



2023

Міністерство освіти і науки України

ДНУ «Інститут модернізації змісту освіти»

Маріупольський державний університет у Києві

Оттавський університет (Канада)

Природничо-гуманітарний університет у Седльце (Польща)

Фракійський університет імені Демокрита (Греція)

МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

**«МОВИ ТА ЛІТЕРАТУРИ У КРОС-
КУЛЬТУРНІЙ ПЕРСПЕКТИВІ»**

16-17 листопада 2023

Збірка тез

Мови та літератури у крос-культурній перспективі: тези доповідей учасників Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 16 – 17 листопада 2023 року) / Відповідальні за випуск: О.Педченко, Т. Шелест. Київ: МДУ, 2023. 166 с.

Організаційний комітет

БУЛАТОВА Олена, доктор економічних наук, професор, перший проректор МДУ, голова оргкомітету.

ТРИФОНОВА Ганна, кандидат філологічних наук, доцент, декан факультету іноземних мов МДУ, заступник голови оргкомітету

ПЕДЧЕНКО Олена, кандидат філологічних наук, завідувач кафедри прикладної філології МДУ, співголова робочої групи оргкомітету.

ВЕСЕЛОВА Наталія, професор кафедри сучасних мов та літератур Оттавського університету (Канада), член оргкомітету.

БЛАШКІВ Оксана, доктор філологічних наук, професор Природничо-гуманітарного університету у Седльце (Польща), член оргкомітету.

ГОРОДНЮК Наталія, доктор філологічних наук, професор кафедри англійської філології МДУ, член оргкомітету.

ПИРЛІК Наталія, кандидат філологічних наук, доцент, в.о. завідувача кафедри романо-германської філології МДУ, член оргкомітету.

ЛАБЕЦЬКА Юлія, кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри грецької філології МДУ, член оргкомітету.

БОДИК Остап, кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри англійської філології МДУ, член оргкомітету.

ГАЙДУК Неллі, кандидат філологічних наук, доцент кафедри прикладної філології МДУ, член оргкомітету.

ПОКЛАД Таїсія, старший викладач кафедри романо-германської філології МДУ, член оргкомітету.

Панель 1. Мова, дискурс, комунікація

Неллі Гайдук,
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри прикладної філології,
Маріупольський державний університет у Києві, Україна

МЕДІЙНИЙ ТЕКСТ ЯК ОСНОВНИЙ КАНАЛ МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ

With the active development of mass media, the issue of manipulative influence exerted by the latter on the minds of the final recipients of information becomes more and more relevant. Mechanisms of manipulative influence require careful study both in synchrony and diachrony. The most important thing is to determine the direct methods by which manipulation is carried out. Such a phenomenon as media consciousness (that is, consciousness based on false values, manipulative interpretations, double morality) is artificially produced.

Key words: manipulation, media, media consciousness, social adaptation.

Ключові слова: маніпуляція, медіа, медіа свідомість, соціальна адаптація.

Протягом усього життя людина зазнає інформаційного впливу із боку інших людей та зовнішніх джерел інформації. Достеменно відомо, що сучасні засоби масової інформації активно впливають на свідомість та підсвідомість людини, маніпулюючи нею.

Маніпуляція трактується як вид психологічного впливу, майстерне виконання котрого веде до прихованої активізації у іншої людини намірів, які не співпадають з її актуально існуючими бажаннями [2]. За визначенням М. Варій, виділяють три рівні маніпулювання:

1. Посилення існуючих у свідомості людей потрібних маніпулятору ідей, установок, мотивів, цінностей, норм;

2. Часткові, малі зміни поглядів на ті чи інші події, процеси, факти, що також впливає на емоційне і практичне ставлення електорату до конкретного явища;

3. Докорінна, кардинальна зміна життєвих установок шляхом поширення серед виборців сенсаційних, драматичних, надзвичайно важливих для них повідомлень [1].

Те, як саме зміст інформаційного повідомлення буде сприйнятий кінцевим споживачем, залежить від декількох факторів: на це впливають правильно дібрані акценти у повідомленні, обрані канали комунікації, які використовуються для поширення повідомлення. Засоби масової інформації не просто мають справу з інформацією, вони контролюють її, контролюють кут зору, під яким вона подається кінцевому споживачеві. Саме це дає змогу ЗМІ маніпулювати масовою свідомістю, створюючи модель вигідної суб'єкту впливу дійсності задля формування потрібної точки зору адресата на певні важливі для сьогодення проблеми.

Ю. Поліщук, С. Гнатюк, Н. Сейлова виділяють наступні методи, які використовує мас медіа задля маніпулювання свідомістю людей: «спіраль мовчання» – створити такі умови, щоб індивід залишав свої погляди невисловленими, якщо вони не підтримуються більшістю [4]; «отруйний сендвіч» – психологічно вплинути на індивіда за рахунок продуманої структуризації тексту та домогтися, щоб людина не помітила «непотрібної» правди [4]; «буденна / повсякденна розповідь» – адаптувати людину до інформації, яка містить явно негативне, зухвале заперечення змісту [4]; «міфи» – домогтися сприймання людьми інформації на віру, без раціонального, критичного їх осмислення [4]; «посилання на анонімний авторитет» – цей прийом введення в оману відноситься до так званої «сірої пропаганди» [4]; «емоційний резонанс» – створення у масової аудиторії певного вигідного настрою з одночасною передачею їй пропагандистської інформації; зняття психологічного захисту, який на розумовому рівні вибудовує людина, свідомо намагаючись захиститися від пропагандистського

або рекламного «промивання мозку» [3]; «ефект присутності» – імітувати реальність так, щоб людина повірила, що репортер дійсно був на місці події, про яке йдеться мова; «створення інформаційної реальності» – домогтися дезорієнтації людини в інформаційному просторі [4]; «голодування» – вплив на електорат і психологічний тиск на владу [4]; «тримай злогія» – максимально уподібнитися до своїх опонентів, змішатися з ними і тим самим «вибити зброю» з рук своїх критиків [4]; «забобтування» – знизити актуальність якого-небудь явища чи викликати до нього негативну реакцію [4]; «інформаційна блокада» – блокування інформації, яка є небезпечною в певному розумінні або може нанести шкоду різного характеру [4]; «коментарі» – створення такого контексту, у якому думки людини йдуть у потрібному напрямку [4]; «ефект ареолу» – домогтися, щоб людина мислила помилковими аналогіями [4]; «ефект первинності» – нав'язати свою думку широкій аудиторії першим [4]; «класифікатори» – переконати особу, а як наслідок суспільство у правдивості інформації, дезорієнтувати та навіяти свої погляди [4].

Загалом, існує багато методів, за допомогою яких можна маніпулювати людською свідомістю за допомогою ЗМІ. Вони постійно оновлюються, вдосконалюються, розширюються, уточнюються. Адже ЗМІ є простим та дієвим методом маніпулювання громадською свідомістю та засобом формування громадської суспільної думки.

Література

1. Варій М. Й. Специфічні форми і методи впливу на електорат // Політико-психологічні передвиборчі та виборчі технології: навч. пос. К.: Ельга, Ніка-Центр. 2003. 400 с.
2. Костю С. Маніпуляція як соціально-психологічна адаптація особистості. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://visnyk.nuou.org.ua/article/view/227613/228886> (Дата звернення 01.11.2023)
3. Лавлінський Р. Механізми формування соціальних

стереотипів у суспільстві засобами масмедіа. Наукові записки [НУ «Острозька академія»]. Сер. : Філософія. 2010. Вип. 7. С. 164 - 176.

4. Поліщук Ю., Гнатюк С, Сейлова Н. Мас медіа як канал маніпулятивного впливу на суспільство.

5. Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://jrn1.nau.edu.ua/index.php/Infosecurity/article/view/9709> (Дата звернення 01.11.2023)

Дар'я Волошина,

студентка ОС Магістр,

ОП «Прикладні філологічні студії»,

Маріупольський державний університет у Києві, Україна

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОГНІТИВНИХ ТА ДИКУРСНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ВПЛИВУ У МЕДІЙНИХ ТЕКСТАХ

The article deals with media discourse as a specific type of communicative discourse implemented in the mass media. The components of media discourse comprise not only statements as such, speakers who, most often, must have an official status, the mass audience to which information is conveyed, the communication channel, but also a large number of extralinguistic components, without which media discourse simply will not be such as it is, because the media space is now so intricately intertwined with the life of each person individually and society as a whole that one can no longer imagine one's life without daily and on-going replenishment of media information.

Key words: *discourse, discourse studies, communicative discourse, media, mediatized society, digitalisation.*

Ключові слова: *дискурс, дискурсологія, комунікативний дискурс, медіа, медіатизоване суспільство, цифровізація.*

Медійний дискурс являє собою когнітивно-прагматичне середовище, що транслює своїй аудиторії певні смисли та метафоричні факти людського буття за допомогою як вербальних, так і екстралінгвістичних контекстуальних факторів, і тим самим