

СУГЕСТИВНА ЛІНГВІСТИКА

УДК 811.161.2:81'42

DOI: [https://doi.org/10.17721/um/53\(2023\).135-148](https://doi.org/10.17721/um/53(2023).135-148)

Тарас Голота, асп.

ORCID ID: 0009-0009-4767-0937

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

МАНІПУЛЯТИВНІ ПОВІДОМЛЕННЯ В ЗАГОЛОВКАХ НОВИНИХ ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ

Автор аналізує заголовки на цифрових платформах медіаресурсів, надаючи особливу увагу маніпулятивному змісту повідомлень. Дослідження базоване на матеріалі 3-х вебсайтів, автори яких маніпулюють емоціями реципієнтів у перебігу подання інформації – “Тарасова правда”, “Naspravdi.Today” та “Politeka”. Подано дефініцію й розтлумачено базові аспекти сугестивного впливу і маніпуляції інформацією впродовж мовленнєвого акту. Проведений лінгвістичний аналіз на основі 100 заголовків дає підстави стверджувати, що 66.67% заголовків статей у 3-х досліджених нами новинних веб-портали містять повідомлення, орієнтовані на маніпуляцію емоціями – “Тарасова правда” (33.33%), “Naspravdi.Today” (76.67%) та “Politeka” (90%).

Ключові слова: маніпулятивний текст, маніпулятивний заголовок, маніпулятивне повідомлення, маніпуляція емоціями, сугестія та її прийоми, дезінформація в медіа.

Формулювання проблеми. Із появою й подальшим розвитком надсучасних інформаційно-комунікаційних технологій динаміка розповсюдження маніпулятивних текстів лише зростає. Гібридна природа російсько-української війни не має прецедентів у світовій історії. Ще ніколи жодна сторона будь-якого збройного конфлікту не була спроможна використовувати таку кількість як традиційних, так і цифрових засобів завдання шкоди противнику. У хід іде не лише зброя, а й систематичні кібератаки та інформаційно-психологічні операції, включно з різноманітними маніпуляціями інформацією, як-от поширення

фейків, пропаганди тощо. Нині українське інформаційне поле щоденно зазнає відчутних психологічних атак ворога, зокрема, шляхом інтегрування маніпулятивних текстів у новинний потік соціальних мереж і вебсайтів. Такі зловмисні повідомлення буває складно виявити, оскільки вони часто замасковані під статті новин або повідомлення в соціальних мережах. Через це користувачам мережевих ресурсів важко визначити достовірність отриманої в інтернеті інформації, через що з'являється більше простору для ворожої маніпуляції. Саме тому існує неабияка потреба в розробленні чітких підходів до лінгвістичного аналізу маніпулятивних текстів в інтернеті, а також у створенні ефективних засобів протидії дезінформації.

Маніпулятивний уміст у повідомленні є загрозовим, адже він може призвести до підриву суспільної довіри до інститутів і демократичних процесів і навіть підбурювання до насильства. Нині цю проблему також посилює розвиток соціальних мереж, які сприяють швидкому поширенню маніпулятивних текстів серед своїх аудиторій. Алгоритми соціальних мереж автоматично надають пріоритет привабливому контенту, який привертає увагу реципієнта, оскільки це істотно збільшує вірогідність, що той проводитиме більше часу в застосунку або на вебресурсі. Такі негативні тенденції поступово призводять до еволюції так званого ефекту луни-камери (від англ. *echo-chamber*), коли реципієнти отримують лише ту інформацію, яка підтверджує їхні усталені переконання, що, так само ще більше посилює соціополітичну поляризацію. Відомо, що такі інтернет-майданчики, як YouTube, Netflix, Facebook, Instagram, Twitter, Telegram, TikTok, Google тощо невпинно послуговуються прогресом штучного інтелекту, аби вдосконалювати свої алгоритми рекомендацій на основі користувацьких уподобань. На думку С. Роудз (S. Rhodes), такий підхід лише посилює ефект луни-камери (також відомий як бульбашка фільтрів або інформаційна бульбашка, від англ. *filter bubble*), а це – край сприяє середовищу для інтегрування маніпулятивних повідомлень [Rhodes : 2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Маніпулятивний дискурс поступово стає предметом активного обговорення серед

представників різних наукових галузей, як-от лінгвістика, соціологія, політологія, психологія, кібернетика тощо. Проблему інформаційних маніпуляцій досліджувати такі автори, як В. Карпенко, О. Цуканова, М. Ожеван, Г. Почепцов, О. Саприкін та ін. [Карпенко : 182; Цуканова : 6; Ожеван : 19; Почепцов : 33; Саприкін : 42]. Згідно з нашим робочим визначенням, *маніпулятивний дискурс* є сферою взаємопов'язаних комунікативних подій, у контексті яких усі адресати несвідомо втягнуті в мовний акт без можливості переконатись у достовірності отриманого повідомлення. Користувач, наприклад, соціальною мережею Telegram може не підозрювати про маніпулятивне середовище певного каналу, на який він підписаний, адже у його межах він перебуває у звичній луні-камері, де всі опубліковані новини лише підтверджують усталену думку. Тому маніпулятивне повідомлення завжди сформоване так, аби обмежити здатність адресата правильно оцінити контекст висловлювання. Тут доречно буде навести класифікацію Т. ван Дейка, який виокремлює кілька ознак маніпулятивного дискурсу:

- 1) **соціальні** – порушення паритету учасників комунікації;
- 2) **когнітивні** – зумисна деформація достовірності повідомлення;
- 3) **прагматичні** – свідомі дії мовця, які допомагають йому реалізувати власні приховані цілі;
- 4) **комунікативні** – психологічний вплив на реципієнта;
- 5) **етичні** – порушення прав адресата через досягнення мовцем утилітарних цілей [van Dijk : 366].

Отже, маніпулятивний дискурс передбачає цілком свідоме прагнення мовця деформувати інформаційний простір інших учасників мовленнєвого акту (у нашому випадку – письмового). Мовна площина цього питання вимагає розчленування інструментарію текстових маніпуляцій на складники для виокремлення лінгвістичних засобів, за допомогою яких зловмисник може досягти своїх цілей. Наприклад, О. Дмитрук уважає, що номінація – це одна з ключових маніпулятивних механізмів серед усього спектру лінгвістичних прийомів. У цьому разі використання неологізмів постає базовим прийомом, оскільки політики можуть використовувати їх, аби не лише висловити суб'єктивне

ставлення до подій, а й запобігти будь-якій іншій інтерпретації. Крім того, мовець-зловмисник може послуговуватись евфемізмами, метафорами, еліптичними конструкціями, спрощенням понять, гіперболізацією, повтореннями та інклюзивною або дистанційною функцією займенників (наприклад, полярна конструкція *ми – вони*), так маніпулюючи аудиторією [Дмитрук : 143–147]. Для вираження оцінки й посилення виразності мовлення використовують також кліше, стереотипні фрази та комунікативні імплікатури, адже всі ці лінгвістичні техніки можуть бути маніпулятивними за своєю природою.

Цікавою є теза Л. Ільницької щодо того, що сугестивний вплив є ефективним, оскільки він пов'язаний зі зниженням критичності під час сприйняття навіюваної інформації, і в адресата складається ілюзорна впевненість у самостійності висновку [Ільницька 2010 : 116]. Оскільки сугестія є фундаментальним механізмом у парадигмі пропаганди, варто розглянути визначення цього поняття. Так, за дефініцією Л. Ільницької, *сугестія* охоплює “різні засоби вербального й невербального емоційно забарвленого впливу на людину з метою створення в неї певного стану або спонукання до певних дій” [Ільницька 2006 : 5]. Іншими словами, *сугестія* – це ‘вербальний вплив на психічний стан певної особи’. Мета сугестії передбачає встановлення та підтримання психоемоційного контакту з потенційною жертвою та спрямування її думок у потрібні адресанту канали, використовуючи вербальні техніки впливу. І. Рожкова вважає, що лише з появою перших досягнень у галузі нейролінгвістичного програмування (НЛП) тексти, що мають сугестивний вплив, стали предметом досліджень різних напрямів мовознавства, як-от психолінгвістика, лінгвістика змінених станів свідомості, етнолінгвістика та сугестивна лінгвістика, яка є своєрідною підсистемою сугестії [Рожкова : 139].

Визначення напрямів дослідження. Можна стверджувати, що сугестія слугує необхідним інструментом вербальної маніпуляції в писемних текстах. Наше дослідження ґрунтується на аналізі маніпулятивних текстів (у межах цієї статті – заголовків) із огляду на їхній сугестивний складник. Вектори вивчення цієї

проблематики охоплюють лінгвістичний аналіз маніпулятивних текстів із метою їхньої класифікації, виокремлення складників сугестії, дослідження мовних засобів, за допомогою яких здійснюють дезінформування, і розроблення комплексу заходів протидії вербальній маніпуляції.

Матеріал для аналізу було дібрано після ознайомлення з висновками дослідження вебпорталу texty.org.ua, проведеному командою платформи у 2018 р. за допомогою машинних алгоритмів [Бондаренко та ін.]. Серед усіх ресурсів ми обрали три українськомовних джерела (“Тарасова правда”, “Naspravdi.Today”, “Politeka”) попри те, що, за відомостями порталу, існують ресурси зі значно вищим рівнем маніпуляції в текстах, однак вони – російськомовні. Варто зазначити, що наше дослідження істотно відрізняється від уже проведеного вебпорталом texty.org.ua, оскільки ми не застосовували машинних алгоритмів і зосередили увагу винятково на заголовках, хоча іноді зважали на зміст статті задля об’єктивнішого аналізу.

Мета статті – проаналізувати заголовки новинних статей, опублікованих на українськомовних медіаресурсах в інтернеті (на матеріалі трьох веб-сайтів – “Тарасова правда”, “Naspravdi.Today”, “Politeka”), а також виявити, класифікувати та витлумачити мовні засоби маніпуляції й сугестії, застосовані у повідомленнях, врахувавши відсоток маніпулятивного вмісту.

Виклад основного матеріалу. Сучасні ЗМІ, а онлайн-ресурси – особливо, дедалі більше абстрагуються від концепції утримання від суб’єктивних суджень і викладу фактичного матеріалу об’єктивно й беземоційно. Із огляду на принципи функціонування мережі та її орієнтування на емоційну складову поглинання інформації користувачами по-іншому розвинути відвідуваний цифровий новинний ресурс неможливо. У віртуальному просторі успішність вимірювана кількістю пошукових запитів і переходів за цільовим посиланням. Тому спостерігаємо тенденцію використовувати емоційний підхід у викладі матеріалів.

Почнемо з маніпулятивних та емоційно забарвлених заголовків, які закликають користувача перейти за посиланням на певну статтю. На двомовному ресурсі “Тарасова правда” спостерігаємо

такі заголовки, як *“Трампа можуть заарештувати незабаром. Тепер все серйозно”*, *“«Можемо дійти до Третьої світової»: Орбан дорікнув Заходу за допомогу Україні і заявив, що в ЄС готові говорити про миротворців”*, *“Навіть судді вже зрозуміли, що на підтримці УПЦ МП грошей вже не заробиш”*, *“«Солодкі сигарети» від Петра Олексійовича Мова. Віра. Контрабанда. На фронт шоколадку, закордон цигарки”* (орфографічні й друкарські помилки збережено) (“Тарасова правда”).

Як бачимо, заголовкам на новинному ресурсі “Тарасова правда” притаманні орфографічні помилки, емоційно забарвлені слова й конструкції та вирвані з контексту цитати нібито авторитетних джерел. Також спостерігаємо вживання дієслова у формі 3-ї особи множини *можуть* і прислівника часу *незабаром*, які вказують на невизначеність у повідомленні, що суперечить фундаментальним принципам викладу об’єктивної та перевіреної інформації в медіа. Отже, із проаналізованих 30-ти заголовків на новинному вебпорталі “Тарасова правда”, опублікованих протягом 03.03.2023 – 09.04.2023, у 10-ти можна виокремити елементи маніпуляції емоціями, що становить 33.33 %.

Не менш промовистими виявились і заголовки онлайн-ресурсу “Naspravdi.Today”, які можна умовно розділити на різні категорії залежно від принципів побудови маніпулятивного повідомлення:

Категорія маніпулятивного повідомлення	Заголовки	Тлумачення
Використання тропів	<i>“Історія українського мафіозі, який намагається звити гніздо у Німеччині”</i> ; <i>“Житомирська земля прийняла прокурора Говду. А Говда – житомирську землю”</i> ; <i>“Костіна вкусив Рябошапка”</i> ;	Зашифрування повідомлення у тропях, як-от метафора, гіпербола, паралелізм та алюзія до відомих літературних творів із метою закликати користувача перейти за посиланням і детальніше ознайомитись

Категорія маніпулятивного повідомлення	Заголовки	Тлумачення
	<p>“Кріпаки в погонах”; “Одинадцять негреньт”; “Пороблено на вулиці Електриків, 33” (“Naspravdi.Today”).</p>	<p>із новиною, де буде розміщено маніпулятивний вміст.</p>
<p>Гуморизація та апеляція до фразеологізмів або крилатих висловів</p>	<p>““Міністра культури” окупованого Криму арештували як мавпу-леопердиху”; “Не всіх дурних війна забрала”; “Кріпаки в погонах”; “Сергій Головатий: “Невинуватая я!”” (“Naspravdi.Today”).</p>	<p>Висміювання як маніпулятивний прийом у заголовках не стільки слугує закликком детальніше ознайомитись із новиною, скільки відразу налаштовує реципієнта на необхідний адресанту тон наративу. Також можна виокремити слово <i>леопердиха</i> (перекручена версія слова <i>леопардиха</i>), якої немає в українській мові, але є в російській.</p>
<p>Транслявання різко негативних суб’єктивних суджень і формування необхідної автору заголовка концептуалізації новин</p>	<p>“Посаду генерального прокурора в Україні обіймає клінічна ідіотка”; “У Києві негайно виконали Указ Путіна”; “Зеленського можуть позбавити влади за 30 хвилин”; “Сутю англійська зрада”; “Першим сяде Зеленський”; “Венедіктова переїхала жити до Зеленського” (“Naspravdi.Today”).</p>	<p>У цьому випадку автори заголовків вербалізують свою позицію щодо висвітлених новин, послуговуючись стверджувальними реченнями і прямолінійною маніпуляцією, спрямованою не на залучення нових реципієнтів до луні-камери ресурсу, а на вдоволення інформаційних потреб аудиторії, прихильність якої вже здобута.</p>

Отже, проаналізувавши 30 заголовків до статей, опублікованих на цифровому медіаресурсі “*Naspravdi.Today*” протягом 14.05.2020 – 07.04.2023, ми дійшли висновку, що 23 (76.67 %) із них містять маніпулятивні повідомлення. Найбільш уживаним прийомом сугестії на платформі виявилось транслювання різко негативних суб’єктивних суджень і формування необхідної автору заголовка концептуалізації новин. Автори заголовків експліцитно формують необхідне їм повідомлення шляхом інтегрування в нього суб’єктивних суджень.

Однак найбільш маніпулятивні повідомлення приховують заголовки на цифровому новинному ресурсі “*Politeka*”. Сайт двомовний, однак нас цікавлять саме українськомовні тексти. Використання сугестії найпомітніше в таких заголовках: “*Новий наступ росіян, розкрито, де він буде: стягують війська, найманців і техніку*”, “*На Великдень вводять жорсткі обмеження: що треба знати і якою буде комендантська година*”, “*«Підраховуємо втрати»: росіянам влаштували справжній нічний кошмар*”, “*Остан Ступка накоїв лиха в центрі Києва і може сісти у в’язницю: «Хлопці в окопах, а він...»*”, “*«Укренерго» зробило термінову заяву: ситуація з електроенергією кардинально змінилася*”, “*Байден дав сигнал владі України: «Якщо ви не розгромите армію рф...»*”, “*Сенсаційне зізнання: соратник Януковича вибогтав, яку долю готували Україні*”, “*Українці масово скаржаться на затримку пенсій, що відомо: «Давно такого не було...»*”, “*«Прекрасна відмазка»: зірка «1+1» Марічка Падалко здивувала одкровленням про свого чоловіка*”, “*Шахраї взялися за Олену Кравець із «Квартал 95»: зірка терміново звернулася до українців*”, “*«Зробили неймовірне»: українці витурили росіян з важливої організації, викликавши в них істеріку*”, “*Термінове повідомлення: одеситам сказали, кому у наступні дні треба залишитись вдома*” (“*Politeka*”).

Як бачимо, майже в усіх заголовках наявна двокрапка без узагальнювального слова, яка слугує засобом відокремлення двох підрядних частин речення, указуючи на те, що друга частина доповнить і пояснить першу, надавши більше інформації про повідомлення. Проте в заголовках новин від сайту “*Politeka*”

двокрапка дає змогу адресантові розширити повідомлення та інтегрувати в нього цитату (апеляція до начебто авторитетного джерела) або почати речення з якоїсь приголомшливої новини, а далі розтлумачити її у другій частині речення. Такий підхід до синтаксичної побудови повідомлення в заголовку є маніпулятивним, якщо в ньому використані емоційно забарвлені прикметники (*жорсткий, терміновий, кардинальний, сенсаційний*), іменники (*лихо, кошмар, одкровення, істерика*), дієслова (*розгромити, вибовтати, здивувати, взятися*) або прислівники (*терміново, неймовірно*). Окрім того, використання еліпсиса дозволяє переходити в заголовку зразу до суті, виокремивши найважливіше – емоційно заряджене ядро повідомлення й викликати в адресата певну реакцію – бажання перейти за посиланням і прочитати новину. Однак зазвичай виявляється, що за такою багатозначною назвою прихована нейтральна й часто цілком об'єктивна новина.

Окрім лексико-семантичних і синтаксичних аспектів сугестії, у заголовках статей на новинному вебпорталі “Politeka” варто звернути увагу на лінгвопрагматичний і комунікативний складники. Наприклад, в одному із проаналізованих заголовків спостерігаємо імпліцитну апеляцію до авторитетності джерела: “*Експерт сказав, чому ЗСУ мають вийти з Бахмута: «У нас цього не показують, але...»*” (“Politeka”). Автор дає більше інформації щодо джерела цього повідомлення лише в тексті самої статті, проте відсутність деталей у заголовку передбачає, що реципієнт має повірити у правдивість наданої інформації, перш ніж прочитати саму новину. Такі заголовки вчать аудиторію не перевіряти інформацію, а вірити так званим “експертам”. Систематичне повторення цього прийому сугестії поступово призводить до маніпуляції свідомістю й не лише впливає на мислення реципієнта, а й формує безпідставну довіру до джерела такої інформації. Також у цьому заголовку показовим є використання еліптичної конструкції з елімінацією другої частини сурядного речення. Хоча такі прийоми часто використовують і в професійній журналістиці, у цьому прикладі на сугестивний підтекст указує полярність повідомлення, де МИ протиставлене якійсь

невідомій стороні, яка, судячи з контексту, зображена в позитивнішому світлі, бо “показує” те, що приховують у НАС.

Отже, заголовки на вебсайті “Politeka”, опубліковані протягом 08.12.2022 – 09.04.2023, містять підміну понять і відверту маніпуляцію повідомленням із використанням лексико-семантичних, синтаксичних та прагматичних прийомів. За нашими підрахунками, із 40 проаналізованих заголовків у 35 були наявні ознаки маніпуляції емоціями реципієнтів, що свідчить про 90 % сугестивного вмісту на новинному вебпорталі “Politeka”.

Висновки й наукові перспективи дослідження. Зі 100 проаналізованих заголовків загальним обсягом понад 1000 слововживань у 66.67 % було виявлено ознаки маніпуляції емоціями. Ми отримали це значення, підсумувавши результати з трьох досліджених новинних вебпорталів – “Тарасова правда”, “Naspravdi.Today” та “Politeka”: 90 % (“Politeka”) + 76.67 % (“Naspravdi.Today”) + 33.33 % (“Тарасова правда”) = 200. Затим визначили середнє арифметичне: $200 / 3 = 66.67\%$. Отримані результати свідчать про доволі високий рівень маніпулятивного змісту серед заголовків на досліджених новинних медіаресурсах.

Згідно з отриманими результатами, найпоширенішими прийомами сугестії в заголовках проаналізованих новинних вебресурсів є використання емоційно забарвленої лексики, еліптичних конструкцій, висміювання поданої інформації через вербалізацію суб’єктивних суджень, інтегрованих у повідомлення, апеляція до авторитетного джерела, уживання тропів (метафор, гіпербол, паралелізмів тощо) та ін.

Наукові перспективи дослідження передбачають використання отриманих результатів під час проведення освітніх заходів для українського суспільства з інформування про потенційні ризики зіткнення з дезінформацією на новинних вебпорталах. Кожна нова публікація в цій площині дасть змогу накопичити достатній масив знань задля розроблення ефективних підходів до протидії дезінформації в інтернеті. Подальше дослідження передбачає аналіз цифрових медіа із підозрілим умістом і виокремлення в них сугестивних елементів із підрахунком рівня

маніпуляції емоціями реципієнтів, що дасть змогу створити список потенційно загрозливих цифрових медіаресурсів.

ДЖЕРЕЛА

Naspravdi.Today. URL : <https://naspravdi.today/uk/> (дата звернення: 07.04.2023).

Politeka. URL : <https://politeka.net/uk> (дата звернення: 09.04.2023).

Тарасова правда. URL : <https://taras-ua.com/itemlist?start=0> (дата звернення: 09.04.2023).

ЛІТЕРАТУРА

Бондаренко А., Кельм Н., Кульчинський Р., Романенко Н., Тимошук Я. У нас погані новини. *Texty.org.ua*. 28 листопада 2018. URL : <https://texty.org.ua/d/2018/mnews/>.

Дмитрук О. В. Маніпулятивні прийоми у сучасних ЗМІ. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2002. № 7. С. 143–150.

Льницька Л. Л. Англomовний сугестивний дискурс: автореф. ... канд. філол. наук. Харків, 2006. 20 с.

Льницька Л. Л. Особливості використання сугестивних та маніпулятивних технологій у сучасному англomовному політичному дискурсі. *Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи*. 2010. С. 115–125.

Карпенко В. Інформаційний простір як чинник національної безпеки. *Українознавство*. 2005. № 3. С. 182–192.

Ожеван М. А. Маніпулятивні стратегії. *Підприємництво в Україні*. 2001. № 9. С. 26–27.

Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни. Київ : Видавничий дім “Києво-Могилянська академія”, 2015. 498 с.

Рожкова І. Г. Інтерпретація сугестії як лінгвістичного феномена. *Актуальні проблеми науки та освіти*. Маріуполь : Маріупольський держ. ун-т. 2013. С. 138–140.

Саприкін О. Інформаційна експансія, інформаційна війна та інформаційна атака у засобах масової інформації. *Вісник Книжкової палати*. 2013. № 1. С. 40–43.

Цуканова О. В. Інформаційні війни: вплив на суспільство. Київ. 2014. С. 1–6. URL : <https://www.sworld.com.ua/konfer34/800.pdf>.

Van Dijk T. A. Discourse and Manipulation. *Discourse and Society*. 2006. Vol. 17. № 2. P. 359–383.

Rhodes S. C. Filter Bubbles, Echo Chambers, and Fake News: How Social Media Conditions Individuals to Be Less Critical of Political Misinformation. *Political Communication*. 2021. P. 1–22.

REFERENCES

Bondarenko, A. et al. (2018). We have bad news. *Texty.org.ua*, Nov 28, 2018. URL : <https://texty.org.ua/d/2018/mnews/> (in Ukrainian).

Dmytruk, O. V. (2002). Manipulative techniques in modern mass media. *Movni i kontseptualni kartyny svitu*, 7, 143–150 (in Ukrainian).

Ilnytska, L. L. (2006). English suggestive discourse. Extended abstract of PhD thesis. Kharkiv, 2006, 20 p. (in Ukrainian).

Ilnytska, L. L. (2010). Peculiarities of the use of suggestive and manipulative technologies in modern English-language political discourse. *Linhvistyka XXI st.: novi doslidzhennia i perspektyvy*, pp. 115–125 (in Ukrainian).

Karpenko, V. (2005) Information space as a factor of national security. *Ukrainoznavstvo*, 3, 182–192 (in Ukrainian).

Ozhevan, M. A. (2001). Manipulative strategies. *Pidpriemnytstvo v Ukraini*, 9, 26–27 (in Ukrainian).

Pocheptsov, H. (2015). *Modern information wars*. Kyiv : Vydavnychiy dim “Kyievo-Mohylianska akademiia”, 498 p. (in Ukrainian).

Rozhkova, I. H. (2013). Interpretation of suggestion as a linguistic phenomenon. *Aktualni problemy nauky ta osvity*. Mariupol : Mariupolskyi derzh. un-t, pp. 138–140 (in Ukrainian).

Saprykin, O. (2013). Information expansion, information war and information attack in mass media. *Visnyk Knyzhkovoï palaty*, 1, 40–43 (in Ukrainian).

Tsukanova, O. V. (2014). *Information wars: Impact on society*. Kyiv, pp. 1–6. URL : <https://www.sworld.com.ua/konfer34/800.pdf> (in Ukrainian).

Van Dijk, T. A. (2006). Discourse and manipulation. *Discourse & Society*, 17(3), 359–383. <https://doi.org/10.1177/09579265060606250> (in English).

Rhodes, S. C. (2021). Filter bubbles, Echo Chambers, and fake news: How social media conditions individuals to be less critical of political misinformation. *Political Communication*, 39(1), 1–22. <https://doi.org/10.1080/10584609.2021.1910887> (in English).

DOI: [https://doi.org/10.17721/um/53\(2023\).135-148](https://doi.org/10.17721/um/53(2023).135-148)

Taras Holota, PhD student
ORCID ID: 0009-0009-4767-0937
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv

Manipulative messages in the headlines of media sources

In this article, the author analyzes headlines on digital platforms of media sources, paying special attention to the manipulative content of the delivered messages. The research is based on the material of three websites, the authors of which manipulate the emotions of the recipients while providing information – “Tarasova Pravda“, “Naspravdi.Today”, and “Politeka”. The basic aspects of suggestive influence and manipulation of information during the speech act are defined and explained.

In today’s rapidly evolving digital landscape, understanding the linguistic mechanisms of manipulation and suggestion in written texts is becoming increasingly crucial. This study not only sheds light on the deceptive methods employed in the headlines of Ukrainian-language online media resources but also highlights the importance of fostering media literacy among consumers. By enhancing awareness of manipulative tactics and promoting critical thinking skills, individuals will be better equipped to discern fact from fiction, ultimately contributing to a more well-informed society.

The advancement and proliferation of cutting-edge information and communication technologies have led to an escalation in dissemination of manipulative texts. It can be posited that suggestion operates as a crucial instrument of verbal manipulation in written materials. Consequently, our investigation primarily focuses on examining manipulative texts (specifically, headlines within the context of this article) concerning their suggestive component. The research vectors for this issue encompass the linguistic analysis of manipulative texts for categorization purposes, recognition of suggestion components, exploration of linguistic methods employed for disinformation, and countermeasures against verbal manipulation. The objective of this article is to scrutinize the headlines of news articles featured on Ukrainian-language online media resources (based on materials from three websites: “Tarasova Pravda”, “Naspravdi.Today”, and “Politeka”), as well as to detect, classify, and interpret linguistic techniques of manipulation and suggestion used in messages, excluding the proportion of manipulative content.

The conducted linguistic analysis based on the 100 headlines gives reason to claim that 66.67 % of the article headlines in the three news web portals we have investigated contain messages aimed at manipulating emotions – “Tarasova Pravda” (33.33 %), “Naspravdi.Today” (76.67 %), and “Politeka” (90 %).

Keywords: *manipulative text, manipulative headline, manipulative message, manipulation of emotions, suggestion and its techniques, disinformation in the media.*

**Стаття надійшла до редколегії 14.04.23
Рекомендована до друку 15.05.23**



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)