УДК 81’373.4:316.776.33 (043.2)

Олексюк П.
Національний авіаційний університет, Київ

МОВНІ ЗАСОБИ МАНІПУЛЮВАННЯ У ЗМІ ТА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Виступи політиків та громадських діячів перед аудиторією та у ЗМІ називають публічною дипломатією. Коли розвиток інформаційних технологій, електронних комунікацій та підвищення ролі Інтернету відбувається задля цілеспрямованого формування громадської думки, розуміння проблеми впливу на особистість лексичними засобами стає все більш актуальною.

Ще давньогрецькі теоретики використовували у своїх промовах мовні засоби маніпулювання свідомістю людей. Проте, умови в яких перебуває людство сьогодні, насичене значно ширшим різноманіттям інструментарію маніпулювання громадською думкою. Спробуємо з’ясувати це на прикладі мови ЗМІ.

Адресат прагне донести інформацію до адресанта з метою не тільки інформувати, а й викликати певну реакцію, спонукати дію тощо. Отже, оратор може вдаватися: до розмовної мови, щоб бути ближче до аудиторії (*Менти мають бути звільнені всі 100%!)*, використовувати слова-гасла чи ключові слова, що викликають асоціацію (*Щира подяка вам! Слава Україні!*), до емоційності, яка несе певне навантаження (*Нас більше не розколюють питання мови!*).

Вагомий внесок у маніпулювання вносять за допомогою неологізмів *(кримнашизм)*, евфемізмів *(Марина з трибуни Верховної Ради зосередила увагу освітнього середовища на питанні інклюзивної освіти дітей з обмеженими можливостями)*, метафори (*Ми не станемо проситися назад на базар, де панують економічна агресія, політичний шантаж та імперські комплекси*), перифрази *(Європа як цивілізація історично була завжди модерним мозком людства)*, підміни понять (*Громадянам бандитам: замовники втечуть в Ростов, а вам відповідати якщо що*), нечіткості значень (*Схильність високопосадовців до злодійства ліквідувати буде складніше, але вже є план*) та ін.

Широковживаними є питальні, умовні та високо емоціональні речення (*Шизофренія російських лжепропагандистських телеканалів, що загострилася після катастрофи Су– 24 у Туреччині, б’є всі рекорди!)*, повтори (*...Джо Байден сказав, що Сполучені Штати ніколи, ніколи, ніколи не визнають факт окупації Криму Російською Федерацією!*). Політик часто звертається з бажанням створити почуття спільності (*Будемо встановлювати народовладдя в державі*).

Досить часто використовуються елементи комічного (*Першим замом міського голови призначено майданутого, абсолютно упоротого патріота, одного з найбільших жертводавців Армії, кращого ресторатора країни, власника системного бізнесу групи "Ганза", дуже заможну людину і просто мого друга Дмитра Погребова*). Суспільно-політична роль комічного полягає в тому, що вона викликає зацікавлення політикою в цілому і представників зокрема.

Науковий керівник: Келічава Я. Б., викладач НАУ