ISSN 2786-8184 (print), ISSN 2786-8192 (online)

УДК 811.161.2'42:316.77
DOI https://doi.org/10.32782/bsps-2026.11.25

ВЕРБАЛЬНА АГРЕСІЯ В МЕДІАДИСКУРСІ: КОМУНІКАТИВНІ ТАКТИКИ СУГЕСТИВНОГО ВПЛИВУ В УМОВАХ ІПСО

Інна Демешко
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри української філології та журналістики
Центральноукраїнського державного університету
імені Володимира Винниченка
вул. Шевченка, 1, м. Кропивницький, Україна
orcid.org/0000-0002-2982-8675
Scopus-Author ID: 58042431200
Researcher ID: F-2859-2019

Анотація. *У статті досліджено особливості функціонування вербальної агресії в медіадискурсі в контексті реалізації інформаційно-психологічних операцій (ІПСО). Проаналізовано комунікативні стратегії та тактики сугестивного впливу, що реалізуються через мовні засоби маніпулятивності, емоційної інтенсифікації, негативної оцінності та семантичного конструювання конфліктної комунікації. Визначено роль соціальних мереж як середовища поширення агресивного контенту, що поєднує мультимодальні засоби впливу (текст, зображення, меметичні елементи, відео, емодзі) та забезпечує високу швидкість рецепції повідомлень. Особливу увагу приділено сугестивному потенціалу вербальної агресії, який виявляється через формування стійких асоціативних зв'язків, емоційних реакцій та зміни інтерпретаційних моделей адресата. Методологічною основою дослідження став асоціативний експеримент, дискурс-аналіз, елементи семантичного й прагмалінгвістичного аналізу, що дозволили виявити специфіку мовної репрезентації агресивних смислів у цифровій комунікації.*

Установлено, що вербальна агресія в медіадискурсі соціальних мереж виконує не лише експресивну, а й маніпулятивну функцію та стає інструментом реалізації комунікативних стратегій ІПСО. Визначено основні комунікативні тактики сугестивного впливу – дискредитація, дегуманізація, поляризація, емоційне зараження, нав'язування оцінних суджень, семантичне спрощення складних соціально-політичних явищ. У підсумку доведено, що семантика вербальної агресії формується через негативно конотовану лексику, експресивні синтаксичні конструкції, повторюваність тригерних мовних елементів, оцінну категоризацію дійсності. Це забезпечує високий рівень сугестивності повідомлень, сприяє емоційному програмуванню адресата. Доведено, що мультимодальність медіадискурсу соціальних мереж значно посилює вплив агресивного контенту, оскільки взаємодія текстових, візуальних та символічних компонентів підвищує рівень емоційного залучення аудиторії та знижує критичність сприйняття інформації. Отже, асоціативний експеримент – продуктивний метод дослідження вербальної агресії, оскільки дозволяє виявити приховані когнітивні механізми сугестивного впливу, простежити формування асоціативних полів та визначити ступінь закріплення маніпулятивних наративів у масовій свідомості.

Ключові слова: *вербальна агресія, медіадискурс, ІПСО, комунікативна стратегія, комунікативна тактика, комунікативний вплив, маніпулятивність, сугестивність, мультимодальність, семантика, асоціативний експеримент.*

© І. Демешко, 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії CC BY 4.0

VERBAL AGGRESSION IN MEDIA DISCOURSE: COMMUNICATIVE TACTICS OF SUGGESTIVE INFLUENCE IN THE CONTEXT OF INFORMATION AND PSYCHOLOGICAL OPERATIONS

Inna Demeshko
Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Ukrainian Philology and Journalism,
Volodymyr Vynnychenko Central Ukrainian State University
Shevchenka Str., 1, Kropyvnytskyi, Ukraine
orcid.org/0000-0002-2982-8675
Scopus-Author ID: 58042431200
Researcher ID: F-2859-2019

Abstract. *The article examines the functioning of verbal aggression in media discourse in the context of information and psychological operations (IPSO). The study analyzes communicative strategies and tactics of suggestive influence implemented through linguistic means of manipulation, emotional intensification, negative evaluation, and semantic construction of conflict communication. Particular attention is paid to the role of social networks as an environment for the dissemination of aggressive content that combines multimodal means of influence, including text, images, memes, videos, and emojis, thereby ensuring the rapid reception of messages. The study focuses on the suggestive potential of verbal aggression, which manifests itself through the formation of persistent associative links, emotional responses, and changes in the recipient's interpretive patterns. The methodological framework of the study comprises an associative experiment, discourse analysis, and elements of semantic and pragmalinguistic analysis, which made it possible to identify the specific features of the linguistic representation of aggressive meanings in digital communication.*

It has been established that verbal aggression in the social media discourse performs not only an expressive but also a manipulative function and becomes an instrument for implementing communicative strategies of information and psychological operations (IPSO). The main communicative tactics of suggestive influence have been identified, including discreditation, dehumanization, polarization, emotional contagion, imposition of evaluative judgments, and semantic simplification of complex socio-political phenomena. The study demonstrates that the semantics of verbal aggression is shaped through negatively connoted vocabulary, expressive syntactic constructions, the repetition of triggering linguistic elements, and the evaluative categorization of reality. These features ensure a high level of suggestiveness in messages and contribute to the emotional programming of the recipient.

It has also been demonstrated that the multimodality of social media discourse significantly intensifies the impact of aggressive content, as the interaction of textual, visual, and symbolic components increases the audience's emotional engagement and reduces the critical perception of information. Thus, the associative experiment is shown to be a productive method for studying verbal aggression, as it makes it possible to reveal the underlying cognitive mechanisms of suggestive influence, trace the formation of associative fields, and determine the extent to which manipulative narratives become entrenched in mass consciousness.

Key words: *verbal aggression, media discourse, information and psychological operations (IPSO), communicative strategy, communicative tactics, communicative influence, manipulativeness, suggestiveness, multimodality, semantics, associative experiment.*

Постановка проблеми. Сучасний інформаційний простір характеризується інтенсивною цифровізацією комунікативних процесів, що зумовлює трансформацію способів мовної взаємодії та механізмів впливу на масову свідомість. Соціальні мережі набувають статусу одного з провідних середовищ формування суспільної думки, оскільки забезпечують швидке поширення інформації, інтерактивність та широке залучення аудиторії до процесів продукування й інтерпретації контенту. Водночас така відкритість комунікації сприяє активному використанню агресивних мовних практик, що нерідко виконують функцію інструменту маніпулятивного впливу.

Особливої актуальності проблема вербальної агресії набуває в умовах інформаційно-психологічних операцій (ІПСО), які передбачають системний вплив на когнітивну, емоційну та поведінкову сфери адресата через використання мовних, візуальних та символічних ресурсів. Вербальна агресія в цьому контексті перестає бути лише проявом емоційної реакції мовця та трансформується в складний механізм сугестивного впливу, спрямований на формування певних

інтерпретацій дійсності, посилення соціальної поляризації, дискредитацію окремих соціальних груп або політичних акторів.

Медіадискурс соціальних мереж характеризується високим рівнем мультимодальності, де текстові повідомлення взаємодіють із візуальними образами, мемами, відеоматеріалами, графічними символами та іншими невербальними компонентами. Така поліканальність підсилює сугестивний ефект повідомлень, оскільки вербальна агресія реалізується не лише на лексико-семантичному рівні, а й через поєднання емоційно маркованих знаків, асоціативних образів та повторюваних наративів.

Попри значний інтерес науковців до проблем медіакомунікації, маніпулятивних технологій, сугестії та мовної агресії, недостатньо дослідженим залишається питання взаємодії вербальної агресії та комунікативних тактик сугестивного впливу в медіадискурсі соціальних мереж саме в умовах ІПСО, зокрема крізь призму асоціативного експерименту як інструменту виявлення прихованих смислових зв'язків та реакцій адресатів.

Мета і завдання статті. Мета статті – здійснити комплексний аналіз особливостей функціонування вербальної агресії в медіадискурсі соціальних мереж, визначити комунікативні тактики сугестивного впливу в умовах інформаційно-психологічних операцій (ІПСО), а також з'ясувати семантичні та прагматичні механізми маніпулятивного впливу на адресата. Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання дослідження**:** 1) схарактеризувати специфіку медіадискурсу соціальних мереж як середовища цифрової комунікації; 2) визначити сутність поняття вербальна агресія та особливості її мовної репрезентації; 3) проаналізувати комунікативні стратегії і тактики сугестивного впливу в умовах ІПСО; 4) виявити семантичні механізми маніпулятивності в агресивному медіаконтенті; 5) дослідити роль мультимодальності в посиленні комунікативного впливу; 6) обґрунтувати можливості асоціативного експерименту як інструменту аналізу сприйняття вербальної агресії.

Предмет та об'єкт дослідження. Об'єкт дослідження – вербальна агресія в медіадискурсі соціальних мереж як засіб реалізації комунікативного та сугестивного впливу в умовах інформаційно-психологічних операцій (ІПСО). Предмет дослідження – комунікативні тактики сугестивного впливу, семантичні та прагматичні засоби реалізації вербальної агресії в медіадискурсі соціальних мереж в умовах інформаційно-психологічних операцій (ІПСО).

Методи дослідження. Методологічну основу дослідження становить комплекс загальнонаукових і спеціальних лінгвістичних методів, застосування яких дало змогу всебічно проаналізувати функціонування вербальної агресії в медіадискурсі соціальних мереж. Основний метод дослідження – дискурс-аналіз**,** що дозволив виявити прагматичні характеристики комунікації в соціальних мережах, особливості мовленнєвої взаємодії між адресантом та адресатом, а також способи конструювання агресивних смислів у цифровому середовищі. Для дослідження змістової організації агресивних повідомлень використано семантичний аналіз**,** спрямований на виявлення лексем із негативною конотацією, оцінних конструкцій, мовних маркерів емоційної інтенсифікації та засобів формування негативного образу об'єкта комунікативного впливу. Застосування прагмалінгвістичного аналізу дало змогу визначити комунікативні наміри адресанта, типи мовленнєвого впливу, механізми реалізації маніпулятивних стратегій у цифровій комунікації. Особливу роль у дослідженні відіграє асоціативний експеримент, який уможливлює виявлення когнітивних і емоційних реакцій адресатів на вербально агресивні стимули. Метод асоціативного експерименту сприяє встановленню прихованих смислових зв'язків, визначенню домінантних інтерпретаційних моделей та оцінці рівня сугестивного впливу повідомлень. Крім того, використано елементи мультимодального аналізу, що дозволяють дослідити взаємодію вербального компоненту з візуальними засобами (зображеннями, мемами, символами, емодзі, відеофрагментами), які посилюють емоційний та маніпулятивний потенціал повідомлень. У сучасному мовознавстві вербальна агресія розглядається як форма комунікативної поведінки, що реалізується через використання мовних засобів із негативною емоційною та оцінною конотацією, спрямованих на дискредитацію, психологічний тиск, приниження або дестабілізацію емоційного стану адресата. У медіапросторі соціальних

мереж вербальна агресія набуває особливого характеру, оскільки цифрове середовище створює умови для швидкого поширення конфліктного контенту та його масштабного відтворення. Емпіричну базу дослідження становлять анонімізовані фрагменти комунікації користувачів соціальних мереж, відібрані методом цілеспрямованої вибірки за критерієм наявності маркерів вербальної агресії, маніпулятивності та сугестивного впливу. Матеріал відображає типові дискурсивні практики цифрової комунікації в умовах інформаційно-психологічних операцій (ІПСО).

Виклад основного матеріалу. Проблема вербальної агресії посідає важливе місце у сучасних лінгвістичних дослідженнях, оскільки пов'язана з вивченням конфліктної комунікації, мовної маніпуляції та прагматики впливу. У працях українських і зарубіжних дослідників вербальна агресія трактується як форма мовленнєвої поведінки, що спрямована на психологічний тиск, дискредитацію співрозмовника, формування негативної оцінності або стимулювання конфліктного сприйняття інформації. Питання вербальної агресії, трасформацію ведення воєн сучасного типу, конфліктної комунікативної повідінки агентів цифрового середовища, вербальні вияви агресії в соціальних мережах, причини виникнення мовленнєвої агресії, мотиви, що провокують вербальну агресію, досліджували О. Дзьобань, В. Пилипчук, Л. Чорна, І. Танасійчук, В. Курило, О. Караман, В. Степаненко, Л. Завальська, О. Панфілов, Н. Капустіна, Н. Кондратенко, Н. Кутуза, Д. Тельпіс, Н. Кухар, В. Гандзюк, Г. Вусик та ін. Н. Кондратенко досліджувала вербальну агресію в соціальних мережах, інвективи, конфліктне спілкування та опозицію «свій – чужий». Л. Завальська досліджувала лексичні засоби вербальної агресії в соціальних мережах на матеріалі Facebook і Twitter, зокрема інвективи, стилістично знижену лексику, жаргонізми, антропоніми [2], Г. Вусик – вираження мовленнєвої агресії в українських масмедіа під час російсько-української війни [1], Н. Єльнікова – вербальну агресію в українськомовному медіадискурсі: лексико-семантичний аспект [3], В. Курило, О. Караман, В. Степаненко – сугестію і контрсугестію крізь призму критичного мислення в інформаційно-психологічному вимірі війни [4], Н. Кутуза, Д. Тельпіс –дезінформацію як складника ІПСО в мегадискурсі, зокрема її маніпулятивний потенціал в умовах російсько-української війни [5; 6], Н. Кухар – вербальні вияви агресії в соціальних мережах (на матеріалі анкетування здобувачів вищої освіти педагогічних спеціальностей) [7], М. Малишева – опис лексико-семантичних засобів вираження вербальної агресії в сучасному українськомовному мережевому дискурсі, а саме в соціальній мережі Facebook [8]. У межах медіалінгвістики та дискурсології особливу увагу приділено специфіці медіадискурсу як динамічного середовища продукування смислів, де мовні засоби нерідко використовуються для реалізації маніпулятивного впливу. Соціальні мережі істотно змінили характер масової комунікації, перетворивши адресата на активного співучасника інформаційного процесу. Це сприяло зростанню рівня емоційності, поляризації та агресивності цифрової комунікації.

Концепція сугестивності в лінгвістиці пов'язується зі здатністю мовних одиниць і дискурсивних практик здійснювати прихований психологічний вплив на адресата, формуючи необхідні когнітивні установки. У цьому контексті особливого значення набувають комунікативні стратегії та тактики, які визначають способи досягнення прагматичної мети комунікації. У межах ІПСО такі стратегії можуть реалізовуватися через систематичне використання вербальної агресії як засобу емоційного зараження, нав'язування оцінних моделей і створення інформаційної напруги. У контексті інформаційно-психологічного виміру війни науковці визначають такі основні пропагандистські прийоми введення в оману, в основу яких покладено сугестивний і маніпулятивний вплив: 1) відволікання уваги від важливих проблем і суспільно значущих рішень; 2) модель «проблема – реакція – рішення», що передбачає штучне створення проблеми, розрахованої на виклик певної реакції серед населення, а також формування суспільного запиту на її «розв'язання»; 3) поступовість упровадження та нав'язування певних ідей, оцінок або моделей поведінки; 4) відстрочення виконання, тобто отримання згоди громадян на реалізацію завдання в майбутньому; 5) інфантилізація населення, використання інфантильних мовних конструкцій у пропагандистських

виступах і повідомленнях; 6) вплив на емоції, що передбачає використання емоційного чинника для блокування здатності до раціонального аналізу подій, упровадження в масову свідомість певних думок, бажань, страхів і побоювань, а також формування стійких моделей поведінки; 7) просування моделі посередності, спрямоване на зниження критичності сприйняття інформації та суспільних стандартів оцінювання; 8) культивація почуття провини, що сприяє формуванню емоційної залежності адресата від нав'язаних оцінок і моделей інтерпретації дійсності; 9) формування нездатності розпізнавати прийоми маніпулятивного впливу, спрямоване на те, щоб люди не усвідомлювали механізмів управління їхньою поведінкою, переконаннями та емоційними реакціями.

Окрему групу пропагандистських прийомів, характерних для російського інформаційного впливу, становлять: 1) дегуманізація ворога – позбавлення представників певної соціальної або національної групи людських характеристик; 2) конспірологізація інформаційного простору – пояснення складних суспільно-політичних процесів через змовницькі моделі та пошук прихованого суб'єкта впливу; 3) використання псевдоекспертів (фейкових експертів) для створення ілюзії достовірності та авторитетності пропагандистських повідомлень; 4) конструювання наративу про «братні народи», що використовується для заперечення суб'єктності українського народу та виправдання втручання у внутрішні справи України; 5) «переписування історії», маніпулятивна інтерпретація або селективне представлення історичних подій з метою легітимації сучасних політичних наративів; 6) репрезентація малих або випадкових подій як суспільних тенденцій, що створює викривлене уявлення про масштаби та характер певного явища; 7) імітація опозиційності, що полягає у створенні видимості плюралізму думок за умови збереження спільної системи пропагандистських смислів і наративів [9]. Соціальні мережі – ідеальна платформа для розповсюдження вербальної агресії під час віртуального спілкування, а анонімність спонукає до її вираження, коли «в реальному житті деструктивна поведінка людини не мала б свого вираження» [10].

Аналіз емпіричного матеріалу засвідчив, що вербальна агресія в соціальних мережах системно реалізується через комплекс комунікативних тактик, серед яких домінують дискредитація, дегуманізація, поляризація та емоційне зараження. У межах ІПСО зазначені тактики функціонують як інструменти сугестивного впливу, спрямованого на модифікацію когнітивних і емоційних установок адресата. Мультимодальні засоби комунікації додатково підсилюють маніпулятивний потенціал повідомлень, забезпечуючи їхню високу вірусність та емоційну заразливість. На відміну від традиційного медіадискурсу, комунікація в соціальних мережах характеризується високою інтерактивністю, фрагментарністю, оперативністю та гібридністю жанрів. Коментарі, дописи, короткі повідомлення, реакції, меми та візуальні тексти формують складну систему комунікативних практик, у межах якої агресія часто виступає способом привернення уваги, мобілізації аудиторії або нав'язування певної інтерпретації подій. У процесі аналізу застосовано дискурс-аналіз, семантичний і прагматичний аналіз, а також елементи мультимодального підходу для врахування взаємодії вербальних і невербальних засобів комунікації. Особливу увагу приділено виявленню комунікативних стратегій (дискредитація, поляризація, емоційне зараження) та тактик їхньої реалізації в медіадискурсі соціальних мереж. 1. Тактика дискредитації. Приклад 1. Коли структура втратила довіру. У фрагменті реалізується стратегія знецінення діяльності об'єкта. Формується стійкий негативний образ із високим сугестивним потенціалом. Приклад 2. Нічого нового, тільки маніпуляції. Використано тактику тотального знецінення через лексеми «нічого нового», «маніпуляції», що створюють ефект повторюваної неефективності та дискредитують комунікатора. 2. Тактика дегуманізації. Приклад 3. Вони не люди, а механізм пропаганди, який працює без зупинки. Реалізується повне зняття людських характеристик через метафоричну номінацію «механізм», що сприяє емоційному відчуженню, зниженню емпатії. Приклад 4. Це не громадяни, а біомаса, яка не здатна мислити самостійно. У цьому випадку спостерігається дегуманізаційна метафорика та узагальнення, що формує образ знеособленої маси, позбавленої індивідуальності. 3. Тактика поляризації (ІПСО-риторика «свій – чужий»). Приклад 5. Створюється чітка бінарна опозиція

«свій / чужий», типовий інструмент поляризаційного дискурсу в ІПСО. Приклад 6. Або ти з нами, або ти проти нас – третього варіанту не існує. Використано тактику примусової альтернативи, що виключає нейтральну позицію, підсилює сугестивний тиск. 4. Тактика емоційного зараження (агресивна сугестія). Приклад 7. Скільки ще можна терпіти цей хаос і приниження?! Поєднання окличних конструкцій, риторичного запитання та емодзі формує високий рівень емоційної напруги. Мультимодальний компонент підсилює ефект емоційного зараження та знижує критичну інтерпретацію повідомлення.

У структурі медіадискурсу соціальних мереж вербальна агресія реалізується на різних мовних рівнях: 1. Лексико-семантичний рівень. Вербальна агресія виявляється через використання інвективної лексики, негативно маркованих номінацій, ярликів, стилістично знижених одиниць, саркастичних конструкцій та лексем із виразним оцінним компонентом. Такі мовні засоби формують негативний образ об'єкта повідомлення та сприяють емоційному програмуванню реципієнта. 2. Синтаксичний рівень. Сугестивний потенціал агресивного повідомлення посилюється за рахунок риторичних запитань, окличних конструкцій, повторів, сегментованих висловлень, парцеляції, коротких імперативних структур. Вони створюють ефект категоричності, емоційної напруги й терміновості. 3. Прагматичний рівень. Агресивне висловлення функціонує як інструмент впливу на когнітивну сферу адресата через нав'язування оцінки, емоційне зараження або стимулювання конфліктної інтерпретації інформації.

Таким чином, в умовах ІПСО вербальна агресія часто набуває ознак цілеспрямованої комунікативної технології, де мовна експресія використовується для досягнення стратегічних інформаційних цілей: дестабілізації емоційного стану суспільства, поляризації соціальних груп, підриву довіри до інституцій та посилення стану невизначеності.

У межах медіадискурсу соціальних мереж комунікативний вплив реалізується через систему стратегій і тактик, спрямованих на модифікацію переконань, оцінок і поведінкових моделей адресата. Комунікативна стратегія розглядається як загальний план мовленнєвої поведінки, спрямований на досягнення певної прагматичної мети, тоді як комунікативна тактика становить конкретний мовний спосіб реалізації цієї стратегії.

У процесі реалізації ІПСО особливого значення набувають такі комунікативні стратегії: 1. Стратегія дискредитації спрямована на підрив авторитету соціальної групи, особи або інституції через використання негативних характеристик, мовних кліше, сарказму, гіперболізації недоліків та створення стійких негативних асоціацій. Основні тактики: навішування ярликів, негативна номінація, персоніфіковане знецінення, емоційне висміювання. 2. Стратегія поляризації. Передбачає формування бінарної моделі сприйняття дійсності («свій – чужий», «правильний – неправильний»), що сприяє посиленню соціальної конфронтації. Реалізується через: протиставлення, узагальнення, створення образу ворога, семантичне спрощення. 3. Стратегія емоційного зараження базується на передачі сильних емоційних реакцій через агресивно марковані мовні одиниці, що стимулюють страх, гнів, тривогу, ненависть або паніку.

Тактики: драматизація, емоційне нагнітання, повторювання тригерних слів, використання шокового контенту. Одна з основних характеристик сучасного медіадискурсу соціальних мереж – мультимодальність, що передбачає поєднання різних семіотичних ресурсів у межах одного комунікативного повідомлення. У цифровому середовищі мовний контент функціонує не ізольовано, а у взаємодії з візуальними, графічними, аудіальними та символічними компонентами, які підсилюють прагматичний ефект повідомлення та сприяють реалізації комунікативного впливу.

У контексті вербальної агресії мультимодальність виконує функцію інтенсифікації сугестивного потенціалу, оскільки емоційно забарвлений текст супроводжується образами, що стимулюють миттєву емоційну реакцію адресата. Особливого значення в соціальних мережах набувають: 1) меми, які через гумор, сарказм та інтертекстуальні зв'язки спрощують складні політичні чи соціальні явища, формуючи стійкі асоціативні моделі; 2) емодзі та графічні маркери, що підсилюють оцінність повідомлення та задають бажану емоційну інтерпретацію; 3) відеофрагменти й короткі візуальні повідомлення, які створюють ефект достовірності та емоційної залученості; 4) візуальна символіка, що актуалізує

архетипні образи страху, небезпеки, героїзації або загрози. Мультимодальний формат значно підвищує ефективність ІПСО, оскільки адресат отримує повідомлення одночасно через кілька каналів сприйняття. Така синхронізація тексту й візуального компоненту знижує рівень критичного аналізу інформації та посилює механізми навіювання. Унаслідок цього вербальна агресія перестає функціонувати виключно як мовне явище й перетворюється на комплексний медіакомунікативний інструмент впливу, де слово, образ та емоційний тригер формують єдиний сугестивний комплекс.

Для виявлення особливостей сприйняття агресивного медіаконтенту доцільне застосування асоціативного експерименту, який дозволяє простежити характер когнітивних і емоційних реакцій реципієнтів на певні мовні стимули. У межах дослідження умовною моделлю експерименту може бути використання стимулів, що активно функціонують у медіадискурсі соціальних мереж в умовах інформаційного протистояння. Респондентам пропонуються слова-стимули, пов'язані з агресивною комунікацією (загроза, ворог, зрада, небезпека, паніка, пропаганда, агресія, маніпуляція), після чого фіксуються їхні перші асоціативні реакції.

Аналіз отриманих асоціацій дозволяє встановити декілька закономірностей: 1) агресивно марковані слова активізують емоційні асоціативні поля, у яких домінують лексеми негативної конотації: страх, ненависть, небезпека, тривога, недовіра, злість. Це свідчить про високий емоційний потенціал мовних стимулів; 2) виявляється ефект семантичного програмування, коли реакції респондентів відтворюють суспільно поширені інтерпретаційні моделі, сформовані через масову медіакомунікацію; 3) результати асоціативного експерименту демонструють, що вербальна агресія часто сприймається не як конфліктна форма комунікації, а як нормалізований спосіб соціальної взаємодії, що свідчить про поступову адаптацію аудиторії до агресивного дискурсу. Характерно, що в умовах ІПСО асоціативні зв'язки можуть свідомо конструюватися через повторення однакових мовних моделей, ключових слів та оцінних формулювань. Регулярна репрезентація певних мовних конструкцій сприяє формуванню стійких когнітивних сценаріїв, які надалі визначають інтерпретацію інформації адресатом.

Таким чином, асоціативний експеримент – ефективний інструмент дослідження сугестивності, оскільки дає змогу виявити приховані механізми мовного впливу, специфіку когнітивної реакції та ступінь закріплення маніпулятивних моделей у свідомості аудиторії.

Висновки. Проведене дослідження засвідчило, що вербальна агресія в медіадискурсі соціальних мереж – складне багаторівневе явище, яке функціонує не лише як спосіб емоційної експресії, а й як ефективний механізм комунікативного впливу. В умовах цифрової комунікації агресивні мовні практики стають важливим інструментом формування оцінок, переконань і моделей соціального сприйняття. Установлено, що в умовах інформаційно-психологічних операцій вербальна агресія виконує переважно маніпулятивну та сугестивну функції, реалізуючись через систему комунікативних стратегій і тактик. Найбільш поширеними виявилися стратегії дискредитації, поляризації та емоційного зараження, які реалізуються через мовні тактики навішування ярликів, створення образу ворога, драматизації та негативної номінації. З'ясовано, що семантика вербальної агресії формується через негативно конотовану лексику, експресивні синтаксичні конструкції, повторюваність тригерних мовних елементів та оцінну категоризацію дійсності. Це забезпечує високий рівень сугестивності повідомлень і сприяє емоційному програмуванню адресата. Доведено, що мультимодальність медіадискурсу соціальних мереж значно посилює вплив агресивного контенту, оскільки взаємодія текстових, візуальних та символічних компонентів підвищує рівень емоційного залучення аудиторії та знижує критичність сприйняття інформації. Визначено, що асоціативний експеримент – продуктивний метод дослідження вербальної агресії, оскільки дозволяє виявити приховані когнітивні механізми сугестивного впливу, простежити формування асоціативних полів та визначити ступінь закріплення маніпулятивних наративів у масовій свідомості.

Перспективу подальших наукових розвідок вбачаємо в поглибленому аналізі мультимодальних механізмів агресивної комунікації, вивченні специфіки мовної репрезентації

ІПСО в українському сегменті соціальних мереж, у проведенні емпіричних асоціативних експериментів із залученням різних вікових і соціальних груп респондентів.

Конфлікт інтересів: автор є членом редакційної колегії журналу. Для забезпечення незалежності редакційного процесу рукопис розглядався редактором, який не мав конфлікту інтересів з автором. Автор не брав участі у відборі рецензентів, процесі рецензування та прийнятті рішення щодо публікації статті. Рукопис пройшов стандартну процедуру подвійного сліпого рецензування.

Література

1. Вусик Г. Л. Вираження мовленнєвої агресії в українських масмедіа під час російсько-української війни. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія: Філологічні науки (мовознавство*). № 17, 2022. С. 23–27.
2. Завальська Л. В. Лексичні засоби вираження вербальної агресії в соціальних мережах (на матеріалі коментарів у Facebook і Twitter на сторінках П. Порошенка і В. Зеленського). *Записки з українського мовознавства*. 2023. Випуск 30. С. 316–325. https://doi.org/10.18524/2414-0627.2023.30.283892
3. Єльнікова Н. І. Вербальна агресія в українськомовному медіадискурсі: лексико-семантичний аспект. *Закарпатські філологічні студії*. 2025. Випуск 42. Том 1. С. 38–43.
4. Курило В., Караман О., Степаненко В. Сугестія і контрсугестія крізь призму критичного мислення в інформаційно-психологічному вимірі війни. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2023. Випуск 65. Том 2. С. 289–298.
5. Кутуза Н. В. Маніпулятивна функція лінгвоагресивів у мережевому дискурсі. *Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2023. № 4. Том 34 (73). С. 14–18.
6. Кутуза Н. В., Тельпіс Д. В. Дезінформація як складник ІПСО в медіадискурсі маніпулятивний аспект (на прикладі російсько-укранської війни періоду повномасштабного вторгнення). *Записки з українського мовознавства*. Одеса, 2023. Випуск 30. С. 282–292. DOI: 10.18524/2414-0627.2023.30.283887.
7. Кухар Н. Вербальні вияви агресії в соціальних мережах (на матеріалі анкетування здобувачів вищої освіти педагогічних спеціальностей). *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Філологія (мовознавство)*: збірник наукових праць. Вінниця : ТОВ «Фірма Планер». 2023. Випуск 36. С. 99–106.
8. Малишева М. Лексико-семантичні засоби вираження вербальної агресії в соціальній мережі Facebook. *Linguodidactica*. 2023. Випуск 27. С. 143–151. DOI:10.15290/lingdid.2023.27.10
9. Пістунов І. М., Антонюк О. П. Логічні та статистичні основи критичного мислення: навч. посіб. Дніпро : НТУ «ДП», 2019. 177 с.
10. Чорна Л. В., Танасійчук І. М. Вербальна агресія: філософський аналіз. *Вісник гуманітарних наук.* 2025. № 9. https://doi.org/10.5281/zenodo.16750237

REFERENCES

1. Vusyk, H. L. (2022). Vyrazhennia movlennievoi ahresii v ukrainskykh masmedia pid chas rosiisko-ukrainskoi viiny [Expression of speech aggression in Ukrainian mass media during the Russian-Ukrainian war]. Naukovyi visnyk DDPU imeni I. Franka. Seriia: Filolohichni nauky (movoznavstvo), 17, 23–27 [in Ukrainian].
2. Zavalska, L. V. (2023). Leksychni zasoby vyrazhennia verbalnoi ahresii v sotsialnykh merezhakh (na materiali komentariv u Facebook i Twitter na storinkakh P. Poroshenka i V. Zelenskoho) [Lexical means of expressing verbal aggression in social networks (based on comments on Facebook and Twitter pages of P. Poroshenko and V. Zelenskyi)]. Zapysky z ukrainskoho movoznavstva, 30, 316–325 [in Ukrainian].
3. Yelnikova, N. I. (2025). Verbalna ahresiia v ukrainskomovnomu mediadyskursi: leksyko-semantychnyi aspekt [Verbal aggression in Ukrainian-language media discourse: Lexical and semantic aspect]. Zakarpatski filolohichni studii, 42(1), 38–43 [in Ukrainian].
4. Kurylo, V., Karaman, O., & Stepanenko, V. (2023). Suhestiia i kontrsuhestiia kriz pryzmu krytychnoho myslennia v informatsiino-psykholohichnomu vymiri viiny [Suggestion and counter-suggestion through the prism of critical thinking in the information-psychological dimension of war]. Aktualni pytannia humanitarnykh nauk, 65(2), 289–298 [in Ukrainian].
5. Kutuza, N. V. (2023). Manipuliatyvna funktsiia linhvoahresyviv u merezhevomu dyskursi [The manipulative function of linguoaggressives in network discourse]. Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seriia: Filolohiia. Zhurnalistyka, 34(73) (4), 14–18 [in Ukrainian].
6. Kutuza, N. V., & Telpis, D. V. (2023). Dezinformatsiia yak skladnyk IPSO v mediadyskursi: manipuliatyvnyi aspekt (na prykladi rosiisko-ukrainskoi viiny periodu povnomasshtabnoho vtorhnennia) [Disinformation as

a component of information and psychological special operations (IPSO) in media discourse: The manipulative aspect (based on the Russian-Ukrainian war during the period of full-scale invasion)]. Zapysky z ukrainskoho movoznavstva, 30, 282–292 [in Ukrainian].
7. Kukhar, N. (2023). Verbalni vyiavy ahresii v sotsialnykh merezhakh (na materiali anketuvannia zdobuvachiv vyshchoi osvity pedahohichnykh spetsialnostei) [Verbal manifestations of aggression in social networks (based on a survey of higher education students majoring in pedagogical specialties)]. Naukovi zapysky Vinnytskoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu imeni Mykhaila Kotsiubynskoho. Seriia: Filolohiia (movoznavstvo), 36, 99–106 [in Ukrainian].
8. Malysheva, M. (2023). Leksyko-semantychni zasoby vyrazhennia verbalnoi ahresii v sotsialnii merezhi Facebook [Lexical and semantic means of expressing verbal aggression in the social network Facebook]. Linguodidactica, 27, 143–151 [in Ukrainian].
9. Pistunov, I. M., & Antoniuk, O. P. (2019). Lohichni ta statystychni osnovy krytychnoho myslennia [Logical and statistical foundations of critical thinking]. 2019. 177 p. [in Ukrainian].
10. Chorna, L. V., & Tanasiichuk, I. M. (2025). Verbalna ahresiia: filosofskyi analiz [Verbal aggression: Philosophical analysis]. Visnyk humanitarnykh nauk, 9 [in Ukrainian].

Дата першого надходження статті до видання: 26.07.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 25.08.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 03.11.2026