

Міністерство освіти і науки України  
Національний університет  
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

# Тези

**76-ї наукової конференції професорів,  
викладачів, наукових працівників,  
аспірантів та студентів університету**

**ТОМ 2**

**14 травня – 23 травня 2024 р.**

родовому відмінку. Очевидним є його семантичний зв'язок з прийменниковими одиницями, що мають у своїй структурі лексему **кінець**, оскільки **фінал** у перекладі з латинської означає «кінець»: *Усякий раз, починаючи говорити спокійно, він [Юркевич] дуже швидко накручував себе, піднімав градус емоцій, під фінал промови доводив себе ледь не до сказу, бризкаючи слиною* (А. Кокотюха, 93).

Отже, обстежений фактичний матеріал дає право розширити корпус вторинних темпоральних прийменникових одиниць прийменниковими еквівалентами **на переломі, на перевалі, під фінал**. Найвагомішим аргументом для введення їх до репертуару похідних часових прийменників є сполучуваність із темпоральними й нетемпоральними лексемами. Саме вона уможливила таке транспонування виокремлених одиниць до розряду часових прийменникових ресурсів.

#### *Література*

1. Балабан Г. С. Динамічні процеси у прийменниковій системі української літературної мови кінця ХХ – початку ХХІ сторіч : монографія. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2016. 324 с.
2. Габай А. Ю. Синтаксична прислівникова транспозиція в сучасній українській літературній мові : монографія. Київ : ВД Дмитра Бураго, 2011. 232 с.
3. Загнітко А. П., Данилюк І. Г., Ситар Г. В., Щукіна І. А. Словник українських прийменників. Сучасна українська мова : [1705 прийменників]. Донецьк : ТОВ ВКФ „БАО”, 2007. 416 с.
4. Куц Н. В. Прийменникові українські еквіваленти : морфологія і семантика. Лінгвістичні студії : зб. наук. праць Донец. нац. ун-т; редкол.: А. П. Загнітко (наук. ред.) та ін. Донецьк, 2003. Вип. 11, ч. 1. С. 68–74.
5. Словник української мови : в 11 т. / редкол.: І. К. Білодід [голова] та ін.; Акад. наук УРСР, Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні. Київ : Наук. думка, 1970–1980.

УДК 81'373.47:316.774

*О. І. Мізіна, к.філол.н., доцент  
Національний університет*

*«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»*

## **МЕДІАМАНІПУЛЯЦІЇ В УМОВАХ РОСІЙСЬКОЇ АГРЕСІЇ В УКРАЇНІ**

Загальновідомо, що зараз Україна перебуває в активній фазі інформаційної війни, яка проявляється в поширенні інформаційно-психологічних спецоперацій, дезінформаційних кампаніях та використанні автоматизованих акаунтів для впливу на громадську думку, що спричиняє недовіру серед українського суспільства. Як уникнути маніпуляцій, до яких вдається російська пропаганда? Як зрозуміти, що прочитана новина є маніпулятивною? Які медіаджерела краще і безпечніше використовувати?

Уже третій рік поспіль українське суспільство фактично живе новинами. Інформація про повітряні тривоги, обстріли, зміни ситуації на фронті та в політиці – все це стало звичною частиною дня багатьох українців. Однак за останні кілька років змінилися не лише звички споживання новин, а й сам інформаційний простір. Саме тому критичним залишається розуміння специфіки медіаспоживання різних аудиторій українського суспільства.

Звідки українці отримують інформацію? Найпопулярнішим джерелом інформації для українців за даними останніх опитувань залишаються соціальні мережі – їх обирають 77,9% опитаних. На другому місці опинилося телебачення з 62,5%, на третьому – інтернет (без урахування соціальних мереж) – 57,7%. Дещо популярнішими порівняно з минулими роками стали радіо (33,7%) та друковані масмедіа (17,8%). Які ж соціальні мережі використовують українці? Рейтинг найпопулярніших соціальних мереж: найбільше українці використовують Telegram (71,3%), YouTube (66,2%) та Facebook (55%). Також 50% опитаних споживають новини у Viber, 29,5% – в Instagram, 25,1% – у TikTok, 8,3% – у Twitter [3].

Медіа впливають на спосіб життя, мислення, формування світогляду, цінностей, можуть змінювати настрої, бажання, поведінку аудиторії. З метою впливу на масову свідомість у медіапросторі використовують різні маніпуляції, що здійснюють психологічний вплив на суспільство через передачу інформації засобами медіа. Маніпуляція – вид впливу, що може змінити поведінку й рішення людини чи навіть цілої категорії людей. Наприклад, провокативний заголовок, що перекошує дійсність, викривлені факти чи специфічна пріоритезація у висвітленні новин окремим медіа [2].

До найпоширеніших прийомів медіаманіпуляцій, до яких вдається російська пропаганда, належать фабрикування фактів; правдива інформація, але зі «своїми» висновками; використання проплаченого маргінального західного чиновника й публікація його цитати з узагальненим заголовком; створення абсурдних новин та інші.

**Фабрикування фактів.** Фабрикувати означає виготовляти, штучно створювати «факти», а не відображати реальний стан справ. Для позначення неправдивої, сфальшованої інформації існує поняття «фейк». Велика брехня – улюблений прийом Й. Геббельса, який стверджував, що чим нахабніша й не правдоподібніша брехня, тим швидше у неї повірять. Головне – подати її максимально серйозно. Приклад: 12 і 13 липня 2014 року, у розпал війни на Донбасі, на російському «Першому каналі» в ефір вийшов телесюжет про «розп'ятого хлопчика». У ньому жінка розповідала, як на власні очі бачила страту маленького сина і дружини «ополченця» українськими військами на центральній площі Слов'янська. Події розказаної історії не мали жодного підтвердження, вся історія є повністю вигаданою [2].

Ще декілька прикладів останніх «фейків»: 1) 20 квітня 2024 року стало відомо, що російські пропагандисти поширили фейкову інформацію

про те, що нібито в Слов'янську Донецької області були ліквідовані найманці з Франції. 2) Російський державний пропагандистський канал «Перший» показав сюжет про буцімто канадських найманців у лавах ЗСУ. 3) Проросійський TG-канал «Резидент» повідомив: «Сирський просить Офіс Президента створити спеціальний підрозділ у поліції, який займатиметься пошуком ухилянтів». 4) Проросійський TG-канал «Легитимный» 22 квітня 2024 року написав: «Найголовнішою загрозою для ЗСУ на тлі низького бойового духу є ризик отримати масову здачу своїх солдатів у полон. Банкова намагається відбити бажання солдатів здаватися. Для цього запускають фейкові відео, як росіяни розстрілюють полонених українців (нібито знятих з БПЛА), але всі розуміють, що це постановка». 5) Російське пропагандистське видання ТАСС поширило інформацію: «ЗСУ знову атакували тренажерний центр ЗАЕС, дрон був нейтралізований над дахом корпусу».

**Розповісти правдиву інформацію, але зробити свої висновки.** Приклад з російських новин за 22 квітня 2024 року: «Прессекретар путіна Д. Песков заявив: «Новий американський пакет допомоги Україні не змінить ситуацію на полі бою, але призведе до збільшення загиблих українців».

**Купити маргінального західного чиновника й опублікувати його цитату з узагальненим заголовком.** Приклад: «Американський мільярдер Ілон Маск висловився проти законопроєкту США щодо надання фінансової допомоги Україні та закликав американців тиснути на сенаторів, щоб вони не схвалювали продовження військової допомоги Україні. Він вважає, що Путін не може програти війну і тому не потрібно допомагати Україні».

**Згенерувати фото штучним інтелектом і видати його за реальне.** «Авдіївка просить молитви...» – фотофейк, згенерований ШІ, облетів нещодавно українські соцмережі. Упродовж останніх кількох тижнів аналітики StopFake спостерігають за поширенням у соцмережах різноманітних картинок, на яких зображені українські військові, з закликом помолитися за їхню долю. Схожі публікації поширюються переважно ботоподібними акаунтами.

**Створення абсурдних новин.** Часто ми сміємося з російських фейків, бо всі ці історії про бойових комарів і тисячі знищених хаймарсів не правдоподібні. Але росіянам однаково, чи вірять їм, чи ні. Як тільки виникає якась новина, вони самі створюють кілька взаємозаперечних і часто абсурдних версій. Ідея не в тому, щоб їм повірили. Ідея в тому, щоб споживач інформації **більше не вірив нікому**: ні українській владі, коли вона закликає евакуюватися; ні банкам, які запевняють, що не варто знімати валютні заощадження; ні медіа, коли вони повідомляють про перемоги; ні західним союзникам, коли ті обіцяють підтримку Україні.

Розвінчування російських фейків потребує від читача певних зусиль. Треба знайти цю саму інформацію в якісному медіа (тобто спочатку ще

знайти якісне медіа) і розібратися в ситуації. Насправді, щоб відрізнити маніпулятивну новину, потрібно розвивати **медіаграмотність** – рівень медіакультури, досягнений медіаосвітою, що стосується вміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе і спілкуватися за допомогою медіазасобів, свідомо сприймати та критично тлумачити інформацію, відділяти реальність від її віртуальної симуляції – розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, осмислювати владні стосунки, міфи й типи контролю, які вони культивують. Чинниками медіаграмотності є сукупність знань, навичок та умінь, які дозволяють людям аналізувати, критично оцінювати та створювати повідомлення різних жанрів і форм для різних типів медіа, а також розуміти й аналізувати складні процеси функціонування медіа в суспільстві, та їхній вплив [1]. На жаль, для масових медійних маніпуляцій не пройшло ще навіть сотні років, тому вбудованого механізму для кожного з нас не існує, але поступово його можна створити.

#### *Література*

1. Медіаграмотність. Вікіпедія. URL: <http://surl.li/aaafw> (дата звернення: 24.04.2024).
2. Медіаграмотність. Як маніпуляції впливають на наше життя The Village Україна. URL: <http://surl.li/sxbfw> (дата звернення: 24.04.2024).
3. Медіаспоживання українців: другий рік повномасштабної війни. Опитування ОПОРИ. URL: <http://surl.li/myvbt> (дата звернення: 24.04.2024).

**УДК 811.161'373.611: «712»**

*І.В. Денисовець, к.філол.н., доцент  
Національний університет*

*«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»*

## **ЕМОЦІЙНО-ОЦІННИЙ ТА СЛОВОТВІРНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ДЕРИВАТИВ-КОМПОЗИТИВ У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ДИТЯЧІЙ ПРОЗІ**

Сучасні українські дитячі письменники послуговуються широкою палітрою емоційно-оцінних деривативів, які постали на основі способу композиції й уможливають експресивне увиразнення розповіді.

Основоскладання – це поєднання кількох основ слів за допомогою інтерфіксів *-о-*, *-е-*, *-и-* та ін. Результатом основоскладання є складні слова, або композити. Твірними для композитів є повні основи слів, які співвідносяться із словосполученнями, побудованими за підрядним (дрібнолистий, книгодрук) або сурядним зв'язком (природничо-географічний). Стилiстичні властивості мають ті складні слова, які