

Особливо варто приділити увагу благодійним зборам на армію та її потреби. Це конкретні пропозиції, де вказані конкретні засоби, конкретні бригади. І, на нашу думку, дуже важливий аспект – завжди оприлюднюються звіти про витрати благодійних зборів. Відкритість у фінансових питаннях також є частиною успіху медіа. Власне підтвердженням наміру бути відкритими та правдивими. Незалежність від урядових інституцій, медіахолдінгів, приватних власників, декларована залежність від аудиторії є високо поцінованою в Україні.

Діяльність медіа як інституційного підтримує Європейський фонд за демократію (EED). Однак на сайті «ГРУНТУ» задекларовано, що зміст публікацій виключно вибір та відповідальність самого медіа та може не співпадати з офіційною позицією EED. Це добрий прецедент політики запровадженої в українському медіа, де задекларовано власну незалежність від інституцій. Бо часом грантодавці жорстко диктують редакційну політику українських медіа, чим роблять шкоду: утримують матеріально, але відлякують аудиторію медіа.

Список використаних джерел:

1. Ivanova, I., Yaresko, K., Prosiyanuk, O., Zyma, O., & Starkova, H. (2022). Information war and mission in profession of a journalist: the evolution of the world view of media students. *Intercultural Communication*, 7(1), 17–30. <https://doi.org/10.13166/ic/712022.4972>
2. Виговська Н. А. Мультимедійність та конвергентність як фактори трансформування регіональних медіа. Дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04. Запоріжжя 2015. 255 с.
3. Чорна І. Тенденції розвитку регіональних засобів масової інформації на прикладі Жмеринської преси. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2015. № 1. С. 109-115.
4. Русиняк А. Регіональні медіа: специфіка понятійно-категоріального апарату. *Вісник Прикарпатського університету. Політологія*. 2018. Т. 1, № 12. С. 75–84.

СТРАТЕГІЇ ВПЛИВУ В СУЧАСНОМУ АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ МЕДІАДИСКУРСІ

Владислава Куліш
кандидат філологічних наук, доцент
кафедри германської філології
Сумський державний університет
E-mail: v.kulish@gf.sumdu.edu.ua

Медіадискурс на сьогодні розглядається як складний знак, що вбирає в себе ключові ознаки категорії комунікації та породжується різними агентами (і медійними продуцентами – інституціями та особистостями – і реципієнтами.

Мовленнєві жанри, які утілені в текстах медіадискурсу уособлюють в собі складні знаки, знакодія яких характеризується кодовим, інформаційним та культурним вимірами.

За сучасним підходами термін медіадискурс визнається як тип мовленнєвої діяльності в медіа, спроектований на інформування аудиторії щодо різних сфер суспільного життя засобами масової комунікації (телебачення, радіо, Інтернет, друкована преса та ін.) [1]. Враховуючи наукове напрацювання українських філологів, релевантним вважаємо визначати медійний текст: а) текст, що включає креолізовані елементи, такі як звукові ефекти, музику, візуальні образи та графічні компоненти б) текст, що відіграє важливу роль у формуванні принципово іншої психофізичної реальності – концептуальної картини світ та виконує функцію соціальної корекції та регуляції поведінки реципієнта всіма видами своєї діяльності; в) текст, що є частиною медіакультури та має, отже, свої канали впливу на масового реципієнта [3]. При цьому вплив на сприйняття адресатом тих чи інших суспільних фактів та подій, та спонукання до рефлексії чи дій – є однією з функцій медіатексту.

Саме з огляду на визначення та функції медіадискурсу релевантним є дослідження основних стратегій аргументації та маніпуляції впливу.

Маніпулятивність – складне явище, яке впливає на поведінку, взаємодію та прийняття рішень у сучасному суспільстві. У повсякденному житті ми регулярно стикаємося з ситуаціями, в яких маніпулятивні стратегії використовуються для досягнення різних цілей, будь то в сфері особистих відносин, політики, медіа або бізнесу. До маніпулятивних прийомів належать такі методи, як обман, психологічний вплив та маніпулювання інформацією. Визначені стратегії характеризуються як позитивною оцінкою, тобто вплив задля благородних цілей, так і негативною, тобто для особистої вигоди або маніпулювання суспільною думкою. Таким чином, вивчення маніпулятивності важливе для гуманітарних наук з кількох причин. По-перше, воно дозволяє краще зрозуміти механізми людської поведінки та взаємодії в суспільстві. По-друге, аналіз маніпулятивності допомагає ефективніше захищати людину від небажаних впливів і втручання з боку маніпуляторів. По-третє, вивчення маніпулятивних навичок сприяє розвитку критичного мислення та вдосконаленню навичок аналізу інформації.

Аналіз маніпулятивності є багатовимірним дослідженням, і існує низка теоретичних підходів, які пропонують різні перспективи вивчення цього явища. Об'єднує всі ці дослідження те, що вони розуміють маніпуляцію як багатопланове, багатовимірне явище і водночас розглядають одну з його граней, наприклад, як певне психологічне, соціально-політичне, когнітивно-прагматичне та лінгвістичне явище.

У сфері теорії медіа та комунікації цікавою є робота Маршалла Маклюєна. Маклюєн стверджував, що медіа не просто передають інформацію, а самі є повідомленнями, які глибоко впливають на нашу свідомість і культуру. Він використовував термін «зомбування», щоб описати стан, в якому люди настільки піддаються впливу медіа, що втрачають здатність критично аналізувати інформацію. Він попереджав, що медіа можуть створити пасивних

споживачів інформації, які не здатні ставити запитання чи аналізувати те, що їм пропонують [5].

Л. де Соссюр стверджує, що для успішної маніпуляції маніпулятор використовує як розумові операції, такі як формування висновків і перевірка інформації на об'єктивність і достовірність, так і емоції [4]. Емоції відіграють важливу роль у маніпулятивних процесах. Маніпулятори можуть активно використовувати емоційний вплив, щоб викликати у жертви певні почуття, такі як провина, страх або жалість.

Аргументація, в свою чергу, виступає як макромовленневий акт, структура якого складається з пропозиційного змісту, логічної форми та ілюкативної сили. Щодо логічної форми, то один з критеріїв присутності аргументації в мовленні полягає в наявності казуального зв'язку між аргументом та його логічним наслідком. Теорія аргументації тісно пов'язана з логікою, оскільки аргументативні фрагменти мають чітку логічну структуру.

Стівен Тулмін визначає шість частин, що складають аргумент: претензія, підстава, ордер, підкладка, застереження (спростування), відбірковий турнір [6]. Аналізуючи такі компоненти, валоративним є розглядати такі компоненти з точки зору:

- даних, істинність яких не викликає сумніву;
- тез, у істинності якої потрібно переконати співрозмовника;
- підставою, тобто твердженням, що веде від даних до тези;
- підтвердженням, на базі якого діє підстава;
- обмежувачем, що описує область дії аргументації;
- модальним визначальником, який характеризує ступінь впевненості автора у істинності тези.

Таким чином, з огляду на визначення та функції сучасного англійськомовного дискурсу основні стратегії впливу функціують в межах маніпулятивності та аргументації.

Список використаних джерел:

1. Медіалінгвістика : словник термінів і понять / Л.І. Шевченко, Д.В. Дергач, Д.Ю. Сизонов / за ред. Л.І. Шевченко. Вид. 2-ге, випр. і доп. Київ : ВПЦ "Київський університет", 2014. 380 с.
2. Сизонов Д. Медіатекст та медіадискурс в сучасному медійному просторі // *Studia Linguistica*. 2013. №7. С. 389–391. DOI: <https://doi.org/10.17721/APULTR.2019.39.21-36>.
3. Теорія медіалінгвістики : підручник / Л. І. Шевченко, Д. Ю. Сизонов ; за ред. Л. І. Шевченко. Київ: ВПЦ "Київський університет", 2021. 214 с.
4. de Saussure L. Manipulation and Cognitive Pragmatics: Preliminary Hypotheses // *Manipulation and Ideologies in the Twentieth Century: Discourse, Language, Mind* / L. de Saussure, P. Schulz. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins, 2005. P. 117.
5. McLuhan M. Understanding Media: External Extensions of Man. Gingko Press, 2003. 616 p.
6. Toulmin S. Return to Reason. Harvard University Press, 2009. 255 p.