



Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет

**МАНІПУЛЮВАННЯ МАСОВОЮ СВІДОМІСТЮ
ТА ІНФОРМАЦІЙНА Й СОЦІАЛЬНА БЕЗПЕКА
СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА**

МАТЕРІАЛИ

НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

(Суми, 15 квітня 2026 року)



Суми
Сумський державний університет
2026

Маніпулювання масовою свідомістю та інформаційна й соціальна безпека сучасного українського суспільства : матеріали науково-практичної конференції, м. Суми, 15 квітня 2026 р. / редкол.: С. В. Баранова, І. К. Кобякова, О. В. Бровкіна та ін. – Суми : Сумський державний університет, 2026. – 168 с.

У матеріалах подані тези Науково-практичної конференції «Маніпулювання масовою свідомістю та інформаційна й соціальна безпека сучасного українського суспільства». До збірника ввійшли наукові дослідження, присвячені інноваційним технологіям маніпулятивного впливу на суспільну думку, етичним соціальним та психологічним вимірам мовного впливу, маніпуляції в міжкультурній комунікації та перекладі, інструментам маніпулювання та методам протидії в соціальних мережах та ЗМІ, правовому захисту українського суспільства від пропаганди та в межах грантового проєкту НФДУ «Інноваційні технології маніпулювання масовою свідомістю: поліпарадигмальний лінгвістичний вимір» (0124U004832).

Дар'я Наугольна

ORCID: 0009-0006-0473-2542

студентка 4 курсу

Східноукраїнського національного університету ім. Володимира Даля
м. Київ

МОВНІ МАРКЕРИ МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ В УКРАЇНСЬКИХ TELEGRAM-КАНАЛАХ

Стрімкий розвиток цифрових технологій перетворив соціальні мережі на головне джерело інформації для значної частини населення України. Telegram-канали, завдяки оперативності та простоті використання, стали особливо популярними, проте їхня стихійність і відсутність чітких механізмів верифікації створюють сприятливе середовище для поширення маніпулятивного контенту (Іграк, 2017).

Метою цієї роботи є виявлення та аналіз основних мовних маркерів маніпулятивного впливу в публікаціях популярних українських Telegram-каналів, що висвітлюють суспільно-політичну тематику.

Маніпуляція масовою свідомістю визначається як прихований психологічний вплив, спрямований на програмування думок, прагнень і поведінки людей всупереч їхнім інтересам (Іграк, 2017; Поліщук, 2023). Успіх маніпуляції залежить від її непомітності: об'єкт впливу має вірити, що його рішення є природними й самостійними (Іграк, 2017). Соціальні мережі ідеально підходять для цього, оскільки поєднують емоційний вплив, швидкість поширення та ілюзію безпосереднього спілкування.

Аналіз дописів низки загальнонаціональних та регіональних Telegram-каналів (Times of Ukraine, INSIDER UA, Лачен пише, Україна Online, Реальний Київ) дозволив виокремити такі мовні маркери маніпуляції.

1. Використання емоційно-оцінної лексики. Це найпоширеніший прийом для створення полярної картини світу. Для формування негативного образу використовуються лексеми з яскраво вираженою негативною конотацією:

«ворог», «рашисти», «удар по мирних мешканцях». Натомість для опису «своїх» дій застосовується лексика з позитивним забарвленням: «захисники», «гуманітарна місія», «звільнення територій». Така бінарна опозиція «ми – вони» спрощує сприйняття дійсності та блокує критичне мислення, апелюючи до емоцій, а не до раціональних аргументів (Іграк, 2017; Маніпуляція масовою свідомістю, 2023).

2. Заголовки як інструмент емоційного впливу. Заголовки в Telegram часто мають форму сенсаційних тверджень або риторичних запитань, покликаних викликати тривогу, обурення чи паніку ще до прочитання тексту. Наприклад: «У центрі Львова пролунали 2 сильних вибухи: тривоги в області не було», «Це — справжній плювок в обличчя полеглих Героїв і наруга над пам'яттю». Такі конструкції не передбачають відповіді, але створюють потрібне емоційне тло та підвищують імовірність переходу за посиланням. Це класичний приклад маніпулювання через створення тривожності (Іграк, 2017; Маніпуляція масовою свідомістю, 2023).

3. Звернення до стереотипів і соціальних норм. Конвенціональна маніпуляція спирається на усталені в суспільстві стереотипи, традиції або правила (Іграк, 2017). У проаналізованих дописах часто трапляються апеляції до «споконвічного прагнення українців до волі» або, навпаки, до «типової для всіх політиків брехні». Використовуючи такі кліше, автор не доводить тезу, а просто активує в аудиторії готовий патерн сприйняття, підміняючи аналіз емоційним співпереживанням чи упередженням (Поліщук, 2023).

4. Створення ефекту «свого кола» через стилістичне зниження лексики. Активне використання сленгу, просторіччя або жаргонізмів («вкид», «злив», «бабло») створює ілюзію невимушеного спілкування «без цензури», що підвищує довіру до джерела (Костю, 2021; Маніпуляція масовою свідомістю, 2023). Цей прийом часто поєднується з посиланнями на анонімні «джерела в Генштабі» або «власних інсайдерів», що надає неперевереній, а іноді й відверто маніпулятивній інформації ваги та правдоподібності. Як зауважує Н. Поліщук,

військова лексика в медіа часто виконує не стільки номінативну, скільки експресивну функцію, впливаючи на емоційний стан читача (Лірук, 2020).

Отже, мовні засоби в сучасних Telegram-каналах є не просто інструментом інформування, а дієвим механізмом прихованого впливу. Використання емоційно-оцінної лексики, маніпулятивних заголовків, апеляція до стереотипів та стилістичне зниження мови працюють на створення потрібної маніпулятору реальності. Ідентифікація цих мовних маркерів є важливою передумовою для формування медіаграмотності та критичного мислення, здатних протистояти інформаційним загрозам у сучасному кіберпросторі.

Список використаних джерел

Іграк К. Ю. (2017). Емоційно забарвлені елементи військової лексики. *Науковий вісник Південноукраїнського національного педагогічного університету ім. К. Д. Ушинського. Лінгвістичні науки*, (25), 55–59. Взято з 9 березня 2026 року з http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpupu_2017_25_9

Костю С. (2021). Маніпуляція як соціально-психологічна адаптація особистості. *Вісник Національного університету оборони України*, 60(2), 64–70. Взято з 8 березня 2026 року з <https://visnyk.nuou.org.ua/article/view/227613>

Лірук Н. Р. (2020). Маніпулювання людьми – соціально-психологічна проблема. Взято з 7 березня 2026 року з URL: <https://naurok.com.ua/manipulyvannya-lyudmi-socialno---psihologichna-problema-198076.html>

Маніпуляція масовою свідомістю. (2023). Взято з 9 березня 2026 року з https://uk.wikipedia.org/wiki/Маніпуляція_масовою_свідомістю

Поліщук Н. О. (2023). Військова термінологіка в мові сучасних масмедіа. *Термінологічний вісник*, (7), 100–110. Взято з 6 березня 2026 року з <http://jnas.nbuv.gov.ua/article/UJRN-0001492702>

Наукова керівниця: Зайцева С. С., кандидатка наук із соціальних комунікацій, доцентка кафедри педагогіки, журналістики та міжкультурних комунікацій Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля.