

ІНТОНАЦІЯ ЯК ОДИН З ІНСТРУМЕНТІВ МОВЛЕННЄВОЇ МАНІПУЛЯЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ НІМЕЦЬКОМОВНИХ МЕДІА)

INTONATION AS A MEANS OF SPEECH MANIPULATION IN GERMAN-LANGUAGE MEDIA

Никифорова І.В.,

orcid.org/0000-0003-2354-8581

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри німецької філології

Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

Манвелян А.А.,

orcid.org/0009-0004-3146-3267

студентка II курсу магістратури факультету романо-германської філології
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

Статтю присвячено дослідженню інтонації як одного з провідних засобів маніпулятивного впливу в німецькомовному медійному дискурсі. Проаналізовано інтонаційні параметри мовлення телеведучих програм *Tagesschau* та *ZDFheute*, які демонструють просодичні моделі, спрямовані на емоційно-когнітивне керування увагою аудиторії. Сучасний медійний дискурс німецьких інформаційних програм характеризується тенденцією до поєднання нейтральності подачі інформації з просодичною експресивністю, що формує у глядача відчуття довіри та емоційного залучення.

У статті розглядаються механізми інтонаційної маніпуляції, зокрема зміна висоти тону (*F₀*), інтенсивності, темпу й паузації як засоби створення ілюзії об'єктивності та переконливості. Здійснено акустичний аналіз медійних фрагментів у програмі *Praat*, що виявив закономірності маніпулятивного впливу через висхідно-нисхідні інтонаційні контури. Встановлено також, що паузи, які тривають більше однієї секунди, збільшують критичність ситуації та змушують задуматися над поданою інформацією. Таке інтонаційне піднесення створює ефект емоційного акценту й підсилює сприйняття інформації як тривожної чи значущої, а у контексті новинного повідомлення формує у слухача відчуття невідворотності подій, що є типовою ознакою маніпулятивного впливу (наприклад, підсилення тривоги для залучення уваги). Підвищення *F₀* у поєднанні з наростанням інтенсивності в межах короткого мовного фрагмента має передусім функцію, спрямовану на емоційну активацію реципієнта.

Результати засвідчують, що інтонація виконує не лише комунікативну, а й сугестивну функцію, сприяючи формуванню емоційних реакцій та інтерпретацій аудиторії. У дослідженні уточнено роль просодії як невербального інструмента впливу та показано її значення для критичного осмислення медійного контенту. Дослідження підтверджує, що інтонація в сучасних німецькомовних новинах є важливим засобом маніпуляції, яка дозволяє збільшувати емоційний вплив на аудиторію та формувати її сприйняття інформації. Використовуючи такі елементи, як зміна тону, паузи та акцентуація ключових слів, медіа створюють певний емоційний фон, що сприяє переконанню глядачів або формуванню їхньої думки щодо подій. Це демонструє, як невербальні аспекти комунікації можуть посилювати когнітивний вплив та впливати на громадську свідомість.

Ключові слова: інтонація, маніпуляція, медіадискурс, просодія, когнітивний вплив, емоційна сугестія, німецькомовні ЗМІ.

The article is devoted to the study of intonation as one of the key means of manipulative influence in German-language media discourse. It analyzes the prosodic parameters of the speech of news anchors from *Tagesschau* and *ZDFheute*, which demonstrate prosodic models aimed at emotional and cognitive control of the audience's attention. The modern media discourse of German news programs is characterized by a tendency to combine neutrality of information presentation with prosodic expressiveness, which creates a sense of trust and emotional involvement in the viewer.

The paper examines the mechanisms of intonational manipulation, in particular variations in pitch (*F₀*), intensity, tempo, and pausing as tools for creating an illusion of objectivity and persuasiveness. An acoustic analysis conducted in *Praat* of media fragments revealed patterns of manipulative influence through rising–falling intonational contours. It has also been established that pauses lasting more than one second increase the criticality of the situation and make one think about the information provided. Such an intonation rise creates the effect of emotional emphasis and enhances the perception of information as alarming or significant, and in the context of a news message it creates in the listener a feeling of inevitability of events, which is a typical sign of manipulative influence (for example, increasing anxiety to attract attention). An increase in *F₀* in combination with an increase in intensity within a short speech fragment has, first of all, a function aimed at the emotional activation of the recipient.

The results show that intonation performs not only a communicative but also a suggestive function, contributing to the formation of emotional reactions and interpretations in the audience. The study clarifies the role of prosody as a nonverbal means of influence and demonstrates its significance for the critical interpretation of media content. The study confirms that intonation in modern German-language news is an important means of manipulation, allowing to strengthen the emotional impact on the audience and shape its perception of information. By using elements such as changes in tone, pauses

and accentuation of key words, the media create a certain emotional background that helps to convince viewers or form their opinion about events. This demonstrates how non-verbal aspects of communication can strengthen cognitive impact and influence public consciousness.

Key words: intonation, manipulation, media discourse, prosody, cognitive influence, emotional suggestion, German-language media.

Постановка проблеми. Сучасній медіа-культурі та медіа-простору властивий високий рівень інформаційного потоку, що викликає необхідність у точних та ефективних засобах передачі інформації. Одночасно з інформаційною функцією, медійні комунікативні практики виконують й емоційно-психологічну функцію, яка формує у аудиторії певне ставлення до подій чи персоналій. Одним із численних засобів є інтонація, яка змінює відтінки значення, підкреслює важливість повідомлення та може завуальовано маніпулювати сприйняттям слухача. В умовах німецькомовного медіа-дискурсу, де акцент робиться на об'єктивності й аналітичності, інтонаційні засоби часто виконують маніпулятивну функцію, оскільки саме через мелодику мовлення здійснюється емоційний та психологічний тиск на слухача.

Головну роль у процесі побудови інформаційної картини світу сьогодення відіграють засоби масової інформації (ЗМІ). ЗМІ забезпечують безліч способів спілкування і надають переважну більшість інформації. Сучасні способи зв'язку, що засновані на засобах масової інформації і контролюються ними, є справжнім викликом для кожної людини. Проте ЗМІ не лише інформують аудиторію про значимі події, але і спотворюють уявлення про те, що відбулося, а також керують суспільною думкою, використовуючи при цьому різні стратегії, тактики та засоби маніпулювання інформацією [4, с. 214].

Аналіз досліджень і публікацій. Прагматичний підхід на думку багатьох дослідників дає можливість розглянути мовленнєве маніпулювання як дію, що має величезний набір комунікативних тактик та стратегій, які використовує адресант з метою ефективного впливу на свідомість адресата і досягнення своїх комунікативних завдань. Проблема інтонації активно розробляється у працях Д. Крістала [11], який розглядає інтонацію як важливу складову комунікативного процесу. Значний внесок у розвиток фонетичних досліджень німецької мови зробили також У. Гіршфельд [12] та М. Крех [13], які досліджували фонетичні параметри німецької інтонації, а саме її роль у міжмовній комунікації та вплив інтонаційних моделей на міжкультурне сприйняття мовлення.

Українські дослідники, серед яких В. Кушнерик [6, с.] та І. Вербич [1, с.], акцентують увагу на

психологічній природі інтонації, її ролі у мовному впливі та формуванні емоційно-когнітивних установок. Вони підкреслюють, що інтонація виконує не лише комунікативну, а й сугестивну функцію, сприяючи формуванню довіри між мовцем і реципієнтом, тим самим впливаючи на інтерпретацію змісту.

А. А. Калита використовує поняття маніпулятивного впливу, під яким на основі інформації з енциклопедичних джерел у загальному значенні розуміє комунікативний вплив на особистість (чи певну групу осіб), що призводить до частково чи повністю неконтрольованого її свідомістю виникнення певних емоційних станів, почуттів, відношень до чогось або дій, які безпосередньо не є наслідком засвоєних нею норм соціальної поведінки [3, с. 16].

Маніпулятивний вплив у медіа може відбуватися шляхом використання різних засобів та методів, які включають інформаційний, невербальний та соціально-психологічний вплив. Маніпуляція досліджується багатьма вченими, як зарубіжними, так і вітчизняними, серед яких Е. Вуд, Т. А. ван Дейк, Е. Ребол, О. Ю. Герасименко, А. А. Калита, Ю. В. Мужеляк, О. Г. Руда та інші [2, 3, 7, 8, 14, 15, 16].

Попри це, кількість робіт, що системно аналізують інтонаційний аспект маніпуляції у німецькомовних ЗМІ, залишається обмеженою, а отже, комплексне дослідження цього феномена залишається актуальним напрямом сучасної лінгвістики та медіадискурсивних студій.

Мета статті — комплексно проаналізувати інтонацію як засіб маніпуляції у німецькомовних медіа, з'ясувати її роль у формуванні когнітивно-емоційного сприйняття інформації та визначити просодичні механізми, за допомогою яких відбувається вплив на аудиторію.

Особлива увага приділяється виявленню сугестивних інтонаційних патернів, які забезпечують створення ілюзії нейтральності повідомлення та формують довіру до мовця. Реалізація поставленої мети зумовлює розв'язання низки завдань: 1) надати дефініцію таких понять, як інтонація та маніпуляція; 2) визначити взаємозв'язок між інтонаційними параметрами та механізмами маніпулятивного впливу; 3) проаналізувати інтонаційні патерни у реальних німецькомовних медіатекстах (*Tagesschau*, *ZDFheute*);

4) провести інструментальний аналіз у програмі *Praat* із виміром параметрів *Fo*, інтенсивності, темпу та паузування; 5) інтерпретувати отримані результати в контексті когнітивно-емоційного впливу на аудиторію.

Об'єктом нашого дослідження є інтонація як компонент медіадискурсу німецькомовних новин. Предмет дослідження – інтонаційні параметри (висота тону, інтенсивність, темп, паузування) у телевізійних програмах *Tagesschau* та *ZDFheute*, що реалізують маніпулятивні стратегії у подачі інформації. В якості матеріалу дослідження використовувалися фрагменти випусків новин *Tagesschau* та *ZDFheute* (ZDF).

Акустичний аналіз здійснено за допомогою програми *Praat*, що дозволило визначити кількісні показники основної частоти (*Fo*), інтенсивності та тривалості. Для дослідження було обрано п'ятдесят аудіофрагментів загальним обсягом близько 1 хвилини кожен, які ілюструють різні типи інтонаційного впливу – нейтрально-сугестивний і драматично-емоційний.

Виклад основного матеріалу. Інтонація – невід'ємна складова мови, яка найбільш характерна саме усній формі мовлення. Розглядаючи інтонацію, як фонетичний феномен, варто звернути увагу на її комплексність. Українська дослідниця О. І. Стеріополо зазначає, що інтонація – це багатовимірний феномен, який включає у собі наступні складові: мелодика (зміна основного тону), фразовий наголос, паузи, ритм, інтенсивність (гучність), тембр і темп мовлення [10, с. 67]. Усі ці елементи тісно взаємопов'язані між собою й виконують рівнозначну роль. Жоден із компонентів не є домінуючим, адже всі вони однаковою мірою сприяють структурному поділу мовленнєвого потоку і виступають показниками його комунікативного значення.

Проблема визначення інтонації залишається спірною у сучасній лінгвістиці. Часто замість терміну «інтонація» використовується поняття «просодія». До прикладу, Д. Кристал трактує інтонацію як засіб організації мовлення в комунікації, прирівнюючи її функції до пунктуації в письмовому мовленні. Він пов'язує інтонацію з такими характеристиками, як мелодика, гучність, темп мовлення, і застосовує термін «інтонаційна модель» для опису окремих конструкцій або речень. Одночасно Кристал відносить такі компоненти, як мелодика, наголос, ритм і тембр, до просодичного аспекту мови, використовуючи термін «просодеми» для позначення контрастивних, смислорозрізняювальних одиниць супrasegmentної фонетики [11, с. 58].

Усі вищенаведені дефініції досліджуваного явища як вітчизняних, так і зарубіжних учених зводяться до єдиної думки, що інтонація – це комплексне явище, кожен компонент якого відіграє рушійну роль у належному оформленні висловлення, виходячи з потреб мовця та аудиторії.

Інтонація є важливим засобом мовленнєвого спілкування, що вимагає володіння механізмами впливу на психіку співрозмовника. Вона поєднує логічні та емоційні аспекти комунікації, сприяючи ефективному вираженню думок. Для успішного спілкування інтонація повинна мати достатню силу, що потребує активного використання її складових елементів. Залежно від умов і мети спілкування, інтонація виконує важливі функції: забезпечення структурної єдності висловлювання, передача змісту та актуальності інформації, врахування комунікативної ситуації. Завдяки інтонації розкривається ставлення мовця до теми, відображаючи його культурну ідентичність і сприяючи формуванню ефективного мовленнєвого спілкування, що й дає підстави для врахування інтонації до числа параметрів маніпуляції.

У свою чергу під терміном «маніпуляція» нідерландський вчений Т. А. ван Дейк розуміє вплив, який відбувається за допомогою вдалого використання мовних одиниць та має на меті вплинути на когнітивну та емоційну активність співрозмовника [15, с. 367].

Українська дослідниця О. Г. Руда вважає, що маніпуляція – це ніщо інше, як мовленнєвий акт, метою якого є управління ситуації на власну користь, також ця дія спрямована на зміну звичного мислення реципієнта [8, с. 53].

Не дивлячись, на відмінності в тлумаченні поняття «маніпуляції» у Т. А. ван Дейка та О. Г. Рудої, обидва дослідники акцентують свою увагу на тому, що маніпуляція спрямована на вплив свідомості співрозмовника, або навіть на її зміну. Основними складовими маніпуляції виступають вербальні та невербальні засоби комунікації, від яких залежить кінцевий ефект маніпуляції.

До невербальних засобів Л. В. Солощук відносить кінесичні (експресивно-виразні рухи, поза, жести, міміка, хода та ін.), проксемічні (дистанція між співрозмовниками) та просодичні комунікативні компоненти (інтонаційне оформлення) [9, с. 36]. У нашому дослідженні розглядаємо маніпуляції на просодичному рівні в німецькомовних новинних медіа.

Інтонаційна маніпуляція полягає у використанні просодичних параметрів для керування емоційним станом аудиторії.

Основні механізми:

- підвищення тону для створення драматизму;
- тривалі паузи перед ключовими фразами;
- синхронне зростання F_0 та інтенсивності (ефект важливості);
- низхідна інтонація наприкінці – як сигнал авторитетності.

Саме через інтонацію здійснюється фреймінг інформації, тобто подання фактів у заданій емоційній рамці.

Сучасний медійний дискурс німецьких інформаційних програм (*Tagesschau*, *ZDFheute*) характеризується тенденцією до поєднання нейтральності подачі інформації з просодичною експресивністю, що формує у глядача відчуття довіри та емоційного залучення. Ведучі цих програм володіють спеціальною інтонаційною підготовкою, спрямованою на те, щоб підтримувати рівновагу між раціональним інформуванням та емоційним впливом.

Інтонаційний контур у новинних повідомленнях зазвичай вибудовується за моделлю низхідної тональної динаміки, що створює ефект завершеності та впевненості. Однак саме варіації висоти тону (F_0) та інтенсивності виконують функцію сугестивних маркерів, за допомогою яких ведучий може акцентувати потрібні смислові вузли або підсилювати цінність повідомлення.

Для виявлення інтонаційних механізмів маніпуляції проведено інструментальний аналіз в *Praat* (із виміром таких параметрів: частота основного тону (F_0) – у герцах (Hz), інтенсивність – у децибелах (dB), темп – середня тривалість сегмента у секундах, паузація – середня кількість пауз на хвилину мовлення) двох фрагментів німецьких новин.

У межах дослідження було проаналізовано 50 аудіофрагментів німецькомовних новинних повідомлень із програм *Tagesschau* та *ZDFheute* загальним обсягом близько однієї години ефірного часу. Матеріал охоплював різні тематичні блоки – політичні, економічні, соціальні та культурні сюжети, що дозволило виявити типові інтонаційні моделі маніпулятивного впливу.

Отримані результати засвідчили, що просодичні параметри – висота тону (F_0), інтенсивність, темп і паузація – системно використовуються журналістами як засоби регуляції емоційного стану аудиторії. У межах аналізу було ідентифіковано три основні інтонаційні стратегії:

1. Стратегія емоційної активації. Характеризується частими коливаннями F_0 (понад 150–200 Hz) та підвищенням інтенсивності до 70–75 dB . Ця модель використовується

у повідомленнях про кризові або конфліктні події. Її функція – *підсилити напруження та повернути увагу* слухача.

2. Стратегія когнітивного контролю. Виявляється у зниженні середнього тону наприкінці висловлення і регулярному темпі мовлення (середнє значення 4,2 склади на секунду). Такий тип інтонації створює відчуття раціональності, впевненості та достовірності, що викликає у реципієнта відчуття довіри.

3. Стратегія латентної сугестії. Реалізується через ритмічне паузування (0,5–0,8 сек між смисловими блоками) та м'яке мелодійне зниження. Її функція – *створити ілюзію нейтрального тону*, який підсвідомо сприймається як ознака об'єктивності, що часто може викликати до мовця авторитетне ставлення.

До прикладу рисунок 1, на якому відображено мелодійний контур уривка новинного повідомлення про зростання інфляції, який яскраво демонструє стратегію емоційної активації. Аналіз показує, що на ділянках із лексемами «*steigt deutlich*», «*erneut gestiegen*» спостерігається підвищення основного тону до 184,9 Hz , а інтенсивність сягає 69–72 dB . Пауза, яка тривала більше однієї секунди, збільшує критичність ситуації та змушує задуматись над поданою інформацією. Таке інтонаційне піднесення створює ефект емоційного акценту й підсилює сприйняття інформації як тривожної чи значущої. У контексті новинного повідомлення воно формує у слухача відчуття невідворотності подій, що є типовою ознакою маніпулятивного впливу (підсилення тривоги для залучення уваги). Підвищення F_0 у поєднанні з наростанням інтенсивності в межах короткого мовного фрагмента виконує сугестивну функцію, спрямовану на емоційну активацію реципієнта.

У загальному, дослідження підтверджує, що інтонація в сучасних німецькомовних новинах є важливим засобом маніпуляції, що дозволяє підсилювати емоційний вплив на аудиторію та формувати її сприйняття інформації. Використовуючи такі елементи, як зміна тону, паузи та акцентуація ключових слів, медіа створюють певний емоційний фон, що сприяє переконанню глядачів або формуванню їхньої думки щодо подій. Це демонструє, як невербальні аспекти комунікації можуть посилювати когнітивний вплив та впливати на громадську свідомість.

Основна перспектива для подальших досліджень полягає у здійсненні міжмовного порівняльного аналізу інтонаційних моделей у німецьких, англійських та українських новинах, що

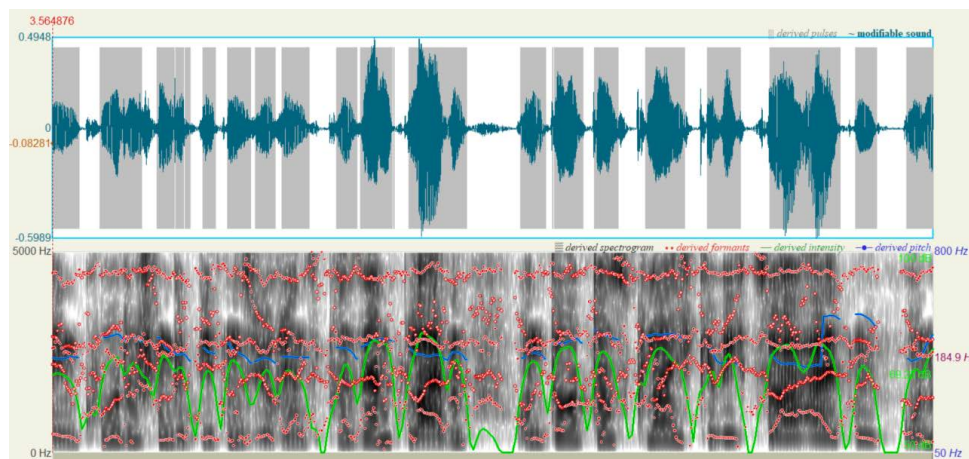


Рис. 1. Зразок комп'ютерної обробки мовленнєвих сигналів

дасть змогу простежити культурно обумовлені відмінності у методах реалізації маніпулятивного впливу через просодію. Особливий інтерес становить зіставлення інтонаційних стратегій у медій-

ному мовленні різних країн, адже саме інтонація часто відображає національні комунікативні стандарти, етичні норми та рівень емоційної експресії в публічному дискурсі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Вербич Н. С. Інтонація переконування в публічному мовленні. Луцьк, 2011. 106 с.
2. Герасименко О. Ю. Стратегії і тактики маніпулятивного впливу у політичному дискурсі : аналіз та класифікація. Інтелект. Особистість. Цивілізація. 2023. № 2(23). С. 78–88. <https://doi.org/10.33274/2079-4835-2021-23-2-78-88>.
3. Калита А. А. Маніпуляція в мовленнєвій комунікації : монографія / А. А. Калита, О. В. Клименюк, Л. І. Тараненко. К.: Тропеа, 2024. 184 с. https://www.researchgate.net/publication/384972327_MANIPULACIA_V_MOVLENNEVIJ_KOMUNIKACII_Manipulation_in_Communication.
4. Коваленко А. М., Марченко Т. С. Мовні засоби реалізації маніпулятивного впливу в сучасних англomовних ЗМІ. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія : збірник наукових праць. Одеса, 2019. Вип. 38. Т. 1. С. 214–218. http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v38/part_1/55.pdf.
5. Король А., Волощук В. Засоби маніпулятивного впливу в сучасному німецькомовному медіа-дискурсі. Актуальні питання гуманітарних наук. Вип 31, том 2, 2020. <https://doi.org/10.24919/2308-4863.2/31.213847>.
6. Кушнерик В. І. Фоносемантизм у германських та слов'янських мовах: синхронія та діахронія. К., 2009. 592 с.
7. Мужеляк Ю. В. Стратегії і тактики мовної маніпуляції в політиці. Політичне життя. 2025, С. 101-107. <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2025.2.11>.
8. Руда О. Г. Мовне питання як об'єкт маніпулятивних стратегій у сучасному українському політичному дискурсі: монографія : Інститут української мови НАН України, 2012. 232 с.
9. Солощук Л. В., Теняєва А. О. Вербальні і невербальні аспекти сучасного англomовного дискурсу закордонних. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. 2022. №96. С. 36–38. <https://doi.org/10.26565/2786-5312-2022-96-06>.
10. Стеріополо О. І. Теоретичні засади фонетики німецької мови. Вінниця: Нова книга, 2004. 320 с.
11. Crystal D. Linguistics. 2nd ed. L.: Penguin Book, 1985. 276 p.
12. Hirschfeld, U. Kontrastive Phonologie/Phonetik Italienisch – Deutsch und Empfehlungen für die Unterrichtspraxis (DaF an Universitäten). Berlin: Frank & Timme, 2019. S. 33–46.
13. Krech E. M.; Stock E.; Hirschfeld U.; Anders L.-Ch. Deutsches Aussprachewörterbuch. 2009.
14. Reboul A. Truthfully Misleading: Truth, Informativity, and Manipulation in Linguistic Communication. Frontiers in Communication. 6, 2021, P. 1-8. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2021.646820>.
15. Van Dijk T. A. Discourse and manipulation // Discourse and society. L., 2006. Vol.17, №2. P. 359-383.
16. Wood A. W. Coercion, Manipulation, Exploitation. In Manipulation: Theory and Practice / Ed. by Christian Coons, Michael Weber. Oxford: Oxford University Press. 2014, P. 17–50. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199338207.003.0002>.

Дата першого надходження рукопису до видання: 29.10.2025

Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 28.11.2025

Дата публікації: 30.12.2025