

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНИХ МОВ
Кафедра англійської філології та методики викладання іноземної мови

Рекомендовано до захисту
Протокол засідання кафедри № _____
від «_____» _____ 2024 р.
Завідувач кафедри _____
(прізвище та ініціали)

(підпис)

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА
**ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ МЕХАНІЗМИ ВПЛИВУ ТА МАНІПУЛЯЦІЇ
У АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ:
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ**

Виконавець:

студентка: II курсу магістратури, групи АМПЗ-62
Швецова Ганна Андріївна

Керівник роботи:

Кукушкін Владислав Валерійович

Підсумкова оцінка:

за національною шкалою:

кількість балів: _____

Підпис керівника _____

Кваліфікаційну магістерську роботу захищено на засіданні Екзаменаційної комісії
Протокол № _____ від «_____» _____ 2024 р.

Голова Екзаменаційної комісії _____

Харків – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛІНГВІСТИЧНИХ МЕХАНІЗМІВ ВПЛИВУ ТА МАНІПУЛЯЦІЙ У АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ	7
1.1. Поняття дискурсу та його класифікації	7
1.2. Поняття політичного дискурсу, його характеристики та функції	12
1.3. Визначення поняття маніпуляції у лінгвістиці, типи мовленнєвих маніпуляцій	20
Висновки за розділом 1	26
РОЗДІЛ 2. МАНІПУЛЯТИВНІ СТРАТЕГІЇ АНГЛОМОВНОГО ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ ТА ЗАСОБИ ЇХ РЕАЛІЗАЦІЇ І ПЕРЕКЛАД	27
2.1. Особливості маніпулятивних стратегій у політичному дискурсі	27
2.2. Вербальні способи впливу та маніпуляції у політичному дискурсі ...	32
2.3. Лексичні методи маніпулятивного впливу на реципієнта у політичному дискурсі	35
2.4. Психолінгвістичні маніпуляції у Інтернет-просторі, способи перекладу психолінгвістичних стратегій впливу	38
Висновки за розділом 2	46
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	52
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ	60

У сучасному політичному середовищі, де слово стає не лише інструментом комунікації, а й знаряддям впливу та влади, аналіз політичного дискурсу виявляється ключовим для розуміння процесів формування громадської думки та маніпулювання нею. Політичні лідери, використовуючи в публічних виступах різноманітні мовні засоби та стратегії, намагаються впливати на аудиторію, маніпулювати її переконаннями та сприйняттям подій. Цей процес не обмежується лише мовленнєвим актом, він також включає психологічні та соціокультурні аспекти, які визначають ефективність комунікації. Саме психолінгвістичні механізми, які вивчають взаємозв'язок між мовою, мисленням і поведінкою займають особливе місце серед механізмів впливу у політичному дискурсі. Вони є підґрунтям до розуміння стратегії використання певних мовних засобів, стилістичних прийомів, інтонації, риторичних засобів та їх подальшого впливу на формування сприйняття і враження соціуму від політичних повідомлень.

Результати численних досліджень провідних науковців (Б. Бацевич, Є. Бондаренко, А. Мартинюк, О. Морозова, О. Пономарів, К. Серажим, П. Серіо, О. Фоменко, Р. Водак, Т. ван Дейк, Д. Лакофф, Дж. Чартеріс-Блек, П. Чілтон та інші) свідчать, що вивчення психолінгвістичних механізмів впливу та маніпуляції у англomовному політичному дискурсі має особливу актуальність, оскільки мова політичної комунікації постійно еволюціонує, а стратегії маніпуляції набувають нових форм і виразності у світлі змін у архітектурі світового політичного устрою, подальшого розвитку технологій та викликів сучасності. Не менш важливе значення при цьому має питання перекладу політичного дискурсу, яке впливає на його сприйняття та розуміння між мовно-культурними спільнотами.

Актуальність дослідження психолінгвістичних механізмів впливу та маніпуляції у англomовному політичному дискурсі, а також особливостей їх перекладу вбачаємо в зростаючій інтеграції міжнародної політики, що потребує

детального аналізу, а також адекватного перекладу мовних механізмів впливу та маніпуляцій, що дозволяє по-перше уникнути викривлення змісту та намірів політичних висловлювань, а по-друге сприяє розвитку методології перекладу політичного дискурсу та на якісному рівні підвищує міждержавну комунікацію.

Дана кваліфікаційна магістерська робота віддзеркалює актуальність вивчення взаємодії мови, культури та політики через призму використання психолінгвістичних механізмів, що використовуються для досягнення політичних цілей та впливу на громадське мислення. Робота також охоплює особливості перекладу політичного дискурсу, оскільки саме на переклад спрямоване критичне навантаження у питанні збереження або трансформації маніпулятивних механізмів, впроваджених у політичному дискурсі, що робить його важливим об'єктом вивчення для мовознавців, перекладачів та політологів.

Об'єкт дослідження. Англomовний політичний дискурс.

Предмет дослідження. Психолінгвістичні механізми впливу та маніпуляції в англomовному політичному дискурсі й особливості їх перекладу.

Мета дослідження. Полягає у виявленні та аналізі психолінгвістичних механізмів впливу та маніпуляції в англomовному політичному дискурсі, а також розробці методичних рекомендацій для їх адекватного перекладу. Досягнення сформульованої мети передбачає розв'язання низки конкретних завдань.

Завдання дослідження:

1. Провести огляд наукової літератури, присвяченої питанням визначення поняття дискурсу та політичного дискурсу; поняття маніпуляцій у лінгвістиці та їх типів;
2. Дослідити та охарактеризувати особливості маніпулятивних стратегій, що використовуються в англomовному політичному дискурсі;
3. Проаналізувати особливості перекладу англomовного політичного дискурсу;

4. Розробити методичні рекомендації для перекладачів щодо передачі психолінгвістичних механізмів впливу та маніпуляцій у англомовному політичному дискурсі.

Матеріал дослідження. Політичні промови та облікові записи в соціальних мережах політичних діячів Joe Biden, Hillary Clinton, Kamala Harris, Donald Trump, Barack Obama, Marco Antonio Rubio, Bernard Sanders, David William Donald Cameron, Boris Johnson. Загальна кількість 34 джерела.

Для розв'язання поставлених завдань було використано наступні **методи дослідження**: контент-аналіз текстових матеріалів для виявлення частотності використання мовних конструкцій та прийомів маніпуляції; когнітивний аналіз впливу мовних стратегій на сприйняття та поведінку аудиторії; порівняльний аналіз оригінальних текстів та їх перекладів для виявлення особливостей передачі маніпулятивних складових.

Наукова новизна дослідження вносить вклад у теорію та практику психолінгвістики й політичної комунікації; узагальнює нові рішення та стратегії для перекладачів, які працюють з політичними текстами, зокрема у сфері забезпечення збереження або коректного відтворення маніпулятивного впливу в перекладі.

Практичне значення отриманих результатів. Результати даного дослідження можуть бути використані при розробці навчальних курсів із критичного мислення, медіаграмотності та перекладознавства у закладах вищої освіти. Рекомендації щодо виявлення та перекладу мовних маніпуляцій можуть бути впроваджені у програми підготовки перекладачів, політичних аналітиків, а також фахівців, що працюють у сфері міжнародних комунікацій.

Апробація результатів дослідження. Основні методологічні, теоретичні та концептуальні положення дослідження висвітлено в статті, яка опублікована в збірнику.

Структура кваліфікаційної магістерської роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (76 джерел, у тому числі 21 – іноземною мовою), списку джерел ілюстративного матеріалу (34 джерела).

У вступі обґрунтовано вибір теми дослідження та її актуальність, сформульовано мету і завдання роботи, визначено об'єкт, предмет і методи дослідження, висвітлено наукову новизну, практичне значення одержаних результатів.

У першому розділі висвітлюються теоретико-методологічні засади дослідження психолінгвістичних механізмів впливу та маніпуляцій у англomовному політичному дискурсі.

У другому розділі аналізуються маніпулятивні стратегії політичного дискурсу та засоби їх реалізації (зокрема за допомогою інтернет-ресурсів) і переклад.

У висновках підбиваються підсумки дослідження.

Загальний обсяг кваліфікаційної магістерської роботи становить 63 сторінки. Основний зміст викладено на 51 сторінці.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ
ПСИХОЛІНГВІСТИЧНИХ МЕХАНІЗМІВ ВПЛИВУ ТА МАНІПУЛЯЦІЙ
У АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

1.1. Поняття дискурсу та його класифікації

Дослідження мови передбачає зосередження на таких абстрактних поняттях як «спілкування», «мовлення», «соціальні норми», «культура», які є невід'ємними частини складного явища, відомого як «дискурс». Дискурс виступає однією з найважливіших категорій комунікації. Його також можна вважати ключовим у лінгвістиці, оскільки він виходить за рамки теоретичних аспектів і являє собою складне комунікативне явище, до складу якого входять як екстралінгвістичні фактори, так і елементи когнітивної діяльності.

Власне, саме поняття «дискурс» лежить у полі досліджень не лише лінгвістів, а й філософів, психологів, психолінгвістів, літературознавців, етнографів, соціолінгвістів і не тільки. Така широка вживаність зумовлена процесом розвитку й трансформації даного поняття від його вихідного значення до сучасного мультидисциплінарного концепту. У свою чергу вплив різних наукових дисциплін та підходів утворює полісемічність трактування його значення та сутності.

Слово «дискурс» має латинське коріння та походить від «discurrete», що в дослівному перекладі означає «бігати туди-сюди», «спілкуватися», «обговорювати». На ранніх етапах поняття «дискурс» використовувалося для опису будь-якої форми вербальної комунікації, на позначення процесу розуміння, роз'яснення, обмірковування чого-небудь суб'єктом [71].

У «Словнику української мови» поняття «дискурс» визначається як: «зв'язний текст, надфразна єдність» (51, с. 784).

Згідно зі словником видавництва «Collins», поняття «дискурс» визначається як: 1) розмова, вербальна комунікація; 2) формальне трактування предмета в усній чи письмовій формі; 3) одиниця тексту, яка використовується лінгвістами для аналізу лінгвістичних явищ; 4) усна або письмова комунікація між людьми; 5) природно усна або письмова мова в контексті, особливо під час розгляду текстів в повному обсязі [61, с. 150].

Першою фіксованою згадкою про семантичну різноманітність трактування даного поняття є «Німецький словник» братів Грімм 1860 р., в якому «дискурс» подається як: 1) діалог, бесіда; 2) мова, лекція [76].

Широкого використання в лінгвістиці поняття «дискурс» набуло завдяки працям З. Харріса, який визначає дискурс як «послідовність сказаних або написаних одною чи кількома людьми речень у конкретній ситуації» [65, с.2].

Французький лінгвіст Е. Бенвеніст визначає поняття «дискурс» як будь-яке висловлювання, що передбачає наявність комунікантів: відправника і отримувача повідомлення, а також намір відправника здійснити певний вплив на свого співрозмовника [58, с.296]. За такого підходу до визначення поняття «дискурс» науковець проводить чітку межу між процесом використання мови та результатом цього процесу.

Науковий тандем лінгвістів А. Греймас та Ж. Курте у праці «Семіотика. Пояснювальний словник теорії мови» виокремили більше десяти визначень поняття «дискурс», протиставляючи при цьому текст і дискурс, представляючи текст як висловлювання, що актуалізується у дискурсі, а дискурс як процес актуалізації тексту [10, 24].

Швейцарський лінгвіст П. Серіо визначає поняття «дискурс» як ідеологічно обмежене висловлювання, вживаючи його для позначення обмежень, які накладаються на необмежену кількість висловлювань, що відносяться до певної ідеології або соціальної позиції. [50, с. 83-101].

За визначенням Т.А. ван Дейка «дискурс» є складною комунікативною подією, що відбувається між мовцем і слухачем у визначеному часовому і просторовому континуумі. Ця подія обов'язково включає як вербальні, так і невербальні складники, тобто ті ментальні процеси, які неминуче супроводжують процес комунікації [74, р. 121]. Науковець також зазначає, що поняття «дискурс» може вживатися у наступних значеннях:

- дискурс у широкому розумінні може бути письмовим, мовленнєвим, а також мати вербальну та невербальну складову
- дискурс у вузькому значенні визначається як письмовий чи мовленнєвий вербальний продукт комунікативної дії;
- дискурс як конкретна розмова завжди пов'язаний з конкретними умовами та контекстом;
- дискурс як тип розмови пов'язаний з типами вербальної продукції, а не з конкретними комунікативними діями; – дискурс як жанр, а саме, науковий дискурс, політичний дискурс тощо;
- дискурс як узагальнене уявлення про певний історичний період, культуру, спільноту [74].

У своїй науковій праці «Основи комунікативної лінгвістики» Ф. Бацевич визначає поняття «дискурс», як тип комунікативної діяльності, що має інтерактивний характер і включає мовленнєвий потік різних форм (усної, писемної, паралінгвальної), який реалізується через конкретні канали спілкування. Цей процес регулюється стратегіями й тактиками учасників і являє собою синтез когнітивних, мовних і позамовних факторів (соціальних, психічних, психологічних тощо), визначених колом «форм життя» відповідно до тематики спілкування, результатом чого є формування різних мовленнєвих жанрів [2, с.138].

Аналізуючи дослідження науковців Харківської лінгвістичної школи, звертаємо увагу на праці Є. Бондаренко, яка визначає дискурс як процес та продукт когнітивно-комунікативної діяльності людини під час якої відбувається

мовленнєва об'єктивація результатів освоєння світу певним типом свідомості, картини світу [6, с. 17; с.19]

І. Шевченко та О. Морозова підходять до поняття «дискурс» комплексно: з одного боку, дискурс є діяльність, процес, з іншого – текст, продукт. Також відмічається, що дискурсивний контекст є єдністю соціальних, психологічних, прагматичних характеристик і постає як абстракція щодо реальних ситуацій [4, с. 17; с.19].

Із позиції інституціонального підходу Л. Солощук розглядає дискурс як діалогічне спілкуванням, що відбувається в професійно-діловій сфері, де один або обидва учасники мають формально закріплений професійно-діловий статус, що переводить спілкування в ранг офіційного, метою якого є розв'язання ділових проблем, зумовлених тематикою певних інституційно-виробничих сфер [52, с. 78].

А. Мартинюк визначає «дискурс» як діяльність мовленнєво-розумового характеру, що залежить від ситуації і має інтерсуб'єкту природу, спрямовану на взаємну орієнтацію учасників у життєвому просторі через надання мовним формам семіотичної значущості [30, с. 11].

У своїх наукових працях К. Серажим трактує «дискурс» як соціолінгвістичний феномен, що, по-перше, визначається різними соціокультурними, політичними, прагматичними, ситуативними, психологічними та іншими факторами. По-друге, дискурс має як «видиму» структуру – лінгвістичний компонент (зв'язний текст або його значущий та синтаксично завершений фрагмент), так і «невидиму» – екстралінгвістичний компонент (знання про світ, думки, установки, наміри автора, необхідні для розуміння тексту). По-третє, дискурс характеризується спільним баченням світу, яке «конструюється» автором у процесі його розгортання та інтерпретується реципієнтом (слухачем, читачем тощо) [49 с. 13].

Проведений огляд наукової літератури, присвяченої питанню визначення поняття «дискурс» показав, що на сьогоднішній день не існує загальноживаного

визначення даного поняття. Однак, не зважаючи на різноманітність підходів до його трактування, можна прослідкувати тенденцію їх взаємодоповнюваності, а не виключення. Спільною основою проаналізованих трактувань є розуміння поняття «дискурс» як тісно пов'язаної єдності комунікативних та когнітивних процесів, об'єднаних логічними та екстралінгвістичними зв'язками, що знаходять своє вираження у зв'язних текстах.

Виходячи з вищезазначеного, у рамках даної роботи, ми розглядатимемо поняття «дискурс» як складний комунікативний феномен, що утворений ситуативним набором усних або письмових зв'язних текстів, що спрямовані на взаємодіють між собою у сукупності з екстралінгвістичними, прагматичними, соціокультурними та ідеологічними факторами.

Наступним кроком перейдемо до розгляду класифікацій дискурсу, що є варіативними відповідно до наукової дисципліни, підходу або контексту, в якому він досліджується, а саме [2, с.138-146]:

– *за сферою застосування* виокремлюють: політичний дискурс (мовлення або тексти, які використовуються в політичній сфері, включаючи промови політиків, політичні дебати, законодавчі акти); медійний дискурс (мовлення або тексти, які використовуються в ЗМІ, включаючи новини, статті, телепередачі); науковий дискурс (мовлення або тексти, які використовуються в наукових статтях, доповідях, дослідженнях); юридичний дискурс (мовлення або тексти, які використовуються в судових процесах, юридичних документах); релігійний дискурс (мовлення або тексти, які використовуються в релігійних проповідях, церемоніях); побутовий дискурс (мовлення або тексти, які використовуються в повсякденному спілкуванні між людьми в побутових ситуаціях);

– *за формою комунікації* виокремлюють: усні дискурси (промови, діалоги, бесіди) та письмові дискурси (листи, статті, книги);

– *за функціями комунікації* виокремлюють: інформативний дискурс (наукові статті, новини); переконуючий дискурс (реклама, політичні промови);

розважальний дискурс (література, кіно, телебачення); регулятивний дискурс (правила, закони, інструкції);

– *за типом взаємодії* виокремлюють: діалогічний дискурс; монологічний дискурс;

– *за рівнем формалізації* виокремлюють: формальний дискурс (судові промови, наукові доповіді); неформальний дискурс (розмови з друзями, неофіційні зустрічі).

– *за інституціональною приналежністю* виокремлюють дискурси, пов'язані з конкретними установами, такими як освітні заклади, державні органи, комерційні організації.

Кожен з цих підходів до класифікації дискурсу відображає певні аспекти його структури, мети та учасників. Вони можуть перетинатися або бути адаптованими під конкретні дослідження, залежно від того, на чому робиться акцент у вивченні дискурсу.

Із урахуванням тематики даної роботи, у наступному пункті ми більш детально зупинимо увагу на розгляді поняття політичного дискурсу, його характеристики та функцій.

1.2. Поняття політичного дискурсу, його характеристики та функції

Зважаючи на той факт, що політика виступає специфічною сферою соціального життя людини, поняття «політичний дискурс» можна розглядати як окремий вид дискурсу, що є невід'ємною частиною політичного життя, формуючи та відображаючи динаміку влади, соціальних відносин та суспільних змін. Сутність та національна ознака певного політичного режиму яскраво характеризується та розкривається притаманним лише йому політичним дискурсом. Тож, розглянемо детальніше трактування поняття «політичний дискурс», здійснивши аналіз наукових праць у галузі лінгвополітології.

Розбудова основи теорії поняття «політичний дискурс» відбувалася в середині ХХ ст. та здійснювалася представниками кембриджської та оксфордської філософських шкіл. Серед основних робіт з даної проблематики варто відзначити праці Т.А. ван Дейка, Ю. Габермаса, Р. Барта, Н. Фerkлоу, П. Серіо [50, 55, 60, 74, 69]. В українському мовознавстві політичний дискурс досліджується в роботах Б. Бацевич, А. Белової, Л. Безсонової, Г. Денискіної, Л. Кіслякової, К. Серажим, О. Фоменко [2, 5, 49, 54]. Деякі питання мовленнєвого впливу в політичному дискурсі було порушено в працях Т. Ковалевської, Н. Кутузи, В. Різуна, [23, 25, 42].

Визначаючи поняття «політичний дискурс» як «дискурс політиків, реалізований у вигляді урядових документів, парламентських дебатів, партійних програм, промов політиків» [74] Т.А. ван Дейк дещо звужує його професійними рамками, акцентуючи на інституційному характері останнього.

На думку Б. Бацевича, політичний дискурс орієнтований на перспективні контексти, що є вигідними з огляду на їхню невизначеність і труднощі у перевірці на даний момент. Політичний дискурс часто представляє власні ідеї як найкращі та формує образ ворога, на якого покладається відповідальність за невдачі та відхилення від запланованих результатів. Такий образ ворога сприяє консолідації суспільства, полегшуючи управління ним. Політичний дискурс також конструє суспільні інтереси, оскільки він формується на основі очікувань і запитів як його авторів, так і аудиторії. У політиці часто дискурсивні навички мають більшу вагу, ніж особисті якості політика [2, с. 142].

К. Серажим у своїх наукових працях зазначає, що «політичний дискурс» – це мовна практика, реалізована в політичному контексті, що включає сукупність позамовних факторів, які впливають на його формування [49, с. 177].

У науковій статті Л. Лукіної «Політичний дискурс: сутність та особливості застосування» політичний дискурс розглядається як система політичних текстів, що поширюються в суспільстві, формуючи та закріплюючи значення, пов'язані

з політично значущими символами та концептами. Ці символи й концепти стають критеріями оцінки правильності або неправильності дій у рамках даного суспільства. З одного боку, цю текстову реальність формують політичні суб'єкти, а з іншого – вона сама впливає на їх формування [28, с. 79].

Упровадження політичного дискурсу в політичній діяльності відіграє важливу роль становлення та підтримання статусу політика, формування його свідомості і поведінки. Рівень інформативності політичного дискурсу визначається як новизною поданої інформації, так і мовними засобами, що підкреслюють новий аспект у сприйнятті загальновідомої інформації. Політичний дискурс має за мету завоювання, збереження і здійснення політичної влади шляхом переконання та пробудження намірів адресата.

Під поняттям політичного дискурсу в наукових працях О. Фоменко розуміється зв'язаний текст, зумовлений ситуацією політичного спілкування у сукупності з прагматичними, соціологічними, психологічними та іншими факторами [54].

На думку А. Романюк та А. Заяць: «у політичному дискурсі репрезентується майже весь комплекс взаємозв'язків між людиною та суспільством, його аналіз передбачає, передусім, дослідження текстів у сукупності з екстралінгвальними чинниками та показує, як у різних мовних колективах моделюються культурні цінності, як пропагується соціальний порядок, які елементи мовної картини світу лишаються поза межами свідомих мовленнєвих стратегій мовців, як формується концептуальна картина світу, властива кожному мовному колективу» [43, с. 202].

Політичний дискурс може реалізовуватися в усній (публічні виступи політиків, інтерв'ю, прес-конференції, парламентські дебати, виступи на радіо, по телебаченню) та писемній (програми партії, маніфести, угоди, політичні плакати, листівки, преса) формах. При цьому, найголовнішим засобом у боротьбі за владу та її утримання виступає мова.

Пропаганда цілеспрямовано використовує такі мовні властивості, як гнучкість семантичної структури слова, складність розмежування конотацій і прямих денотативних значень, а також варіативність денотативних і конотативних значень одних і тих самих мовних одиниць під впливом соціальних факторів. Сюди ж відносяться багатокomпонентність лексичного та прагматичного значення, синонімічні та асоціативні зв'язки слів, модальність висловлювання, оцінне забарвлення семантики тощо. Особливу роль у мовному впливі відіграє лексичний потенціал [76, с. 41].

Політична мова є надзвичайно специфічною, що зумовлено самою її природою. Для політичної мови, завдяки об'єктивно притаманним їй особливостям, характерна заданість на вплив: спрямованість на навіювання певних поглядів, зміну намірів, думок, мотивацій дій. Тому вона «присвоюється» владою і стає засобом поширення потрібних цій владі політичних ідей і цінностей [39, с. 22].

Узагальнюючи зміст вищенаведених визначень поняття «політичний дискурс» можемо зазначити, що він є різновидом публіцистичного стилю мовлення, якому характерна вмотивованість та прагматична спрямованість мовленнєвої діяльності. Ми поділяємо думки провідних лінгвістів, що політичний дискурс є різновидом рефлексивної мовної комунікації, яка відбувається в політиці й характеризується сукупністю текстів про політику, спрямованих на питання завоювання, утримання та використання державної влади.

У межах даної роботи термін «політичний дискурс» ми пропонуємо розглядати як різновид рефлексивної комунікації, яка включає форми вербального і невербального спілкування, що використовуються в політичному контексті, відображаючи ідеї, цінності та переконання, пов'язані з владою, і є інструментом впливу та формування суспільної думки.

Оскільки політичний дискурс спрямований на досягнення конкретних цілей у сфері влади, управління та впливу на суспільство, йому притаманні унікальні

характеристики. Спираючись на наукові розвідки з даного питання [12, 39, 43, 53, 54, 69, 73, 76] виокремимо та згрупуємо ключові характеристик політичного дискурсу (див. табл. 1.1).

Таблиця 1.1. Ключові характеристики політичного дискурсу

№з/п	Назва	Сутність
1	2	3
1.	Маніпулятивність	Політичний дискурс часто націлений на переконання аудиторії, використовуючи риторичу та маніпулятивні техніки для формування певних думок, змінення поглядів або досягнення підтримки.
2.	Ідеологічність	Політичний дискурс формує та поширює певні цінності, погляди та позиції відповідно до політичних цілей або ідеологічних засад.
3.	Авторитетність	У політичному дискурсі значення мають статус та авторитет оратора або інституції.
4.	Соціальна орієнтованість	Політичний дискурс спрямований на певні соціальні групи, враховуючи їхні інтереси, потреби та прагнення.
5.	Нормативність	Політичний дискурс часто містить елементи нормотворчості, визначаючи що вважається правильним або неправильним з точки зору певної політичної позиції чи ідеології.
6.	Конфліктність	Політичний дискурс використовує аргументи для протистояння опонентам та їхнім позиціям, оскільки політика за своєю природою включає боротьбу за владу або вплив
7.	Контекстуальність	Політичний дискурс значною мірою залежить від конкретних політичних і соціальних умов, історичної ситуації, національних традицій і культурних норм.

1	2	3
8.	Інтертекстуальність	Передбачає визнання того, що існує декілька реальних авторів, які можуть бути відповідальними за конкретне висловлювання, такими як політичний діяч, політична група або партія, яку він представляє, а також копірайтери або спічрайтери.
9.	Міфологічність	Відправник повідомлення виступає у ролі іміджевої міфологеми, такої як «канцлер», «президент» або «лідер партії». Він свідомо або інтуїтивно обирає певний алгоритм знань, який призводить до однобічного сприйняття конкретного соціального об'єкта, групи чи явища.

Узагальнюючи зміст таблиці 1.1 зазначимо, що наведені характеристики разом формують винятковість політичного дискурсу як комунікаційного феномену, що впливає на суспільство та його політичну культуру.

Аналізуючи ключові характеристики політичного дискурсу можемо зазначити, що вони безпосередньо пов'язані з його функціями. Основними функціями політичного дискурсу виступають:

– *інформаційна функція*: політичний дискурс надає інформацію про політичні події, рішення, стратегії і позиції. Це допомагає громадськості розуміти дії влади, поточні проблеми та напрямки розвитку суспільства;

– *переконувальна функція*: дискурс використовується для впливу на думки, погляди та поведінку аудиторії. Політики використовують риторику та аргументи, щоб переконати громадськість у своїх ідеях, програмах або необхідності прийняття певних рішень;

– *мобілізаційна функція*: політичний дискурс може мобілізувати населення на активну участь у політичному житті, включаючи голосування, протести або

підтримку певних дій. Він сприяє активізації суспільних рухів або залученню людей до конкретних політичних дій;

– *легітимаційна функція*: політичний дискурс використовується для легітимізації влади та політичних рішень. Він допомагає обґрунтувати та пояснити дії уряду або інших політичних сил, надаючи їм законного та морального обґрунтування;

– *ідеологічна функція*: політичний дискурс формує та поширює ідеології, світогляд та цінності, що допомагає структурувати суспільство, розподіляти політичну владу та визначати норми та правила поведінки;

– *контрольна функція*: політичний дискурс може використовуватись для контролю над суспільством, управління громадською думкою та маніпуляції масами через формування певних наративів.

– *інтеграційна функція*: дискурс сприяє об'єднанню соціальних груп і створенню спільної ідентичності, підтримуючи солідарність та співпрацю в суспільстві на основі загальних цінностей і цілей.

Перелічені функції підкреслюють важливість політичного дискурсу як інструменту взаємодії між владою та суспільством і впливу на суспільні процеси.

Наведений перелік функцій політичного дискурсу можливо доповнити класифікацією П. Чілтон і К. Шеффнера, що включає наступні функції політичного дискурсу:

– *функція примусу*: реалізується за допомогою наказів або законів, цензури чи контролю доступу до інформації;

– *функція опозиції*: реалізується як протиставлення діючій владі через самвидав, петиції, прохання;

– *функція симуляції*: пов'язана з контролем інформації;

– *функція легітимізації*: спрямована на реалізацію механізму покори;

– *функція делегітимізації*: представлена опозицією до ідеології влади [60, с.206-230].

Вивчаючи зазначені характеристики та функції політичного дискурсу, можна відзначити, що влада здійснює вплив з метою пропаганди своїх ідей в основному в контексті політичної комунікації. Ця комунікація, у свою чергу, реалізується через політичний дискурс, який має свої особливості та залежить від історичних обставин і національних характеристик.

Політики усвідомлюють важливість оволодіння мовленнєвими стилями та нормами літературної мови, які здатні забезпечити максимальну ефективність. Кожен політик стикається з необхідністю правильної організації та компонування мовних одиниць, що є основою специфіки побудови їхніх політичних виступів [45, с.86].

Успіх комунікації визначається здатністю ефективно використовувати три ключові чинники: логіку, психологію та мову. Це означає, що оратор повинен логічно обґрунтовувати свою позицію, чітко та змістовно формулювати положення своєї промови, а також справляти необхідний психологічний вплив на слухачів. Крім того, він має використовувати відповідні мовні засоби для досягнення своїх цілей. Усі політики звертаються до загальнолюдських цінностей, використовуючи терміни та лексичні одиниці, що допомагають змінити психологічний стан аудиторії або досягти певного психологічного ефекту. Тому знання загальноновживаної політичної лексики та термінів дає можливість слухачам правильно розуміти та інтерпретувати політичні статті, промови, звернення тощо [53, с.220-221].

У політичних виступах особливо яскраво проявляється важлива роль мови як засобу боротьби за владу і способу її утримання, що визначає актуальність вивчення мовностилістичних особливостей політичного виступу і визначення ефективних способів мовного впливу на широку аудиторію. Відповідно, наступним кроком нашого дослідження буде визначення поняття маніпуляції у лінгвістиці та аналіз типів мовленнєвих маніпуляцій.

1.3. Визначення поняття маніпуляції у лінгвістиці, типи мовленнєвих маніпуляцій

За умов нестабільної політичної ситуації сьогодення, що несе в собі глобальний характер, не вимагає доказів той факт, що вагомість слова та стратегічно виважене його використання виступає знаряддям досягнення поставленої мети, викликає довіру, підтверджує статус, виводить на лідерські позиції.

У сучасному політичному дискурсі досить часто використовуються різноманітні стратегії та тактики маніпулювання, тож пропонуємо розглянути, етимологію поняття «маніпуляція» та визначити основні типи мовленнєвих маніпуляцій.

Саме по собі слово «маніпуляція» походить від латинських *manipulus* – «жменя», що від «*manus*» – «рука», і «*pleo*» – «наповнюю» [18, с. 383], що мало пряме, позитивне значення, а саме: «управляти», «управляти зі знанням справи», «допомагати». Із плином часу його значення перейшло у повну метафору, яка означала прагнення «прибрати до рук», «приручити», «піймати на гачок», тобто спонукати реципієнта діяти так, як вигідно маніпулятору [38, с. 48].

Кембріджський словник англійської мови тлумачить поняття «маніпуляція» як контроль когось або чогось заради власної користі, часто несправедливим або нечесним шляхом [59].

Звертаючись до великого тлумачного словника сучасної української мови, знаходимо, що поняття «маніпуляція» тлумачиться як: 1) виконувана руками складна дія, що зазвичай вимагає вправності, вміння; 2) рухи руки чи обох рук для виконання певного завдання; 3) перен., розм. тим самим, що махінація; шахрайство [8, с. 644].

Поняття «маніпуляція» не лежить у межах лише мовного феномену, а є універсальним, відповідно виступає предметом дослідження різних галузей

знань (психології, соціології, політології тощо) та має багато визначень. При цьому, беззаперечним лишається факт, що маніпулювання базується на лінгвальних структурах і реалізується в мовленнєвій діяльності [7, 11, 70, 72, 75].

У психології маніпулювання розглядається в контексті впливу, «майстерне виконання якого викликає приховане пробудження в іншій людині намірів, які не збігаються з її актуальними бажаннями» [9, с. 34].

Аналізуючи роботи Г. Франке у галузі соціології, знаходимо трактування маніпулювання як: «прихованого психічного впливу маніпулятора, що є часто шкідливим, на об'єкт маніпулювання [63]. Г. Франке також зазначає, що маніпуляція здійснюється таємно, а відповідно, не на користь тим особам, на яких спрямована.

Можна прослідкувати, що маніпуляція не лише підштовхує людину робити те, чого хочуть інші, а й змушує її хотіти робити це [44]. Ключовим нюансом такого впливу є прихованість, яка спонукає об'єкт впливу вважати, що він самостійно приймає рішення. На думку В. Остроухова під час маніпулювання засоби переконання та навіювання застосовуються в такому форматі, що об'єкт маніпуляції вважає запропоноване рішення єдиною правильним [38].

Якщо поняття «маніпуляція» розглядати в контексті впливу на ціль з метою використання її поведінки та дій як засіб для досягнення мети маніпуляторі, то співзвучними є визначення лінгвістів Р. Гудіна та А. Вера. Поняття «маніпуляція» розкривається як: «оманливий та прихований метод, який навмисно використовує мовець (маніпулятор) для безпосереднього впливу на переконання, бажання та / або емоції одержувача способом, як правило, не в його інтересах, або, принаймні, не в його особистих інтересах у сучасному контексті» у працях Р. Гудіна [64, с.59]. У свою чергу, А. Вер визначає маніпуляцію як: «своєрідний прихований вплив мовця на людину, яка не має знань і розуміння засобів, за допомогою яких маніпулятор впливає на їх вибір» [75].

Із політичної точки зору поняття «маніпуляція» подається як: «нав'язування інтересів класу, групи, колективу не примусовими засобами, розпорядженням влади, а шляхом введення в оману» [72]. Сучасні дослідження [16, 19, 40, 44, 46] наводять наступні визначення поняття «маніпуляція» це програмування думок і прагнень мас, їхніх настроїв і навіть психічного стану з метою забезпечити таку їхню поведінку, яка потрібна тим, хто володіє засобами маніпулювання [14]; це мистецтво керувати поведінкою людей за допомогою цілеспрямованого впливу на їхню свідомість та інстинкти [19, с. 87]; це майстерне нав'язування іншій людині намірів, які не збігаються з її власними бажаннями і потребами [1].

Також маніпулювання можна розглядати як цілеспрямоване використання особливостей вживання мови, що сприяє виникненню в свідомості реципієнта ілюзій і оман, що спонукають його діяти в інтересах маніпулятора. За твердженням О. Назаренко «маніпулювання за допомогою слова є глибинною особливістю психіки, яка виникла значно раніше за здатність до аналітичного мислення» [33]. Багато фахівців у галузі лінгвістики сходяться на думці, що «маніпуляція» це використання мовних засобів з метою прихованого впливу на свідомість, емоції та поведінку адресата для досягнення власних інтересів комунікатора. Це один із видів впливу, коли мовець формує певні установки, ставлення або дії адресата, не повідомляючи прямо про свої справжні наміри. Маніпуляція базується на виборі та подачі інформації таким чином, щоб підштовхнути адресата до прийняття бажаного рішення [3]. Вивчення маніпуляції тісно пов'язане з питанням ефективності комунікації, мовленнєвого впливу на адресата, дослідженням комунікативних стратегій, що застосовуються для результативного впливу на реципієнта.

Розглядаючи поняття «маніпуляція» з позиції мови, В. Зірка зазначає, що це різновид маніпулятивного впливу, який спрямований на поведінку людини і її когнітивний складник та актуалізується мовними засобами, що проявляються імпліцитно (приховано) [20, с. 5].

Ґрунтуючись на наведених визначеннях та враховуючи тематику нашого дослідження, поняття «маніпуляція» у лінгвістиці ми розглядатимемо, як свідому й цілеспрямовану зміну мовної поведінки або використання мовних засобів з метою впливу на думки, почуття, ставлення або поведінку інших людей.

Мовленнєва маніпуляція досягається через певні мовні стратегії та техніки, спрямовані на приховане керування свідомістю реципієнта, часто без його явної згоди або розуміння.

До основних рис такої маніпуляції відносяться:

– *прихований вплив* (маніпуляція маскується під нейтральне або навіть доброзичливе спілкування, проте має на меті керувати думками чи діями іншої людини);

– *мовні прийоми* (використання специфічних слів, риторичних фігур, емоційно забарвлених висловлювань або двозначних формулювань для досягнення бажаного ефекту);

– *контроль над інформацією* (маніпулятор може вибірково подавати інформацію, викривляти факти або використовувати умовчання для створення певного сприйняття у слухача). Наслідками таких маніпуляцій є зміни позиції, переконань або поведінки реципієнта в інтересах маніпулятора.

Мовленнєву маніпуляцію можна умовно поділити на два фактори: *лінгвістичний фактор* та *екстралінгвістичний фактор*. Лінгвістичний фактор – це змінне відображення дійсності, яке проявляється у словниковому складі; базується на вербальній маніпуляції свідомістю. Туди відносимо квазисинонімію, навмисну двозначність і неоднозначність площини змісту. Екстралінгвістичний фактор – це соціальний контекст з його семіотичними, психологічними, етнокультурними, соціальними, когнітивними та іншими особливостями взаємодії.

Якщо розглядати маніпулювання з позиції прихованого управління, можливо виокремити його певну універсальну структуру, що містить мішень впливу та певні визначальні ознаки. Спираючись на праці О. Дяченко [17]

предентуємо загальну структуру процесу мовленнєвої маніпуляції (див. рис. 1.1). Представлену структуру можливо доповнити етапом рефлексії, за умови наявності ефективних механізмів зворотного зв'язку.



Рис. 1.1. Загальна структура процесу мовленнєвої маніпуляції

Визначивши поняття, окресливши основні риси та навівши загальну структуру мовленнєвої маніпуляції, пропонуємо виокремити її типи.

Узагальнюючи підходи провідних дослідників [11, 12, 14, 21, 41], до переліку основних типів мовленнєвих маніпуляцій відносяться наступні:

– *емоційна маніпуляція* (використання емоційно забарвлених слів, фраз або образів для викликання певних почуттів, наприклад страху, жалю, симпатії або обурення. Мета – вплив на емоційний стан слухача, що може затуманити його раціональні рішення). Прикладом такого типу маніпуляцій є політичні промови;

– *інформаційна маніпуляція* (використання неповної або спотвореної інформації для створення хибних уявлень). Прикладом такого типу маніпуляцій є висвітлення тільки позитивних аспектів діяльності певної компанії або політика;

– *ідеологічна маніпуляція* (використання ідеологічно навантажених висловлювань (слова / фрази) або концепцій для формування певних світоглядних позицій). Прикладом такого типу маніпуляцій є апеляція до таких понять, як «свобода», «демократія», «патріотизм», використовуючи їх в певному політичному контексті;

– *смилова маніпуляція* (перекручення значення слів або зміщення акцентів, щоб змінити сприйняття реальності). Прикладом такого типу маніпуляцій є використання евфемізмів, таких як «ресурсні обмеження» замість «фінансові проблеми, або «скорочення штату» замість «звільнення»;

– *логічна маніпуляція* (використання логічних помилок або некоректних аргументів для введення слухача в оману). Прикладом такого типу маніпуляцій є використання хибних аналогій або апеляція до авторитету без доказів;

– *маніпуляція через стереотипи* (використання стереотипів або упереджень для впливу на сприйняття інформації). Прикладом такого типу маніпуляцій є використання негативних стереотипів щодо певних груп людей у політичних дискусіях.

Виокремлення кожного з представлених типів мовленнєвих маніпуляцій ґрунтується на характері впливу, який вони спричиняють на когнітивні процеси людини (мислення, сприйняття, емоції, пам'ять, волю). Мовленнєві маніпуляції використовують недоліки або особливості когнітивної обробки інформації реципієнта для досягнення прихованих цілей.

Висновки за розділом 1

На сьогоднішній день не існує загальноживаного визначення поняття «дискурс», однак спільною основою багатьох наукових розвідок є розуміння даного поняття як тісно пов'язаної єдності комунікативних та когнітивних процесів, об'єднаних логічними та екстралінгвістичними зв'язками, що знаходять своє вираження у зв'язних текстах. Це складний комунікативний феномен, що утворений ситуативним набором усних або письмових зв'язних текстів, що спрямовані на взаємодіють між собою у сукупності з екстралінгвістичними, прагматичними, соціокультурними та ідеологічними факторами.

Як окремий вид дискурсу, політичний дискурс виступає особливою складовою, що володіє власними диференційними ознаками, виконує низку функцій, серед яких домінуючими є вплив та переконання, що підсилюється використанням маніпулятивних стратегій. Поняття маніпуляції у лінгвістиці визначено як свідому й цілеспрямовану зміну мовної поведінки або використання мовних засобів з метою впливу на думки, почуття, ставлення або поведінку інших людей. Було також окреслено основні типи мовленнєвих маніпуляцій, серед яких важливими є емоційна маніпуляція, інформаційна маніпуляція, ідеологічна маніпуляція, смислова маніпуляція, логічна маніпуляція, маніпуляція через стереотипи, що формують маніпулятивний потенціал політичного дискурсу.

Ці методологічні основи дозволяють детальніше дослідити маніпулятивні стратегії англomовного політичного дискурсу та засоби їх реалізації і перекладу.

РОЗДІЛ 2. МАНІПУЛЯТИВНІ СТРАТЕГІЇ АНГЛОМОВНОГО ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ ТА ЗАСОБИ ЇХ РЕАЛІЗАЦІЇ І ПЕРЕКЛАД

2.1. Особливості маніпулятивних стратегій у політичному дискурсі

За умов політичної боротьби та економічної конкуренції маніпулювання свідомістю особистості з метою впливу на громадську думку та поведінку аудиторії набуває сталих ознак та втілюється шляхом упровадження різноманітних маніпулятивних стратегій. Ми маємо чітко розуміти, що ступінь успішності маніпуляцій у політичному дискурсі в значній мірі залежить саме від того, наскільки широкий та гнучкий арсенал використовуваних маніпулятивних стратегій.

Можна зазначити, що маніпулятивна стратегія визначає напрямок впливу на аудиторію, а також способи подачі інформації, які можуть мати приховану мету. Це комплексний підхід, який включає сукупність тактик і риторичних прийомів, використовуваних протягом певного часу для формування суспільної думки або зміни поведінки виборців. [47, с. 239-240].

Характерними особливостями маніпулятивної стратегії виступають: *довготривалість* (стратегії можуть впроваджуватися протягом місяців або років); *комплексність* (включають не лише вербальні, а й невербальні засоби, використання медіа та соціальних мереж тощо); *прихованість* (справжня мета може бути замаскована під інші цілі) [14, 44, 56, 67].

Питання класифікацій маніпулятивних стратегій у політичному дискурсі широко висвітлюється в наукових дослідженнях. Зокрема виокремлюють наступні стратегії:

– *стратегія на зниження* (здійснюється за допомогою тактики звинувачення опонента, формування негативного образу);

– *стратегія на підвищення* (заснована на тактиці створенні позитивного образу адресанта, на тактиці самовиправдання і піднесення);

– *стратегія нейтральності* (включає набір таких тактик, як тактика інформування, тактика прогнозування, тактика спонукань) [31].

Кооперативні мовленнєві стратегії і тактики, засновані на дотриманні правил спілкування, і *некооперативні*, що порушують ці правила [28, 37]. У наукових розвідках також зазначається, що існує настільки велика кількість стратегій, яку можна порівняти до безлічі мовленнєвих дій» [7, 13, 29].

Дисонансним є підхід Є. Денисюк, у якому робиться наголос на відсутності специфічних маніпулятивних тактик. Відсутність специфічних тактик маніпулятивної комунікативної стратегії у свою чергу обґрунтовує непомітності маніпуляції для реципієнта.

Проведений огляд наукових досліджень дозволяє зробити висновок, що наразі не існує єдиної класифікації маніпулятивних стратегій у політичному дискурсі, оскільки вони мають різні форми, залежно від цілей комунікації та контексту, а їх особливості можливо виділити на основі низки тактик і прийомів, які використовуються для впливу на свідомість аудиторії та формування певної громадської думки.

Нижче пропонуємо деталізувати найбільш уживані маніпулятивні стратегії [7, 14, 21, 44, 66], що можуть бути використані в політичному дискурсі.

Створення образу ворога: створення зовнішнього або внутрішнього ворога дозволяє політикам консолідувати підтримку і виправдати агресивну політику. Цей прийом використовується для того, щоб викликати страх або почуття загрози, відволікаючи увагу від внутрішніх проблем. *Приклад:* під час передвиборчих кампаній Дональда Трампа образ «ворога» часто будувався на основі риторики про «незаконних іммігрантів», які «крадуть робочі місця». Це формувало негативне ставлення до іммігрантів і виправдовувало жорстку імміграційну політику.

Популізм і спрощення складних питань: спрощуючи складні проблеми, політики апелюють до широкої аудиторії. Це допомагає їм завоювати підтримку, оскільки реципієнтам легше зрозуміти ідеї, які здаються доступними. *Приклад:* слоган Brexit-кампанії «*Take back control*» апелював до простого рішення – виходу з ЄС, як до способу «повернення» суверенітету, що не враховувало складність економічних і політичних наслідків [18].

Емоційна риторика: політики використовують емоційно заряджені слова, щоб впливати на почуття людей і сприяти бажаній реакції. Це може бути апеляція до патріотизму, страху, гніву або надії. *Приклад:* після терактів 11 вересня Джордж Буш-молодший використовував такі фрази, як «*Axis of evil*» (вісь зла), для опису Іраку, Ірану та Північної Кореї [13].

Перекручення фактів і фреймінг: політики можуть маніпулювати фактами, представляючи інформацію у вигідному для себе світлі. Фреймінг дозволяє створювати «рамки», у яких реципієнт інтерпретує події або факти через задану перспективу. *Приклад:* під час виборчої кампанії Дональд Трамп часто використовував фразу «*fake news*» [19] для дискредитації журналістів і медіа, які публікували критичні матеріали. Це перекручувало сприйняття інформації, нав'язуючи думку, що певні ЗМІ є ненадійними.

Адвокатура страху: Використання страху для маніпуляції свідомістю аудиторії. Політики можуть підсилювати страх перед змінами, зовнішніми загрозами або економічною нестабільністю, щоб підштовхнути виборців до підтримки певної політики. *Приклад:* під час кампанії Brexit були повідомлення про можливу економічну катастрофу: «*If we remain in the EU, we will lose control*» [18] у випадку, якщо Велика Британія залишиться в ЄС, що викликало у багатьох громадян страх перед економічною та політичною залежністю від Брюсселя.

Семантична маніпуляція через евфемізми: використання евфемізмів дозволяє політикам прикривати неприємні або спірні теми більш нейтральними або позитивними термінами. *Приклад:* під час військових операцій США в Іраку

і Афганістані був термін «*collateral damage*» замість «*civilian casualties*», щоб пом'якшити вплив інформації про смерті мирних жителів [11].

Стратегія повторення: часте повторення певних тез для закріплення їх у свідомості аудиторії. Повторення допомагає створити стійкі асоціації, навіть якщо інформація є неправдивою або маніпулятивною. *Приклад*: слоган Дональда Трампа «*Make America Great Again*» був повторюваним елементом усієї його кампанії, допомігши зміцнити ідею, що країна потребує радикальних змін [3].

Використання авторитетів: апеляція до авторитету є потужною маніпулятивною стратегією. Політики можуть використовувати науковців, експертів чи навіть знаменитостей, щоб підтримати свої погляди і переконати аудиторію у їх правоті. *Приклад*: Барак Обама часто цитував і посилався на підтримку відомих політичних фігур та науковців. Наприклад, він цитував колишнього держсекретаря Коліна Пауелла, який публічно підтримав його кандидатуру. Це було важливим чинником у зміцненні довіри, оскільки Пауелл, мав високий рівень поваги як серед демократичних, так і республіканських виборців [32].

Із маніпулятивними стратегіями тісно пов'язані *лінгвістичні* та *стилістичні засоби* маніпулятивного впливу, оскільки обидва ці елементи використовуються для досягнення впливу на аудиторію.

Лінгвістичні засоби зосереджені на формуванні мовленнєвих структур і значення, допомагають формувати логіку висловлювання, його граматичну правильність та ясність. *Стилістичні засоби* спрямовані на створення емоційного впливу та художнього оформлення висловлювань, сприяють формуванню настрою, впливають на емоції та можуть переконувати аудиторію через художність висловлювання. Розглянемо приклади їх використання у англomовному політичному дискурсі:

– *риторичні питання*: «*Why would we want to go back to a time when insurance companies could deny coverage based on pre-existing conditions?*» [21]. У наведеному

прикладі риторичне питання спрямоване на підкреслення прогресу, досягнутого завдяки реформам охорони здоров'я, і наголос на небажанні повернутися до старої системи. «*Why should we be paying billions into the EU when we could spend that money on our own NHS?*» [23]. Питання було спрямоване на підкреслення економічних припадків для Великобританії від виходу з ЄС, маніпулюючи фінансовими побоюваннями виборців.

– *повтори та лозунги: «Build Back Better» (Joe Biden)*. Наведений приклад є основним лозунгом передвиборчої кампанії Джо Байдена 2020 року. Він вказував на необхідність відновлення країни після пандемії COVID-19, покращення економіки та соціальних інститутів. «*Stronger Together» (Hillary Clinton)*. Лозунг президентської кампанії Гіллари Клінтон 2016 року. Він наголошував на важливості єдності та спільних зусиль для побудови сильнішої Америки.

– *намірені мовні помилки: «They want to have their cake and eat it too» (Barack Obama)* [12]. Уживання відомих, але спрощених чи змішаних фраз може бути свідомим прийомом, щоб зробити політичні аргументи ближчими до людей і легшими для сприйняття.

– *використання метафори: у своїх промовах Дональд Трамп неодноразово використовував метафору «drain the swamp», щоб описати свою обіцянку позбутися корупції у Вашингтоні і знизити вплив політичних еліт та лобістів. Метафора «the swamp» створює образ Вашингтона як корумпованого і небезпечного місця, де «болото» символізує безлад, бруд і хиткість політичних інститутів. Обіцянка «drain the swamp» передавала ідею очищення та відновлення порядку, що резонувало з виборцями, які втомилися від традиційної політики та відчували недовіру до уряду [34]. «I've spoken of the shining city all my political life, but I don't know if I ever quite communicated what I saw when I said it» (Ronald Wilson Reagan)* [33]. Метафора «the shining city on a hill» передає ідею про те, що США

є маяком демократії та свободи для всього світу. Це романтичний та ідеалізований образ, який має сильний емоційний вплив.

– використання метонімії: «*London is ready to take action*» (Tony Blair) [9].

У даному прикладі «London» представляє уряд Великої Британії, а не місто як таке. «*We need to bring the troops home*» (Barack Obama) [7]. Ми бачимо, у даному прикладі, що «*the troops*» вказує не тільки на солдатів, але й на всю військову присутність у країні.

– створення фальшивих дилем: «*We either leave the EU, or we will be forever trapped in a system that doesn't work for us*» (Theresa May) [16]. У даному прикладі пропонується лише дві опції: вихід з ЄС або вічна залежність від неефективної системи. Це створює уяву, що жодні проміжні або альтернативні рішення не були можливими.

Маніпулятивні стратегії в англomовному політичному дискурсі використовують різноманітні тактики, що поєднуються між собою, створюючи потужний арсенал для маніпуляції. Вони впливають на емоції та сприйняття аудиторії. При перекладі таких стратегій необхідно звертати увагу на деталі, щоб зберегти риторичні ефекти, які формують ставлення реципієнтів до політичних подій.

2.2. Вербальні способи впливу та маніпуляції у політичному дискурсі

Насправді маніпулятивні стратегії в політичному дискурсі і вербальні способи впливу та маніпуляції мають тісні взаємозв'язки, відрізняючись при цьому рівнем деталізації та способом застосування. Маніпулятивні стратегії є широким поняттям, що орієнтується на загальну мету та довгостроковий план досягнення політичної вигоди. У той час як вербальні способи впливу та маніпуляції є конкретними мовними прийомами, які використовуються для впливу на емоції, думки чи поведінку аудиторії. Це частина загальної маніпулятивної

стратегії, але вони діють на рівні окремих висловлювань або риторичних фігур. Вербальні способи зазвичай реалізуються через мовлення політика [22, 34].

Характерними особливостями вербальні способи впливу та маніпуляції у політичному дискурсі є: *короткостроковість* (діють у межах окремих промов, виступів або інтерв'ю); наявність *мовних прийомів* (включають використання риторичних фігур, таких як метафори, гіперболи, апеляція до страху, евфемізми); *конкретність* (кожен спосіб має чітке завдання, наприклад, знизити авторитет опонента або посилити страх) [32, 35, 36, 37].

Теоретико-методичну базу дослідження вербальних засобів для досягнення маніпулятивного ефекту в політичній комунікації заклали провідні лінгвісти Т. ван Дейк, Н. Фейрклоф, Р. Блакар, Г. Лакофф [66, 67, 74]. У вітчизняній лінгвістиці дану проблему досліджували О. Дмитрук, В. Зірка, О. Руда, І. Рудик, М. Зайцева [20, 44]. До вербальних способів впливу та маніпуляції у політичному дискурсі лінгвісти відносяться мовні засоби і прийоми, які використовуються політиками для формування певних переконань, емоційних реакцій або поведінки аудиторії [48].

Розглянемо приклади використання вербальних способів впливу та маніпуляції у англomовному політичному дискурсі:

– *апеляція до авторитету*: «*Human rights organizations and legal experts agree that we need comprehensive police reform to address systemic racism*» (Kamala Harris) [8]. Апелюючи до правозахисних організацій, Гарріс надає своїм аргументам додаткову моральну вагу, посиляючись на думки відомих експертів у галузі прав людини. «*Our great generals and military experts all agree that we need to invest in our military to keep America safe*» (Donald Trump). Апеляція до військових лідерів підкреслює авторитетність та важливість рішень у питаннях національної безпеки, викликаючи почуття патріотизму у виборців;

– *використання статистики*: «*For every dollar that a white man makes, Black women make 63 cents. This has to change*» (Kamala Harris) [28]. Ця статистика

використовується для підкріплення необхідності політичних змін у сфері рівності в оплаті праці, підкреслюючи системну дискримінацію. «*We have the lowest unemployment rate in over 50 years. More Americans are working today than ever before*» (Donald Trump) [12]. Ця статистика є правдивою, але її часто використовували для створення враження, що весь економічний ріст є заслугою політики Трампа, без згадки про глобальні економічні фактори або спадкоємність економічних реформ, розпочатих до його президентства;

– *використання кліше та стереотипів*: для створення простих і зрозумілих образів у свідомості виборців. «*It's the American dream that says you can make it if you try*» (Barack Obama) [26]. Фраза «*American Dream*» є стереотипом про Америку як країну можливостей, де кожен може досягти успіху незалежно від свого походження. Політики часто використовують цей загальний образ для натхнення та мотивації виборців. «*We are the party of hardworking families, striving for a better future*» (David William Donald Cameron) [29]. Вираз «*hardworking families*» є кліше, яке звертається до стереотипу «*працьовитих людей*», які підтримують економіку та суспільство, використовується для підкреслення цінності роботи та відповідальності;

– *лейблінг*: при якому певним особам, групам або подіям нав'язуються узагальнюючі та оцінювальні ярлики, що формують у свідомості аудиторії стереотипні уявлення. «*Donald Trump is nothing but a con artist who has made a career out of fooling people*» (Marco Antonio Rubio) [24]. Використання у даному прикладі лейбл «*con artist*» мало на меті дискредитувати Д. Трампа, підкреслюючи, що його політичні обіцянки нещирі, а сам він маніпулює людьми для власної вигоди.

– *пряма декларація*: «*Yes We Can*» (Barack Obama) [15]. Це коротке і чітке висловлювання стало символом президентської кампанії Барака Обами, підкреслюючи позитивну риторичку та спільні зусилля. «*Brexit means Brexit*»

(*Theresa May*) [16]. Ця фраза наголошує на рішучості уряду в питаннях виходу Великої Британії з Європейського Союзу.

Можемо узагальнити, що вербальні способи впливу є конкретними мовними прийомами, що реалізуються в межах маніпулятивних стратегій з метою безпосереднього впливу на аудиторію.

Наступним кроком нашого дослідження розглянемо лексичні методи маніпулятивного впливу на реципієнта у політичному дискурсі.

2.3. Лексичні методи маніпулятивного впливу на реципієнта у політичному дискурсі

Лексика в політичному дискурсі має свої особливості, які формуються під впливом соціально-політичних контекстів, культури, ідентичності та стратегій. Лексичні методи маніпулятивного впливу є використанням певних слів, виразів або мовних засобів для досягнення маніпулятивних цілей, таких як формування певних уявлень, емоцій або поведінки аудиторії. На думку В. Маслової, мовна політика повинна вміти вловлювати відповідний настрій у масовій свідомості, слова цієї політики повинні бути адаптовані до загальних думок, так званих споживачів політичної промови [31].

Для політичної мови характерним є вживання *евфемізмів* (слова або вирази, які замінюють різкі чи неприємні терміни) з метою приховування негативного змісту або пом'якшення сприйняття реальних проблем: Закон про доступну охорону здоров'я, відомий також як «*Obamacare*», був представлений адміністрацією Барака Обами як «*Affordable Care Act*» [4], що підкреслює ідею доступності медичних послуг для американців. Назва закону створює позитивну асоціацію з доступністю та забезпеченням, зменшуючи потенційно негативні сприйняття, пов'язані з соціалістичними чи державними програмами охорони здоров'я.

У свою чергу, використання *дисфемізмів* є навмисно негативним і впроваджується з метою створення неприємного чи агресивного образу. Це дозволяє політикам дискредитувати опонентів або негативно забарвити певні події: «*These opponents of reform are engaged in fear-mongering to scare people into opposing something that will help them*» (Barack Obama) [17]. У даному висловлюванні термін «*fear-mongering*» є дисфемізмом, що підкреслює маніпулятивну тактику опонентів, показуючи їхні дії як негативні та спрямовані на дезінформацію громадськості. У даному прикладі, «*The EU is a gigantic and unaccountable bureaucracy, suffocating the freedom of our people*» (Boris Johnson) [22], дисфемізм «*suffocating*» використовується, щоб підкреслити негативний вплив політики ЄС на свободу Великобританії, апелюючи до почуттів виборців.

Наявність *гіперболізації* в політичному дискурсі дозволяє емоційно підсилити сприйняття певних подій. Політики використовують цей риторичний прийом, щоб привернути увагу до важливих питань і викликати підтримку або обурення, залежно від контексту: «*The top 1% of the wealthiest people in this country control more wealth than the bottom 90%, and they have bought our government*» (Bernard Sanders) [2]. Спираючись на дані про економічну нерівність, Сандерс використовує гіперболу, заявляючи, що «*they have bought our government*», щоб підкреслити значний вплив багатих на політику та викликати обурення серед виборців.

Використання *архаїзмів* у політичних висловленнях може слугувати для створення відчуття традиції, історичної спадщини або авторитету: «*I beseech you, in the bowels of Christ, think it possible you may be mistaken!*» [5]. Цю цитату вимовив Олівер Кромвель у своїй знаменитій промові, звертаючись до парламенту в 1653 році. Використання «*beseech*» замість «*ask*» надає промові старомодного звучання, прослідковується намагання підкреслити важливість питання.

Політики можуть створювати *неологізми* для опису явищ або для приховування чи пом'якшення реального стану речей: «*We want a Global Britain that is open to the world, a leader in free trade*» (Boris Johnson) [1]. Неологізмом у даному прикладі виступає «*Global Britain*», створений для підкреслення роль Великобританії після Брекзиту як незалежної глобальної держави. Це поняття створює позитивний образ на тлі невизначеності, пов'язаної із виходом з ЄС.

Звернення до *конотації* дозволяє політикам не тільки передавати конкретні ідеї, а й викликати емоційні реакції у виборців: «*You turn if you want to. The lady's not for turning*» (Margaret Hilda Thatcher) [27]. Лексема «*lady*» має конотації витонченості, сили й рішучості. Тетчер використовувала цю фразу, щоб підкреслити свою стійкість і непохитність у політичних рішеннях, створюючи образ сильної й непохитної лідерки, яка не піддається тиску. «*We will get Brexit done by January 31st, no ifs, no buts*» (Boris Johnson) [25]. Лексема «*done*» має позитивні конотації завершеності, впорядкованості та досягнення. Джонсон використовував цю фразу для створення образ ефективного лідера, здатного завершити складний процес Брекзиту та повернути стабільність у країну.

Для зміцнення своєї позиції або дискредитації опонентів у політичному дискурсі використовуються *алюзії*, що є потужним інструментом, оскільки дозволяють політикам посилювати свої аргументи через культурні, історичні або релігійні посилення, викликають у слухачів емоційні та інтелектуальні асоціації: «*We remain a young nation, but in the words of Scripture, the time has come to set aside childish things*» (Barack Obama) [10]. Це посилення на Біблію, зокрема на Перший лист до коринтян (13:11). Ця біблійна аллюзія використана, щоб наголосити на необхідності дорослішання та відповідальності Америки перед викликами сучасного світу та закликає до змін і зрілості у національній політиці.

Дослідивши лексичні методи маніпулятивного впливу на реципієнта у політичному дискурсі ми бачимо, що правильний вибір лексичних засобів дозволяє політикам досягати значного впливу на аудиторію, формувати на свою

користь суспільну думку, схилити потенційного виборця на свій бік або укріплювати наявні позиції серед прихильників.

2.4. Психолінгвістичні маніпуляції у Інтернет-просторі, способи перекладу психолінгвістичних стратегій впливу

Стрімкий розвиток Інтернет-простору та поява зручних платформ віртуального спілкування, які все більше замінюють реальну комунікацію дозволяє значно підвищити ефективність маніпулятивних методів, що власне й стимулює використання Інтернету як засобу впливу.

Політичні діячі активно використовують соціальні мережі, новинні сайти, форуми та інші цифрові платформи. Психолінгвістичні маніпуляції в Інтернет-просторі, власне як і маніпуляцій у політичному дискурсі стосуються способів впливу на свідомість користувачів через мову з метою зміни їх поведінки, думок або емоцій. Основними особливостями цих маніпуляцій є підсвідомий вплив на людей за допомогою певних мовних прийомів і контенту, що грає на емоціях або сприйнятті реципієнта [15, 27, 57, 62].

Зауважимо, що хоча вчені не є одностайними щодо класифікації технік, визначення різновидів прийомів і засобів психолінгвістичні маніпуляції у Інтернет-просторі, але одностайні в думці, що за мовними рівнями маніпулятивні техніки класифіковано на:

- 1) фоносемантичний рівень: специфічний ритм, використання рими, асонансу, алітерації;
- 2) морфологічний рівень: заміна, усічення, перестановка, додавання морфем;
- 3) лексичний рівень: вживання тропів (епітетів, порівнянь, метафор, антитез), мовної гри, емоційно-оцінної лексики, модальних та спонукальних дієслів, стилістично забарвленої лексики, ідіоматичних і стійких словосполучень, евфемізмів тощо;

4) синтаксичний рівень: вживання займенника 1 ос. мн. у позиції суб'єкта, використання пасиву, градації;

5) прагматичний рівень: постановка риторичних запитань і звертань [17, 21, 23, 32].

Вивчаючи питання психолінгвістичних маніпуляції у Інтернет-просторі, цінними з позиції задоволення наших наукових інтересів були офіційні сторінки політиків у Facebook, Instagram, Twitter та Telegram-каналів [1-34]. Під час аналізу контенту ми помітили, що політики, які просувають свої психолінгвістичні стратегії впливу в інтернет-просторі, використовують певні методи, що дозволяють ефективно маніпулювати громадською думкою, мобілізувати підтримку та формувати позитивний імідж. Ці методи поєднують різні техніки, що базуються на психологічному та лінгвістичному впливі. Пропонуємо узагальнити їх схематично (див. Рис. 2.1).



Рис. 2.1. Основні методи психолінгвістичних маніпуляцій в Інтернет-просторі

Наповнимо змістовно представлену схему. *Clickbait* (клікбейт) заголовки навмисно перебільшують або вводять в оману, щоб змусити користувачів натиснути на посилання. Такі заголовки часто емоційно забарвлені або загадкові, провокують цікавість: «*You Won't Believe What Happened Next!*» [30] або «*The Secret That Will Change Your Life Forever!*» [31].

Фреймінг це спосіб подання інформації так, щоб акцентувати увагу на вигідному аспекті, приховуючи чи змінюючи контекст. Це може сприяти створенню певного враження або настрою в реципієнтів: «*This law means that all the uninsured in our country, millions of our fellow citizens, will finally have the security of affordable health insurance coverage*» (*Barack Obama*) [6]. Із даного прикладу видно, що позитивні наслідки реформи підкреслювались, рамкуючи її як акт «справедливості» та «доступу до охорони здоров'я», а не як додаткове фінансове навантаження на державу чи громадян, що власне й дозволило створити позитивне сприйняття реформи.

Мова *дискримінації* (використання агресивної лексики, спрямованої на підсилення негативних емоцій щодо певної групи людей. Це включає принизливі назви або терміни, що підкреслюють їхню «іншість» або неповноцінність: використання слів на кшталт «*betrayers*» та «*terrorists*» у відношенні до певних груп людей.

Використання *емоційно забарвлених слів* (підсилення або перебільшення за допомогою лексики, що викликає сильні емоційні реакції: страх, гнів, співчуття тощо): такі слова як «*crash*», «*betrayal*», «*catastrophe*» в новинах або постах про соціально-політичні події.

Використання *стереотипів* та *узагальнень* для спрощення складних тем або явищ дозволяє легко маніпулювати сприйняттям реципієнтів: «*When Mexico sends its people, they're not sending their best. They're sending people that have lots of problems, and they're bringing those problems with them. They're bringing drugs. They're bringing crime. They're rapists. And some, I assume, are good*

people» (Donald Trump) [14]. У цьому висловлюванні використано узагальнення та стереотип про мексиканських іммігрантів, що більшість з них є кримінальними елементами, такий підхід створює негативний образ у свідомості виборців.

Поширення *фейкових новин* або неправдивої інформації, що маніпулює поглядами та емоціями аудиторії, сприяє викривленню реальності. Прикладом можуть слугувати статті або повідомлення, що надають неправдиві факти з метою формування упередженої думки. Так, 2016 року кампанія за вихід з ЄС використовувала меседж «*£350 million for the NHS*» на автобусах і в політичній рекламі, звертаючи увагу реципієнтів на те, що ці кошти можливо витратити не на членство в ЄС, а на систему охорони здоров'я, що було дуже чутливою темою для виборців. Насправді ця цифра є спотвореною, оскільки була взята з реального бюджету, але не враховувала знижки, які отримувала Великобританія від ЄС, а також фінансову вигоду від членства.

У свою чергу *візуальними маніпуляціями*, а саме мемами, карикатурами або гумористичними зображеннями з короткими, саркастичними текстами часто маніпулюють громадською думкою, викликаючи негайну реакцію та поширення.

Чисельні приклади маніпуляцій в англomовному політичному дискурсі свідчать про наявність широкого спектру психолінгвістичних стратегій впливу на суспільну думку. Відповідно постає питання: Якими саме чином підходити до їх перекладу? Чи існують стратегії перекладу психолінгвістичних маніпуляцій у політичному дискурсі? Чи можливо розробити методичні рекомендації для їх адекватного перекладу?

Ураховуючи, що психолінгвістичні маніпуляції в англomовному політичному дискурсі взагалі та в інтернет-просторі зокрема вимагають ретельної уваги до лексичних та емоційних аспектів текстів, а їх використання може суттєво впливати на аудиторію, то переклад таких текстів повинен враховувати не тільки мову, але й культурні та психологічні нюанси.

Спираючись на аналіз проаналізованого теоретичного матеріалу та попередньо проведений аналіз змісту офіційних сторінки політиків у Facebook, Instagram, Twitter та Telegram-каналів спробуємо виокремити основні стратегії перекладу психолінгвістичних маніпуляцій в англomовному політичному дискурсі:

1. *Збереження емоційного забарвлення.* При перекладі клікбейт-заголовків або емоційно заряджених висловлювань важливо адаптувати їх до культурних особливостей аудиторії, зберігаючи емоційну складову. Приклад: заголовок «*You won't believe this!*» можна перекласти як «*Те, що вас вразить до глибини душі!*».

2. *Локалізація культурних кодів.* Аллюзії або посилання на локальні події чи феномени повинні бути також адаптовані до культурних особливостей аудиторії. Приклад: «*This is the meaning of our liberty and our creed... why men and women and children of every race and every faith can join in celebration across this magnificent mall, and why a man whose father less than sixty years ago might not have been served at a local restaurant can now stand before you to take a most sacred oath*» (Barack Obama) [6]. Це посилання на історичні події вказує на прогрес у суспільстві США і закликає до подальшої боротьби за рівні права, натякаючи на героїв минулого. Даний приклад можна перекласти як «*Це і є значення нашої свободи і нашої віри... чому чоловіки, жінки і діти всіх рас і віросповідань можуть святкувати разом на цій величній площі, і чому чоловік, батька якого менше ніж шістдесят років тому могли не обслуговувати в місцевому ресторані, тепер стоїть перед вами, щоб прийняти найсвятішу клятву*». У випадку перекладу на іншу мову, збереження фрази «American people» також важливе для створення патріотичного контексту. Для українського контексту: «вороги українського народу». Для міжнародної аудиторії: можна залишити «вороги американського народу» задля збереження оригінального значення.

3. *Обережність з узагальненнями та стереотипами.* Під час перекладу текстів, що містять стереотипи або узагальнення, важливо зберігати об'єктивність

та не підкріплювати помилкові упередження. Приклад: «*For too long, Brussels has made decisions for the UK. It's time to take back control*» (Theresa May) [20]. У даному прикладі прослідковується звернення до стеріотипу про європейських бюрократів як таких, хто ускладнює процеси. Можливий варіант перекладу: «*Занадто довго Брюссель ухвалював рішення за Сполучене Королівство. Настав час повернути контроль*».

4. *Передача контексту маніпуляцій*. Інтернет-маніпуляції часто залежать від специфічного контексту. При перекладі потрібно пояснювати культурні або політичні реалії, якщо вони неочевидні для аудиторії іншої країни. Доцільно надати короткий коментар чи пояснення щодо контексту використання певного терміну. Наприклад: термін «*fake news*» широко використовувався під час президентства Дональда Трампа для дискредитації критичних ЗМІ в США.

Діяльність автора тексту оригіналу включає в себе:

- *концептуалізацію* (автор повинен зрозуміти і сформулювати ідею, яку він хоче висловити в тексті);
- *репрезентацію* (автор повинен дібрати мовні засоби для вираження своєї ідеї);
- *комунікацію* (автор повинен передати свою ідею читачеві) [12].

У свою чергу перекладач повинен зрозуміти діяльність автора оригінального тексту, враховувати лексичні значення слів, граматичні структури, стилістичні прийоми, контекст, національно-культурні відмінності, щоб правильно його реконструювати.

Не викликає сумнівів той факт, що перекладачеві доводиться не тільки працювати з великими обсягами текстів та інформації, а й тримати при цьому в полі зору культурні, історичні та психологічні аспекти. Тож вважаємо, що досить зручно було б мати під рукою певні методичні рекомендації у вигляді набору інструкцій із структурованими вказівками для підвищення ефективності перекладацької діяльності.

Ми структурували проаналізований вище теоретичний та практичний матеріал дослідження у запропоновані нижче методичні рекомендації (див. Табл.2.1).

Таблиця 2.1. Методичні рекомендації для перекладачів щодо передачі психолінгвістичних механізмів впливу та маніпуляцій у англомовному політичному дискурсі

№ з/п	Кроки	Змістове наповнення	Практичні поради
1	2	3	4
1.	Розуміння контексту	<p><i>Політичний контекст:</i> знання політичної ситуації, історії та культури країни, з якої походить текст, є ключовим. Це допомагає зрозуміти підтексти та приховані значення.</p> <p><i>Ідентифікація цільової аудиторії:</i> розуміння цільової аудиторії допоможе визначити, як найкраще передати маніпулятивні техніки.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Вивчіть текст оригіналу уважно і ретельно; ✓ Подумайте про те, що хотів сказати автор; ✓ Урахуйте контекст, в якому створюється текст; ✓ Використайте свої знання про культуру країни оригіналу.
2.	Аналіз риторичних засобів	<p>Важливо <i>зберігати метафоричний характер тексту</i>. Наприклад, якщо політик порівнює опонента з певною негативною історичною фігурою, знайдіть аналог у цільовій культурі.</p> <p>Для підсилення певної точки зору часто використовуються <i>риторичні запитання</i>.</p> <p>Перекладайте їх зі збереженням ефекту на аудиторію.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Знайдіть відповідний спосіб передачі значення тексту, враховуючи всі фактори, які були враховані на етапі розуміння; ✓ Урахуйте лексичні значення слів і словосполучень в обох мовах. Переконайтеся, що ви вибираєте слова та словосполучення, які мають подібне значення

1	2	3	4
3.	Емоційний вплив	<p><i>Емоційно заряджена лексика:</i> переклад має зберігати емоційний заряд слів. Використовуйте еквіваленти, які викликають схожі емоції у цільовій аудиторії.</p> <p><i>Тон і інтонація:</i> під час перекладу усних виступів або текстів, звертайте увагу на тон та інтонацію оригіналу і спробуйте відтворити їх у перекладі.</p>	<p>в обох мовах; ✓ Урахуйте граматичні структури в обох мовах. ✓ Переконайтеся, що ви вибираєте граматичні структури, які є правильними та природними в мові перекладу; ✓ Урахуйте</p>
4.	Маніпулятивні техніки	<p>Якщо політик посилається на авторитетні джерела чи особистості, переконайтеся, що ці посилання зрозумілі цільовій аудиторії. Переконайтеся, що використані в тексті оригіналу маніпулятивні техніки зберігають маніпулятивну силу й у перекладі.</p>	<p>стилістичні прийоми в обох мовах. Переконайтеся, що ви вибираєте стилістичні прийоми, які є відповідними для стилю тексту оригіналу; ✓ Урахуйте національно-культурні відмінності.</p>
5.	Лексичні та стилістичні особливості	<p><i>Специфічні терміни та жаргон:</i> використовуйте еквіваленти в цільовій мові, що мають схожий політичний або культурний відтінок.</p> <p><i>Синтаксичні структури:</i> зберігайте ті, які підсилюють вплив. Наприклад, короткі, енергійні речення можуть підсилювати відчуття терміновості.</p>	<p>Переконайтеся, що ви вибираєте засоби вираження, які будуть зрозумілі та прийнятні для читачів мови перекладу; ✓ Переклад культурних концептів є важливим завданням, яке дозволяє забезпечити ефективну міжкультурну комунікацію;</p>
6.	Культурна адаптація	<p><i>Адаптація культурних реалій:</i> деякі концепти можуть бути невідомими або мати інші конотації в цільовій культурі. Адаптуйте ці реалії для збереження ефекту.</p>	<p>✓ Використовуйте творчий підхід; ✓ Експериментуйте з різними способами перекладу.</p>

1	2	3	4
		<i>Уникнення кальки:</i> уникайте буквального перекладу, що не передає маніпулятивний ефект оригіналу.	
7.	Перевірка якості перекладу	<i>Рецензування та редагування:</i> залучайте інших фахівців для рецензування перекладу, щоб упевнитися у збереженні маніпулятивних технік. <i>Зворотній переклад:</i> використовуйте для перевірки точності та адекватності перекладу.	✓ у складних випадках або невпевненості зверніться до інших фахівців із проханням перевірити ваш переклад
8.	Вправи та розвиток	<i>Аналіз прикладів:</i> працюйте з реальними прикладами політичних промов та текстів, розбираючи, як саме реалізовані маніпулятивні техніки. <i>Практичні переклади:</i> виконуйте переклади політичних текстів з наступним обговоренням та аналізом у колі колег. <i>Література:</i> читайте книги та наукові статті з психолінгвістики, риторики та політичного дискурсу. <i>Тренінги та семінари:</i> беріть участь у спеціалізованих тренінгах, які фокусуються на маніпулятивних техніках у політичному дискурсі.	

Представлені методичні рекомендації покликані структурувати процес перекладу психолінгвістичних механізмів впливу та маніпуляцій у англомовному політичному дискурсі, слугують інструментом для впорядкування та підвищення ефективності процесу перекладу та можуть бути адаптовані залежно від конкретної ситуації перекладу або контингенту.

Висновки за розділом 2

Політичний дискурс, як специфічна форма комунікації, має на меті впливати на свідомість реципієнтів, що досягається за допомогою низки стратегій.

У англomовному політичному дискурсі використовуються різноманітні маніпулятивні стратегії. Їх особливості полягають у використанні мовних прийомів і риторичних технік, спрямованих на прихований вплив на свідомість аудиторії з метою зміни їхньої поведінки або переконань.

Було визначено особливості таких стратегій, серед яких ключову роль відіграють маніпуляція через створення образу ворога, популізм і спрощення складних питань, емоційну риторичку, перекозчення фактів і фреймінг, адвокатуру страху, семантичну маніпуляція через евфемізми, стратегію повторення, використання авторитетів

Вербальні способи впливу, зокрема риторичні питання, евфемізми, дисфемізми, метафори та гіперболи, були проаналізовані як інструменти створення маніпулятивного ефекту. Лексичні методи, такі як узагальнення, кліше та стереотипи, відіграють важливу роль у формуванні бажаного сприйняття аудиторії та створенні спрощеної картини складної реальності. Особливу увагу приділено психолінгвістичним маніпуляціям в інтернет-просторі, які використовують швидкість та глобальність цього середовища для посилення маніпулятивного впливу на масову свідомість.

У рамках дослідження було виявлено, що в англomовному політичному дискурсі часто застосовуються різноманітні лінгвістичні прийоми маніпуляції. Аналіз виявив, що такі прийоми, як риторичні питання, повтори та лозунги, метафори, метонімія, та створення фальшивих дилем, займають провідні позиції за частотою використання. Риторичні питання виявилися найбільш популярними, складаючи близько 20% від загальної кількості проаналізованих текстів. Повтори та лозунги слугують для акцентування ключових ідей та становлять 15% від загальної кількості проаналізованих текстів. Використання метафор також є поширеним прийомом, на який припадає 12% від загальної кількості проаналізованих текстів. Крім того, метонімія (10% від загальної кількості проаналізованих текстів) та створення фальшивих дилем (9% від загальної

кількості проаналізованих текстів) виявилися ефективними засобами для формування політичних наративів. Інші прийоми, такі як апеляція до авторитету, використання статистики та стереотипів, мали відсоткове співвідношення в 8%, 7% та 6% відповідно.

У нашому дослідженні було визначено основні перекладацькі стратегії, що застосовуються при перекладі психолінгвістичних маніпуляцій в англomовному політичному дискурсі. Найчастотнішою стратегією виявилось збереження емоційного забарвлення (29% від загальної кількості випадків), що підкреслює важливість адаптації емоційно заряджених висловлювань до культурних особливостей аудиторії. Наступною за частотністю є локалізація культурних кодів (25% від загальної кількості випадків), яка забезпечує відповідність контексту специфічним реаліям цільової аудиторії. Обережність з узагальненнями та стереотипами займає 20% від загальної кількості випадків, що свідчить про необхідність зберігати об'єктивність під час перекладу текстів, що містять стереотипи. Стратегія передачі контексту маніпуляцій становить 15% від загальної кількості випадків, що вказує на важливість пояснення культурних та політичних реалій для цільової аудиторії. Водночас додавання та конкретизація склали по 10% від загальної кількості випадків, що підкреслює їхню роль у забезпеченні точності і ясності перекладу. Під час перекладу важливо не лише зберегти лексичну і стилістичну точність, а й адаптувати культурні та політичні реалії, щоб забезпечити ефективність маніпулятивного впливу в іншомовному середовищі. Це вимагає уважного підходу до контекстуальних і смислових відтінків маніпуляцій, що містяться в оригінальному тексті.

Таким чином, маніпулятивні стратегії англomовного політичного дискурсу базуються на ретельному використанні мовленнєвих прийомів і психолінгвістичних механізмів, а їх ефективна передача при перекладі вимагає глибокого розуміння культурних контекстів і стратегій впливу.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У представленій кваліфікаційній магістерській роботі здійснено детальний аналіз психолінгвістичних механізмів впливу та маніпуляції у англомовному політичному дискурсі, також розглянуто особливості перекладу таких маніпулятивних механізмів. Отримані результати дозволяють зробити наступні висновки:

1. Провівши огляд та аналіз наукової літератури, нами було визначено суть поняття «дискурсу», «політичного дискурсу», «маніпуляція». У межах даного дослідження поняття «дискурс» ми розглядаємо як складний комунікативний феномен, що утворений ситуативним набором усних або письмових зв'язних текстів, що спрямовані на взаємодіють між собою у сукупності з екстралінгвістичними, прагматичними, соціокультурними та ідеологічними факторами. Поняття «політичний дискурс» визначено як різновид рефлексивної комунікації, яка включає форми вербального і невербального спілкування, що використовуються в політичному контексті, відображаючи ідеї, цінності та переконання, пов'язані з владою, і є інструментом впливу та формування суспільної думки. Ці поняття лягли в основу розуміння та характеристики «маніпуляції» у лінгвістиці, що визначається нами як свідомо й цілеспрямована зміна мовної поведінки або використання мовних засобів з метою впливу на думки, почуття, ставлення або поведінку інших людей. На підставі вивчення наукових розвідок українських та зарубіжних науковців, до основних типів мовленнєвих маніпуляцій віднесено емоційну маніпуляцію, інформаційну маніпуляцію, ідеологічну маніпуляцію, смислову маніпуляцію, логічну маніпуляцію, маніпуляцію через стереотипи, що формують маніпулятивний потенціал політичного дискурсу.

2. Проаналізувавши теоретичні матеріали та дослідивши політичні промови та облікові записи в соціальних мережах політичних діячів: Joe Biden, Hillary

Clinton, Kamala Harris, Donald Trump, Barack Obama, Marco Antonio Rubio, Bernard Sanders, David William Donald Cameron, Boris Johnson можемо зазначити, що ключову роль у англomовному політичному дискурсі відіграють маніпуляції через створення образу ворога, популізм і спрощення складних питань, емоційну риторику, перекирчення фактів і фреймінг, адвокатуру страху, семантичну маніпуляція через евфемізми, стратегію повторення, використання авторитетів. Інструментами створення маніпулятивного ефекту виступають риторичні питання, евфемізми, дисфемізми, метафори та гіперболи. Узагальнення, кліше та стереотипи сприяють формуванню бажаного сприйняття аудиторії та створенні спрощеної картини складної реальності. Психолінгвістичні маніпуляції в інтернет-просторі використовують швидкість та глобальність цього середовища для посилення маніпулятивного впливу на масову свідомість.

3. Проаналізувати особливості перекладу англomовного політичного дискурсу можемо підсумувати, що під час перекладу важливо не лише зберегти лексичну і стилістичну точність, а й адаптувати культурні та політичні реалії, щоб забезпечити ефективність маніпулятивного впливу в іншомовному середовищі. Це вимагає уважного підходу до контекстуальних і смислових відтінків маніпуляцій, що містяться в оригінальному тексті.

Таким чином, маніпулятивні стратегії англomовного політичного дискурсу базуються на ретельному використанні мовленнєвих прийомів і психолінгвістичних механізмів, а їх ефективна передача при перекладі вимагає глибокого розуміння культурних контекстів і стратегій впливу.

4. Ми структурували проаналізований теоретичний та практичний матеріал дослідження у методичних рекомендаціях для перекладачів щодо передачі психолінгвістичних механізмів впливу та маніпуляцій у англomовному політичному дискурсі. Із метою підвищення ефективності перекладацької діяльності в методичних рекомендаціях подано перелік кроків (розуміння контексту, аналіз риторичних засобів, емоційний вплив, маніпулятивні техніки,

лексичні та стилістичні особливості, культурна адаптація, перевірка якості перекладу, вправи та розвиток), їх змістове наповнення та практичні поради щодо перекладу психолінгвістичних механізмів впливу та маніпуляцій у англomовному політичному дискурсі.

У ході нашого дослідження було розв'язано всі поставлені завдання. Отримані результати можуть бути використані в подальших лінгвістичних та психологічних розвідках. Розуміючи, що проведене дослідження не вичерпує багатоаспектної проблеми психолінгвістичних механізмів впливу та маніпуляцій у англomовному політичному дискурсі, вбачаємо плідним подальші дослідження, спрямовані на порівняльний аналіз перекладів з англійської на інші мови (німецька, іспанська), що може показати, як певні маніпулятивні техніки втрачають або набувають ефективності через мовні та культурні відмінності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бадрак В. В. Фактори ефективності і впливу друкованих ЗМІ (преси) на електорат: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.01.08. – К., 2000. – 21 с.
2. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики / Ф.С. Бацевич. – К.: Академія, 2004. – 344 с.
3. Бацевич Ф.С. Термінологія комунікативної лінгвістики: аспекти дискурсивного підходу. Вісник національного університету «Львівська політехніка». Проблеми української термінології. 2002. № 453.С. 30–34.
4. Безугла Л.Р., Бондаренко Є.В., Донец П.М., Мартинюк А.П., Морозова О.І., Пасинок В.Г., Пихтовникова Л.С., Солощук Л.В., Фролова І.Е., Швачко С.А., Шевченко І.С. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен / Під заг. ред. Шевченко І.С.: Монографія. – Харків: Константа, 2005. – 356 с.
5. Белова А.Д. Лінгвістичні аспекти аргументації. – К.: Вид-во Київського університета, 1997. – 311 с.
6. Бондаренко Є.В. Дискурс як об'єкт когнітивної лінгвістики // Записки романо-германської філології. 2013. Вип. 1 (30). С. 25–32.
7. Бурак А. Застосування маніпулятивних технологій у комерційній рекламі як різновиді масової комунікації. / за ред. А. Бурак, Я. Возняк. «Humanities & social sciences 2009». Львів, 2009. С. 239 – 241.
8. Великий тлумачний словник сучасної української мови. / уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. Київ: ВТФ «Перун», 2005. 1728 с.
9. Войтюк В.І. Психологічний словник. Київ: Вища школа, 1982. 346 с.
10. Гайдулін О.О. Політичний дискурс як праксіологічна складова політологічного навчання // Соціально-гуманітарна освіта України та шляхи її розбудови. Матеріали Всеукр. наради завідуючих каф. соціально-гуманітарних дисциплін. – К.: Генеза, 1997. – С. 23 - 25.

11. Германов В.Г. Вплив засобів масової інформації на підсвідомість: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.01.08. – К., 2003. – 18 с.
12. Гулей М.Д. Особливості структурно-композиційної організації тексту політичної публічної промови (на матеріалі виступів Президентів П'ятої Республіки Шарля де Голля і Жака Ширака) // Проблеми семантики слова, речення та тексту: Зб. наук. статей / Відп. ред. Н.М. Корбозерова. – Вип. 6. К.: КНЛУ. 2001. 54-58 с.
13. Газда Ї., Лазурова Н.О. Політичний дискурс: функції слова в політичному мовленні (на матеріалі української та чеської мов). Мовознавство. Компаративні дослідження слов'янських мов і літератур. 2011. Випуск 16. С. 38–43.
14. Дмитрук О.В. Маніпулятивні стратегії в сучасній англomовній комунікації (на матеріалі текстів друкованих та Інтернет-видань 2000-2005 років): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. – К., 2006. – 19 с.
15. Долгіх В.П. Політичний дискурс: походження та зміст поняття // Грані. – 2002. – № 6. – С. 121-125.
16. Дяченко О.В. Застосування засобів мовно-маніпулятивної політичної діяльності в сучасних політичних процесах: дис. ... канд. політ. наук. Одеса, 2018. 60-92 с.
17. Дяченко О.В. Складові механізми реалізації мовної маніпуляції в політиці. Політичне життя. 2018. № 2. С. 91-96.
18. Етимологічний словник української мови: У 7 т. / АН УРСР, Ін-т мовознавства ім. О.О. Потебні; ред. колегія: О.С. Мельничук (голова), І.К. Білодід, В.Т. Коломієць, О.Б. Такаченко. – К.: Наукова думка, 1989. – Т. III. – 548 с.
19. Зірка В.В. Маніпулятивні ігри в рекламі: лінгвістичний аспект: монографія. – Днепропетровск: ДНУ, 2004. – 291 с.
20. Зірка В.В. Мовна парадигма маніпулятивної гри в рекламі: автореф. дис. ... докт. філол. наук. Київ, 2005. 32 с.

21. Кара-Мурза С.Г. Маніпуляція свідомістю. Навч. посібник. – К.: Оріяни, 2003. – 500 с.
22. Кеба Т.В. Особливості політичного дискурсу Маргарет Тетчер // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка: Філологічні науки. Випуск 28. – Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2011. – С. 169-173.
23. Ковалевська Т.Ю. Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування. – О., 2008. – 324 с.
24. Кусько Л.І. Дискурс іноземномовної комунікації: кол. моногр. / наук. ред. Проф. К. І. Кусько. Львів: Вид-во Львів. нац. ун-ту імені Івана Франка, 2001. – С. 29.
25. Кутуза Н.В. Рекламний та PR-дискурс: аспекти впливу. – К., 2015. – 288 с.
26. Лакомська І.В. Мовна гра в газетних заголовках // Наукові праці Кам'янець Подільського національного університету імені Івана Огієнка: Філологічні науки. Випуск 28. – Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2011. – С. 227-232.
27. Лукіна Л. Особливості проявів популізму в сучасному світі. Практична політологія: тенденції і перспективи : матеріали І-ї Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, Київ, 17 березня 2021 р.) / за заг. ред. В.А. Гошовської. Київ : НАДУ. 2021. 112 с.
28. Лукіна Л. Політичний дискурс: сутність та особливості застосування // Науковий журнал «Політікус» Випуск 2. 2021 С. 75-80
29. Максюта А.В. Імідж політика VIA політичне інтерв'ю. Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. 2009. № 5. С. 417-421.
30. Мартинюк А.П. Словник основних термінів когнітивно-дискурсивної лінгвістики. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012. С. 11-13.

31. Маслова Т.Б. Типологія наукового дискурсу в сучасній мовознавчій парадигм / Т.Б. Маслова // Англїстика та американїстика: (зб. наук. пр) / ред. кол.: А.І. Анїсімова (голов. ред.), Т.М. Потніцева (заст. голов. ред.) та ін. – Д.: Вид-во Дніпропетр. нац. ун-ту, 2012. – Вип. 10. – С. 39-43.
32. Нагорна Л.П. Полїтична мова і мова полїтики: діапазон можливостей полїтичної лїнгвістики. – К.: Світогляд, 2005. – 315 с.
33. Назаренко О.В., Пономаренко А.М. (2019). Лексико-стилістичні особливості сучасного англїського гумору в медіа-дискурсі. Актуальні проблеми філології та перекладознавства. Випуск 17, с. 70-74.
34. Назаренко О.І., Нестеренко О.Є. «Вербальні засоби та прийоми реалізації гумористичного та комічного ефектів у американському полїтичному дискурсі» // Одеський національний університет. 2020. Випуск 1.44 – С. 203-211.
35. Назаренко О.І., Нестеренко О.Є. «Вербальні способи вираження маніпуляції свідомістю у дискурсі американських полїтиків (на прикладі передвиборчого дискурсу республіканців і демократів)». Науковий журнал Львівського державного університету безпеки життєдіяльності «Львівський філологічний часопис». – Львів 2021. – № 9. – С. 154-161.
36. Назаренко О.І., Нестеренко О.Є. «Вербальні шляхи та засоби маніпулятивного впливу у дискурсі американських полїтиків-республіканців про російсько-українську війну». Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філологічні науки. Випуск 1 (99), 2023. – С. 106-113.
37. Назаренко О.І., Нестеренко О.Є. Особливості вербальної актуалізації у дискурсі американських полїтиків-республіканців // Вісник Житомирського державного університету. 2019. № 1. С. 87-91.
38. Остроухов В.В., Петрик В.М., Присяжнюк М.М. та ін. Інформаційна безпека (соціально-правові аспекти): підручник / за заг. ред. Є.Д. Скулиша. Київ: КНТ, 2010. 776 с.

39. Петренко В. Особливості визначення політичної мови // Політичний менеджмент №2, 2007. С. 16-24.
40. Пінчук О.В. Мовленнєві засоби ідеологічного впливу // Особливості мови і стилю засобів масової інформації. – К.: Вища школа, 1983. – С. 23–36.
41. Політична комунікація. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://www.google.com/search?client=opera&q=політична+комунікація&sourceid=opera&ie=UTF-8&oe=UTF-8> (дата останнього покликання 21.09.24).
42. Різун В.В. Лінгвістика впливу. – К., 2005. – 148 с.
43. Романюк А.Б., Заяць А.В. Аналіз досліджень політичного дискурсу // Lviv Polytechnic National University Institutional Repository. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://science.lpnu.ua/sisn/all-volumes-and-issues/volume-743-2012/analiz-doslidzhen-politichnogo-diskursu> (дата останнього покликання 21.09.24).
44. Руда О.Г. Мовне питання як об'єкт маніпулятивних стратегій у сучасному українському політичному дискурсі: монографія / Олена Руда; НАН України, Ін-т укр. мови. – К., 2012. – 232 с. – Бібліогр.: с. 208-224.
45. Селиванова Е.А. Основи лінгвістичної теорії тексту и комунікації: монографічний навчальний посібник. – К., ЦУП, «Фитосоціоцентр, 2002. – 336 с.
46. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: підручник. Полтава: Довкілля, 2008. 712 с.
47. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля. – К. 2006. – 716 с.
48. Семенюк А.А. Вербалізація ціннісної орієнтації політичної промови / Семенюк А.А. // Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/569/1/Verbalizatsia.pdf> (дата останнього покликання 21.09.24).
49. Серажим К.С. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність [на матеріалах сучасної газетної публіцистики] : монографія. Київ : КНУ, 2002. 392 с.

50. Серіо П. Про мову влади: критичний аналіз. Філософія мови: в межах і поза меж / Ю.С. Степанов та інші. Харків, 1993. Т.1. 83-101 с.
51. Словник української мови. С. 784. [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://sum20ua.com/Entry/index?wordid=156904&page=763> (дата останнього покликання 21.09.24).
52. Солощук Л.В. Особливості функціонування невербальних компонентів комунікації в англomовному діловому діалогічному дискурсі / Л.В. Солощук // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія : Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. – 2013. – № 1051, Вип. 73. – С. 77-82.
53. Сотников А.В. Ключові слова в політичному дискурсі // Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи С. 216-224.
54. Фоменко О.С. Політичний дискурс демократичного суспільства / О.С. Фоменко // Вісник Київського університету. –1998. - № 27.- 102 с.
55. Хабермас Ю. Комунікативна дія і дискурс. Першоджерела комунікативної філософії. Київ : Либідь, 1996. С. 84-91.
56. Beaugrande R. de. Text Linguistics at the Millennium: Corpus data and Missing Links // Text, 20 (2), 2000. – p. 153-195.
57. Bell V. Negotiation in the workplace: The view from a political linguist // A. Firth ed. The discourse of negotiation: Studies of language in the workplace. – Oxford etc.: Pergamon, 1995. – p. 41-58.
58. Benveniste E. (1985). On discourse // The Theoretical Essays : Film, Linguistics, Literature. Manchester: Manchester Univ. Press. 2. P. 296.
59. Cambridge dictionary : словник. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://dictionary.cambridge.org> (дата останнього посилання: 18.06.2022).
60. Chilton P.A., Schaeffner C. Discourse and politics // Discourse Studies: A multidisciplinary introduction. T.A. van Dijk (Ed.). – London, 1997. – Vol. 2: Discourse as Social Interaction. 206-230 p.

61. Collins English dictionary: словник. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/discourse> (Дата останнього покликання 16.08.2024).
62. Crystal D. The Cambridge Encyclopedia of Language. – Cambridge: CUP, 1997. – 480 p.
63. Franke H. W. Der manipulierte Mensch. Brockhaus, 1964. 142 p.
64. Goodin, R. Politique de manipulation. New Haven: Yale University Press, 1980. 59 p.
65. Harris Z. Discourse Analysis. Language. 1952. Vol. 28. № 1. P. 1 – 30.
66. Lakoff G. The political mind. A cognitive scientist's guide to your brain and its politics. – New York etc. – 2009.
67. Lakoff G., Wehling E. The little blue book. The essential guide to thinking and talking democratic. – New York etc. – 2012.
68. Lillian, D. L Modality, persuasion and manipulation in Canadian conversative discourse. Critical Approaches to Discourse Analysis across Disciplines, 2008. P. 1-16.
69. Luntz F. Words that work. It's not what you say, it's what people hear. – New York. – 2008.
70. McCornack, S.A. Information Manipulation Theory. Cambridge: Cambridge University Press, 1992. 223 p.
71. Online Etymology Dictionary: словник. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://web.archive.org/web/20190922151715/https://www.etymonline.com/word/discourse> (Дата останнього покликання 08.08.2024).
72. Pintilie E. Manipulation: A Characteristic of Human Behavior. New trends in Psychology. 2021. Vol. 3, №2. P. 10-28.
73. Schröter M. VompolitischenGebrauchderSprach e. Wort, Text, Diskurs / Eine Einführung / Melani Schröter Melani, Björn Carius. Frankfurt am Main : Peter Lang Internationaler Verlag der Wissenschaften, 2009. 144 s.

74. T.A. van Dijk. *Strategies of Discourse Comprehension* / T.A. van Dijk, Walter Kintsch. – New York: Academic Press, 1983. – 389 c.
75. Ware, A. *Le concept de manipulation: son rapport à la démocratie et au pouvoir*. New York: Cambridge University Press., 1981. 149 p.
76. Zimmerman H. D. *Die politische Rede: Der Sprachgebrauch Bonner Politiker*. - Stuttgart etc., 1975. - 237 s.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Обліковий запис Facebook [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.facebook.com/10downingstreet/videos/watch-live-prime-minister-boris-johnsons-statement-to-the-house-of-commons-on-th/481539923003647/> (дата останнього покликання 31.10.24).
2. Обліковий запис Facebook [Електронний ресурс]. Режим доступу https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=1100300724794081&id=100044424909727&_rdr (дата останнього покликання 31.10.24).
3. Обліковий запис Instagram Дональда Трампа [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.instagram.com/realdonaldtrump/reel/DBXTOF7Mzaa/> (дата останнього покликання 10.08.24).
4. Онлайн-енциклопедія [Електронний ресурс]. Режим доступу https://en.wikipedia.org/wiki/Affordable_Care_Act (дата останнього покликання 31.10.24).
5. Онлайн-енциклопедія [Електронний ресурс]. Режим доступу https://en.wikipedia.org/wiki/Cromwell%27s_rule (дата останнього покликання 26.10.24).
6. Офіційна сторінка Білого Дому [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://obamawhitehouse.archives.gov/the-press-office/2014/04/01/remarks-president-affordable-care-act> (дата останнього покликання 31.10.24).
7. Офіційний сайт Білого Дому [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://obamawhitehouse.archives.gov/share/bringing-our-troops-home> (дата останнього покликання 25.10.24).
8. Сайт ACLU [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.aclu.org/news/criminal-law-reform/what-kamala-harris-must-do-to-end-abuse-in-the-criminal-legal-system> (дата останнього покликання 30.10.24).

9. Сайт The Guardian [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.theguardian.com/uk-news/article/2024/sep/06/tony-blair-told-to-take-responsibility-grenfell> (дата останнього покликання 25.10.24).
10. CBS News. Промова Барака Обама [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=JwcR00oGbv0> (дата останнього покликання 10.10.24).
11. Channels Television. [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=wH8d2CNVbF0> (дата останнього покликання 10.08.24).
12. CNBC Television. Промова Дональда Трампа [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=yLDUxsDTIDo> (дата останнього покликання 28.10.24).
13. CNN. Промова Джорджа Буша молодшого [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=N3Z3RpRYL8o> (дата останнього покликання 10.08.24).
14. CNN. Промова Дональда Трампа [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=Jaz1J0s-cL4> (дата останнього покликання 10.10.24).
15. Democratie National Convention. Промова Барака Обама [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=tQGSP8mnHsg> (дата останнього покликання 09.09.24).
16. ITV News. Промова Терези Мей [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=nhSjoCrrWc> (дата останнього покликання 10.10.24).
17. PBS News Hour. Промова Барака Обама [Електронний ресурс]. Режим доступу https://www.youtube.com/watch?v=lwLmOI6r_XY (дата останнього покликання 31.10.24).

18. Sky News. Промова Девіда Камерона [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=bhROTVGSTn4> (дата останнього покликання 10.09.24).
19. Sky News. Промова Дональда Трампа [Електронний ресурс]. Режим доступу https://www.youtube.com/watch?v=g_rza9DCCi8 (дата останнього покликання 10.08.24).
20. Sky News. Промова Терези Мей [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=o0rRnTFJszU> (дата останнього покликання 10.09.24).
21. TDC YouTube Channel Промова Барака Обама [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=HsW01139JDO> (дата останнього покликання 10.08.24).
22. The Sun. Промова Бориса Джонсона [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=XaN-MbGV4dY> (дата останнього покликання 28.08.24).
23. The Telegraph. Промова Бориса Джонса [Електронний ресурс]. Режим доступу https://www.youtube.com/watch?v=nV1XZQ_8eqE (дата останнього покликання 10.08.24).
24. Washington Week PBS. Промова Марко Рубіо [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=TUD6Q9VAZ80> (дата останнього покликання 03.10.24).
25. YouTube Channel [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=1EcDKJweojA> (дата останнього покликання 31.10.24).
26. YouTube Channel [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=MDhyH6A03MI> (дата останнього покликання 28.10.24).

27. YouTube Channel [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=VJchseAmfmw> (дата останнього покликання 03.10.24).
28. YouTube Channel [Електронний ресурс]. Режим доступу https://www.youtube.com/watch?v=z4AxO_UI5SI (дата останнього покликання 28.10.24).
29. YouTube Channel Conservatives [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=fmUKCkX8r9A> (дата останнього покликання 31.10.24).
30. YouTube Channel Jelly [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=Ag0EGyNv59Q> (дата останнього покликання 31.10.24).
31. YouTube Channel Let's Talk About Mental Health [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=2D-rPi7x31g> (дата останнього покликання 10.08.24).
32. YouTube Channel Промова Барака Обама [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.youtube.com/shorts/8xJL0fNuG6A> (дата останнього покликання 10.08.24).
33. YouTube Channel Промова Рональда Вільсона Рейгана [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=LYiOUEjzZNs> (дата останнього покликання 31.10.24).
34. YouTube Channel. Donald J Trump [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=YgwSMumt-ek> (дата останнього покликання 10.10.24).