

ситуацій та ефективно долати психологічну напругу, яка виникає в період сьогодення. Розуміння прихованих намірів за допомогою неусвідомлених виявів дає поліцейському змогу встановити контроль над ситуацією. Саме тому в умовах сьогодення включення вивчення знань з невербальної комунікації у програму професійної підготовки поліцейських є нагальною вимогою. Адже якщо правоохоронець вміє «чути» та «бачити», він стає на крок ближчим до суспільства та непередбачуваних ситуацій, які можуть виникнути в будь-який момент.

Список використаних джерел

1. Горенко М. В. Психологія спілкування : навчальний посібник Умань : Візаві, 2024. 109 с.
2. Саврасова-В'юн Тетяна. Комунікативний практикум : науково-методичний посібник. Київ : Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, 2024. 184 с.
3. Скляр О., Забора А., Цветкова М. Формування поняття «тактика комунікації поліцейського». *Підготовка правоохоронців в системі МВС України в умовах воєнного стану*. Вінниця, 2024. С. 253–258.
4. Шинкаренко І. О. Психологічні рекомендації працівнику Національної поліції під час дій в екстремальних умовах : науково-методичні рекомендації. Дніпро : ДДУВС, 2020. 56 с.

Смаглюк Роман Миколайович,
здобувач вищої освіти
навчально-наукового експертно-
криміналістичного інституту
Національної академії
внутрішніх справ
Науковий керівник:
Проценко Галина Петрівна,
старший викладач кафедри
мовної підготовки Національної
академії внутрішніх справ

ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОПАГАНДИСТСЬКИХ ТЕКСТІВ

В умовах інформаційного суспільства пропаганда набуває дедалі витонченіших і технологічно опосередкованих форм, органічно інтегруючись у сучасний медіапростір і використовуючи всі рівні мовної системи для прихованого впливу на свідомість реципієнта.

Стрімкий розвиток цифрових технологій, соціальних мереж та алгоритмічних систем поширення контенту значно посилює ефективність пропагандистських повідомлень, забезпечуючи їхню масовість, швидкість і дієвість. У таких умовах мова стає не лише засобом комунікації, а й інструментом когнітивного впливу, здатним формувати картину світу, ціннісні орієнтири та поведінкові моделі аудиторії.

Особливої актуальності ця проблема набуває в контексті гібридної та інформаційної війни проти України, де пропагандистські тексти виконують функцію стратегічної зброї, спрямованої на дестабілізацію суспільства, підриг довіри до інституцій та маніпулювання громадською думкою як всередині країни, так і на міжнародному рівні. У зв'язку з цим аналіз мовних механізмів пропаганди стає не лише науковим завданням, а й важливим складником інформаційної безпеки держави.

Аналіз лінгвістичних засобів пропаганди є важливим з огляду на необхідність формування критичного мислення у споживачів медіаконтенту. Дослідження мовної специфіки пропагандистського дискурсу дає змогу виявити приховані механізми маніпулятивного впливу й розробити ефективні стратегії протидії дезінформації [1, с. 5].

Проблематика пропагандистського дискурсу перебуває у центрі уваги як вітчизняних, так і зарубіжних учених. Загальні засади комунікативної лінгвістики та дискурсології закладені у працях Ф. С. Бацевича [2], А. П. Загнітка [3], О. О. Селіванової [4]. Питання структури й функціонування дискурсу досліджував Т. ван Дейк [5], акцентуючи на когнітивних механізмах сприйняття тексту.

Психолінгвістичний вимір пропаганди проаналізовано в роботах Н. М. Ісакова [6], який тлумачить механізми суб'єктивізації як ключовий інструмент маніпулятивного впливу. Специфіку російської пропаганди як компонента підготовки до збройної агресії проти України досліджують В. Ільницький, В. Старка, М. Галів [7]. Питання мовних стратегій маніпуляції в сучасному українському політичному дискурсі порушує О. Г. Руда [8].

Мета тез – виявити й систематизувати лінгвістичні особливості пропагандистських текстів, які функціонують в українськомовному медіапросторі. Досягнення мети передбачає розв'язання таких завдань: 1) окреслити теоретичну базу дослідження пропагандистського дискурсу; 2) описати основні лексико-семантичні, синтаксичні та риторичні засоби пропаганди; 3) встановити специфіку конструювання пропагандистського нарративу на матеріалі сучасних медіатекстів.

Пропагандистський текст є особливим типом медіатексту, функціональне призначення якого полягає у цілеспрямованому впливі на когнітивну й емоційну сфери реципієнта з метою формування потрібних установок і поведінкових стратегій. На відміну від звичайного інформаційного повідомлення, пропагандистський текст вирізняється свідомою деформацією реальності та прихованою маніпулятивною інтенцією [5, с. 47].

Серед лексико-семантичних засобів пропаганди вирізняються такі: евфемізація – заміна негативно маркованих номінацій нейтральними або позитивними (наприклад, «денацифікація» замість «вторгнення»); дисфемізація – навмисне застосування знижених або зневажливих номінацій на позначення противника; ярликування – приписування суб'єкту однозначно негативних характеристик через стійкі словесні кліше [1, с. 52].

На рівні синтаксису пропагандистські тексти тяжіють до простих стверджувальних речень, повторів і подібної побудови речень, що полегшує запам'ятовування ключових положень. Вживання безособових і неозначено-особових конструкцій знімає відповідальність суб'єкта за повідомлення («говорять, що...», «відомо, що...»), надаючи йому характеру анонімної «об'єктивної» інформації [3, с. 112].

Важливу роль відіграють риторичні засоби: апеляція до авторитету, апеляція до емоцій, навішування ярликів, техніка «чорно-білого» мислення. Дж. Джоветт і В. О'Доннелл описують ці прийоми як системні складники пропагандистської моделі переконання, спрямованої на обмеження критичного сприйняття повідомлення [8, с. 215].

На рівні тексту пропаганда формує специфічний наратив, у якому конструється образ «свого» (носія правди, жертви, захисника цінностей) та «чужого» (агресора, брехуна, носія ворожої ідеології). Д. Коль, аналізуючи нацистські пропагандистські практики, стверджує, що бінарна опозиція «свій/чужий» є універсальним інструментом будь-якої ідеологічно заангажованої комунікації [6, с. 10].

Сучасна цифрова пропаганда активно використовує потенціал соціальних мереж і месенджерів. Виявлення пропагандистських текстів у цифровому середовищі потребує застосування комплексних методів – від традиційного лінгвістичного аналізу до методів машинного навчання та обробки природної мови. Дослідження засвідчують, що алгоритми, натреновані на корпусах пропагандистських медіатекстів, здатні з достатньою точністю розпізнавати дезінформаційний контент [9, с. 140].

Особливим маркером пропагандистського тексту є так звані «сяючі слова» (*glittering generalities*) – абстрактні позитивно значеннєві поняття («свобода», «демократія», «мир», «справедливість»), які використовуються без конкретного референта, формуючи ілюзію однастайності між автором тексту й реципієнтом [7, с. 44].

Отже, пропагандистські тексти є складним лінгвістичним феноменом, у якому мовні засоби різних рівнів підпорядковані єдиній маніпулятивній стратегії – цілеспрямованому впливу на свідомість аудиторії. Лексико-семантичні, синтаксичні та риторичні мовні засоби взаємодіють, формуючи цілісний пропагандистський дискурс із чітко вираженою ідеологічною спрямованістю.

Знання лінгвістичних механізмів пропаганди є необхідною умовою критичного осмислення медіаповідомлень. Перспективою подальших досліджень є поглиблений порівняльний аналіз пропагандистського дискурсу в різних медіаканалах і розроблення навчальних матеріалів для формування медіаграмотності.

Список використаних джерел

1. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : підручник. Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.
2. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : Видавничий центр «Академія». 2004. 344 с.
3. Загнітко А. П. Основи дискурсології : наук.-навч. видання. Донецьк : ДонНУ, 2008. 194 с.
4. Сражим К. С. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність (на матеріалах сучасної газетної публіцистики) : монографія. Київ, 2002. 392 с.
5. Dijk van T. A. *Speech. Cognition. Communication*. M. : Progress, 1989. 310 p.
6. Isacoff N. M. *The Psycholinguistics of Propaganda: Mechanisms of Subjugation and How to Challenge Them*. *East European Journal of Psycholinguistics*. 2022. Vol. 9, № 2. P. 29–40.
7. Ільницький В., Старка В., Галів М. Російська пропаганда як елемент підготовки до збройної агресії проти України. *Український історичний журнал*. 2022. № 5. С. 43–55.
8. Jowett G. S., O'Donnell V. *Propaganda & Persuasion*. 6th ed. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC : SAGE Publications, 2015. 462 p.
9. Руда О. Г. Мовне питання як об'єкт маніпулятивних стратегій у сучасному українському політичному дискурсі : монографія / НАН України, Ін-т української мови. Київ : Ін-т української мови НАН України, 2012. 232 с.