

**ПРАГМАТИЧНІ МАРКЕРИ МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ
В УКРАЇНСЬКОМУ ОНЛАЙН-ДИСКУРСІ
(НА МАТЕРІАЛІ НОВИНИХ ПУБЛІКАЦІЙ ПРО БЛЕКАУТИ)**

**О. В. Хуторний, аспірант кафедри українського мовознавства
і прикладної лінгвістики, Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького
(Черкаси, Україна)**

e-mail: khutoryni.oleksii723@vu.cdu.edu.ua

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-2929-9132>

Статтю присвячено виявленню та систематизації прагматичних маркерів маніпулятивного впливу в українських новинних онлайн-публікаціях, присвячених темі блекаути. Дослідження спрямоване на з'ясування ролі заголовка як самодостатньої мікроодиниці медіадискурсу, що провадить первинне фреймування кризових подій та формує інтерпретаційні установки реципієнта.

Наукова новизна полягає в прагмалінгвістичному аналізі заголовків новин про блекаути крізь призму теорії мовленнєвих актів. Прагматичні маркери маніпулятивного впливу систематизовано з урахуванням їхньої іллокутивної сили та прогнозованого перлокутивного ефекту, що дало змогу описати заголовок як «перлокутивну пастку» кризового медіадискурсу. Методологічну основу дослідження становлять прагматичний і дискурс-аналітичний підходи в поєднанні з якісним контент-аналізом. Матеріалом слугував корпус із 60 заголовків українських онлайн-медіа («Обоз.ua», «УНІАН», «1+1», «24 канал») за жовтень 2025 – січень 2026 року. Аналіз зроблено з оперттям на теорію мовленнєвих актів Дж. Остіна та Дж. Серля.

У ході дослідження виокремлено десять типів прагматичних маркерів маніпулятивного впливу, серед яких найчастотнішими є емоційно-оцінні, часові та кількісні. Доведено, що маніпулятивний потенціал заголовків реалізований переважно через непрямі мовленнєві акти, де формальні репрезентанти виконують функції прихованих директивів або експресивів. Маніпуляція має здебільшого імпліцитний характер і спрямована на формування стратегії «тривожного очікування», що знижує критичне сприйняття інформації та закріплює відчуття неминучості кризових подій.

Ключові слова: прагматичні маркери, маніпулятивний вплив, мовленнєвий акт, іллокуція, перлокуція, блекаути, онлайн-дискурс.

Актуальність дослідження. Сучасний медіадискурс зазнає численних трансформацій: із джерела інформування він перетворюється на інструмент активного формування суспільної свідомості. Через масові вимкнення електроенергії в Україні особливої важливості набуває онлайн-комунікація, оскільки швидкість поширення інформації та фрагментарність її сприйняття створюють сприятливе підґрунтя для маніпулятивного впливу. Актуальність дослідження зумовлена необхідністю виявити приховані механізми впливу на реципієнта, що реалізовані через прагматичне маркування новинних текстів, особливо в кризові періоди. В умовах сучасного швидкого темпу онлайн-споживання контенту заголовок перетворюється для реципієнта на самодостатню мікроодиницю дискурсу, яка часто стає єдиним джерелом інформації, засвоєваної споживачем. Більшість користувачів обмежується скануванням заголовків без переходу до повного читання тексту. Це посилює прагматичне навантаження цього елемента медіатексту та підвищує його маніпулятивний потенціал. У зв'язку з цим аналіз прагматичних маркерів у заголовках новин про блекаути є важливим для розуміння механізмів впливу медіа на інтерпретацію кризової реальності та формування суспільних установок.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасному українському мовознавстві аналіз «мови війни» та кризового дискурсу змістився в площину когнітивної лінгвістики та критичного дискурс-аналізу, де особливу увагу приділено механізмам конструювання травматичного досвіду та національної ідентичності в медіа. Представники школи

медіалінгвістики Ф. Бацевич [1], Г. Почепцов [2] акцентують на трансформації конотацій звичних лексем та появі нових прагматичних маркерів, що регулюють рівень суспільної тривожності. Крім того, вивчення кризових комунікацій нерозривно пов'язане з аналізом інструментів протидії дезінформації та виявленням прихованих стратегій маніпулятивного впливу в цифровому середовищі. Цим аспектам присвячено дослідження Х. Дацишин [3], В. Аккурт [4], К. Видайчук [5], Т. Голоти [6], О. Медвідь [7].

Мета статті – виявити й систематизувати прагматичні маркери маніпулятивного впливу в українських новинних онлайн-публікаціях про блекаути. Новим постає аналіз специфічних мовних засобів, що формують інтерпретаційну рамку кризової події в сучасному цифровому середовищі.

Матеріали й методи дослідження. Методологічну основу становить прагматичний та дискурс-аналітичний підходи в поєднанні з якісним контент-аналізом. Матеріалом дослідження слугував корпус із 60 заголовків («OBOZ.UA», «УНІАН», «1+1», «24 канал») за жовтень 2025 – січень 2026 року.

Результати дослідження та їх обговорення. У межах прагмалінгвістичного підходу заголовок медіатексту постає не лише як номінативна одиниця, а як повноцінний мовленнєвий акт, що володіє специфічною іллокутивною силою. Згідно з теорією Дж. Остіна, будь-яке висловлення функціонує на трьох рівнях: *локутивному* (приблизно еквівалентно значенню в традиційному розумінні), *іллокутивному* (комунікативна інтенція) та *перлокутивному* (досягнутий ефект). Дослідник наводить приклад розрізнення іллокутивних і перлокутивних актів:

- 1) «сказавши це, я попередив його» (іллокутивний акт);
- 2) «сказавши це, я переконав, здивував його або змусив його зупинитися» (перлокутивний акт) [8, с. 108–109].

У контексті мас-медіа іллокутивний аспект заголовка часто виходить за межі чистої дескрипції, перетворюючись на інструмент прихованого впливу, де справжня мета автора (спонукання, маніпуляція, формування ставлення) може не збігатися з поверхневим змістом висловлювання.

Подальший розвиток цієї теорії в працях Дж. Серля дав змогу систематизувати іллокутивні акти за їхньою функційною спрямованістю. Автор виокремлює три ключові виміри для розмежування мовленнєвих актів: іллокутивну мету, напрям відповідності між словами та світом, а також виражений психологічний стан. На основі цих ознак він визначає п'ять основних категорій: репрезентативи, директиви, комісиви, експресиви та декларації. Дослідник стверджує, що існує досить обмежена кількість основних речей, які люди роблять за допомогою мови: ми розповідаємо людям, як ідуть справи, ми намагаємося змусити їх щось зробити, ми беремо на себе зобов'язання щось зробити, ми виражаємо наші почуття та ставлення і ми вносимо зміни за допомогою наших висловлювань [9, с. 369].

Для заголовків із маніпулятивним потенціалом характерне використання непрямих мовленнєвих актів, де формальні репрезентативи (повідомлення про факти) виконують роль директивів (прихованих наказів) або експресивів (емоційного зараження).

Особливу увагу в аналізі прагматичних маркерів варто приділити перлокутивному аспектові – прогнозованому впливу на когнітивну та емоційну сфери адресата. Маніпуляція в заголовках реалізована через розрив між іллокуцією (наміром) та перлокуцією (результатом), коли читача спонукують до висновків, які прямо не вербалізовані, але закладені в прагматичній структурі висловлення. З огляду на це, заголовок стає «перлокутивною пасткою», де використання специфічних маркерів (інтриги, алармізму, солідаризації) створює необхідний емоційний фон для подальшої інтерпретації основного тексту в заданому автором ключі.

Застосування теорії мовленнєвих актів Дж. Остіна та Дж. Серля до аналізу медійних заголовків дає змогу деконструювати маніпулятивні стратегії, виявивши приховані механізми впливу на аудиторію. Це допомагає класифікувати прагматичні маркери не лише за їхньою семантикою, а й за типом іллокутивної сили та характером перлокутивного ефекту, що критично важливо для розуміння функціонування сучасної медіакомунікації.

Прагматичні маркери потрактовані як формальні показники (лексичні, граматичні, пунктуаційні), що вказують на імпліцитну інтенцію автора змінити емоційний стан реципієнта.

Аналіз корпусу заголовків новин чотирьох українських медіа засвідчив такі найчастотніші типи маркерів:

1. Часові та аспектуальні маркери. Лексеми «вже», «знову», «незабаром» та конструкції «занурилися у блекаут» створюють перлокутивний ефект перманентної кризи.

2. Кількісні маркери. Апеляція до масштабів («більшість», «майже вся країна») без належного контексту створює ілюзію статистичної достовірності. Перлокутивний ефект – нагнітання катастрофи та масштабності проблеми.

3. Емоційно-оцінні маркери. Використання слів із високим афективним навантаженням («катастрофа», «критична ситуація», «повний блекаут») активує емоційну реакцію, знижуючи рівень раціонального критицизму. Перлокутивний ефект полягає у створенні тривоги та хвилювання.

Нижче наведено розширену класифікацію виявлених маркерів, що підтверджені прикладами з досліджуваного корпусу текстів. Кожен заголовок ілюструє домінантний маркер, хоч у реальному дискурсі він може містити й додаткові прагматичні ознаки (див. табл. 1).

Таблиця 1

Типологія прагматичних маркерів

№ з/п	Типи прагматичних маркерів	Приклад із корпусу (заголовок)	Іллокутивна функція (мета автора)	Перлокутивна функція (вплив на читача)
1	Емоційно-оцінні	« “Чорна зима” : в РНБО сказали, як змінилася кампанія ворога з ударів по енергетиці»	Створення емоційно насиченого негативного фону події	Активізація первісних страхів та екзистенційної тривоги
2	Аспектно-динамічні	«Дві області України занурилися у блекаут»	Акцентування на раптовості та безконтрольності процесу	Створення ефекту присутності та миттєвого стресового шоку
3	Кількісні (статистичні)	«...70 % домівок без світла? Енергетики розкрили правду»	Масштабування катастрофи через цифрову конкретику	Підвищення довіри до повідомлення та шоківий ефект від масштабу
4	Колективно-просторові	«Українців попередили про масштабні відключення світла 8 січня: “накриє” всю країну »	Масштабування локальної загрози до загальнонаціональної	Посилення відчуття особистої вразливості та неминучості
5	Предиктивно-питальні	«Чи доб’ється Путін тотального блекауту в Україні?»	Моделювання катастрофічного майбутнього у форматі запитання	Підсвідома легітимізація загрози як реального сценарію

6	Пунктуаційні (графічні)	<i>«Енергосистема в аварійному режимі: в яких областях ситуація зі світлом найгірша»</i>	Створення жорсткої логічної зв'язки «криза – наслідок» через двокрапку	Примусове фокусування уваги на найгіршому сегменті інформації
7	Епістемічні (одкровення)	<i>«Енергетики розкрили правду про кількість відключень»</i>	Створення ілюзії доступу до прихованої, «справжньої» інформації	Стимулювання цікавості та формування недовіри до офіційних звітів
8	Атрибутивно-цитатні	<i>«“Чи можна переглянути оплату?” Прохання мами школярки, яка не могла навчатись онлайн через блекаут...»</i>	Персоналізація страждання через пряму мову очевидців	Викликання емпатичного страху та емоційне виснаження реципієнта
9	Модальні (невпевненості)	<i>«Відключень світла може побільшати: українців попередили»</i>	Трансляція стану невизначеності та відсутності гарантій	Формування стану перманентного «тривожного очікування»
10	Директивно-попереджувальні	<i>«Українців готують до нових відключень світла»</i>	Позиціонування аудиторії як пасивного об'єкта впливу / подій	Викликання почуття фаталізму, покори та втрати контролю над життям

*Таблицю створено на основі власного дослідження з опертям на джерела фактичного матеріалу: [https://www.obozrevatel.com/; https://1plus1.ua/; https://24tv.ua/; https://www.unian.ua].

Таблиця демонструє, що маніпуляція в медіадискурсі про блекаути працює як багатокомпонентна система. Заголовок зрідка містить лише один маркер; зазвичай це комбінація (наприклад, кількісний маркер + епістемічний + пунктуаційний), що створює «щільну» маніпулятивну сітку.

Розгляд наведених прикладів дає підстави стверджувати, що маніпулятивний потенціал реалізовано через спільну для всіх заголовків *стратегію «тривожного очікування»*. Наприклад, використання метафоричного маркера «чорна зима» (цитовання офіційних осіб) переносить повідомлення з раціональної площини в емоційну, де зима сприймається не як сезон, а як екзистенційна загроза.

Маркер «занурилися» в поєднанні з географічними назвами («Дві області...») створює ефект присутності та миттєвого погіршення стану, що стимулює реципієнта до швидкого кліку на новину (клікбейтний ефект), але водночас підвищує загальний рівень стресу.

Особливу роль відіграють пресупозиції в запитаннях: заголовок «*Чи може Росія залишити лівий берег без світла?*» вже містить приховане твердження, що така можливість існує і є цілком реальною. Тому прагматичні маркери не просто описують реальність, а конструюють її, нав'язуючи реципієнтові роль жертви обставин.

Поділ прагматичних маркерів за типом впливу засвідчує переважання імпліцитної маніпуляції в заголовках медіаповідомлень про блекаути. Прямий вплив реалізований переважно через емоційно-оцінні та цитатні маркери, тоді як більшість інших стратегій функціонують приховано, маскуючись під інформування або прогнозування. Це підтверджує тезу про те, що маніпуляція в кризовому медіадискурсі має здебільшого непрямий, фреймовий характер.

Висновки й перспективи. Емпіричне дослідження 60 заголовків українських онлайн-медіа підтвердило, що прагматичне маркування є системним явищем. Найбільш частотними є поєднання емоційно-оцінних та часових маркерів, що дає медійникам змогу не лише привертати увагу до новини, а й керувати емоційним станом аудиторії. Маніпуляція в таких текстах є «м'якою», оскільки вона ґрунтована на мовних засобах, що сприймаються як природна частина новини, проте мають потужний перлокутивний ефект – сформувати відчуття неминучості кризи та безпорадності.

Перспектива подальших досліджень полягає у вивченні перлокутивного ефекту зазначених маркерів на рівні коментарів користувачів у соціальних мережах.

Список використаної літератури

1. Бацевич Ф. Лінгвістична прагматика: спроба обґрунтування проблемного поля і дослідницької одиниці. *Мовознавство*. 2009. № 1. С. 29–37. URL : <https://movoznavstvo.org.ua/vsi-nomera-zhurnalul/statii/2009-1-sichen-lyutij/batsevich-f-s-lingvistichna-pragmatika-sproba-obgruntuvannya-problemnogo-polya-i-doslidnitskoji-odinitsi> (дата звернення: 10.01.2026).
2. Почепцов Г. Теорія комунікації. Київ : Видавничий центр «Київський університет», 1999. 301 с.
3. Дацишин Х. Сучасний заголовок новин в українських інтернет-ЗМІ: між клікбейтом та інформативністю. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: Журналістика*. 2021. № 2(2). С. 76–82. URL : <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2021/may/23704/13.pdf> (дата звернення: 15.01.2026).
4. Аккурт В. Методи маніпулятивного впливу у лінгвістиці. *Науковий вісник Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К. Д. Ушинського. Лінгвістичні науки*. 2020. Вип. 30. С. 5–23. URL : <http://dspace.pdpu.edu.ua/jspui/handle/123456789/8533> (дата звернення: 08.01.2026).
5. Видайчук К. В., Видайчук К. Л. Маніпулятивні тактики в заголовках сучасних інтернет-видань. *Філологічні студії*. 2022. Вип. 17. С. 21–29. URL : <https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/40372/> (дата звернення: 10.01.2026).
6. Голота Т. С. Маніпулятивні повідомлення в заголовках новинних інтернет-ресурсів. *Українське мовознавство*. 2023. Вип. 1(53). С. 135–148. URL : [https://doi.org/10.17721/um/53\(2023\).135-148](https://doi.org/10.17721/um/53(2023).135-148) (дата звернення: 11.01.2026).
7. Медвідь О., Дойніков К., Азімова О. Прагмалінгвальні засоби впливу на аудиторію в масмедіа. *Філологічні трактати*. 2024. Т. 16. № 1. С. 141–155. URL : [https://doi.org/10.21272/Ftrk.2024.16\(1\)-14](https://doi.org/10.21272/Ftrk.2024.16(1)-14) (дата звернення: 16.01.2026).
8. Austin J. L. *How to do things with words*. Oxford: Clarendon Press, 1962. 174 p.
9. Searle J. R. *A taxonomy of illocutionary acts*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1975. P. 344–369.

References

1. Batsevych, F. (2009). *Linhvistychna prahmatyka: sproba obgruntuvannia problemnogo polia i doslidnytskoi odynitsi* [Linguistic pragmatics: An attempt to substantiate the problem field and research unit]. In: *Movoznavstvo [Linguistics]*, 1, 29–37. Available at : <https://movoznavstvo.org.ua/vsi-nomera-zhurnalul/statii/2009-1-sichen-lyutij/batsevich-f-s-lingvistichna-pragmatika-sproba-obgruntuvannya-problemnogo-polya-i-doslidnitskoji-odinitsi> (in Ukr.).
2. Pocheptsov, H. (1999). *Teoriia komunikatsii* [Theory of communication]. Kyiv: Vydavnychiy tsentr “Kyivskiy universytet”, 301 (in Ukr.).
3. Datsyshyn, Kh. (2021). *Suchasnyi zaholovok novyn v ukrainskykh internet-ZMI: mizh klikbeitem ta informatyvniestiu* [The modern news headline in Ukrainian online media: Between clickbait and informativeness]. In: *Visnyk Natsionalnoho universytetu “Lvivska politekhnika”: Zhurnalistyka [Bulletin of the National University “Lviv Polytechnic”]: Journalism*, 2(2), 76–82. Available at : <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2021/may/23704/13.pdf> (in Ukr.).
4. Akkurt, V. (2020). *Metody manipulyativnoho vplyvu u linhvistytsi* [Methods of manipulative influence in linguistics]. In: *Naukovyi visnyk Pivdenoukrainskoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni K. D. Ushynskoho: Linhvistychni nauky [Scientific Bulletin of the South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky: Linguistic Sciences]*, 30, 5–23. Available at : <http://dspace.pdpu.edu.ua/jspui/handle/123456789/8533> (in Ukr.).
5. Vydaichuk, K. V., & Vydaichuk, K. L. (2022). *Manipulyativni taktyky v zaholovkakh suchasnykh internet-vydan*. [Manipulative tactics in the headlines of modern online media]. In: *Filolohichni studii [Philological Studies]*, 17, 21–29. Available at : <https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/40372/> (in Ukr.).
6. Holota, T. S. (2023). *Manipulyativni povidomlennia v zaholovkakh novynnykh internet-resursiv* [Manipulative messages in headlines of news internet resources]. In: *Ukrainske movoznavstvo [Ukrainian Linguistics]*, 1(53), 135–148. Available at : [https://doi.org/10.17721/um/53\(2023\).135-148](https://doi.org/10.17721/um/53(2023).135-148) (in Ukr.).
7. Medvid, O., Doinikov, K., & Azimova, O. (2024). *Prahmalinhvalni zasoby vplyvu na audytoriiu v masmedia* [Pragmalinguistic means of influencing the audience in mass media]. In: *Filolohichni traktaty [Philological Treatises]*, 16(1), 141–155. Available at : [https://doi.org/10.21272/Ftrk.2024.16\(1\)-14](https://doi.org/10.21272/Ftrk.2024.16(1)-14) (in Ukr.).

8. Austin, J. L. (1962). How to do things with words. Oxford: Clarendon Press, 174 (in Eng.).
9. Searle, J. R. (1975). A taxonomy of illocutionary acts. Minneapolis: University of Minnesota Press, 344–369 (in Eng.).

PRAGMATIC MARKERS OF MANIPULATIVE INFLUENCE IN UKRAINIAN ONLINE DISCOURSE (BASED ON NEWS PUBLICATIONS ABOUT BLACKOUTS)

Oleksii Khutornyy, Postgraduate Student at the Department of Ukrainian Linguistics and Applied Linguistics, Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy (Cherkasy, Ukraine)

e-mail: khutornyi.oleksii723@vu.cdu.edu.ua
ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-2929-9132>

Abstract. Introduction. *Modern media discourse is undergoing significant transformations, evolving from a mere information source into an active instrument for shaping social consciousness. In the context of the current “attention economy” and time deficits, headlines serve as self-sufficient discourse units that perform primary event framing and anchor specific evaluative frames in the recipient’s subconscious. Crisis situations, such as massive power outages in Ukraine, provide a fertile ground for manipulative influence through pragmatic marking.*

Purpose. *The article aims to identify and systematize pragmatic markers of manipulative influence in Ukrainian online news publications concerning blackouts.*

Methods. *The research is based on pragmatic and discourse-analytical approaches combined with qualitative content analysis. The study material consists of a corpus of 60 headlines from popular Ukrainian online media outlets (such as “Oboz.ua”, “UNIAN”, “1+1”, “24 kanal”) published between October 2025 and January 2026.*

Results. *Drawing on the speech act theory developed by J. Austin and J. Searle, the study analyzes headlines as speech acts possessing specific illocutionary force and perlocutionary effects. Ten types of pragmatic markers were identified and classified: emotional-evaluative, aspectual-dynamic, quantitative, collective-spatial, predictive-interrogative, punctuation, epistemic, attributive-quotation, modal, and directive-warning. The analysis shows that manipulative potential is realized through indirect speech acts, where formal representatives (statements of fact) function as covert directives or expressives aimed at emotional contagion.*

Originality. *The novelty of the research lies in the systematic analysis of specific linguistic tools that form the interpretative framework of crisis events in the contemporary digital environment. The study demonstrates how pragmatic marking functions as a “perlocutionary trap”, where the strategic use of markers like alarmism or revelation creates an emotional background that guides the reader’s further interpretation of the news.*

Conclusion. *Empirical research confirms that pragmatic marking in media discourse about blackouts is a systemic phenomenon used to implement a strategy of “anxious expectation”. Manipulation in these texts is often “soft” and implicit, as it relies on linguistic means that appear as natural parts of the news while inducing a sense of inevitability, crisis, and loss of control.*

Key words: *pragmatic markers, manipulative influence, speech act, illocution, perlocution, blackouts, online discourse.*

Надійшла до редакції: 18.01.2026

Прийнято до друку: 24.02.2026