

УДК 811.161.2

DOI <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2025-215-12>

ЛІНГВІСТИЧНІ МАНІПУЛЯЦІЇ В МЕДІАДИСКУРСІ ТА ЇХ ВІДТВОРЕННЯ ЗАСОБАМИ ПЕРЕКЛАДУ

LINGUISTIC MANIPULATIONS IN MEDIA DISCOURSE AND THEIR RENDERING IN TRANSLATION

Головенко К. В.,
orcid.org/0000-0003-0614-9650

*кандидат філологічних наук,
старший викладач кафедри перекладу, прикладної та загальної лінгвістики
Центральноукраїнського державного університету
імені Володимира Винниченка*

У статті розглядаються маніпулятивні стратегії, що застосовуються в сучасному медіадискурсі, а також проблеми їх відтворення в процесі перекладу. Особлива увага приділяється аналізу механізмів мовного впливу на свідомість та поведінку аудиторії, а також способів формування емоційного та когнітивного сприйняття інформації. Досліджуються різноманітні лінгвістичні тактики, які використовуються медіа для створення бажаних наративів, спрямування громадської думки та стимулювання певної поведінки людей. Висвітлюється класифікація основних маніпулятивних стратегій: модифікація ілюкютивної сили висловлювань, групова ідентифікація, позитивне та негативне позиціонування, вербальний ультиматум, імунізація висловлювань тощо.

Особлива увага в дослідженні приділяється проблемам перекладу медіатекстів, зокрема збереженню їхнього маніпулятивного ефекту, адекватній передачі оцінних, емоційних та імпліцитних компонентів, а також використанню різноманітних перекладацьких трансформацій для компенсації культурних та мовних відмінностей між вихідною та цільовою мовою. У центрі уваги – практичні приклади з англomовних медійних текстів, де маніпулятивні стратегії реалізуються через емоційно забарвлену лексику, метафори, ідіоми та оцінні висловлювання. Дослідження підкреслює важливість усвідомлення механізмів мовної маніпуляції для точного і ефективного відтворення імпліцитних смислів оригіналу, адже тільки так перекладач може зберегти впливовий потенціал медіатексту та забезпечити його сприйняття цільовою аудиторією максимально близьким до авторського задуму.

Мовна маніпуляція є одним із ключових напрямків сучасних наукових досліджень. Її вивчення дозволяє глибше зрозуміти механізми впливу на свідомість та поведінку людей, аналізувати способи формування суспільної думки та способи переконання аудиторії через мовні засоби. Усвідомлення цих механізмів дає змогу людям критично оцінювати отримувану інформацію, захищатися від небажаного чи прихованого впливу та приймати більш зважені рішення у повсякденному житті, політичному та соціальному контексті. Крім того, розуміння стратегій і тактик мовної маніпуляції має важливе практичне значення для перекладачів, журналістів, рекламистів та фахівців у сфері медіа, адже від точності відтворення цих елементів залежить ефективність комунікації та вплив текстів на цільову аудиторію.

Ключові слова: медіадискурс, маніпулятивна стратегія, лінгвістична маніпуляція, переклад, комунікативна тактика, імпліцитний сенс, перекладацькі трансформації.

The article examines manipulative strategies employed in contemporary media discourse, as well as the challenges of reproducing them in the translation process. Particular attention is given to the analysis of linguistic mechanisms that influence audience perception and behavior, as well as ways of shaping the emotional and cognitive understanding of information. The study explores various linguistic tactics used by the media to create desired narratives, guide public opinion, and stimulate specific audience behaviors. The classification of major manipulative strategies is highlighted, including modification of illocutionary force, group identification, positive and negative positioning, verbal ultimatum, immunization of statements, and others.

Special focus is given to the translation of media texts: preserving their manipulative effect, accurately conveying evaluative, emotional, and implicit components, and employing translation transformations to compensate cultural and linguistic differences between the source and target languages. Practical examples are drawn from English-language media texts, where manipulateness is realized through emotionally charged vocabulary, metaphors, idioms, and evaluative expressions. The study emphasizes the importance of understanding the mechanisms of linguistic manipulation for the accurate and effective reproduction of the implicit meaning of the original text. This enables translators to maintain the influential potential of media texts and ensure that the target audience perceives them as closely as possible to the author's intent.

Language manipulation is one of the key areas of contemporary research. Its study allows for a deeper understanding of the mechanisms that influence human consciousness and behavior, as well as an analysis of the ways public opinion is shaped and audiences are persuaded through linguistic means. Awareness of these mechanisms enables individuals to critically evaluate the information they receive, protect themselves from unwanted or hidden influence, and make more balanced decisions in everyday life, as well as in political and social contexts. Furthermore, understanding the strategies and tactics of language manipulation has significant practical value for translators, journalists, advertisers, and media professionals, as the effectiveness of communication and the impact of texts on the target audience depend on the accurate reproduction of these elements.

Key words: media discourse, manipulative strategy, linguistic manipulation, translation, communicative tactic, implicit meaning, translation transformations.

Постановка проблеми. Сучасні медійні тексти не лише інформують аудиторію, а й активно впливають на її сприйняття, емоції та поведінку за допомогою маніпулятивних стратегій і мовних засобів. Лінгвістичні маніпуляції – це вплив на сприйняття та емоції людей за допомогою мовних засобів, що сприяє формуванню ілюзій та викривленого або помилкового розуміння реальності. Серед основних функцій маніпулятивних стратегій можна виділити формування певних уявлень у свідомості аудиторії, вплив на емоційне сприйняття інформації, створення бажаних наративів, а також спрямування поведінки людей у вигідний для маніпулятора спосіб. Дослідження маніпулятивних стратегій у перекладі є особливо актуальним, оскільки для збереження впливової функції оригінального тексту перекладачеві необхідно точно відтворювати маніпулятивні елементи, враховуючи культурні, соціальні та мовні відмінності між вихідною та цільовою мовою. Ця задача ускладнюється тим, що маніпулятивні засоби можуть проявлятися на різних мовних рівнях і включати оцінні, емоційні та імпліцитні компоненти, які важко передати без втрати бажаного ефекту на цільову аудиторію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про те, що проблематика медіадискурсу, його особливості, ознаки та типи викликає значний науковий інтерес. Феномен медіадискурсу та його вивчення становлять предмет дослідження зарубіжних вчених А. Белла, Г. Гіссена, Т. ван Дейка, А. Дюранта, Д. Крістала, М. Талбота, Дж. Річардсона, Д. Таннена, Р. Фаулера, Н. Феерклафа. Наукові праці, присвячені дослідженню медіадискурсу, належать таким вітчизняним ученим, як А. Григораш, С. Єрмоленко, М. Жовтобрюх, Л. Кудрявцева, О. Маковей, О. Мацько, Л. Пархонюк, О. Пономарів, А. Приходько, О. Сербенська, Л. Ставицька. Вивченням поняття «маніпуляція» займалися такі вчені, як Р. Блас, А. Вер, Р. Гудін, Р. Тимофєєв, що розуміли під маніпуляцією повідомлення, яке має дві форми прояву – через обман або через переконання, з метою досягнення мети мовця.

Мета дослідження полягає у вивченні маніпулятивних стратегій у медійних текстах та аналізі способів їх відтворення в перекладі з метою збереження емоційного впливу та оцінного сприйняття аудиторією. Дана мета конкретизується через виконання таких завдань: виявлення основних маніпулятивних стратегій і тактик, що застосовуються у сучасних медійних текстах; аналіз мовних засобів реалізації маніпулятивності; дослідження особливостей перекладу маніпулятивних елементів та визначення ефективних перекладацьких трансформацій; врахування культурного й соціального контексту при відтворенні маніпулятивних висловлювань у перекладі; наведення прикладів англійських медійних висловлювань та їхніх українських перекладів для ілюстрації практичних аспектів передачі маніпулятивності.

Виклад основного матеріалу. Сучасна медійна комунікація є невід’ємною частиною соціального та культурного простору, де інформація виконує не лише пізнавальну, а й персуазивну функцію. Вивчення медійних дискурсів передбачає аналіз механізмів мовного впливу, зокрема мовних засобів і стратегій, що формують масову свідомість та поведінку аудиторії. Особливу увагу привертають лінгвістичні стратегії, які дозволяють медійникам ефективно досягати поставлених комунікативних цілей. Лінгвістичні маніпуляції – це вплив на сприйняття та емоції людей за допомогою мовних засобів, що сприяє формуванню ілюзій та викривленого або помилкового розуміння реальності [1, с. 66]. Їх мета – формування певних уявлень у свідомості аудиторії, емоційний вплив на сприйняття інформації, створення бажаних наративів та спрямування поведінки людей у вигідний для маніпулятора спосіб. У комунікативних стратегіях реалізуються лінгвістичні тактики – комплекс комунікативних прийомів, актуалізованих як ефективний стилістичний ресурс для досягнення впливу на аудиторію [2, с. 51].

Різні підходи дозволяють виділити понад двадцять груп стратегій і тактик, які активно застосовуються у політичній, бізнесовій медіа, рекламній та PR-комунікації. Л. І. Шевченко наголошує на тому, що традиційно виділяють позитивні (меліоративні) стратегії – стратегії, що спрямовані на уникнення ризиків і загроз, перешкоджання деструктивній комунікативній ситуації, нівеляції патогенного мовлення та негативні (пейоративні) стратегії – стратегії, що передбачають схвалення, вияв солідарності з адресатом, реалізацію його позитивного сприйняття, іміджу спільної мети. Дослідниця розмежовує поняття маніпулятивних стратегій і тактик, що застосовуються ЗМІ, та виокремлює такі їх різновиди: стратегія викривлення інформації, стратегія групової ідентифікації, стратегія імунізації висловлювань, стратегія модифікації ілюктивної сили, стратегія вербального ультиматуму, стратегія позитивного надання інформації, стратегія маніпулятивного позиціонування, стратегія ухиляння від істини [2, с. 51].

Маніпулятивна стратегія викривлення інформації проявляється у свідомій гіперболізації або применшенні фактів, повторі мовних одиниць, використанні оціночної лексики, хибних порівнянь чи аналогій, підміні понять та вириванні висловлювань із контексту. Зазначена стратегія може реалізуватися у наступних тактиках: *тактика тотальної гіперболізації* для створення враження всеосяжності; *тактика ритмічного повтору мовних одиниць* з метою швидкого запам’ятовування та впливу на реципієнта; *тактика аналіз-«мінус»* за допомогою якої повідомлення комунікатора має негативний характер, в той час як «мінусові» емоції щодо описуваних подій виражаються імпліцитно. *Together, we have covered such diverse subjects as the mysterious disappearance of the Island Ferdinanda; the shipwrecks rewriting world history; the secret of the Montessori method and the challenge of how to help children raised in Mafia families. Throughout these projects, we have come to feel more like siblings than colleagues* (BBC, 12 February, 2025) [3]. У наведеному прикладі маніпулятивна стратегія викривлення інформації проявляється через перебільшення значущості охоплених тем і створення емоційного ефекту близькості. Тактика тотальної гіперболізації простежується в переліку тем для обговорення, який поданий у надзвичайно масштабному та значущому вигляді. Це посилює емоційне враження від повідомлення та підкреслює важливість досвіду, який описується. Ритмічний повтор мовних одиниць *we have covered..., we have come* посилює вплив на аудиторію. Тактика аналіз-«мінус» менш виражена, проте порівняння з колегами *we have come to feel more like siblings than colleagues* імпліцитно підкреслює недосконалість стандартних робочих відносин і створює емоційний контраст.

Маніпулятивна стратегія групової ідентифікації реалізується через використання низки мовних засобів, спрямованих на формування відчуття належності до спільноти та одночасно відмежовує від «інших», формуючи соціальну ідентичність. *Тактика інклюзивності* спрямована на демонстрацію спільності з об’єктом впливу. *Тактика дистанціювання* полягає у свідомому применшенні значущості постаті мовця або реципієнта, що дозволяє керувати сприйняттям і формувати бажаний рівень відстороненості чи авторитету. *The Labour mayor said:*

«We're backing young people with the skills and opportunities they need to get started in an exciting career and set themselves up for life... By connecting people to good jobs, we're not just changing individual lives – we're strengthening our communities and securing our region's future prosperity» (BBC, 20 November, 2025) [3]. У наведеному повідомленні використано низку мовних прийомів, спрямованих на формування групової згуртованості та мотивації до участі. Зокрема, маркером спільності виступають займенники *we* та *our*, що створює відчуття єдності між владою, місцевими жителями та молоддю. Апеляція до спільних інтересів реалізована через згадки про допомогу молоді, підтримку місцевих фірм та зміцнення громад. Така групова ідентифікація робить читача частиною позитивної спільноти, а рішення чи ініціативи мера – природним і правильним вибором для «своїї групи».

Маніпулятивна стратегія імунізації висловлювань вбудовує у висловлювання такі мовні елементи, які знижують ризик негативної реакції, сумніву або звинувачення у суб'єктивності. Ця стратегія втілюється за допомогою трьох ключових тактик: *тактика «залучення свідка»* – покликання на авторитети, афоризми та загально визнані істини; *тактика ідентифікації з аудиторією* – використання колективних займенників, створення ефекту спільності, дружній тон звертання, апеляції до спільних цінностей і досвіду; *тактика «адресатного комплімента»* – пряме схвалення аудиторії та підкреслення її компетентності. *Ladies and gentlemen, friends, Ukraine is grateful to the United States for its overwhelming support, for everything that your government and your people have done for us, for weapons and ammunition for training, for finances, for leadership in the free world, which helps us to pressure the aggressor economically* (CNN, November 24, 2025) [4]. У наведеному висловлюванні простежується поєднання декількох маніпулятивних тактик: ідентифікація з аудиторією через звертання *Ladies and gentlemen, friends* і підкреслення спільної мети створює відчуття єдності та солідарності; адресатний комплімент поєднаний із вдячністю – *Ukraine is grateful ... for everything that your government and your people have done for us* – підсилює позитивне ставлення слухачів, зміцнює їхню самооцінку, водночас зменшуючи ризик критики. В цілому, мовні засоби формують ефект переконливості, дружності та моральної підтримки аудиторії.

Маніпулятивна стратегія модифікації ілокутивної сили висловлювань – це комплекс комунікативних тактик, що реалізуються через категоричну та некатегоричну номінацію. Вони спрямовані на підсилення або пом'якшення комунікативного впливу висловлювання, формуючи у адресата необхідну реакцію без зміни змісту повідомлення. *Тактика емоційної надбудови* включає залучення емоційних висловлювань, фразеологізмів та риторичних питань, які переводять нейтральне висловлювання в імперативне або закликоче. *Тактика спільної платформи* ґрунтується на апеляціях до суспільних норм і цінностей. *Yasmin – not her real name – came from Iran to study for a master's degree at a new university in the UK, but she was «shocked» to find many of her fellow students had limited English, and only one or two were British. «How is it possible to continue this coursework without understanding a British accent or English properly?» she tells BBC File on 4* (BBC, 3 December, 2024) [3]. У цьому висловлюванні присутня маніпулятивна стратегія через зміну ілокутивної сили. Риторичне запитання формально є питанням, але фактично виконує роль критики або обвинувачення системи освіти. Використання слова *shocked* перетворює фактичне твердження про рівень англійської у однокурсників на емоційне повідомлення, яке спонукає читача поділяти переживання студентки і сприймати ситуацію як серйозну проблему. У підсумку висловлювання сприймається як емоційно значуще та проблемне, а не просто інформативне.

Маніпулятивна стратегія вербального ультиматуму ґрунтується на погрозі, залякуванні, підміні понять або нав'язуванні єдиного «правильного» вибору, створюючи тиск на адресата. Маніпулятивна стратегія вербального ультиматуму може реалізовуватися через дві характерні тактики: *тактика «навішування ярликів»* передбачає ритмічне та повторюване використання емоційно-експресивної лексики з метою дискредитації особи, товару чи медійного продукту,

формуєчи наперед негативне ставлення й звужуючи можливість альтернативної оцінки; *тактика психологічного тиску* полягає у нагромадженні мовних засобів для створення відчуття неминучості, посилює емоційний вплив і змушує реципієнта сприймати висловлювання як безальтернативне. *Defense Secretary Pete Hegseth asserted his vision for how the US military will physically look and act, and offered a stark conclusion: If you don't agree, resign. «The sooner we have the right people, the sooner we can advance the right policies ... but if the words I'm speaking today are making your heart sink, then you should do the honorable thing and resign» he said* (CNN, October 1, 2025) [4]. Маніпулятивна стратегія вербального ультиматуму у висловлюванні Гегсета реалізується через кілька мовних елементів. По-перше, конструкція *if you don't agree, resign* створює жорстку дихотомію, позбавляючи адресата альтернатив і надаючи висловлюванню ультимативного характеру. По-друге, повторюваний прикметник *right* у словосполученнях *the right people* і *the right policies* маркує «правильних» і «неправильних», формуєчи приховану оцінку опозицію та реалізуючи тактику «навішування ярликів». По-третє, емоційно забарвлена фраза *if the words I'm speaking today are making your heart sink* створює психологічний тиск, апелюючи до почуття провини або сорому, що змушує адресата сприймати ультиматум як безальтернативний і морально обов'язковий до виконання.

Маніпулятивна стратегія позитивного надання інформації полягає у використанні лінгвістичних тактик, що базуються на принципах довіри, спільних цінностей і пріоритетів. *Тактика переакцентуації оцінки* передбачає свідоме зміщення уваги з потенційно негативних або нейтральних аспектів на позитивні. *Тактика позитивно-оцінної дії* проявляється у підкресленні переваг, достоїнств та високих якостей рекламованого об'єкта, політичної партії або бренду. *These five people are making the world a better place with their kindness, compassion, and courage – and now, they have been named the Top 5 CNN Heroes of 2025. They were all nominated by you – our audience – and selected by CNN to each receive a \$10,000 prize* (CNN, October 29, 2025) [4]. У цьому висловлюванні реалізується маніпулятивна стратегія позитивного надання інформації, яка проявляється через використання оцінної лексики з яскраво позитивним емоційним забарвленням *making the world a better place, kindness, compassion, courage*, що створює ідеалізований образ героїв та емоційно налаштовує читача на схвальне сприйняття. Крім того, підкреслення участі аудиторії через фразу *nominated by you – our audience* посилює ефект причетності й формує позитивне ставлення до події та її учасників.

Стратегія маніпулятивного позиціонування – це група комунікативних тактик, спрямованих на створення позитивного іміджу особи, партії, бренду чи ідеї. Вона полягає у контрольованому представленні інформації, яке формує сприйняття реципієнта у бажаному, «потрібному» напрямку. *Тактика рекомендації* передбачає вербалізоване надання поради. *Тактика покликання на авторитет* полягає у зверненні до позиції відомого фахівця або експерта в певній галузі, що надає аргументу додаткову вагу. *Тактика ймовірного узагальнення* використовує можливість виведення загальних висновків із обмеженої кількості фактів або необ'єктивного підбору аргументів, що може призвести до спотвореного розуміння медіаінформації. *The American Heart Association says Americans should stop eating as many of the most harmful UPFs as possible – especially those high in unhealthy fats, added sugars and salt – while allowing «a small number of select, affordable UPFs of better diet quality» to be eaten as part of a healthy diet* (CNN, August 8, 2025) [4]. У цьому висловлюванні реалізуються тактики покликання на авторитет та рекомендації. Апеляція до авторитету у цьому висловлюванні реалізується через фразу *the American Heart Association says...*, яка посилюється на визнану наукову організацію, надаючи рекомендаціям ваги та достовірності. Такий прийом дозволяє переконувати адресата без додаткових аргументів, апелюючи до наукового авторитету та підвищуючи довіру до змісту повідомлення. Тактика рекомендації втілюється у формулюваннях *should stop eating as many of the most harmful UPFs as possible* та *allowing a small number of select, affordable UPFs of better diet quality to be eaten as part of a healthy diet*. Використання

модального дієслова *should* прямо вказує на бажану дію, спрямовуючи поведінку адресата і підкреслюючи її необхідність.

Маніпулятивна стратегія ухилення від істини – це комплекс вербалізованих тактик, що полягають у дозуванні та спеціальному коментуванні фактів із метою створення бажаного враження, при цьому не вдаючись до прямої неправди. *Тактика підміни цілей* полягає у акцентуванні уваги адресата на можливих вигодах, відволікаючи його від ключових аспектів повідомлення. *Тактика «нової» (штучно змодельованої) інформації* передбачає підкріплення вже наданих знань мовними засобами, створюючи ефект новизни та дозволяючи нав'язливо коментувати факти, іноді некоректно. *Тактика маніпулятивного структурування тексту* використовує розміщення важливої інформації на початку і в кінці тексту, а також мовні одиниці з імплікативним ресурсом, що підсилюють сприйняття повідомлення і спрямовують увагу аудиторії у бажаному напрямку. *SpaceX has pulled off a successful test flight of its newest generation rocket Starship, reversing a trend of disappointing failures. The world's largest and most powerful rocket blasted off from Texas just after 18:30 local time (00:30 BST) for a nail-biting 60-minute flight* (BBC, 27 August, 2025) [3]. У цьому висловлюванні реалізується тактика маніпулятивного структурування тексту, що використовує розміщення позитивної інформації на початку для потрібного емоційного тону та сприятливого враження про подію. Можливий негативний аспект *a trend of disappointing failures* згадується в м'якій формі і відразу компенсується аргументом *the world's largest and most powerful rocket blasted off*, яке посилює потрібне сприйняття – успіх, масштабність, драму. Зазначена тактика дозволяє формувати позитивний образ події, навіть якщо реальна картина складніша або суперечливіша.

Відтворення маніпулятивних стратегій засобами перекладу є важливим аспектом, особливо коли йдеться про медіатексти, оскільки саме вони активно формують громадську думку, впливають на емоції та поведінку аудиторії, і від точності передачі мовних та стилістичних засобів залежить ефективність цього впливу. Питання про доцільність відтворення у перекладі мовних засобів маніпуляції є досить контроверсійним. Дати універсальну відповідь складно, особливо з урахуванням сучасних теорій перекладу. Проте очевидно, що головна мета медіатекстів – не лише інформувати, а й формувати у адресата певне сприйняття подій або явищ, використовуючи як аргументи, так і маніпулятивні мовні прийоми. Тому засоби мовної маніпуляції відіграють ключову роль і повинні бути максимально точно відтворені у перекладі [3, с. 176]. Перекладач, працюючи з англійськими медіатекстами, стикається з необхідністю точно передати маніпулятивні елементи, не лише зберігаючи зміст, але й враховуючи культурні та соціальні контексти [4, с. 346].

Усвідомлення механізмів маніпуляційних стратегій є важливим для точного відтворення в перекладі імпліцитних смислів оригіналу. Деякі мовні засоби маніпуляції не становлять проблеми для українського перекладача, тому що вони легко передаються з однієї мови в іншу без втрати сенсу чи ефекту. *The prince took part in a panel discussion at Kyiv's National Museum of the History of Ukraine in the Second World War – where he advised those leaving military service that there is light at the end of the tunnel* (BBC, 13 September, 2025) [3]. У наведеному висловлюванні реалізуються кілька маніпулятивних стратегій. По-перше, використовується апеляція до авторитету, оскільки присутність принца підкреслює авторитетність його поради і робить її більш переконливою для аудиторії. По-друге, застосовується тактика емоційної надбудови: ідіома *light at the end of the tunnel* створює емоційний ефект надії та оптимізму, підсилюючи мотивуючий характер повідомлення. По-третє, спостерігається ідентифікація з аудиторією, адже порада адресована саме тим, хто залишає військову службу, що формує відчуття персональної значущості. *Принц взяв участь у панельній дискусії в Національному музеї історії України у Другій світовій війні в Києві, де він сказав тим, хто залишає військову службу, що в кінці тунелю є світло*. Переклад точно передає основні маніпулятивні стратегії оригіналу. Апеляція до авторитету зберігається через згадку принца як учасника дискусії, а звернення до

конкретної групи (*тим, хто залишає військову службу*) відтворює ефект персональної значущості. Тактика емоційної надбудови передана еквівалентом (*в кінці тунелю є світло*), зберігаючи оптимістичне забарвлення. У цілому переклад адекватно відтворює імпліцитні смисли та маніпулятивний вплив оригінального висловлювання.

Деякі мовні засоби маніпуляції можуть викликати труднощі під час перекладу. Маніпулятивність, реалізована на різних мовних рівнях, розбіжності лексико-семантичних і граматичних систем обох мов, а також вимоги контексту зумовлюють необхідність використання перекладацьких трансформацій при перекладі медійних текстів. *Wall Street has been riding a historic roller coaster the past few months due to President Donald Trump's on-again, off-again tariff threats. Now, investors are learning to take his words with a grain of salt – and a bit of salsa, too* (CNN, May 28, 2025) [4]. У наведеному висловлюванні реалізується комплекс маніпулятивних стратегій, спрямованих на формування у читача певного оцінного сприйняття подій. Метафора *riding a historic roller coaster* виконує функцію емоційної надбудови, оскільки створює драматизований образ різких економічних коливань і тим самим підсилює відчуття нестабільності. Іронічний вислів *take his words with a grain of salt – and a bit of salsa* водночас передає скепсис і м'яке висміювання. Узагальнення *investors are learning* створює ефект колективної думки, задаючи читачеві модель «правильного» тлумачення подій. *Останні кілька місяців Волл-стріт переживає історичні американські гірки через періодичні погрози президента Дональда Трампа щодо запровадження тарифів. Тепер інвестори вчаться сприймати його слова з певною часткою скептицизму та критики.* У перекладі збережено ключові маніпулятивні прийоми: метафора *historic roller coaster* відтворена шляхом калькування образу «американських гірок», що зберігає емоційно-оцінний ефект. Іронічний вислів *take his words with a grain of salt – and a bit of salsa* у перекладі відтворений шляхом модуляції значення, оскільки буквальне відтворення («і трішки сальси») не мало б аналогічного прагматичного ефекту в українському контексті. Перекладач трансформував зміст, замінивши культурно специфічну гру слів на узагальнену оцінну конотацію.

Оскільки маніпулятивний ефект значною мірою тримається на асоціативному сприйнятті, у перекладі таких висловлювань дієюю є також компенсація. Цей прийом дає змогу знайти максимально доречний відповідник, який не лише передає зміст оригіналу, а й здатен пробудити в читача той самий емоційний відгук, на який розраховував автор. *At this point, Trump Nation seems willing to stand by their man through thick and thin. But can Mr Trump repair an image that has been severely tarnished among the larger US population?* (CNN, October 18, 2025) [4]. У висловлюванні простежується кілька маніпуляцій. Групова ідентифікація (*Trump Nation*) створює образ згуртованої спільноти прихильників, протиставленої «ширшому населенню». Емоційна надбудова реалізована через вислів *severely tarnished*, що драматизує ситуацію. Апеляція до суспільної думки подається як загальноприйнятий факт, а риторичне запитання стимулює сумнів у можливості відновлення іміджу. *На даний момент, схоже, «Нація Трампа» готова підтримувати свого керівника в горі та радості. Але чи зможе пан Трамп відновити імідж, який був серйозно заплямований серед більшої частини населення США?* Переклад висловлювання добре передає основні маніпулятивні стратегії оригіналу. Значення ідіоми *through thick and thin* компенсоване українським висловом *в горі та радості*. Негативно оцінений вислів *severely tarnished* перекладено як *серйозно заплямований*, що посилює драматичний ефект. Риторичне запитання *But can Mr Trump repair...?* перекладено буквально, що підтримує сумнів і стимулює критичне сприйняття.

Висновки. Сучасні медіа виконують не лише функцію інформування, а й активно впливають на переконання, емоції та поведінку аудиторії. Маніпулятивні лінгвістичні стратегії та тактики у медіадискурсі дозволяють формувати бажані уявлення, створювати певні наративи та стимулювати потрібні реакції читачів або глядачів. Їхнє застосування є важливим інструментом досягнення комунікативних цілей у політиці, рекламі, PR та бізнес-комунікації. Системне

дослідження цих стратегій дає змогу глибше усвідомити, яким чином медіа формують громадську думку та керують сприйняттям аудиторії. При перекладі важливо точно відтворювати маніпулятивні елементи та при необхідності використовувати перекладацькі трансформації, щоб адаптувати культурно специфічні вислови і зберегти їхній впливовий ефект. Правильний вибір лексичних та стилістичних засобів дозволяє зберегти маніпулятивний потенціал оригіналу та стимулювати у читача потрібну реакцію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Нагорна О. О. Мова як інструмент маніпуляції: стилістичний аналіз використання лексики у політичному й діловому дискурсі. *Закарпатські філологічні студії*. Ужгород: Видавничий дім «Гельветика». 2023. Т. 2, вип. 32. С. 64–68. DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2023.32.2.11>
2. Шевченко Л. І., Сизонов Д. Ю. Теорія медіалінгвістики: підручник. 2-ге вид.. Київ: Вид-во Ліра-К. 2025. 271 с.
3. BBC news. Електронний новинний портал. URL: <https://www.bbc.com/> (дата звернення: 24.11.2025)
4. CNN news. Електронний новинний портал. URL: <https://edition.cnn.com/> (дата звернення: 24.11.2025)
5. Кам'янець А. Мовні засоби маніпуляції в медійному дискурсі та відтворення їх у перекладі. *Іноземна філологія*. Львів. 2011. Вип. 123. С. 170–177. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/fpl.2011.123.408>
6. Бровкіна О., Кондратенко К. Переклад медіатекстів: поліпарадигмальний підхід до мовленнєвої маніпуляції. *Studia Methodologica*. Тернопіль. Кельце: Гельветика. 2025. Вип. 59. С. 343–349. DOI <https://doi.org/10.32782/2307-1222.2025-59-30>

Дата надходження статті: 01.12.2025

Дата прийняття статті: 24.12.2025

Опубліковано: 30.12.2025