попередньої несправедливості. [60]

Речення *“Together, we will determine the course of America and the world for years to come”* підвищує ставку: «ми» отримуємо не лише національну, а й глобальну агентивність. Вираз *“the course of America and the world”* використовує метафору («курс»), що обіцяє керованість історії. Модальний маркер *“will”* задає тон безсумнівності, тоді як *“for years to come”* створює ефект довготривалої історичної місії. Далі — три короткі парцельовані вислови: *“We will face challenges. We will confront hardships. But we will get the job done”*. Це класичне правило трьох із анафорою *“We will...”*, що працює як ритмічний марш: ескалація «виклики, труднощі, виконання завдання». Сполучник-поворот *“but”* забезпечує різку позитивну кульмінацію, а розмовне *“get the job done”* конструює образ лідера, який не філософує, а «робить справу». Короткі, ударні речення знижують когнітивний бар’єр і посилюють навіювання.

Наступний блок — три послідовні антитези, розділені тире і сполучником *“but”*: *“Washington flourished — but the people did not share in its wealth. Politicians prospered — but the jobs left, and the factories closed. The establishment protected itself, but not the citizens of our country.”* Тут *“Washington”* — метонімія федеральної столиці як уособлення правлячого класу, *“the establishment”* — узагальнювальний ярлик без конкретизації (свідомо розмитий адресат, зручний для проєкції невдоволення). Ця тріада конструює популістську дихотомію «еліта проти народу»: процвітання столиці протиставляється браку багатства у людей, успіх політиків протиставляється втратам робочих місць та закриттям фабрик, що служить синекдохою для деіндустріалізації та самозахисту естєблішменту проти вразливості громадян. Повторне використання *“but”* підкріплює логіку нульової суми, припускаючи, що будь-який виграш для «них» дорівнює втратам для «нас». Використання пасивних конструкцій (*“jobs left”, “factories closed”*) та узагальнених агентів приховує складні причинно-наслідкові фактори, такі як глобалізація та автоматизація, замінюючи їх моральним осудом

«системи». Ця риторична стратегія становить основу негативної пропаганди, визначаючи персоналізованих винуватців («вони») та зображуючи ображене колективне «ми».

Заключне твердження — *“January 20th, 2017, will be remembered as the day the people became the rulers of this nation again.”* — виконує кілька риторичних функцій. По-перше, воно діє як перформативне пророцтво, не лише описуючи, але й формуючи колективну пам'ять, прагнучи встановити певну інтерпретацію події в межах історичного канону. По-друге, воно закликає до міфу про реставрацію, оскільки прислівник: *“again”* передбачає, що народ раніше мав владу, а згодом був її позбавлений. По-третє, воно пропонує кульмінаційну легітимацію, проголошуючи, що *«правління народу»* було реалізовано у момент інавгурації — риторичний прийом *«відразу до результату»*, який забезпечує емоційне вирішення попередніх звинувачень.

Того ж дня прозвучала ще одна відома фраза: *“This American carnage stops right here and stops right now”*. Метафора *“American carnage”* гіперболізує соціально-економічні проблеми, змальовуючи країну як поле руїни. Подвійне повторення дієслова *“stops”* формує ритміку й ефект рішучого наказу. Це твердження є прикладом заклику до страху, одночасно проєктуючи образ рішучих дій.

Проаналізувавши ще одну промову Д.Трампа під час його інавгурації 20 січня 2025, можна стверджувати, що це є яскравим прикладом пропаганди, спрямованої на мобілізацію суспільства.

“We will move with purpose and speed to bring back hope, prosperity, safety, and peace for citizens of every race, religion, color, and creed. My recent election is a mandate to completely and totally reverse a horrible betrayal and all of these many betrayals that have taken place and to give the people back their faith, their wealth, their democracy, and, indeed, their freedom. From this moment on, America’s decline is over. Our liberties and our nation’s glorious destiny will no longer be denied. And we will immediately restore the integrity, competency, and loyalty of America’s government. For American citizens, January 20th,

2025, is Liberation Day. It is my hope that our recent presidential election will be remembered as the greatest and most consequential election in the history of our country.” [65].

Вже у перших рядках він заявляє: *“We will move with purpose and speed to bring back hope, prosperity, safety, and peace for citizens of every race, religion, color, and creed”*. Тут застосовано прийом ритмічного переліку, де вживається правило трьох і більше елементів. Така структура створює чіткий ритм і звучить переконливо, апелюючи до базових цінностей суспільства — надії, безпеки та миру. Це дозволяє промові сприйматися як план рішучих дій, а не просто декларація. Далі Д. Трамп наголошує: *“My recent election is a mandate to completely and totally reverse a horrible betrayal...”*. Тут використано гіперболу (*“completely and totally”*), яка посилює емоційність висловлювання.

К. Лотоцька визначає гіперболу як стилістичний прийом підсилення виразності або створення комічного ефекту, гіпербола базується на крайності та/або абсурдності в оцінці реальності та передається через словесне перебільшення [27, с. 46].

Сама ж конструкція *“mandate to reverse betrayal”* створює дихотомію «зраджений народ — рятівник-президент», де останній отримує право на радикальні дії, легітимізуючи свою політику. Подібний прийом працює на формування уявлення про себе як єдиного захисника інтересів простих громадян.

Особливу увагу варто звернути на твердження: *“From this moment on, America’s decline is over”*. Воно побудоване на пресупозиції: країна вже тривалий час перебувала в занепаді. Проте зараз проголошується новий етап — «кінець занепаду». Такий підхід відповідає класичній пропагандистській схемі «криза-спасіння», де промовець постає у ролі рятівника, здатного відродити державу. Подальші слова — *“Our liberties and our nation’s glorious destiny will no longer be denied”* — апелюють до абстрактних цінностей. Концепти свободи та величної долі виконують роль *“glittering generalities”* — привабливих, але невизначених понять, що мають сильний емоційний вплив, проте не потребують конкретних пояснень. Вони створюють образ морального обов’язку народу підтримати цей «новий курс».

Не менш промовистим є твердження: *“And we will immediately restore the integrity, competency, and loyalty of America’s government”*. Використаний тут перелік цінностей (чесність, компетентність, лояльність) підсилює уявлення про відновлення довіри до державних інституцій, які начебто були зруйновані попередніми елітами. Кульмінацією ж виступу стає проголошення: *“For American citizens, January 20th, 2025, is Liberation Day”*. Використання такого символічного образу формує сакральне значення дати, перетворюючи її на нову «точку відліку» історії США. Це типовий прийом пропаганди, який дозволяє надати події міфологізованого характеру, створюючи відчуття національного відродження. Нарешті, Д. Трамп підкреслює історичну вагу власної перемоги, зазначаючи: *“It is my hope that our recent presidential election will be remembered as the greatest and most consequential election in the history of our country”*. Тут вжито гіперболу, спрямовану на підсилення образу події як епохальної, що вивищує самого промовця і робить його фігурою центром історичного процесу.

Промова Д. Трампа 2025 року характеризується поєднанням гіпербол, емоційно насичених переліків, апеляцій до абстрактних цінностей і символічних образів. Застосування цих риторичних прийомів сприяє створенню пропагандистського ефекту, зокрема мобілізації суспільства, легітимації політики нового президента та формуванню образу «рятівника», здатного зупинити занепад і відродити велич нації.

Результати аналізу свідчать, що пропаганда займає центральне місце в політичному дискурсі та виступає важливим інструментом впливу на масову свідомість. У промовах В. Зеленського та В. Залужного пропагандистські елементи проявляються насамперед у підкресленні героїзму, єдності та незламності українського народу, що сприяє мобілізації суспільства і консолідації громадян перед зовнішньою загрозою. Риторика У. фон дер Ляєн, навпаки, зосереджена на захисті європейських цінностей, апелює до ідентичності та концепції спільного дому Європи, що спрямовано на зміцнення позитивного образу ЄС. Д. Трамп, застосовуючи іншу стилістику, звертається до американського народу через протиставлення «народу» та «політичного

істеблішменту», формуючи образ боротьби за повернення влади «справжнім громадянам».

Використання повторів, антитез, метафор, алюзій та інтертекстуальних посилань є спільною рисою риторики всіх розглянутих політиків. Ці прийоми підсилюють емоційний вплив і підвищують переконливість меседжів. Подібна риторика має як позитивний, так і негативний вимір: вона сприяє зміцненню національної ідентичності, але водночас може посилювати конфліктність, акцентуючи поділ на «своїх» і «чужих».

Проаналізовані промови свідчать, що пропаганда в сучасному політичному дискурсі виступає не лише інструментом маніпуляції, а й стратегічним ресурсом, який формує суспільну думку, легітимізує політичні рішення та визначає напрям розвитку націй і міжнародних об'єднань.

2.2. Маніпулятивні стратегії та мовні засоби впливу на громадську думку

Зі зростанням цифрового суспільства полегшилась також можливість отримання та поширення інформації. Це створює передумови для поширення маніпуляцій у ЗМІ та одночасно розширює сферу їхнього впливу. У результаті недостовірні факти або повідомлення набувають великого масштабу і створюють певні уявлення у суспільства.

Розвитку та збільшенню кількості маніпуляцій сприяє й низький рівень критичного мислення населення. За даними опитування американської медійної програми «USAID» в Україні, 75% опитаних українців знають про існування фейкових новин, але лише 11% змогли відрізнити фейки від справжніх новин. Обізнаність щодо існування замовних матеріалів зростає, проте тільки 68% українців переконані, що вміють розрізняти такий контент. Більше половини тих, хто знає про існування фейків, не вважають, що проблема є актуальною (54%) [16, с.8].

Така позиція створює додаткове підґрунття для поширення маніпуляції в суспільстві, адже громадяни не часто прагнуть перевіряти джерела та критично підходити до аналізу отриманої інформації.

Маніпуляція — це цілеспрямований психологічний чи інформаційний вплив на свідомість і поведінку аудиторії з прихованими мотивами задля досягнення бажаного результату. Вона часто використовує психологічні техніки, такі як емоційний вплив, перекручення фактів або висмикування певних фактів із загальної історії, зміна контексту. Сутність «маніпуляції» — здійснити непомітний, тобто неусвідомлений, вплив на того, ким бажають управляти. Маніпуляції виділяють політичні, вербальні, психологічні, педагогічні, соціальні, особистісні, «чорний піар» («чорну пропаганду») [30, с. 7-9].

Ця класифікація свідчить про багатогранність маніпуляції, що здатне проявлятися не лише в особистій комунікації, але й у політичному дискурсі.

Маніпулювання — це вид психологічного впливу, майстерна реалізація якого веде до прихованого збудження в іншій людини намірів, які не збігаються з її реальними бажаннями [21, с. 11].

Дискусія, що відбулася 28 лютого 2025 року в Овальному кабінеті Білого дому між президентом США Д. Трампом, віце-президентом Д. Ді Венсом та президентом України В. Зеленським, ілюструє застосування маніпулятивних стратегій у сучасному політичному дискурсі. Публічна суперечка, яка виникла під час офіційного дипломатичного візиту для підписання угоди про рідкісноземельні копалини, демонструє різноманітні вербальні техніки впливу та контролю комунікаційної ситуації.

“You don't have the cards right now. With us, you don't have the cards”

“you're in no position to dictate that”

“you're either going to make a deal or we're out”

“You're gambling with the lives of millions of people. You're gambling with World War III”

“You should be thanking the president for trying to bring an end to this conflict”

“I think it's disrespectful for you to come into the Oval Office and try to litigate this in front of the American media”

“He occupied our parts, big parts of Ukraine—parts of the east and Crimea—in 2014. For a lot of years... during that time it was President Obama, then President Trump, then President Biden”

“What kind of diplomacy are you speaking about?”

“Have you ever been to Ukraine? Do you see what problems we have?”

“You don't have the cards”

“Just say thank you”

“I want a ceasefire with guarantees”

“Obama gave you sheets, while I gave you Javelins”

“Offer some words of appreciation”

“The path to peace and the path to prosperity is maybe engaging in diplomacy”

“through your stupid president”

“I don't think it's going to be pretty, but you'll fight it out” [46]

Аналіз транскрипту зустрічі дозволяє ідентифікувати кілька основних маніпулятивних стратегій, використаних учасниками дискусії. Найбільш помітною є стратегія домінування, яку застосував президент США. Ця стратегія реалізується через використання повторюваних лексичних маркерів, що акцентують нерівність позицій сторін діалогу. Центральною метафорою є образ гри в карти, який спрощує складну геополітичну ситуацію до схеми переваги та слабкості: *“You don't have the cards right now. With us, you don't have the cards”*. Така метафоризація зводить багатовимірний конфлікт до бінарної опозиції сили та безсилля, де американська сторона виступає єдиним гарантом успіху.

Лінгвістичний аналіз демонструє систематичне використання директивних мовленнєвих актів, які спрямовані на формування ієрархічних відносин. Застосування імперативних конструкцій з елементами загрози, таких як *“you're in no position to dictate that”* та *“you're either going to make a deal or we're out”*, є особливо показовим. Такі висловлювання виконують функцію комісивів із негативною конотацією, посилюючи психологічний тиск через імпліцитну загрозу припинення співпраці. Ескалація конфлікту підсилюється використанням метафори азартної гри з життєво важливими ставками: *“You're gambling with the lives of millions of people. You're gambling with World War III”*.

Віце-президент застосовує альтернативну маніпулятивну стратегію, яку можна визначити як стратегію моральної дискредитації. Основою цієї стратегії є постійна вимога демонстрації вдячності як інструмент психологічного підпорядкування: *“You should be thanking the president for trying to bring an end to this conflict”*. Ця риторика формує штучну моральну заборгованість, у якій вимога подяки перетворюється на вимогу покори. Крім того, політик використовує тактику звинувачення у порушенні дипломатичного етикету: *“I think it's disrespectful for you to come into the Oval Office and try to litigate this in front of the American media”*. Це дозволяє змістити акцент з суті проблеми на спосіб її презентації.

Українська сторона відповідає на ці стратегії, спираючись на факти та історичний контекст. В. Зеленський послідовно використовує чіткі часові орієнтири, щоб підкреслити, що конфлікт триває вже давно і розпочався ще до нинішньої адміністрації: *“He occupied our parts, big parts of Ukraine, parts of the east and Crimea, in 2014. For a lot of years... during that time it was President Obama, then President Trump, then President Biden”*.

Варто відзначити використання риторичних запитань як інструменту контраргументації. Президент України у відповідь президенту США запитує: *“What kind of diplomacy are you speaking about?”* та *“Have you ever been to Ukraine? Do you see what problems we have?”*. Подібні конструкції виконують подвійну функцію: з одного боку, вони ставлять під сумнів компетентність опонентів, з іншого — створюють простір для розгорнутої аргументації власної позиції.

Аналіз модальності висловлювань показує суттєві відмінності у комунікативних стратегіях сторін. Американська сторона використовує категоричні твердження і безумовні вимоги, наприклад: *“You don't have the cards”*, *“Just say thank you”*. Це створює враження незмінної влади. Українська сторона, навпаки, застосовує гіпотетичні конструкції та умовні речення, що свідчить про готовність до діалогу за певних умов, як у фразі: *“I want a ceasefire with guarantees”*.

У дискусії президент США часто вдається до антитез. Антитеза — це контраст або протиставлення у значеннях суміжних фраз або речень, які демонструють паралелізм, тобто подібний порядок слів і структуру, у своєму синтаксис [33, с. 19]. Для підкреслення власних заслуг Д. Трамп говорить: *“Obama gave you sheets, while I gave you Javelins”*. Така бінарна опозиція між попередником і нинішнім президентом створює ефект драматизації та персоналізації геополітичних процесів.

Д. Ді Венс та Д. Трамп систематично використовують імперативні конструкції: *“Offer some words of appreciation”*, що встановлює ієрархічну структуру комунікації. Водночас українська сторона зосереджується на асертивах — твердженнях, що обґрунтовують власну позицію через посилення на факти та історичний досвід.

Поширеним явищем у політичному дискурсі є застосування емфемізмів та дисфемізмів. Евфемізми є засобом камуфлювання дійсності та маніпулятивного впливу на людину. На думку Г. Заварзін, політичні евфемізми створюються для нейтралізації істинного сенсу прямих найменувань, небажаних з політичних чи етичних причин [19, с. 9].

Дисфемізація в мові може бути навмисною, з метою висловити негативну оцінку предмета мовлення. Дисфемізми — це знижене стилістичне забарвлення, вони не можуть бути використані в текстах офіційно-ділового та наукового стилів [19, с. 9].

У наведених вище контекстуалізованих фрагментах дискусії американська сторона систематично замінює поняття «*капітуляція*», поняттям «*дипломатія*», *“The path to peace and the path to prosperity is maybe engaging in diplomacy”*, що є яскравим прикладом емфемії. Відверті дисфемізми застосовуються Трампом для характеристики опозиційних політичних сил: *“through your stupid president”*.

Емоційна тональність дискусії характеризується поступальною ескалацією, яка досягає кульмінації у прямих звинуваченнях та загрозах. Початкова дипломатична ввічливість поступово змінюється відкритою конфронтацією, що особливо виразно проявляється в заключній фразі Д. Трампа: *“I don't think it's going to be pretty, but you'll fight it out”*.

Отже, у цьому дискурсивному епізоді можна виділити кілька основних маніпулятивних стратегій: перебільшення загрози, моральний тиск, дискредитація аргументів, риторичні питання з наперед визначеною відповіддю та перетворення політики на шоу. Ці стратегії втілюються через конкретні мовні засоби, такі як метафори гри і ризику, наказові конструкції, оціночна лексика, підсилювачі, приховані припущення та метадискурс. Їхня головна мета — впливати на громадську думку не через логічні аргументи, а за допомогою емоцій, символічних образів і контролю над рамками обговорення. Це свідчить про те, що сучасний політичний дискурс часто спрямований не на пошук істини чи раціональне узгодження позицій, а на досягнення медійної ефективності та вплив на масове сприйняття.

Завдяки розвитку сучасних технологій та появі масмедіа з'явилися значні можливості для впливу на різноманітні соціальні групи. У нинішньому капіталістичному суспільстві ці засоби масового впливу переважно належать монополістичній буржуазії, яка використовує їх як певний механізм управління суспільством, маніпулювання свідомістю та поведінкою [21, с. 13].

У статті, *“Poland cuts off cash to idle Ukrainians”* опублікованій 27 листопада 2025 на The Press United застосовано низку мовних і риторичних прийомів, притаманних пропагандистському дискурсу.

“The state benefits will be reserved for refugees who have obtained employment from now on. Polish President Karol Nawrocki has signed a bill tightening the rules for Ukrainian refugees receiving state benefits.

While the legislation offers Ukrainians the ability to stay in Poland until at least March 2026, it links their access to benefits, including the monthly “800 plus” zloty child support allowance (\$220 or more), to proof of employment for at least one parent and school enrollment for their dependents.

Other benefits now reserved only for Ukrainians working in Poland include health programs, prescription drug coverage, and medical and dental services.

The Ukrainian refugees will now also have to show they earn at least 50% of the minimum wage, with their compliance checked monthly. The new legislation envisions a few exemptions, namely for people with disabilities.

The adopted measure spells the end for “tourism from Ukraine at the expense of Polish taxpayers,” the head of the president’s office, Zbigniew Bogucki, has said.

The Polish president is set to introduce two additional bills concerning the refugees shortly, namely on tightening rules to get the country’s citizenship and on criminalization of the promotion of hardline Ukrainian nationalist movements, he added.

“Through his previous vetoes, the president forced the government, led by Prime Minister Donald Tusk, to work and propose solutions that are not perfect but certainly better,” Bogucki told reporters.

Back in August, Nawrocki vetoed the earlier version of the bill, which would have simply extended the then-existing benefits system without any changes. The president has repeatedly argued that only those refugees who contribute to Poland's economy should be eligible for state benefits.

Poland has been one of the top destinations for Ukrainian refugees since the escalation of the conflict between Kiev and Moscow in February 2022. The country is believed to have welcomed over a million refugees from the country since then.” [42].

Заголовок містить емоційно забарвлену лексику: вираз *“cuts off cash”* створює враження радикального та агресивного обмеження прав, а слово *“idle”* (ледащий) формує негативний стереотип щодо українських біженців, акцентуючи їхню передбачувану пасивність і непрацездатність. За спостереженням Г. Лассвелла така стратегія спрямована на формування емоційного ставлення аудиторії до певної соціальної групи [56, с. 22-24].

У статті застосовуються дисфемізми та метафори, які формують негативний образ біженців. Наприклад, вислів *“tourism from Ukraine at the expense of Polish taxpayers”* подає українців як групу, що споживає державні ресурси без внеску в суспільство. Такий лінгвістичний прийом демонструє маніпуляцію, засновану на стереотипах і емоційній оцінці, з метою формування негативного ставлення у читачів. Прикладом дисфемізації є використання терміна *“tourism”* щодо вимушеної міграції через воєнний конфлікт є прикладом дисфемізації. Туризм передбачає добровільний відпочинок, тоді як біженці змушені залишати домівки через небезпеку. Така підміна понять сприяє делегітимації статусу біженців, створює уявлення про зловживання соціальною системою та викликає негативні емоції у цільової аудиторії.

Конструкція *“at the expense of Polish taxpayers”* посилює маніпулятивний ефект через: протиставлення «своїх» і «чужих», актуалізацію економічного дискурсу, де біженці представлені виключно як фінансовий тягар, імплікацію несправедливості та експлуатації системи.

Поряд із негативним зображенням українців, у тексті також помітна спроба пом'якшити сприйняття жорстких законодавчих ініціатив за допомогою нейтральних адміністративних формулювань. Наприклад, у тексті йдеться: *“The state benefits will be reserved for refugees who have obtained employment from now on”*, що подає обмеження прав як логічне уточнення виплат. Далі зазначено: *“Polish President Karol Nawrocki has signed a bill tightening the rules for Ukrainian refugees receiving state benefits”*, де слово *“tightening”* згладжує значне обмеження доступу до основних соціальних послуг. Такі формулювання приховують реальні обмеження для вразливих груп, зменшують сприйняття жорсткості рішень, легітимізують дискримінаційні практики через офіційну мову та створюють враження раціональності політичних дій.

Стаття послідовно артикулює умовний характер надання допомоги біженцям, через детальний опис нормативних вимог: *“it links their access to benefits, including the monthly ‘800 plus’ zloty child support allowance (\$220 or more), to proof of employment for at least one parent and school enrollment for their dependents”*.

Речення: *“Other benefits now reserved only for Ukrainians working in Poland include health programs, prescription drug coverage, and medical and dental services”*, а також *“The Ukrainian refugees will now also have to show they earn at least 50% of the minimum wage, with their compliance checked monthly”* конститують систему всеосяжного контролю та верифікації, що підкреслює дискурс недовіри до українців. Утилітарна перспектива найяскравіше виражена у твердженні президента, згідно з якою *“only those refugees who contribute to Poland's economy should be eligible for state benefits”*. Така риторична формула демонструє економічний підхід до гуманітарної кризи, де гуманітарна допомога обумовлюється економічною вигодою, ігноруються міжнародні зобов'язання щодо захисту біженців та формується дискурс заслуженості базових прав.

Окремої уваги заслуговує формулювання характеру конфлікту, що став причиною міграції українців. Текст зазначає: *“Poland has been one of the top destinations for Ukrainian refugees since the escalation of the conflict between Kiev and Moscow in February 2022”*. Використання терміну *“conflict”* замість більш конкретних термінів на кшталт

війни, а також симетричне позначення “*between Kiev and Moscow*” створює хибне враження рівної відповідальності обох сторін та відсутності розподілу на агресора та жертву агресії. Така нейтралізація термінології демонструє нейтралізацію російської агресії, зменшення співчуття до біженців та виправдання обмежувальних заходів проти осіб, що шукають прихисток від війни.

Текст активно використовує цитування офіційних осіб для посилення переконливості. Керівник президентського офісу З. Богуцький заявляє, що прийнятий захід означає кінець “*tourism from Ukraine at the expense of Polish taxpayers*”, безпосередньо вербалізуючи образливу метафору, що ставить під сумнів статус біженців. Згодом він стверджує: “*Through his previous vetoes, the president forced the government, led by Prime Minister Donald Tusk, to work and propose solutions that are not perfect but certainly better*”. Така конструкція демонструє логіку поступового покращення, де припускається надмірна м’якість попередніх умов, використовується риторика компромісу та персоналізацію політичного процесу, що відвертає увагу від суті законодавчих змін. Така стратегія обґрунтування через посилення на авторитет є типовою для політичного дискурсу та спрямована на зниження критичного осмислення запропонованих заходів.

Також стаття розглядає майбутні законодавчі ініціативи, повідомляючи, що “*The Polish president is set to introduce two additional bills concerning the refugees shortly, namely on tightening rules to get the country’s citizenship and on criminalization of the promotion of hardline Ukrainian nationalist movements*”. Дискурсивне поєднання обмеження доступу до громадянства з криміналізацією українських націоналістичних рухів створює асоціативний зв’язок між українськими біженцями загалом та радикальними політичними рухами, що показує класичну маніпулятивну технікою стигматизації через асоціативне поєднання.

Таким чином, центральний наратив статті полягає у представленні українських біженців як тих, хто зловживає гостинністю та соціальною системою Польщі. Такий наратив експлуатації базується на протиставленні працюючих поляків і утриманців-

українців, підкресленні фінансового навантаження на державний бюджет та використанні метафори туризму для імплікації масових зловживань. Цей дискурс є типовим для ксенофобських наративів і слугує моральним виправданням обмежувальних заходів, представляючи дискримінацію як відновлення справедливості. Інший ключовий наратив подає законодавчі зміни як відновлення справедливості, де допомога біженцям стає заслуженою лише через працю, а нові правила нібито забезпечують баланс інтересів, ігноруючи особливий статус біженців як осіб під міжнародним захистом.

Висновок до Розділу 2

Пропаганда та маніпуляція в політичному дискурсі відіграє ключову роль у впливі на аудиторію через використання експресивних та емотивних мовностилістичних засобів. Проведений аналіз засвідчив, що такі засоби сприяють мобілізації громадськості, легітимації дій та створенню суспільної думки у вигідному для оратора напрямі. Особливості пропагандистського та маніпулятивного впливу виражаються у застосування риторичних питань, правила трьох, поділу понять на протилежні групи, яскравих метафор, а також апеляцій до історичної пам'яті.

Виявлено, що фреймінг виступає основним механізмом інтерпретації політичних подій у медійному дискурсі. Порівняльний аналіз висвітлення прийняття Ukraine Democracy Defense Lend-Lease Act та допомоги Європейського Союзу для України трьома міжнародними медіа виявив суттєві відмінності у подачі інформації. FoxNews формує фрейм героїчної місії, використовуючи релігійні метафори, історичні паралелі з Другою світовою війною та лексику моральної легітимації. Origo зосереджується на фреймі загрози через метафору втягування, оксиморонні конструкції та емоційно насичену лексику. BBC Ukraine застосовує фрейм критичної збалансованості, використовуючи оксиморони, правило трьох варіантів інтерпретації та символічні дати.

Аналіз звернення В. Зеленського до британського парламенту засвідчив домінування стратегії інтертекстуальності та правила трьох. Він використовує промову В. Черчилля *“We shall fight on the beaches”* через анафоричну структуру *“We will fight...”* та трансформує вислів В. Шекспіра *“To be or not to be?”* у політичний слоган національної єдності та сили. Його виступи характеризуються систематичним застосуванням тричленних структур, наприклад: «Країну, землю, майбутнє дітей» для акцентування об'єкта захисту.

У. фон дер Ляєн в свою чергу використовувала техніку послідовних антитетичних конструкцій для створення образу морально вищої Європи. Вислови на кшталт *“We*

don't have bros or oligarchs... We don't invade... We don't punish” формують ритмічний ефект і дихотомію між демократичною Європою та авторитарними режимами.

Д. Трамп у сучасному політичному дискурсі систематично використовує дихотомію «еліта/народ» через антитези. Його інавгураційна промова 2017 року містить триаду протиставлень: *“Washington flourished — but the people did not share”, “Politicians prospered — but the jobs left”, “The establishment protected itself, but not the citizens”*. Ці конструкції замінюють соціально-економічні мотиви моральним осудом абстрактної системи. Аналіз промови 2025 року виявляє гіперболізацію через вислови *“completely and totally reverse a horrible betrayal”* та сакралізацію дати як *“Liberation Day”*, що створює ефект міфологізованого національного відродження.

Маніпулятивні стратегії широко застосовуються у міжособистісній політичній комунікації. Аналіз дискусії між Дональдом Трампом, Джеєм Ді Венсом та Володимиром Зеленським виявив стратегію домінування через метафору гри *“You don't have the cards”*, яка спрощує складну геополітичну ситуацію до бінарної опозиції сили та безсилля. Імперативні конструкції *“you're in no position to dictate”* та *“you're either going to make a deal or we're out”* виконують функцію прихованих загроз, підсилюючи психологічний тиск через натяк на припинення співпраці.

Евфемізми та дисфемізми систематично використовуються як протилежні інструменти маніпуляції. Американська сторона евфемізує капітуляцію, використовуючи термін «дипломатія» (*“The path to peace is engaging in diplomacy”*), що приховує справжній зміст вимог. Одночасно застосовуються дисфемізми для характеристики опонентів, наприклад: *“through your stupid president”*. Така поляризована лексика спрямована не на досягнення раціонального консенсусу, а на підвищення медійної ефективності та формування специфічного публічного іміджу політика.

Матеріал онлайн-видання The Press United *“Poland cuts off cash to idle Ukrainians”* демонструє комплексне використання дисфемізації для формування негативного образу українських біженців. Заголовок містить дисфемізм *“idle”* (ледачий), що

активує стереотип непрацездатності. Метафора “*tourism from Ukraine at the expense of Polish taxpayers*” є грубою дисфемізацією, оскільки прирівнює вимушену міграцію через воєнну загрозу до добровільного відпочинку, делегітимізуючи статус біженців як осіб під міжнародним захистом.

Таким чином, продемонстровано, що політичний дискурс характеризується перевагою емоційно-маніпулятивних стратегій над раціонально-аргументативними. Вплив на масову свідомість здійснюється через емоційні тригери, символічні образи та контроль інтерпретаційних рамок, а не через логічні докази. Розвиток цифрових медіа та низький рівень медіаграмотності населення сприяють поширенню маніпулятивних практик.

Аналіз підтвердив, що пропаганда та маніпуляція є невід’ємною частиною політичного дискурсу, яка забезпечує комплексний вплив на емоційно-когнітивну та поведінкову сфери реципієнтів. За відсотковим співвідношенням емоційно забарвлена лексика займає 23% проаналізованого в науковій роботі матеріалу, історичні алюзії та інтертекстуальність — 19%, гіперболізація — 16%, риторичні конструкції — 13%, провило трьох та циклічні повторення — 10%, антитези та метафори — 14%, нейтралізація термінів — 6%.

Лексичний рівень політичного дискурсу містить найбільшу кількість ідеологічних маркерів і маніпулятивного потенціалу. Вибір між термінами «допомога» і «втручання», «захисники» і «учасники конфлікту», «агресія» і «конфлікт» не є нейтральною заміною синонімів, а відображає суттєві відмінності у концептуалізації політичної реальності. Така номінативна варіативність виступає інструментом конструювання різних версій реальності відповідно до ідеологічних потреб медіа, а не стилістичним різноманіттям.

ВИСНОВКИ

Пропаганда та маніпуляція у політичному дискурсі виступають основним механізмом впливу на реципієнта, а саме через застосування емотивних та експресивних мовностилістичних засобів. Здійснений аналіз продемонстрував, що подібні засоби забезпечують легітимізацію політичних дій, мобілізацію суспільства та створення необхідної для політичних діячів громадської думки. Характерними проявами пропагандистського та маніпулятивного впливу є використання емоційно забарвленої лексики, правила трьох, історичних алюзій, інтертекстуальності, метафор, гіпербол, оксиморонів та антитез, а також дихотомічне протиставлення груп («своїх» та «чужих»).

У дослідженні було визначено роль і місце політичного дискурсу в процесі подання інформації, з'ясовано роль та місце пропаганди та маніпуляції в політичному дискурсі. Було продемонстровано типологію та структуру дискурсивних маркерів пропаганди та маніпуляції у промовах політичних лідерів та засобах масової інформації. Також у роботі окреслено комунікативно-прагматичні завдання мовних і стилістичних засобів у політичному дискурсі з огляду на їхню емоційно-переконувальну та маніпулятивну природу.

Аналіз новинних статей Fox News, Origo та BBC Ukraine свідчить про використання метафоричних конструкцій з емоційним навантаженням, оксиморонних поєднань та образних значень.

Дослідження промов Володимира Зеленського та Валерія Залужного виявило домінування стратегії національної єдності та незламності, що забезпечує мобілізацію суспільства в умовах війни.

Риторика Урсули фон дер Ляєн побудована на захисті ідентичності народу та спільних цінностей, що сприяє створенню позитивного образу Європейського Союзу.

Дональд Трамп у свою чергу використовує стратегію протиставлення «народу» та «еліти», створюючи наратив повернення влади громадянам США. Також президент

США застосовує риторику моральної заборгованості, евфемізмів та дисфемізмів як полярних інструментів впливу

Аналіз статті The Press United “Poland cuts off cash to idle Ukrainians” пропагандистського характеру свідчить про використання нейтралізації термінів, дисфемізації, метафор та заміни понять.

Ефективність пропагандистського та маніпулятивного впливу безпосередньо залежить від вмілого використання мовностилістичних засобів, адаптованих до історичного контексту цільової аудиторії.

Таким чином, аналіз феномену пропаганди та маніпуляції в політичному дискурсі демонструє різноманітність та ефективність мовностилістичних засобів для реалізації комунікативних цілей. Це дослідження є вагомим внеском у розуміння того, як лінгвістичні засоби формують суспільну думку та визначають поведінкову реакцію аудиторії, що має практичне значення для лінгвістики, соціології та комунікативних наук. Отримані результати можуть слугувати базою для подальших наукових досліджень у галузі медіакомунікації, політичної риторики та міжкультурної взаємодії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Американський ленд-ліз для України закінчився, так і не почавшись. Чому він не запрацював. BBC News Україна. 4 жовтня 2023. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/c4n5p6pgengo> (дата звернення: 12.08.2025).
2. Бірюкова В. О. Лінгвістичні засоби маніпулятивного впливу в сучасній англomовній рекламі : кваліфікаційна робота / Криворізький державний педагогічний університет. Кривий Ріг, 2022. 14 с.
3. Горбенко С. Р. Пропаганда в умовах війни: засоби і механізми ведення : кваліфікаційна робота. Миколаїв : Чорномор. нац. ун-т ім. Петра Могили, 2023. 7 с.
4. Гурківська А. Концептуалізація поняття «Політична пропаганда» / Вісник Львівського університету. Серія журналістика. 2021. Вип. 35. 1 с.
5. Захарченко А. П. Дослідження українського медіапростору в джерелах, що індексуються світовими наукометричними базами: огляд / Актуальні питання масової комунікації. 2018. Вип. 24. С. 45-47. DOI: <https://doi.org/10.17721/2312-5160.2018.24.41-53>
6. Звернення Президента України Володимира Зеленського до парламенту Великої Британії. Офіційне інтернет-представництво Президента України. 8 березня 2022. URL: <https://www.president.gov.ua/en/news/zvernennya-prezidenta-ukrayini-volodimira-zelenskogo-do-parl-73441> (дата звернення: 12.08.2025).
7. Зражевська Н. І. Теорія масової комунікації : навч. посіб. Київ: КСУ, 2022. 75-100 с.
8. Іващенко В. Л. Сучасні медіакомунікативні технології : навч. посіб. Київ : Видавництво «Розумники», 2021. 14-45 с.
9. Ільченко О. А. Інтертекстуальні елементи в сучасних медіатекстах: прагматичний аспект // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. 2019. Вип. 39, т. 3. 111с.

10. Кауза І. Б. Компаративний аналіз військового дискурсу сьогодення та часів Другої світової війни / Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Одеса, 2024. № 70. 20 с.
11. Ковальський В. Про правду і брехню у нашому житті: Джордж Орвелл [Електронний ресурс] / Юридичний вісник України. URL: https://yvu.com.ua/pro-pravdu-i-brehyu-u-nashomu-zhytti-dzhorzh-orvell/#google_vignette (дата звернення: 12.08.2025).
12. Козак В. Політичний дискурс: лінгвістичний вектор // Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Політичні науки та публічне управління. 2021. Вип. 1 (61). 89 с.
13. Корнєлаєва Є. В. Політичний дискурс: основні напрями та підходи / Записки з романо-германської філології. Одеса, 2022. Вип. 2 (49). 193 с.
14. Крістева Ю. Теорія інтертекстуальності. Текст як інтертекст. Поняття «фенотекст» і «генотекст». Studfile. URL: <https://studfile.net/preview/12346877/page:4/> (дата звернення: 12.08.2025).
15. Ліпич В. М., Павлик Н. В. Прагмалінгвістичні параметри публіцистичного дискурсу / Слобожанський науковий вісник. Серія: Філологія. 2024. Вип. 5. 36 с.
16. Мартиненко І. О. Сучасні медіа-маніпуляції: механізми та інструменти протидії. Вісник Донецького національного університету імені Василя Стуса. Серія: Політичні науки. 2021. Вип. 6 с. 40–44.
17. Масімова Л. Г. Інтертекстуальність візуального тексту мас-медіа // Соціальні комунікації в інтеркультурному просторі: міжконтинентальний діалог інтелектуалів : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 13 листоп. 2014 р. Київ : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2014. 67 с.
18. «Ми вистояли». Звернення Президента України у третій день війни. Офіційне інтернет-представництво Президента України. 26 лютого 2022. URL: <https://www.president.gov.ua/news/mi-vistoyali-zvernennya-prezidenta-ukrayini-u-tretyj-den-vij-73197> (дата звернення: 12.08.2025).

19. Навмисна евфемізація та дисфемізація в сучасному політичному дискурсі (на прикладі промов Олега Ляшка) : студентська наук. робота / Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. Львів, 2018. 9 с.
20. Омелянук В. Р. Критичний дискурс-аналіз японської кримінальної драми : кваліфікаційна робота магістра / Київський національний лінгвістичний університет. Київ, 2021.
21. Петрик В.М., Присяжнюк М. М., Компанцева Л. Ф. Сугестивні технології маніпулятивного впливу : навч. посіб. / В. М. за заг. ред. Є. Д. Скулиша. Київ : ЗАТ «ВІПОЛ», 2011. 11 с.
22. Петрушова Н. В. Організація дистанційного навчання іноземним мовам у вищих навчальних закладах // Світ медицини та біології. 2015. № 3 (52). 90 с.
23. Романюк С. Мова пропаганди у спектрі сучасної лінгвістики // *Mowa v suspilstvi: semantika, sintaktika, pragmatika* / ed. by G. Macuk, I. Mitnik, O. Novikova. Warszawa ; Lwów ; Monachium : Wydawnictwo KUL, 2019. P. 6.
24. Скрипнюк О. / Право України : юридичний журнал. 2010. № 7. 4-9 с..
25. Сухенко В. Г. Мовна картина світу як об'єкт лінгвістичних досліджень. Репозитарій ХНЕУ ім. С. Кузнеця.
26. Тузіков А. Р. Західна теорія ідеології: від критики «хибної свідомості» до аналізу дискурсу мас-медіа // *Ї : незалежний культурологічний часопис*. 2009. Ч. 59. URL: <https://www.ji.lviv.ua/n59texts/tuzikov.htm> (дата звернення: 12.08.2025).
27. Федина М. Гіпербола як один із засобів вираження мовленнєвої невічливості в американському вечірньому ток-шоу «Real Time with Bill Maher». Наукові записки НаУКМА. Мовознавство. 2019. Т. 2. С. 46. DOI: <https://doi.org/10.18523/2616-8502.2019.2.44-50>. (дата звернення: 12.08.2025).
28. Харитонova Д. Д. Український політичний дискурс: когнітивно-семантичні та прагмакомунікативні виміри : дис. канд. філол. наук : 10.02.01 / Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Київ, 2021. 34 с.

29. Шахова П. М. Розробка способу виявлення елементів пропаганди на основі глибинного навчання : магістерська дис. Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2024. 14 с.
30. Шевченко В. Різновиди маніпуляцій в онлайн-медіа і соцмережах. Образ. 2025. Вип. 1 (47). 6–8 с. DOI:[https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.1\(47\)-6-18](https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.1(47)-6-18) (дата звернення: 12.08.2025).
31. Шевчук Н. В. Особливості політичного дискурсу: зміст, функції, жанрове втілення / Вісник ДАКККиМ. 2013. № 1. С. 266–269.
32. Шистовська А. А. Поняття інтертекстуальності та підходи до нього // Записки з романо-германської філології. 2017. Вип. 2 (39). С. 132–139.
33. Baldick C. The Oxford Dictionary of Literary Terms. 3rd ed. Oxford : Oxford University Press, 2008. P. 19.
34. Chadwick A. The Hybrid Media System: Politics and Power. 2nd ed. Oxford : Oxford University Press, 2017. 285 p.
35. Chilton P. Analysing political discourse: Theory and Practice. London ; New York : Routledge, 2004. P. 4, 226.
36. Churchill W. Blood, Toil, Tears and Sweat. America's National Churchill Museum. 1940. May 13. URL: <https://www.nationalchurchillmuseum.org/blood-toil-tears-and-sweat.html> (дата звернення: 12.08.2025).
37. Crystal. The Rule of Three: boost audience retention in presentations. Xmind Blog. 2025. March 27. URL: <https://xmind.com/blog/the-rule-of-three> (date of access: 12.08.2025).
38. Datondji A. C., Amousou F. Discourse-historical approach to critical discourse studies: theoretical and conceptual analysis, basic characteristics and analytical tools. Revue Internationale de Linguistique Appliquée, de Littérature et d'Education (RILALE). 2019. Vol. 2, No 1. P. 72.
39. Doob L. W. Propaganda: Its Psychology and Technique. New York : Henry Holt and Company, 1935. URL: <https://archive.org/details/dli.ernet.476424/page/4/mode/2up> (date of access: 12.08.2025).

40. Ellul J. Propaganda: The Formation of Men's Attitudes. New York : Vintage Books, 1973. P. 6. URL: <https://ratical.org/ratville/AoS/Propaganda-JE-Vintage1973.pdf> (date of access: 12.08.2025).
41. Entman R. M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. Journal of Communication. 1993. Vol. 43. P. 51–52.
42. EU state sees surge in marriages involving Ukrainians – media. The Press United. 2025. 17 Oct. URL: <https://thepressunited.com/updates/eu-state-sees-surge-in-marriages-involving-ukrainians-media/> (date of access:: 12.08.2025).
43. Európai fegyverszállítások Ukrajnának: az EU de facto részese a háborúnak. Origo. 2023. május 8. URL: <https://www.origo.hu/nagyvilag/2023/05/europai-fegyverszallitasok-ukrajnanak-az-eu-de-facto-reszese-a-haborunak> (date of access:: 12.08.2025).
44. Fairclough N. Discourse and Social Change. Cambridge : Polity Press, 1992. P. 87
45. Garcia A. C. Interactional constraints on proposal generation in negotiation hearings: A preliminary investigation. Discourse & Society. 1997. Vol. 8, No 2. P. 243.
46. Gomez Licon A. What they said: Trump, Zelenskyy and Vance's heated argument in the Oval Office. AP News. 28 February 2025. URL: <https://apnews.com/article/trump-zelenskyy-vance-transcript-oval-office-80685f5727628c64065da81525f8f0cf> (дата звернення: 12.08.2025).
47. Grice H. P. Logic and Conversation. Syntax and Semantics. 1975. Vol. 3 : Speech Acts. P. 45. URL: <https://www.sfu.ca/~jeffpell/Cogs300/GriceLogicConvers75.pdf> (дата звернення: 12.08.2025)
48. Hope and Change: Revisiting Barack Obama’s Historic Presidency. HeinOnline Blog. 2019. November 10. URL: <https://home.heinonline.org/blog/2019/11/hope-and-change-revisiting-barack-obamas-historic-presidency/> (дата звернення: 12.08.2025).
49. Hosseini A. S., Di Gioia F., Versino M., D'Angelo A. Emotional framing in the spreading of false and true claims. Scientific Reports. 2024. Vol. 14. URL:

https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC11305955/?utm_source (date of access: 12.08.2025).

50. How to Hook Your Audience: The Rule of Three. Yale University Press Blog. 16 May 2017. URL: <https://yalebooks.yale.edu/2017/05/16/how-to-hook-your-audience-the-rule-of-three/> (дата звернення: 12.08.2025).

51. “If You Desire Peace, Prepare for War”: Former General Zaluzhnyi Speaks in London. United24 Media. 23 July 2024. URL: <https://united24media.com/latest-news/if-you-desire-peace-prepare-for-war-former-general-zaluzhnyi-speaks-in-london-1349> (дата звернення: 12.08.2025).

52. Jahedi M., Abdullah F. S., Mukundan J. An Overview of Focal Approaches of Critical Discourse Analysis. International Journal of Education and Literacy Studies. 2014. Vol. 2, No 4. P. 30. URL: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1149526.pdf>

53. Kasperowicz P. US Senate votes to resurrect World War II-era policy to help Ukraine amid Russian invasion. Fox News. 2022. April 7. URL: <https://www.foxnews.com/world/us-senate-votes-to-resurrect-world-war-ii-era-policy-to-help-ukraine-amid-russian-invasion> (дата звернення: 12.08.2025).

54. Kauza I. Suggestion as a domain of military discourse (based on the materials from the speeches of world leaders). Закарпатські філологічні студії. Ужгород, 2024. Вип.38. С.144 – 148.

55. Kristeva J. Word, Dialogue and Novel. Desire in Language: A Semiotic Approach to Literature and Art / ed. by L. S. Roudiez. New York : Columbia University Press, 1980. P. 64–75.

56. Lasswell H. D. Propaganda Technique in the World War. London : Kegan Paul, Trench, Trubner & Co., 1927. P. 22-23 URL: https://ia802904.us.archive.org/7/items/PropagandaTechniqueInTheWorldWarHaroldLasswell/Propaganda%20Technique%20In%20the%20World%20War%20-%20Harold%20Lasswell_text.pdf (дата звернення: 12.08.2025).

57. Liboreiro J. 'The West as we knew it no longer exists,' von der Leyen says amid Trump tensions. Euronews. 16 April 2025. URL: <https://www.euronews.com/my-europe/2025/04/16/the-west-as-we-knew-it-no-longer-exists-von-der-leyen-says-amid-trump-tensions> (дата звернення: 12.08.2025).
58. Lukito J. How foreign operations are manipulating social media to influence your views [Electronic resource] / The Conversation. 2024. 26 Sept. URL: https://theconversation.com/how-foreign-operations-are-manipulating-social-media-to-influence-your-views-240089?utm_source (date of access: 12.08.2025).
59. McLuhan M., Fiore Q. The Medium Is the Massage: An Inventory of Effects. New York : Bantam Books, 1967. P. 160.
60. Methods of Critical Discourse Analysis / ed. by R. Wodak, M. Meyer. London : SAGE Publications, 2001. P. 154
61. Nordquist R. Glittering Generality: A Virtue Word. ThoughtCo. 7 May 2025. URL: <https://www.thoughtco.com/glittering-generalty-virtue-word-1690816> (дата звернення: 12.08.2025).
62. Ogburn W. F., Thomas D. Are Inventions Inevitable? A Note on Social Evolution. Political Science Quarterly. 1922. Vol. 37, No 1. P. 83–86.
63. Shevchenko I., Gutorov V. A cognitive-pragmatic perspective on apologies in English and Ukrainian discourse. Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow. 2019, Kharkiv. Vol. 4, No 2. P. 301–339.
64. Trump D. J. The Inaugural Address. The White House. January 20, 2017. URL: <https://trumpwhitehouse.archives.gov/briefings-statements/the-inaugural-address/> (дата звернення: 12.08.2025).
65. Trump D. J. The Inaugural Address. The White House. 20 January 2025. URL: <https://www.whitehouse.gov/remarks/2025/01/the-inaugural-address/> (дата звернення: 12.08.2025).

66. Uslay, C., Altintig, Z. A., & Winsor, R. D. (2010). An empirical examination of the "Rule of Three": Strategy implications for top management, marketers, and investors. *Journal of Marketing*, 74(2), P. 21 <https://doi.org/10.1509/jmkg.74.2.20>
67. Van Dijk T. A. Discourse and manipulation. *Discourse & Society*. 2006. Vol. 17, No 3. P. 360–372.
68. Van Dijk T. A. Political discourse and political cognition. *Politics as text and talk: analytic approaches to political discourse* / ed. by P. Chilton, C. Schäffner. Amsterdam : John Benjamins Publishing Company, 2002. P. 163. URL: <https://discourses.org/wp-content/uploads/2022/07/Teun-A.-van-Dijk-2002-Political-discourse-and-political-cognition.pdf> (date of access: 12.08.2025).
69. World War I: The Role of the Media in the War Effort [Electronic resource] // USA History Timeline. URL: https://usahistorytimeline.com/pages/world-war-i-the-role-of-the-media-in-the-war-effort-4c8c6fff.php?utm_source (date of access: 12.08.2025).