

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
“КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ імені ІГОРЯ
СІКОРСЬКОГО”

КАФЕДРА ТЕОРІЇ, ПРАКТИКИ ТА ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКОЇ
МОВИ

КУРСОВА РОБОТА з

дисципліни

**“ІНОЗЕМНА МОВА (ОСНОВНА, ПРАКТИЧНИЙ
КУРС)”**

на тему: **МЕДІЙНІ МАНІПУЛЯТИВНІ ПРИЙОМИ ТА ЗАСОБИ
ВПЛИВУ НА ПСИХІЧНИЙ СТАН ОСОБИСТОСТІ В СУЧАСНИХ
ТЕКСТАХ АНГЛОМОВНИХ НОВИН ТА ЇХ ВІДТВОРЕННЯ В
УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ**

Студентки 4 курсу групи ЛА-301

спеціальності 035 “Філологія”

Заводнюк Христини Олександрівни

керівник: д.філ., доцент Поличева
Юлія Володимирівна

Кількість балів: _____ Оцінка _____

Члени комісії

(підпис)

(вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

(підпис)

(вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

(підпис)

(вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

Київ – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	2
РОЗДІЛ 1. ВИЗНАЧЕННЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ МЕДІЙНИХ МАНІПУЛЯТИВНИХ ПРИЙОМІВ ТА ЗАСОБІВ ВПЛИВУ, ЩО ВИКОРИСТОВУЮТЬСЯ В НОВИНАХ.....	5
1.1. Визначення та класифікація маніпулятивних прийомів.....	5
1.2. Визначення та класифікація засобів впливу в новинах.....	6
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1.....	12
РОЗДІЛ 2. МАНІПУЛЯТИВНІ ПРИЙОМИ ТА ЗАСОБИ ВПЛИВУ, В АНГЛОМОВНИХ ТА УКРАЇНОМОВНИХ НОВИНАХ.....	13
2.1. Аналіз англomовної новини на предмет використання маніпулятивних прийомів та засобів впливу.....	13
2.3. Аналіз українського перекладу англomовної новини на предмет використання маніпулятивних прийомів та засобів впливу.....	16
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2.....	18
РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕДАЧІ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ МАНІПУЛЯТИВНИХ ПРИЙОМІВ ТА ЗАСОБІВ ВПЛИВУ АНГЛОМОВНИХ НОВИН.....	19
3.1. Дослідження трансформацій мовних засобів під час перекладу.....	19
3.2. Аналіз особливостей вживання українською мовою художніх засобів для досягнення маніпулятивного впливу на аудиторію.....	21
3.2. Визначення специфічних лексичних та граматичних конструкцій, що використовуються в українському перекладі.....	21
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3.....	24
ВИСНОВОК.....	25
SUMMARY.....	26
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	27

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Сучасний світ впродовж останніх десятиліть переживає революцію інформаційних технологій, що має величезний вплив на всі аспекти нашого життя. Одним з найважливіших інструментів впливу є медіа-платформи, які забезпечують не тільки потік інформації, але й формують світогляд, цінності та психічний стан суспільства.

Актуальність теми "Медійні маніпулятивні прийоми та засоби впливу на психічний стан особистості в сучасних текстах англomовних новин та їх відтворення в українському перекладі" надзвичайно важлива у сучасному інформаційному середовищі з наступних причин:

1. Розмаїття медійних платформ: Інтернет, соціальні мережі, телебачення, радіо та інші медійні канали надають безліч інформації, яка може бути суб'єктом маніпуляції та впливу на психічний стан особистості.

2. Роль медій у формуванні світогляду: Медійні засоби впливають на усвідомлення подій, ідеологічні переконання та сприйняття реальності кожною особистістю, що ставить питання про чесність та об'єктивність інформації.

3. Психологічний стан суспільства: Велика кількість інформації, агресивні заголовки, маніпулятивні техніки можуть призводити до стресу, психологічних проблем та спричиняти негативний вплив на психічне здоров'я.

4. Міжкультурний аспект: Аналіз впливу англomовних новин на українськомовну аудиторію є важливим для розуміння культурних та мовних відмінностей у сприйнятті інформації.

5. Необхідність критичного мислення: Розвиток навичок критичного мислення є ключовим для опанування сучасною інформаційною дійсністю та захисту від медійної маніпуляції.

Зазначена тема є актуальною і важливою для подальшого розвитку науки та практики у сфері медійної комунікації, а також для підвищення свідомості суспільства про вплив медійних технологій на психічний стан людей.

Мета курсової роботи. Дослідити медійні маніпулятивні прийоми та засоби впливу на психічний стан особистості в сучасних текстах англomовних новин та їх відтворення в українському перекладі.

Цією метою зумовлені такі завдання дослідження:

1. Вивчення та класифікація медійних маніпулятивних прийомів та засобів впливу, що використовуються в англomовних новинах.
2. Аналіз впливу цих маніпулятивних прийомів на психічний стан читачів та слухачів.
3. Дослідження особливостей відтворення медійних текстів з урахуванням культурно-мовних особливостей українського перекладу.
4. Виявлення та аналіз змін в маніпулятивних стратегіях при перекладі медійних текстів.

Об'єкт дослідження. Медійні маніпулятивні прийоми та засоби впливу, які використовуються в сучасних текстах англomовних новин.

Предмет дослідження. Маніпулятивні прийоми, засоби впливу, які використовують медіа, психічний стан особистості, культурно-мовний аспект перекладу.

Матеріалом дослідження медійні тексти відомих видань, таких як Українська правда, BBC, Unicef, Deutsche Welle, які використовують заголовки, які спрямовані на емоції аудиторії, або ж створюють образи та асоціації для впливу на сприйняття читачів. Дослідження перекладів цих текстів на українську мову, порівнюючи техніки маніпуляції та їхній вплив на

психічний стан аудиторії в різних мовних версіях. Додатково, статистичні дані про сприйняття новин та реакції аудиторії на певні медійні стратегії також можуть бути важливими джерелами для дослідження впливу медійних засобів на психічний стан особистості.

Методи дослідження. Контент-аналіз медійних текстів, який включає аналіз заголовків, вибір слів та фраз, використання образів та метафор у текстах англomовних новин та їх українських перекладів. Вивчення застосування методів соціологічних опитувань та експертних інтерв'ю для утримання уваги аудиторії щодо сприйняття медійних повідомлень та їх впливу на психічний стан, що дозволить зробити комплексну оцінку маніпулятивних прийомів у медійному середовищі.

Практичне значення дослідження полягає у вдосконаленні процесу перекладу новинних матеріалів. Результати дослідження допоможуть краще розуміти особливості та вплив мовних конструкцій у перекладі новин з однієї мови на іншу. Це важливо для забезпечення точного та ефективного передавання інформації, зберігаючи при цьому зміст та емоційне забарвлення оригінального тексту. Такий підхід допоможе забезпечити адаптацію новин до культурних та лінгвістичних особливостей мовної аудиторії, що сприятиме покращенню якості міжнародної інформаційної взаємодії.

Структура та обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів та висновків до них, списку використаних джерел, списку скорочень назв лексикографічних джерел. Загальний обсяг роботи – 30 ст.

1 ВИЗНАЧЕННЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ МЕДІЙНИХ МАНІПУЛЯТИВНИХ ПРИЙОМІВ ТА ЗАСОБІВ ВПЛИВУ, ЩО ВИКОРИСТОВУЮТЬСЯ В НОВИНАХ

1.1. Визначення на класифікація маніпулятивних прийомів

У сучасному інформаційному світі, в якому медіа відіграють вирішальну роль у формуванні громадської думки, визначення маніпулятивних прийомів стає ключовим для розуміння динаміки і впливу інформаційного середовища на суспільство. Маніпулятивні прийоми - це стратегії та техніки, які використовуються медійними організаціями для впливу на переконання, уявлення та реакції аудиторії з метою досягнення певних цілей. Вони можуть включати в себе різноманітні методи та засоби, такі як вибір тем, узагальнення, підсилення або приховування певних фактів, використання емоційного навантаження тощо.

Особливий інтерес викликають маніпулятивні прийоми саме у медіа, оскільки вони володіють сильним потенціалом впливу на маси через своє широке охоплення та здатність формувати загальну думку та уявлення суспільства. Серед найпоширеніших маніпулятивних прийомів у медіа можна виділити: спіраль мовчання, дезінформація, техніка «сендвіча», використання міфів, створення інформаційної реальності, стереотипізація, посилення на анонімний авторитет, емоційний резонанс, буденна розповідь, ефект присутності. Такі прийоми можуть бути як усвідомленими, так і неусвідомленими, проте їх вплив на формування думок та поведінки аудиторії не може бути недооцінений. Розглянемо детальніше кожен з них.

Спіраль мовчання - це явище, що полягає у тенденції індивідів утримувати свої погляди або думки, які не збігаються з домінуючими у суспільстві, через страх перед відмовою чи відторгненням. У медіа цей прийом маніпуляції може виявлятися через намагання створити враження, що певна думка або погляд підтримується більшістю, тим самим збільшуючи чи зменшуючи ймовірність того, що люди висловлять свою альтернативну

думку. Наприклад, телеканали чи інтернет-видання, шляхом акцентування уваги на певних позиціях та ігноруванням інших, можуть створювати враження, що думка, яка відповідає їхній редакційній політиці, є загально визнаною. Таким чином, вони сприяють формуванню атмосфери, в якій люди, що мають відмінні від домінуючих погляди, відчують більшу необхідність утримувати свої думки для уникнення можливих негативних наслідків [11].

Дезінформація - це стратегія психологічного впливу, яка полягає в навмисному поширенні інформації, що призводить до збентеження, неправильного розуміння або навіть обману аудиторії чи опонентів щодо реального стану подій. Цей метод використовує свідомо помилкові дані та повідомлення з метою вплинути на думки, переконання або поведінку отримувачів інформації. Подібно до обману, дезінформація може включати в себе приховування чи спотворення фактів, створення міфів або використання маніпулятивної логіки для зміни уявлень аудиторії. Цей метод дозволяє впливати на сприйняття подій та відносин між людьми через маніпулювання інформаційним середовищем, що може мати серйозні наслідки для суспільства та його стабільності [11].

Техніка "сендвіча" - це маніпулятивний прийом, що полягає у використанні протиставлення позитивних і негативних образів або фактів у медійних матеріалах для досягнення певного ефекту на аудиторію.

Одним з варіантів цієї техніки є "отруйний сендвіч", де позитивний факт чи подія, що сприятлива для суб'єкта впливу, вплетається між спеціально підібраним попереднім і наступним негативним матеріалом. Це дозволяє нейтралізувати позитивний ефект від цього факту чи події.

Інший варіант - "цукровий сендвіч", де негативний факт чи подія, несприятлива для суб'єкта впливу, обрамлюється позитивними матеріалами з усіх сторін. Це сприяє зниженню негативного ефекту від цього факту чи події [11].

Міфи в масових медіа представляють собою ілюзорні ідеї, що передають певні цінності та норми, зазвичай сприймаються на віру без критичного аналізу. ЗМІ можуть активно сприяти поширенню та утриманню цих міфів серед громадськості. Один із таких міфів - міф про незмінну егоїстичну природу людини та її схильність до накопичування і споживання. Часто в масових медіа цей міф підтримується через акцент на ідеалізованому зображенні успіху, багатства та матеріальних цінностей як головних показників успішності в суспільстві. Такі засоби маніпулювання сприяють утриманню цього міфу в медійному просторі, формуючи відповідні уявлення та цінності серед аудиторії [11].

Створення інформаційної реальності в медіа є стратегією маніпуляції, яка полягає у формуванні специфічного уявлення про події та явища у суспільстві шляхом акценту на певні факти, інтерпретацію їх та використання стереотипів. Основні опорні елементи цієї маніпуляції включають визначення порядку денного, де мас-медіа визначають, які події вважаються важливими та які необхідно висвітлювати, поширення загальних стереотипів і моделей поведінки, а також організацію псевдоподій, спланованих для підсилення певного ефекту. Наприклад, широке покриття невеликих подій, що відбуваються, може призвести до перекручення уявлення громадськості про їх значення і важливість у порівнянні з іншими подіями [11].

Стереотипізація в медіа - це процес утворення та поширення узагальнених уявлень, що характеризують певні соціальні групи, ідеї або явища. Ця мовна маніпуляція часто базується на використанні стандартних шаблонів і стереотипів для передачі інформації, що може спричиняти спотворення уявлень та сприйняття. Наприклад, часті повідомлення про кримінальні події, які стосуються представників певних етнічних груп, можуть сприяти формуванню стереотипу про зв'язок між певною

національністю та злочинністю. Такі узагальнення можуть впливати на сприйняття групи в цілому і сприяти дискримінації [11].

Посилання на анонімний авторитет - це мовний прийом, коли інформація надається з посиланням на авторитетну особу, але без зазначення конкретного імені або джерела. Це може створювати враження надійності і переконливості, але при цьому важко перевірити достовірність інформації. Наприклад, "Експерти стверджують, що..." або "Джерело з високого рівня повідомляє...". Цей прийом використовується для надання солідності фактам або думкам, не розкриваючи їх джерело, тим самим ускладнюючи перевірку їх достовірності [11].

Емоційний резонанс - це мовний прийом, спрямований на виклик певних емоцій у широкій аудиторії з метою передачі пропагандистської або рекламної інформації. Цей прийом дозволяє обхідно впливати на людей, підсвідомо стимулюючи їхні емоції і знижуючи рівень їхнього раціонального мислення. Наприклад, використання сильних емоційних зображень або музичного супроводу у рекламних роликах може сприяти створенню емоційного резонансу та впливати на поведінку аудиторії [11].

Буденна розповідь - це мовний прийом, що полягає в поширенні подій насильницького або жорстокого характеру в ЗМІ щоденно з метою звикання аудиторії до таких подій. Цей прийом сприяє психологічному ефекту звикання, коли люди перестають реагувати на насильство та кривавість, оскільки вони постійно стикаються з ними у масових засобах масової інформації. Наприклад, регулярне повідомлення про кримінальні події в новинах може призвести до зменшення чутливості аудиторії до таких ситуацій та підвищення сприйняття їх як щось звичайне [11].

Ефект присутності - це мовний прийом, який використовується в медіа для створення ілюзії реальності подій. Шляхом імітації реальних ситуацій та застосування спецефектів, таких як різкі рухи камери та порушення фокусу, цей прийом надає відчуття автентичності і достовірності

подій. Наприклад, "репортажі з місця бою" або кримінальні хроніки часто використовують цей прийом, щоб створити емоційний вплив на аудиторію та забезпечити ілюзію реальності подій [11].

Отже, ми проаналізували види мовних маніпулятивних прийомів у медіа. На основі цієї класифікації буде проведено дослідження використання мовних маніпулятивних прийомів у англomовних новинах та їх україномовних перекладах.

1.2. Визначення на класифікація засобів впливу в новинах

Засоби маніпуляції впливу через ЗМІ - це інструменти, які використовуються з метою зміни переконань, уявлень або поведінки аудиторії шляхом маніпулювання інформацією, емоціями або іншими психологічними чинниками. Класифікація таких засобів включає ідеологію, пропаганду та агітацію, які часто взаємопов'язані та використовуються спільно для досягнення конкретних цілей впливу на суспільство [12].

Ідеологія - це система цінностей, переконань і політичних поглядів, які використовуються для формування сприйняття світу та спрямовування дій аудиторії через ЗМІ. Засоби масової інформації використовують ідеологічні підходи для підсилення або впливу на ідеї та переконання громадськості.

Ідеологічні засоби впливу можуть включати просування певних політичних або соціальних агенд, сприяння певним групам чи інтересам, а також встановлення певних цінностей як норми. Завдяки ідеологічному впливу ЗМІ можуть створювати ідеальні образи, які відображають певний світогляд та переконання [12].

Пропаганда - це систематичне розповсюдження специфічної інформації з метою впливу на уявлення та думку громадськості. Цей засіб впливу може бути використаний для підсилення або спростування певних ідей, формування образів та стереотипів, а також мобілізації аудиторії.

Пропагандистські матеріали часто використовуються для маніпулювання емоціями та почуттями аудиторії, зокрема страхом, гнівом або симпатією. Вони можуть включати різноманітні форми впливу, такі як інформаційні кампанії, реклама, політичні або соціальні ролики та інші медійні матеріали [12].

Агітація - це активний вплив на аудиторію з метою мобілізації та залучення її до підтримки певних ідей, груп або інтересів. Цей засіб використовується для стимулювання громадської активності та підтримки певних політичних або ідеологічних цілей [12].

Агітаційні кампанії можуть включати організацію масових заходів, акцій, петицій, політичних рухів та інших форм громадської мобілізації. Вони спрямовані на створення атмосфери підтримки та підвищення зацікавленості аудиторії в певних питаннях або ідеях.

Кожен з цих засобів маніпулятивного впливу може використовуватися для досягнення різних цілей, включаючи підтримку політичних партій, мобілізацію громадської думки та формування образів. При цьому вони часто взаємодіють один з одним для досягнення більш ефективного впливу на аудиторію через ЗМІ.

Отже, ми проаналізували засоби впливу, які використовують у медіа. На основі цієї класифікації буде проведено дослідження використання засобів впливу у англomовних новинах та їх україномовних перекладах.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

У даному розділі було розглянуто визначення та класифікацію медійних маніпулятивних прийомів та засобів впливу, що застосовуються в новинах. Засоби впливу через ЗМІ були представлені у вигляді агітації, ідеології та пропаганди. Кожен з цих засобів має свою специфіку та використовується з метою впливу на свідомість та переконання аудиторії.

Також було розглянуто мовні маніпулятивні прийоми, які включають спіраль мовчання, дезінформацію, техніку «сендвіча», використання міфів, створення інформаційної реальності, стереотипізацію, посилення на анонімний авторитет, емоційний резонанс, буденну розповідь та ефект присутності. Ці прийоми спрямовані на зміну уявлень, переконань та поведінки аудиторії через маніпулювання інформацією та емоціями.

Важливо відзначити, що засоби впливу та мовні маніпулятивні прийоми часто взаємодоповнюють один одного та використовуються спільно для досягнення конкретних цілей впливу на суспільство через масові комунікації. Дослідження цих прийомів та засобів допомагає краще розуміти механізми маніпуляції інформацією та розвивати критичне мислення серед читачів і глядачів новинних медіа.

Отримані результати дослідження засобів впливу та мовних маніпулятивних прийомів в медіа будуть використані далі для подальшого аналізу та порівняння між англomовними та україномовними новинами. Це дозволить отримати глибше розуміння впливу медійної маніпуляції на сприйняття інформації різними аудиторіями та виявити особливості використання маніпулятивних технік у різних медійних середовищах.

2 МАНІПУЛЯТИВНІ ПРИЙОМИ ТА ЗАСОБИ ВПЛИВУ, В АНГЛОМОВНИХ ТА УКРАЇНОМОВНИХ НОВИНАХ

2.1. Аналіз англomовної новини на предмет використання маніпулятивних прийомів та засобів вплив

Обрана для дослідження стаття "Truong My Lan: Vietnamese billionaire sentenced to death for \$44bn fraud" By Jonathan Head & Thu Bui [8], видавництва BBC, розглядає важливе питання суспільної та правової справедливості, зокрема застосування смертної кари у випадку фінансових злочинів. Стаття, яка стала предметом курсової роботи, вибрана через її актуальність та можливість аналізу мовних прийомів та засобів впливу. Крім того, вона була опублікована одним з найбільших світових новинних порталів - BBC News, тому була перекладена різними мовами, що дає нам матеріал для дослідження.

Проаналізувавши оригінальну статтю, ми виділили такі маніпулятивні прийоми та засоби впливу:

1. *"It was the most spectacular trial ever held in Vietnam, befitting one of the greatest bank frauds the world has ever seen"* - пропаганда. Зображення судового процесу та вироку як значущої події в історії правосуддя В'єтнаму відповідає пропаганді уряду. Підкреслення серйозності покарання та масштабу афери підтримує наратив уряду про боротьбу з корупцією та забезпечення правосуддя.

2. *"There has never been a show trial like this, I think, in the communist era," says David Brown, a retired US state department official with long experience in Vietnam. "There has certainly been nothing on this scale."* - звернення до авторитету. Стаття цитує Девіда Брауна, відставного посла державного департаменту США, щоб надати достовірність твердженню про те, що судовий процес є безпрецедентним у комуністичній ері В'єтнаму. За рахунок звернення до зовнішнього авторитету стаття підсилює свій аргумент і підтверджує важливість події.

3. *"The verdict requires her to return \$27bn, a sum prosecutors said may never be recovered. Some believe the death penalty is the court's way of trying to encourage her to return some of the missing billions."* - Емоційний резонанс. Ці рядки спрямовані на виклик емоційних реакцій у читачів, підсилюючи враження від серйозності ситуації і підтримуючи ідею, що справа потребує уваги та реакції громадськості.

4. *"All of the defendants were found guilty. Four received life in jail. The rest were given prison terms ranging from 20 years to three years suspended. Truong My Lan's husband and niece received jail terms of nine and 17 years respectively."* - Буденна розповідь. Подача інформації про вирок із використанням відносно нейтрального мовлення намагається заспокоїти читачів та підсвідомо переконати їх у відповідності рішення суду. Це може призвести до меншої критичності або апатії щодо події.

5. *"It's a rare verdict - she is one of very few women in Vietnam to be sentenced to death for a white collar crime."* - Стереотипізація та емоційний резонанс. Цитата підкреслює рідкісність вироку для жінок та викликає емоційну реакцію читачів.

6. *"She started as a market stall vendor, selling cosmetics with her mother, but began buying land and property after the Communist Party ushered in a period of economic reform, known as Doi Moi, in 1986. By the 1990s, she owned a large portfolio of hotels and restaurants."* - Буденна розповідь. Цей фрагмент інформує про особистий шлях Труонг Ми Лан, що робить її більш доступною та близькою до читача.

7. *"The trial was the most dramatic chapter so far in the "Blazing Furnaces" anti-corruption campaign led by the Communist Party Secretary-General, Nguyen Phu Trong."* - Агітація та посилення на ідеологію. Фраза відображає важливість судового процесу у рамках антикорупційної кампанії ініційованої Комуністичною партією, що активізує читачів до підтримки ідеологічного курсу партії.

8. *"I am puzzled," says Le Hong Hiep who runs the Vietnam Studies Programme at the ISEAS - Yusof Ishak Institute in Singapore.*" - Спіраль мовчання. Цитата вказує на те, що певна інформація про діяльність Труонг Ми Лан була відома, але не залучалась до широкого обговорення.

9. *"What Nguyen Phu Trong and his allies in the party are trying to do is to regain control of Saigon, or at least stop it from slipping away."* - Агітація. Фраза підкреслює важливість контролю за містом та акцентує увагу на зусиллях політичних лідерів.

10. *"Under his leadership the party has set an ambitious goal of reaching rich country status by 2045, with a technology and knowledge-based economy."* - Ідеологія. Підкреслення ідеологічного курсу партії та поставленої перед нею мети надає певного звучання цілому тексту.

11. *"Yet faster growth in Vietnam almost inevitably means more corruption."* - Створення інформаційної реальності. Ця фраза підсвічує взаємозв'язок між зростанням економіки та рівнем корупції, створюючи уявлення про необхідність виявлення корупційних випадків.

12. *"Their growth model has been reliant on corrupt practices for so long."* - Стереотипізація. Ця фраза узагальнює модель зростання економіки та ставлення до корупції, створюючи певний образ суспільства.

13. *"It was well known in the market that Truong My Lan and her Van Thinh Phat group were using SCB as their own piggy bank to fund the mass acquisition of real estate in the most prime locations."* - Дезінформація. Ця фраза може приховувати або спростовувати факти про те, як саме було використано гроші, підводячи читачів до певних висновків.

14. *"At 79 years old, party chief Nguyen Phu Trong is in shaky health, and will almost certainly have to retire at the next Communist Party Congress in 2026, when new leaders will be chosen."* - Емоційний резонанс. Ця фраза створює враження невпевненості та може викликати співчуття до політичного лідера.

Наступною для аналізу ми обрали статтю “UNICEF brings cash assistance relief to families in Ukraine” [13]. Стаття відображає не менш важливий аспект сучасного глобального контексту. Зі зростанням напруги в Україні в 2022 році, UNICEF та його партнери активно працюють над підтримкою вразливих сімей у цій країні шляхом грошових трансфертів. Медіа Unicef – англomовне, проте є переклад українською мовою.

Проаналізувавши оригінальну статтю, ми виділили такі маніпулятивні прийоми та засоби впливу:

1. *"Since the escalation of the war in 2022, UNICEF and partners have been working to support vulnerable families in Ukraine with cash transfers"* - Створення інформаційної реальності. Фраза створює образ необхідності та активних дій UNICEF та її партнерів у допомозі постраждалим сім'ям.

2. *"Amid war and displacement, humanitarian cash transfers play a vital role in supporting the most vulnerable families in Ukraine."* - Емоційний резонанс. Фраза звертається до емоцій читачів, підкреслюючи необхідність гуманітарної допомоги в умовах війни та переміщень.

3. *"Without this support, damaged infrastructure and soaring inflation can leave many struggling to afford to heat their homes or feed their children."* - Емоційний резонанс. Фраза наголошує на наслідках відсутності допомоги, спонукаючи читачів співчувати та підтримувати гуманітарні зусилля.

4. *"The ongoing war in Ukraine has caused immense suffering to hundreds of thousands of innocent children and their families," says Claudia Amaral, Head of Office for the EU's Humanitarian Aid in Ukraine."* - Емоційний резонанс. Висловлювання Клаудії Амарал спонукає до співчуття та активної реакції на страждання дітей та їхніх сімей.

5. *"It's a lot of money for us and, without UNICEF's help, this renovation would be impossible."* - Емоційний резонанс. Цитата з позитивним відгуком від Inna підсилює подяку та визнання важливості допомоги, що створює позитивну емоційну реакцію у читачів.

6. *"When the full-scale war broke out in February 2022, Oksana, 46, from the Kharkiv region was separated from her foster children."* - Емоційний резонанс. Події, що описуються, викликають емоційну відповідь у читачів, підсилюючи співчуття та ставлення до постраждалих осіб.

7. *"UNICEF provided financial assistance to Oksana and her family."* - Створення інформаційної реальності. Підкреслення діяльності UNICEF з надання фінансової допомоги, створюючи образ організації, яка активно втручається у допомогу потерпілим.

8. *"With cash assistance from UNICEF, Svitlana and her four children were able to purchase food, warm clothing and pay the rent for their small apartment."* - Емоційний резонанс. Подання позитивного результату допомоги від UNICEF підсилює сприйняття організації як джерела допомоги та позитивного впливу на життя потерпілих.

9. *"I realised that I was not alone."* - Емоційний резонанс. Цитата підсилює позитивні емоції та почуття підтримки у читачів, спонукаючи їх співчувати та підтримувати постраждалих.

10. *"Help soon arrived in the form of cash payments from UNICEF."* - Створення інформаційної реальності. Підкреслення швидкості та ефективності допомоги від UNICEF, що формує образ організації, яка діє оперативно та результативно.

11. *"Then, in September 2022, Natalia's six-year-old niece Polina lost her parents in a shelling attack."* - Емоційний резонанс. Опис подій, пов'язаних із втратою близьких, спонукає до співчуття та емоційної реакції у читачів.

12. *"Help soon arrived in the form of cash payments from UNICEF."* - Створення інформаційної реальності. Підкреслення швидкості та ефективності допомоги від UNICEF, що формує образ організації, яка діє оперативно та результативно.

13. *"Collaboration between the Ministry of Social Policy of Ukraine and UNICEF helped to extend assistance to families in need."* - Посилання на

анонімний авторитет. Згадка про співпрацю з урядовими структурами надає UNICEF додаткову авторитетність та довір'я.

14. *"The aid was provided to 55,000 families with three or more children that had applied for assistance through the 'e-Dopomoga' platform in 2022."* - Стереотипізація. Використання конкретних цифр та статистики може зміцнити враження про розміри допомоги та її обсяг, створюючи образ ефективної та розміркованої діяльності організації.

15. *"Natalia and her husband have three daughters – Ksenia, 15, Oleksandra, 8, and two-year-old Marichka."* - Стереотипізація. Подання інформації про сім'ю, яка потребує допомоги, забезпечує створення образу типової української родини, що потерпає від наслідків війни.

Також ми проаналізували статтю видавництва Deutsche Welle – “Germany: Fire breaks out at Berlin metal factory” [14]. Ця стаття розкриває подію, що відбулася в Німеччині, а саме пожежу на металургійному заводі в Берліні. Розгляд цього матеріалу дозволить проаналізувати способи, за якими інформація про аварії та кризові ситуації представляється в засобах масової інформації, а також визначити, які мовні прийоми та семантичні стратегії використовуються для формування публічної думки та впливу на сприйняття читачів.

Проаналізувавши оригінальну статтю, ми виділили такі маніпулятивні прийоми та засоби впливу:

1. *"More than 200 firefighters were on site, trying to control the flames."* - Посилання на анонімний авторитет. Це може викликати відчуття авторитетності та підтримки заходів, проведених у вирішенні ситуації.

2. *"Residents near the factory were advised to keep their windows and doors closed to protect themselves from fumes."* - Емоційний резонанс. Застосування такої поради викликає занепокоєння та емоційну реакцію, щоб читачі дотримувалися рекомендацій та відчували необхідність дій.

3. *"Plumes of dark smoke could be seen rising from the complex."* - Емоційний резонанс. Опис темного диму може викликати страх та тривогу, активізуючи емоційну реакцію читачів.

4. *"A technical room on the building's first floor was 'fully engulfed in flames,' a fire brigade spokesperson was quoted by the German DPA news agency as saying."* - Посилання на анонімний авторитет. Цитування представника пожежної служби надає авторитетності інформації про ситуацію.

5. *"Diehl Metall, the company that owns the plant, had stored chemicals inside the building, prompting the fire brigade to issue a hazard warning as a precautionary measure."* - Дезінформація. Ця фраза може створювати враження, що пожежа спричинена саме через зберігання хімічних речовин, хоча це може не бути основною причиною.

6. *"No injuries were reported, according to the fire brigade spokesperson, though parts of the building have reportedly collapsed."* - Дезінформація. Заява про відсутність постраждалих може не враховувати можливих травм або інших наслідків.

7. *"More than 200 firefighters were on the scene, using extinguishing foam, the Berlin Fire Department said on X, formerly Twitter."* - Посилання на анонімний авторитет. Використання посилання на офіційний акаунт у соціальній мережі надає авторитетності інформації.

8. *"A school in the neighborhood was closed and pupils were sent home, the spokesperson told DPA."* - Емоційний резонанс. Ця інформація може викликати занепокоєння серед мешканців, особливо батьків дітей, які навчаються в цій школі.

9. *"Diehl Metall is a subsidiary of the German Diehl Group."* - Посилання на анонімний авторитет. Вказівка на належність компанії до великої групи підвищує авторитет та довіру до неї.

10. *"German firefighters battled on Friday to control a fire which broke out at a metal technology factory in the southwest of the capital, Berlin."* -

Емоційний резонанс. Опис боротьби з пожежею може викликати почуття співпереживання та підтримки до пожежних, які працюють у небезпечних умовах.

Підсумовуючи, англомовні новини часто використовують різноманітні маніпулятивні прийоми та засоби впливу для привернення уваги читачів і формування їхньої думки. Серед них найпоширенішими є ті, що створюють враження достовірності інформації та ті, що спонукають до емоційної реакції.

Засоби впливу, такі як посилення на анонімних авторитетів або офіційні джерела, можуть створювати враження авторитетності і надійності інформації. Наприклад, цитування виступів представників владних структур або фахівців у певній галузі дозволяє статті здобути додатковий авторитет у очах читачів.

Також емоційний резонанс грає важливу роль у формуванні вражень та почуттів у читачів. Застосування словесних засобів, які викликають страх, тривогу, співчуття або захват, може значно підсилити ефективність новинного матеріалу та залучити увагу аудиторії.

Такі маніпулятивні прийоми допомагають новинним виданням здійснювати вплив на громадську думку та формувати певні переконання серед своїх читачів. Однак важливо залишатися критичним до інформації, перевіряти її достовірність та аналізувати її з точки зору різних джерел та поглядів.

2.2 Аналіз українського перекладу англомовної новини на предмет використання маніпулятивних прийомів та засобів впливу.

Для дослідження було обрано український переклад англомовної статті "Truong My Lan: Vietnamese billionaire sentenced to death for \$44bn

fraud" [9] By Jonathan Head & Thu Bui, видавництва міжнародного медіа BBC.

В українському перекладі статті хотілося б виділити яскраві маніпулятивні техніки та прийоми, а саме:

1. *"За їхніми даними, для свідчень викликали 2700 осіб, у справі брали участь 10 державних прокурорів та близько 200 адвокатів."* - Посилання на анонімний авторитет. Використання статистичних даних може надавати авторитету представленим інформації.

2. *"Водночас вирок суду зобов'язує її повернути 27 млрд доларів, хоча звинувачення вважає, що це навряд чи можливо."* - Дезінформація. Фраза вводить у читачів сумнів щодо можливості повернення грошей, що може вплинути на їхнє сприйняття справи.

3. *"Мене збентежує,"* - каже Ле Хонг Хієп, який керує Програмою вивчення В'єтнаму в Інституті ISEAS - Yusof Ishak в Сінгапурі. - Емоційний резонанс. Фраза передає емоційне збентеження автора, що може впливати на почуття читачів.

4. *"Є думка, що суд призначив Чіонг смертну кару саме для того, щоб натиснути на неї та змусити повернути хоча б частину вкраденого."* - Емоційний резонанс. Фраза може викликати в читачів емоції співчуття або обурення.

5. *"Усіх підсудних визнали винними."* - Спіраль мовчання. Ця фраза може утверджувати в читачів переконання у винності всіх підсудних без достатнього аналізу обґрунтувань чи контексту.

6. *"Судовий процес, що розпочався 5 березня і закінчився раніше запланованого терміну, став частиною кампанії боротьби з хабарництвом, яке генеральний секретар Комуністичної партії В'єтнаму Нгуєн Фу Чонг протягом багатьох років обіцяв викоринити."* - Пропаганда. Використання терміну "кампанія боротьби" може сприйматися як акцентування уваги на

позитивних зусиллях влади та підсилення підтримки заходів, проведених Комуністичною партією В'єтнаму.

7. *"У 2022 році в результаті серії арештів акції великих компаній В'єтнаму подешевшали на 40 млрд доларів, підірвавши довіру інвесторів у непростий момент для економіки, що швидко зростає."* - Емоційний резонанс. Ця фраза може викликати страх у читачів та підсилювати переконання про негативний вплив дій Чіонг Мі Лан на економіку.

8. *"Усіх підсудних визнали винними."* - Міфи. Підкреслення винності всіх підсудних може створювати у читачів уявлення про їх колективну провину без достатнього аналізу кожного випадку окремо.

9. *"Усіх підсудних визнали винними."* - Спіраль мовчання. Ця фраза може утверджувати в читачів переконання у винності всіх підсудних без достатнього аналізу обґрунтувань чи контексту.

10. *"Це місто, де мешкає велика етнічна китайська громада."* - Стереотипізація. Звернення до етнічної громади може викликати у читачів асоціації або уявлення про певні особливості цієї групи людей.

11. *"За даними прокуратури, протягом трьох років, починаючи з лютого 2019 року, вона наказала своєму водію вивезти з банку 108 трильйонів донгів (понад 4 мільярди доларів) готівкою та зберігати їх у підвалі."* - Створення інформаційної реальності. У цій фразі подано враження, що така ситуація трапилася насправді, що може вплинути на сприйняття читачів та їхні відчуття щодо подій.

12. *"У цьому й полягає парадокс."* - Емоційний резонанс. Використання терміну "парадокс" може викликати у читачів певні емоції або запитання щодо ситуації, що розглядається.

13. *"Але йому 79 років, у нього слабе здоров'я, і на наступному з'їзді партії у 2026 році йому, напевно, доведеться піти у відставку."* - Міфи. Використання подібних фраз може створювати уявлення або передбачення щодо майбутніх подій без достатніх фактів або доказів.

14. *"Чіонг Мі Лан походить з китайсько-в'єтнамської родини в Хошиміні. Це місто, де мешкає велика етнічна китайська громада, вже давно, з часів, коли воно називалося Сайгоном і було столицею Південного В'єтнаму, стало локомотивом в'єтнамської економіки."* - Створення інформаційної реальності. Відтворення історичних фактів про походження Чіонг Мі Лан може створювати у читачів враження впевненості у її статусі та важливості як фігури в бізнесі.

15. *"Хоча В'єтнам здебільшого відомий своїм виробничим сектором, який швидко зростає, більшість заможних в'єтнамців запрацювали на будівництві та спекуляціях з нерухомістю."* - Стереотипізація. Використання загального твердження про заможних в'єтнамців може створювати у читачів стереотипні уявлення про їхню діяльність та джерела доходу.

16. *"Усе ж, він бачить спробу повернути партії контроль над півднем країни з його вільною діловою культурою."* - Дезінформація. Представлення інтерпретації подій через призму контролю партії може бути спрямованою на сприйняття подій у певний спосіб, який вигідний для автора.

17. *"Під його керівництвом партія поставила амбітну мету - до 2045 року досягти статусу багатой країни з економікою, що базується на технологіях та знаннях."* - Ідеологія. Подання амбітних цілей та ідеалів партії може сприйматися як мотивація для підтримки чи погодження з її політикою.

18. *"Корупція була мастилом, яке підтримувало роботу механізму. Якщо прибрати мастило, він може перестати працювати."* - Міфи. Використання алегорії про мастило та механізм може створювати уявлення про необхідність корупції для ефективності системи, що може призвести до прийняття корупції як необхідної складової суспільства.

В українському перекладі статті “UNICEF brings cash assistance relief to families in Ukraine” [13] можна виділити виділити яскраві маніпулятивні техніки та прийоми, а саме:

1. *"Гуманітарні грошові виплати є життєво важливим ресурсом для вразливих сімей в Україні."* - Емоційний резонанс. Використання такої фрази може сприяти співчуттю та підсиленню емоційного зв'язку з читачами.

2. *"З початку 2022 року сім'ї з дітьми отримали надію завдяки програмі гуманітарних грошових виплат."* - Пропаганда. Ця фраза підсилює позитивний вплив програми гуманітарних грошових виплат і закликає до підтримки.

3. *"Від війни в Україні потерпають сотні тисяч невинних дітей та їхніх сімей."* - Емоційний резонанс. Ця фраза створює образ жертв війни, що може викликати співчуття та активізувати бажання допомогти.

4. *"Європейський Союз докладає всіх можливих зусиль, щоб надати негайну допомогу українським дітям."* - Пропаганда. Ця фраза підсилює імідж Європейського Союзу як благодійника та активного учасника вирішення гуманітарної кризи.

5. *"Після початку війни я приходила прибирати один будинок у Харкові."* - Буденна розповідь. Ця розповідь про звичайне щоденне життя допомагає створити близькість та ідентифікацію з персонажем.

7. *"Через обстріли Інна втратила роботу у клінінговій компанії."* - Стереотипізація. Це може викликати співчуття та стереотипне уявлення про жертви війни, які втрачають роботу через обставини, над якими вони не мають контролю.

8. *"У нашу квартиру влучив снаряд."* - Створення інформаційної реальності. Ця фраза створює образ реальної небезпеки та психологічного травмування внаслідок війни.

9. *"Згодом і саму родину спіткало таке лихо — снаряд влучив у дитячу спальню."* - Емоційний резонанс. Опис цієї трагічної події призначений збуджувати емоції у читачів та підсилювати співчуття.

10. *"Ми купили плитку, спеціальну плівку, щоб вікна не випадали, і цемент, щоб відремонтувати дитячу кімнату."* - Буденна розповідь. Ця фраза описує практичні кроки, які вживає сім'я для відновлення після війни, що може викликати відчуття співчуття та підтримки.

11. *"ЮНІСЕФ надав фінансову допомогу Оксані та її родині. На ці кошти вони купили продукти й побудували укриття в підвалі гаража, яке могло б захистити багатодітну сім'ю під час обстрілів."* - Емоційний резонанс. Це створює образ надання допомоги та захисту, що може викликати співчуття та підтримку.

12. *"Програма ЮНІСЕФ з порятунку життів дітей та їхніх родин в Україні в зимовий період, розпочата в 2023 році, забезпечила додаткову підтримку для вразливих родин..."* - Пропаганда. Ця фраза підсилює позитивний вплив програми ЮНІСЕФ і закликає до підтримки.

13. *"На кошти від ЮНІСЕФ Світлана та її четверо дітей придбали їжу, теплий одяг і заплатили за оренду своєї маленької квартири."* - Емоційний резонанс. Ця розповідь про конкретні дії, які здійснила родина за допомогою отриманих коштів, може викликати співчуття та підтримку.

14. *"Ця грошова підтримка допомогла нам відчувати впевненість у завтрашньому дні, — розповідає Світлана..."* - Емоційний резонанс. Ця фраза створює образ допомоги, яка підвищує впевненість та надає підтримку.

15. *"13-річна Ілона та її старша, 22-річна, сестра Діана з Краснограда, що на Харківщині, втратили батьків."* - Емоційний резонанс. Ця розповідь про трагічну втрату може викликати співчуття та емоційний відгук.

16. *"Подружжя потрапило у фінансову скруту — бойові дії продовжувалися, а ситуація на ринку праці була складною."* - Емоційний

резонанс. Ця фраза створює образ фінансової скрути, що може викликати співчуття та підтримку.

17. *"Незабаром родина отримала грошову допомогу від ЮНІСЕФ."* - Пропаганда. Ця фраза підсилює позитивний вплив організації ЮНІСЕФ і закликає до підтримки.

Також на використання маніпуляцій та засобів впливу було проаналізовано український переклад статті "Germany: Fire breaks out at Berlin metal factory" [14]. Було виявлено такі маніпуляції та засоби впливу:

1. *"Місто частково накрило хмарою отруйного диму."* - Емоційний резонанс. Опис хмари отруйного диму може викликати паніку та збудження у читачів.

2. *"Оскільки на підприємстві зберігалися та оброблялися хімікати..."* - Стереотипізація. Використання слова "хімікати" може сприйматися як загрозове, що підсилює враження небезпеки.

3. *"Пожежна служба також попереджала про небезпеку отруйного диму..."* - Емоційний резонанс. Ця фраза може підсилити страх та обурення, спонукаючи до певних дій або реакцій.

4. *"В контексті діяльності компанія Diehl, деякі ЗМІ звертали увагу на те, що вона виробляє системи протиповітряної оборони IRIS-T, які, зокрема, постачає в Україну."* - Стереотипізація. Зазначення про виробництво систем протиповітряної оборони може створювати негативне уявлення про компанію, особливо в контексті пожежі.

5. *"Голова її оборонного підрозділу Diehl Defence Гельмут Раух (Helmut Rauch) був у складі німецької делегації, яка відвідала Київ із віцеканцлером і міністром економіки ФРН Робертом Габеком (Robert Habeck) у квітні."* - Посилання на анонімний авторитет. Вказання на особистість Гельмута Рауха може підсилити авторитет компанії Diehl у контексті виробництва військової продукції.

6. *"Хоча Diehl Group є великим оборонним концерном, проте на заводі в Берліні не вироблялося жодної військової продукції..."* - Дезінформація. Ця фраза може створювати враження, що компанія не має відношення до військової сфери, хоча це може бути нецільовою або неповною інформацією.

7. *"Створи список з 10 пунктів маніпуляцій та засобів впливу, які були використані в статті."* - Спіраль мовчання. Ця фраза може викликати відчуття невизначеності у читачів, оскільки їм не надано конкретної інформації про те, які саме маніпуляції та засоби впливу були використані.

8. *"Будівля оборонного концерну Diehl згоріла у Берліні"* - Стереотипізація. Ця фраза може сприйматися як загроза безпеці через згадку оборонного концерну, що може викликати певні страхи або обурення.

9. *"Мешканців Берліна просили не виходити на вулицю, вдома вимкнути кондиціонери, а вікна та двері тримати зачиненими."* - Емоційний резонанс. Це заклик до певних заходів безпеки може підсилити враження небезпеки та загрози, що сприймається читачами.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

У процесі аналізу англomовної статті та її українського перекладу на предмет маніпулятивних прийомів та засобів впливу, було виявлено декілька важливих аспектів. Ми використовували однакову класифікацію та підходи до аналізу обох текстів, що дозволило нам провести аналіз їхнього впливу на аудиторію.

Спочатку важливо відзначити, що обидва тексти використовують широкий спектр маніпулятивних прийомів та засобів впливу для досягнення своїх цілей. Зокрема, обидва тексти використовують стереотипізацію, дезінформацію, створення інформаційної реальності та посилення на авторитети для підтримки своїх тверджень і впливу на сприйняття аудиторії.

Проте, відмінною рисою українського перекладу є більш активне використання емоційного резонансу та рідше використання буденної розповіді. "Від війни в Україні потерпають сотні тисяч невинних дітей та їхніх сімей" - Емоційний резонанс. Український переклад активно використовує емоційний навантаження, вживаючи слова "потерпають" та "невинні", щоб підкреслити страждання дітей і їхніх родин внаслідок війни. Це робить текст більш емоційно забарвленим та спрямованим на викликання співчуття читача. У порівнянні з цим, оригінальний англійський текст є більш офіційним і фактологічним, з менш вираженим емоційним компонентом: "The ongoing war in Ukraine has caused suffering to thousands of children and their families," Це може бути зумовлено специфікою культурних аспектів та психологічних особливостей української аудиторії. Також, український переклад рідше використовує стереотипізацію, проте частіше міфи, що може відображати особливості комунікації в українському культурному контексті.

Щодо засобів впливу, то більшість з них повторюються в обох варіантах, котрі досліджувались. Адже власне за допомогою засобів впливу формується основа для написання статті та інформація, яку хочуть донести цим матеріалом.

Варто відзначити, що обидва тексти мають свої впливові моменти і використовують різні стратегії для досягнення своїх цілей. Проте, порівняння обох текстів дає можливість краще розуміти та аналізувати прийоми та засоби впливу, що використовуються в медійних матеріалах, та їхній ефективність у контексті формування громадської думки.

З ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕДАЧІ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ МАНІПУЛЯТИВНИХ ПРИЙОМІВ ТА ЗАСОБІВ ВПЛИВУ АНГЛОМОВНИХ НОВИН

3.1 Дослідження трансформацій мовних засобів під час перекладу

У сучасному світі переклад є невід'ємною складовою процесу взаєморозуміння між культурами та народами. Коли ми стикаємося з необхідністю перекладу, ми зіштовхуємося із викликом передати не лише слова, але й значення, відтінки та смисл оригінального тексту. Тут на допомогу приходять трансформації - процеси перетворення тексту, які допомагають забезпечити його адекватність та зрозумілість для читача або слухача.

Трансформації на різних рівнях мовної структури відіграють ключову роль у процесі перекладу. Компонентні трансформації стосуються заміни морфологічних, синтаксичних та фразеологічних засобів, що може бути необхідним для підтримки логічності та послідовності тексту в перекладі. Референціальні трансформації, які включають конкретизацію, генералізацію, заміну реалій та інші прийоми, спрямовані на забезпечення відповідності смислу та контексту оригіналу. Вони дозволяють відтворити суть тексту, враховуючи специфіку мови-мети та її культурний контекст.

Стилістичні трансформації, такі як компресія і розширення, впливають на структуру та виразність тексту, дозволяючи адаптувати його до особливостей мови та стилю комунікації аудиторії перекладу. Компресія, або еліпсис, дозволяє зменшити обсяг тексту, зберігаючи при цьому його смислову повноту, тоді як розширення надає можливість розвинути і розкрити ідеї, які в оригіналі можуть бути більш стисло вираженими. Такі трансформації сприяють адаптації тексту до потреб та очікувань аудиторії, роблячи переклад більш ефективним та інформативним.

У цьому розділі ми розглянемо трансформації, які використовувались в перекладі, який ми досліджуємо.

1. "The decision is a reflection of the dizzying scale of the fraud" + "Truong My Lan was convicted of taking out \$44bn in loans" -> "Чіонг Мі Лан визнали винною в отриманні кредитів на суму 44 млрд доларів" - Об'єднання речень або їх членування.

2. "the colonial-era courthouse" -> "суд" - генералізація.

3. "property developer" -> "підприємниця" - конкретизація.

4. "a 67-year-old Vietnamese property developer was sentenced" -> "67-річну в'єтнамську підприємницю засудили" - пасивізація.

5. "for looting one of the country's largest banks" -> "до страти за пограбування одного з найбільших банків країни" - перетворення дієслова у прийменниково-іменникову конструкцію (заміна частин мови).

6. "who denied the charges and can appeal" -> "провину не визнала і поклала її на своїх підлеглих. Як повідомив агентству Reuters один із родичів, вона збирається оскаржити вирок" - заміна опису дії одним простим присудком (заміна частин мови).

7. "The trial was part of the campaign to combat bribery, which Communist Party Secretary-General Nguyen Fu Chong has promised to eradicate for many years." -> "Судовий процес став частиною кампанії з боротьби з хабарництвом, яке генеральний секретар Комуністичної партії В'єтнаму Нгуєн Фу Чонг протягом багатьох років обіцяв викоринити." - об'єднання речень або їх членування

8. "According to the allegations, Chiong Mi Lan, the wife of a wealthy Hong Kong businessman, was withdrawing money from SCB using forged loan applications, in which she actually owned 90% of the shares." -> "За даними звинувачення, Чіонг Мі Лан, дружина заможного гонконгського бізнесмена, за допомогою підроблених заявок на отримання кредитів виводила гроші з SCB, в якому їй фактично належало 90% акцій." - конкретизація.

9. "Police said they arrested more than a thousand real estate properties owned by the entrepreneur during the trial." -> "Поліція заявила, що під час

судового процесу було заарештовано понад тисячу об'єктів нерухомості, що належали підприємцям." - пасивізація.

10. "She started as a market stall vendor, selling cosmetics with her mother, but began buying land and property after the Communist Party ushered in a period of economic reform, known as Doi Moi, in 1986." -> "Вона починала з продажу косметики на ринку разом із своєю матір'ю, але почала купувати землю та нерухомість після того, як Комуністична партія розпочала економічні реформи, відомі як Дой Мой, в 1986 році." - заміна частин мови і членів речення.

11. "The trial was the most dramatic chapter so far in the 'Blazing Furnaces' anti-corruption campaign led by the Communist Party Secretary-General, Nguyen Phu Trong." -> "Цей судовий процес став найбільш драматичним етапом до цього часу в антикорупційній кампанії 'Палаючі печі', яку очолює Генеральний секретар Комуністичної партії Нгуєн Фу Чонг." - конкретизація.

12. "Vietnam is best known outside the country for its fast-growing manufacturing sector" → "В'єтнам відомий за своїм швидко розвиваючимся виробничим сектором" - генералізація.

13. "most wealthy Vietnamese made their money developing and speculating in property" → "більшість заможних в'єтнамців запрацювали на будівництві та спекуляціях з нерухомістю" - конкретизація.

14. "Corruption escalated as the economy grew" → "Корупція зростала разом з розвитком економіки" - пасивізація.

15. "Getting access to it often relies on personal relationships with state officials" → "Отримання доступу до неї часто залежить від особистих стосунків із чиновниками" - заміна частин мови і членів речення.

16. "But prosecutors say that through hundreds of shell companies and people acting as her proxies, Truong My Lan actually owned more than 90% of Saigon Commercial" → "Але прокурори стверджують, що через сотні

підставних компаній та довірених осіб Чіонг Мі Лан фактично контролювала понад 90% акцій SCB" - пасивізація.

17. "They accused her of using that power to appoint her own people as managers" → "Звинуватили її у зловживанні владою при призначенні менеджерів своїх людей" - заміна частин мови і членів речення.

18. "Суми, виведені, вражають" → "The amounts taken out are staggering" - конкретизація.

19. "Her loans made up 93% of all the bank's lending" → "За даними звинувачення, кредити Лан склали 93% усіх позик банку" - конкретизація.

20. "If they stop the grease, things may not work any more" → "Якщо прибрати мастило, він може перестати працювати" - заміна частин мови і членів речення.

21. "will almost certainly have to retire" → "йому, напевно, доведеться піти у відставку" - пасивізація.

22. "Under his leadership the party has set an ambitious goal" → "Під його керівництвом партія поставила амбітну мету" - генералізація.

23. "a technology and knowledge-based economy" → "економікою, що базується на технологіях та знаннях" - конкретизація.

24. "yet faster growth in Vietnam almost inevitably means more corruption" → "однак швидке зростання у В'єтнамі неминуче означає більше корупції" - пасивізація.

25. "one of the longest-serving and most consequential secretary-generals" → "один із найвпливовіших генсеків" - генералізація.

26. "they are so many similar cases" → "є багато схожих випадків" - генералізація.

27. "Le Hong Hiep who runs the Vietnam Studies Programme at the ISEAS - Yusof Ishak Institute in Singapore" → "Ле Хонг Хієп, який керує Програмою вивчення В'єтнаму в Інституті Юсофа Ісхака в Сінгапурі" - конкретизація.

У статті від UNICEF “Як грошова допомога від ЮНІСЕФ підтримує родини в Україні” [15] було використано такі перекладацькі трансформації:

1. "Since the escalation of the war in 2022" -> "З початку повномасштабної війни" - генералізація
2. "UNICEF brings cash assistance relief to families in Ukraine" -> "Як грошова допомога від ЮНІСЕФ підтримує родини в Україні" - конкретизація.
3. "UNICEF and partners have been working" -> "ЮНІСЕФ та партнери надають" - пасивізація.
4. "Amid war and displacement, humanitarian cash transfers play a vital role in supporting the most vulnerable families in Ukraine." + "Without this support, damaged infrastructure and soaring inflation can leave many struggling to afford to heat their homes or feed their children." -> "В умовах війни та масового переміщення цивільного населення гуманітарні грошові виплати є життєво важливим ресурсом для вразливих сімей в Україні. Адже на тлі зруйнованої інфраструктури та стрімко зростаючої інфляції задоволення базових потреб стає справжнім викликом для багатьох українців." - об'єднання двох речень у одне.
5. "When a shell hit her children's bedroom" -> "Снаряд влучив у дитячу спальню" – генералізація.
6. "Inna grew desperate" -> "Інна впала у відчай" – пасивізація
7. "Due to the shelling, Inna lost her job when the house where she was employed as a cleaner was destroyed." + "After the war started, I cleaned a house in Kharkiv," she says." -> "Через обстріли Інна втратила роботу у клінінговій компанії." + "Після початку війни я приходила прибирати один будинок у Харкові, — розповідає вона." - об'єднання двох речень у одне.
8. "Part of the money was also used to repair a pumping station that supplies water to their home." + "UNICEF's winterization programme in 2023 was instrumental in providing additional support to vulnerable households, particularly in districts of the Dnipro, Kharkiv, Zaporizhzhia and Donetsk regions." ->

"Частину грошей сім'я також спрямувала на ремонт насосної станції, яка постачає воду до їхнього будинку. Програма ЮНІСЕФ з порятунку життів дітей та їхніх родин в Україні в зимовий період, розпочата в 2023 році, забезпечила додаткову підтримку для вразливих родин, зокрема в окремих районах Дніпропетровської, Харківської, Запорізької та Донецької областей." - об'єднання двох речень у одне.

9. "“We started to freeze bread as a reserve,” says Oksana." -> "«Ми почали заморожувати хліб про запас», — зізнається Оксана." - пасивізація.

10. "“This assistance helped us to feel more secure about our tomorrow,” says Svitlana" -> "«Ця грошова підтримка допомогла нам відчувати впевненість у завтрашньому дні, — розповідає Світлана" – пасивізація.

11. "pay the rent" -> "заплатили за оренду" – заміна частин мови і членів речення.

12. "“I realised that was the only option,” says Daiana. “I would not be able to let her go. She is my family.”" -> "«Я зрозуміла, що це єдиний вихід, — каже Діана. — Що я не зможу її відпустити. Вона моя сім'я»." - об'єднання двох реплік у одне речення для збереження логічного зв'язку між висловлюваннями.

13. "Krasnohrad, Kharkiv region" -> "Красноград, що на Харківщині" - заміна реалії на українську аналогічну локацію.

14. "With this money, Natalia and her husband were able to buy food" -> "На ці кошти Наталя з чоловіком купили продукти" - переклад за допомогою пасивної конструкції.

15. "that had applied for assistance" -> "і звернулися за допомогою" - заміна англійської конструкції з дієприкметником на українську фразу зі сполучником (заміна частин мови і членів речення).

16. "Help soon arrived in the form of cash payments from UNICEF." -> "Незабаром родина отримала грошову допомогу від ЮНІСЕФ." – пасивізація.

У статті від Deutsche Welle “Будівля оборонного концерну Diehl згоріла у Берліні” [17] було використано такі перекладацькі трансформації:

1. "Over 200 firefighters" -> "На місці працювали 180 пожежників" – конкретизація.
2. "German firefighters" -> "пожежна служба Берліна" – конкретизація.
3. "Residents near the factory were advised" -> "Мешканців Берліна просили" – пасивізація.
4. "trying to control the flames" -> "могли гасити вогонь" - заміна англійської конструкції з дієприкметником на українську фразу з дієсловом.
5. "Rescue services also warned of the danger of toxic smoke spreading towards the northern part of the city." -> "Пожежна служба також попереджала про небезпеку отруйного диму, що поширюється у бік північної частини міста." - об'єднання двох речень у одне.
6. "German Diehl Group" -> "компанія Diehl" – генералізація.
7. "IRIS-T missiles" -> "системи протиповітряної оборони IRIS-T" – конкретизація.
8. "According to the spokesman, there were no injuries." -> "За його словами, не було постраждалих." - переклад за допомогою пасивної конструкції.
9. "It wasn't clear what caused the fire." -> "Не було зрозуміло, що спричинило пожежу." - заміна англійської конструкції з дієсловом на українську фразу з дієприслівником.
10. "However, Diehl Defence is located in the south of the country." -> "Втім, Diehl Defence розташовано на півдні країни." - об'єднання двох речень у одне.
11. "A company spokesperson" -> "представник концерну" – генералізація.

12. "Diehl Metall is a subsidiary of the German Diehl Group" -> "Diehl Metall є дочірньою компанією концерну Diehl" - переклад за допомогою пасивної конструкції.

13. "where mainly parts for the automotive industry are produced" -> "де переважно виробляються деталі для автомобільної промисловості" - заміна англійської конструкції з дієсловом на українську фразу з дієприкметником.

14. "no armaments had been manufactured at the Berlin facility" -> "на заводі в Берліні не вироблялося жодної військової продукції" – генералізація.

У проаналізованих статтях найчастіше вживалися трансформації генералізації та конкретизації для передачі інформації з оригінального тексту на мову перекладу. Генералізація дозволяла узагальнити інформацію, зробивши її більш універсальною, тоді як конкретизація дозволяла точно передати деталі і конкретні назви. Пасивізація також була часто використовуваною трансформацією, оскільки вона дозволяла акцентувати увагу на об'єкті дії, не вказуючи на конкретного виконавця. Заміна частин мови також була популярною, допомагаючи підтримати граматичну структуру речень у перекладі. Інші трансформації, такі як заміна реалій або прийоми реметафорізації, використовувалися рідше, але допомагали у вирішенні специфічних завдань перекладу, таких як адаптація до місцевих умов або передача конкретного смислу.

3.2. Аналіз особливостей вживання українською мовою художніх засобів для досягнення маніпулятивного впливу на аудиторію

Українська мова, як і будь-яка інша, складається з різноманітних художніх засобів, які можуть бути використані для досягнення маніпулятивного впливу на аудиторію. Відбір конкретних лексичних, граматичних та стилістичних прийомів може відтворювати певні емоційні стани, створювати враження авторитетності, або навіть сприйматися як об'єктивна інформація, тим самим впливаючи на усвідомлення отриманої

інформації та формування думки аудиторії. Розгляд художніх засобів українською мовою з точки зору їхнього маніпулятивного потенціалу може допомогти краще розуміти, як текст може впливати на своїх читачів.

У статті “Смертна кара за шахрайство. Мільярдерку з В'єтнаму засудили до страти за фінансові злочини” видавництва BBC [13] було використано такі художні засоби:

1. Метафора: "Смертна кара за шахрайство"

Вид маніпуляції: Стереотипізація та емоційний резонанс.

Пояснення: Використання метафори "смертна кара" створює враження жорсткості та неспівмірності покарання до злочину, що має підвищити страх і обурення читачів, спонукуючи їх підтримати жорсткі заходи проти злочинців.

2. Гіперболізація: "масштаб шахрайства"

Вид маніпуляції: Стереотипізація.

Пояснення: Гіперболізація масштабу шахрайства надає враження надзвичайності та величезності злочину, що може збільшити страх та обурення у читачів та підтримку жорстких заходів проти обвинувачених.

3. Епітет: "буденна розповідь"

Вид маніпуляції: Буденна розповідь.

Пояснення: Використання епітету "буденна" для опису подій передає враження нормальності та звичайності справи, зменшуючи відстань між читачем і подіями, що може зробити їх більш прийнятними та реальними.

4. Метонімія: "готівка у коробках"

Вид маніпуляції: Стереотипізація.

Пояснення: Використання метонімії "готівка у коробках" створює асоціацію між грішми та злочином, що підсилює стереотип про обвинувачену як злочинця, що може зміцнити підтримку жорстких заходів проти неї.

5. Порівняння: "небувалим можна вважати й масштаб шахрайства"

Вид маніпуляції: Стереотипізація та емоційний резонанс.

Пояснення: Порівняння "небувалим" і "масштаб шахрайства" підсилює враження величезності злочину, що може збільшити страх та обурення читачів, змушуючи їх підтримувати жорсткі заходи проти обвинувачених.

6. Епітет: "близько 42 тисяч людей"

Вид маніпуляції: Стереотипізація.

Пояснення: Використання епітету "близько" надає враження великої кількості постраждалих, що може підсилювати обурення та сприяти підтримці жорстких заходів проти злочинців.

7. Порівняння: "найбільшим в історії В'єтнаму"

Вид маніпуляції: Стереотипізація та емоційний резонанс.

Пояснення: Порівняння з історичними подіями підсилює враження величезності та важливості злочину, що може збільшити страх та обурення читачів.

8. Гіперболізація: "більше тисячі об'єктів нерухомості"

Вид маніпуляції: Стереотипізація.

Пояснення: Використання гіперболізації надає враження величезної кількості забраних майнових об'єктів, що може підсилити обурення та підтримку жорстких заходів проти злочинців.

9. Метафора: "частиною кампанії боротьби з хабарництвом"

Вид маніпуляції: Пропаганда.

Пояснення: Використання метафори "кампанія боротьби" підсвідомо асоціює судовий процес з важливим соціальним завданням, що може сприйматися як необхідна та справедлива дія.

10. Епітет: "велика етнічна китайська громада"

Вид маніпуляції: Стереотипізація.

Пояснення: Використання епітета "велика" може підсилювати враження про великий вплив та розмір китайської громади, що може вплинути на сприйняття аудиторії.

11.Епітет: "відомою фігурою"

Вид маніпуляції: Стереотипізація.

Пояснення: Використання епітета "відомий" може підсилити враження про вплив та видатність особи, що може змінювати сприйняття аудиторії.

12.Гіперболізація: "понад 90% акцій SCB"

Вид маніпуляції: Стереотипізація.

Пояснення: Використання гіперболізації надає враження величезного володіння контрольного пакету акцій, що може підсилити обурення аудиторії.

13.Порівняння: "понад 4 мільярди доларів"

Вид маніпуляції: Стереотипізація та емоційний резонанс.

Пояснення: Порівняння з величезною сумою грошей може підсилити враження про вагомість та серйозність злочину, що може змінювати сприйняття аудиторії.

14.Гіперболізація: "на будь-якому банку"

Вид маніпуляції: Стереотипізація.

Пояснення: Вживання гіперболізації може підсилити враження загальності та невірогідності заяви, що сприймається як загострення проблеми та акцентує увагу на її серйозності.

15.Порівняння: "підвалі"

Вид маніпуляції: Стереотипізація та емоційний резонанс.

Пояснення: Порівняння з підвалом створює враження таємничості, небезпеки та злочинності, що може підсилити враження про злочинні наміри та дії обвинуваченої.

16.Гіперболізація: "більшу структуру"

Вид маніпуляції: Пропаганда.

Пояснення: Використання гіперболізації може підсилити враження про величезний масштаб діяльності обвинуваченої, що може вплинути на сприйняття аудиторії та створити певну атмосферу паніки.

17. Метафора: "локомотивом економіки"

Вид маніпуляції: Пропаганда.

Пояснення: Використання метафори створює враження про ключовий вплив особи на економіку країни, що може підсилити враження про важливість та вагомість обвинуваченої, а також підкреслити необхідність її покарання.

18. Метафора: "палаюча піч"

Вид маніпуляції: Створення інформаційної реальності.

Пояснення: Метафора "палаюча піч" створює образ наявності активної, ефективної боротьби з корупцією, підсилює враження про рішучість влади у цьому питанні.

19. Епітет: "екзистенційна загроза"

Вид маніпуляції: Емоційний резонанс.

Пояснення: Використання епітета "екзистенційна" підсилює враження про серйозність та загрозливість проблеми корупції, що мотивує аудиторію до підтримки боротьби з нею.

20. Гіперболізація: "було добре відомо"

Вид маніпуляції: Стереотипізація.

Пояснення: Вживання гіперболізації підсилює враження про загальність та всеосяжність інформації про корупційну діяльність, що може зміцнити віру в необхідність боротьби з нею.

21. Порівняння: "китайсько-в'єтнамська мафія"

Вид маніпуляції: Стереотипізація.

Пояснення: Порівняння з мафією створює образ організованої, злочинної структури, що мотивує підтримку дій влади щодо припинення її впливу.

22. Метафора: "мастило, яке підтримувало роботу механізму"

Вид маніпуляції: Створення інформаційної реальності.

Пояснення: Метафора "мастило" надає корупції позитивний звучання, що може вплинути на сприйняття аудиторії щодо її ролі в економічному розвитку.

23.Порівняння: "економічна діяльність"

Вид маніпуляції: Стереотипізація.

Пояснення: Порівняння з економічною діяльністю створює враження про необхідність корупції для нормального функціонування економіки, що може підтримати статус-кво.

24.Метафора: "вислизнути з рук"

Вид маніпуляції: Емоційний резонанс.

Пояснення: Метафора "вислизнути з рук" створює образ втрати контролю, що може мотивувати аудиторію підтримати дії влади для збереження стабільності.

25.Епітет: "амбітна мета"

Вид маніпуляції: Пропаганда.

Пояснення: Використання епітета "амбітна" підсилює враження про значимість та величезний потенціал досягнення поставленої мети, що може мобілізувати підтримку від аудиторії.

26.Гіперболізація: "неминуче означає"

Вид маніпуляції: Стереотипізація.

Пояснення: Гіперболізація може підсилити враження про однозначну залежність економічного зростання від корупції, що спрямовує думку аудиторії у визначений рамки.

27.Метафора: "робота механізму"

Вид маніпуляції: Створення інформаційної реальності.

Пояснення: Метафора "робота механізму" надає образу стабільності та ефективності, що може позитивно вплинути на сприйняття корупції як необхідного компонента суспільного функціонування.

У статті “Як грошова допомога від ЮНІСЕФ підтримує родини в Україні” видавництва UNICEF [15] було використано такі художні засоби:

1. Метафора "життєво важливий ресурс" - Емоційний резонанс:

Використання метафори "життєво важливий ресурс" підсилює враження про важливість гуманітарних грошових виплат для вразливих сімей, викликаючи в аудиторії співчуття та розуміння необхідності цієї підтримки.

2. Епітет "багатьох українців" - Стереотипізація: Використання

епітету "багатьох" може сприйматися як узагальнення та утвердження стереотипу про широкий масштаб проблеми, що підсилює враження необхідності надання допомоги.

3. Гіперболізація "сотні тисяч" - Емоційний резонанс: Використання

гіперболізації підкреслює масштаб проблеми та її серйозність, що може викликати в аудиторії більш активну реакцію та підтримку.

4. Метафора "негайна допомога" - Емоційний резонанс: Використання

метафори "негайна допомога" акцентує на терміновості та необхідності швидкого реагування на ситуацію, що викликає в аудиторії емоційний резонанс та підтримку.

5. Порівняння "як страшний сон" - Емоційний резонанс:

Використання порівняння "як страшний сон" має на меті викликати в аудиторії відчуття страху та тривоги, що підсилює емоційний вплив тексту.

6. Епітет "багатодітна мама" - Стереотипізація: Використання епітету

"багатодітна" може утверджувати стереотип про родини з багатьма дітьми як вразливі та потребуючі допомоги, звертаючи увагу на їхню особливу потребу в підтримці.

7. Метафора "життя у їхньому місті" - Емоційний резонанс:

Використання метафори "життя у їхньому місті" підсилює враження про важкі умови життя та реальні проблеми, з якими стикаються люди під час війни, спонукаючи до співчуття та реакції.

8. Порівняння "прогодувати сім'ю стало випробуванням" - Емоційний резонанс: Використання порівняння "прогодувати сім'ю стало випробуванням" наголошує на складностях, з якими стикаються люди під час війни, спонукаючи до співчуття та підтримки.

9. Епітет "багатодітна сім'я" - Стереотипізація: Використання епітету "багатодітна" може утверджувати стереотип про багатодітні сім'ї як вразливі та потребує допомоги, що спонукає аудиторію до співчуття та підтримки.

10. Метафора "програма з порятунку життів дітей" - Емоційний резонанс: Використання метафори "програма з порятунку життів дітей" підсилює враження про необхідність та ефективність програми, спонукаючи до активної реакції та підтримки.

11. Порівняння "як випробуванням" - Емоційний резонанс: Використання порівняння "як випробуванням" підсилює враження про складні умови життя та страждання, що допомагає спонукати аудиторію до співчуття та реакції.

12. Гіперболізація "змогли завчасно підготуватися до холодного сезону" - Емоційний резонанс: Використання гіперболізації підсилює враження про ефективність та значущість програми, що залучає увагу аудиторії та підтримує її позитивне ставлення.

13. Метафора "впевненість у завтрашньому дні" - Емоційний резонанс: Використання метафори "впевненість у завтрашньому дні" акцентує на важливості та значущості допомоги, що спонукає до позитивної реакції та підтримки.

14. Епітет "бойові дії продовжувалися" - Стереотипізація: Використання епітету "бойові" може утверджувати стереотип про постійність та нестабільність ситуації в районах конфлікту, що спонукає до співчуття та підтримки.

15. Метафора "грошова допомога надала рятівну допомогу" - Емоційний резонанс: Використання метафори "грошова допомога надала

рятивну допомогу" підсилює враження про критичну важливість та необхідність допомоги, що спонукає до активної реакції та підтримки.

16. Порівняння "як сім'я" - Емоційний резонанс: Використання порівняння "як сім'я" акцентує на важливості та значущості родинних зв'язків, що спонукає до співчуття та підтримки.

17. Гіперболізація "по кілька разів" - Емоційний резонанс: Використання гіперболізації підсилює враження про складність та значущість ситуації, що спонукає до активної реакції та підтримки.

18. Епітет "вразливі сім'ї" - Стереотипізація: Використання епітету "вразливі" може утверджувати стереотип про сім'ї як беззахисні та потребуючі допомоги, що спонукає до співчуття та підтримки.

У статті "Будівля оборонного концерну Diehl згоріла у Берліні" видавництва Deutsche Welle [17] було використано такі художні засоби:

1. Гіперболізація "оборонного концерну Diehl" - Стереотипізація: Використання гіперболізації "оборонного концерну Diehl" може створювати враження про потенційну загрозу та небезпеку зв'язану з цією компанією, що маніпулює уявленнями аудиторії та спонукає до певної реакції.

2. Стереотипізація "хмара отруйного диму" - Створення інформаційної реальності: Використання стереотипізації "хмара отруйного диму" може спричиняти паніку серед населення та підсилювати враження про небезпеку, що створюється через події, що розглядаються.

3. Посилання на анонімний авторитет "представник пожежної служби Берліна" - Дезінформація: Використання посилання на анонімного авторитету може створювати враження автентичності та достовірності інформації, хоча насправді ця інформація може бути призвана маніпулювати аудиторією.

4. Метафора "технічне приміщення спалахнуло" - Емоційний резонанс: Використання метафори "технічне приміщення спалахнуло" може

підсилювати емоційний вплив події, створюючи враження загрози та небезпеки.

5. Гіперболізація "на місці працювали 180 пожежників" - Емоційний резонанс: Використання гіперболізації "на місці працювали 180 пожежників" може підсилити враження про серйозність ситуації та активність рятувальників, що сприяє емоційному зворотному зв'язку з аудиторією.

6. Епітет "небезпечне скупчення диму" - Створення інформаційної реальності: Використання епітету "небезпечне" підсилює враження про загрозовість та небезпеку ситуації, що може спричинити паніку серед аудиторії.

7. Порівняння "обрушилася" - Емоційний резонанс: Використання порівняння "обрушилася" може підсилити враження про серйозність та масштабність події, що активізує емоційний вплив на аудиторію.

8. Метафора "виробництва хімікатів" - Емоційний резонанс: Використання метафори "виробництва хімікатів" може створювати враження небезпеки та загрози для здоров'я, що спонукає до певної реакції аудиторії.

9. Створення інформаційної реальності "Мешканців Берліна просили не виходити на вулицю" - Спіраль мовчання: Шляхом створення інформаційної реальності, яка підсилює враження про небезпеку та загрозу, може бути спрямована на збільшення контролю над поведінкою аудиторії.

10. Епітет "не вироблялося жодної військової продукції" - Дезінформація: Використання епітету "не вироблялося жодної військової продукції" може бути спрямовано на зміну уявлень аудиторії про характер діяльності компанії та зменшення сприйняття загрози.

Метафори, порівняння, гіперболізації та епітети є потужними засобами маніпуляції в тексті, оскільки вони дозволяють створювати конкретні образи, відтінки значень та емоційно заряджати висловлювання. Через їхнє використання автор може керувати увагою, враженнями та переконаннями аудиторії, навіть не вказуючи прямо на певні думки чи ідеї.

Метафори дозволяють переносити значення з одного об'єкта на інший, створюючи асоціації та образи, які можуть бути використані для формування певного ставлення чи враження. Порівняння допомагають підкреслити схожість або різницю між об'єктами, а гіперболізації перебільшують або зменшують певні аспекти, щоб надати їм більшого емоційного чи інтелектуального звучання. Епітети, у свою чергу, забарвлюють об'єкти чи явища певними емоціями або оцінками, що може вплинути на сприйняття та оцінку цих об'єктів.

Такі лінгвістичні засоби використовуються з метою створення враження авторитетності, підтримки певних поглядів чи ідей, а також мобілізації аудиторії до певних дій чи переконань. Їхнє використання допомагає формувати і утримувати уявлення про певну реальність, впливаючи на сприйняття та реакцію аудиторії на текст.

3.2. Визначення специфічних лексичних та граматичних конструкцій, що використовуються в українському перекладі

Український переклад тексту є складним процесом, що вимагає уваги до кожного аспекту мови, включаючи лексичні та граматичні особливості. В даному розділі ми спробуємо розібрати специфічні лексичні та граматичні конструкції, що використовуються в українському перекладі, та проаналізуємо, як вони сприяють або можуть впливати на сприйняття тексту аудиторією.

У статті “Смертна кара за шахрайство. Мільярдерку з В'єтнаму засудили до страти за фінансові злочини” видавництва BBC [13] було використано такі лексичні та граматичні конструкції:

1. Вживання лексичних конструкцій "Смертна кара" та "страти" підсилює емоційний вплив на читача, створюючи враження серйозності та невідворотності покарання для засудженої особи.

2. Граматична конструкція "провину не визнала і поклала її на своїх підлеглих" створює підозрюване середовище, де засуджена особа намагається уникнути відповідальності, перекладаючи провину на інших.

3. Вживання словосполучення "Є думка, що..." підкреслює можливість різних тлумачень подій і відкриває простір для сумнівів та маніпуляцій з боку автора або осіб, що коментують ситуацію.

4. Вживання лексичної конструкції "звинувачення" замість "обвинувачення" може створювати враження більшої вини та важливості обвинувачень проти засудженої особи.

5. Граматична конструкція "Судовий процес, що розпочався..." надає тексту офіційний та діловий тон, що може підсилити авторитет інформації, поданої у статті.

6. Вживання слів "заявили" та "заявила" надає інформації певну впевненість і авторитетність, але може також викликати сумніви щодо правдивості та об'єктивності поданої інформації.

7. Лексичне вживання фрази "хабар у розмірі 5,2 млн доларів" може змінювати сприйняття читача щодо характеру порушень та вини засудженої особи, створюючи враження корупційних дій та масштабного фінансового ушкодження.

8. Граматична конструкція "під час судового процесу" надає певної офіційності та легітимності подіям, що відбуваються, що може підсилити впевненість у правильності судових рішень.

9. Використання словосполучення "розповіла під час судового процесу" може викликати сумніви щодо об'єктивності інформації та акцентувати увагу на відомостях, які можуть бути виборчо подані.

10. Лексичне вживання термінів "арешт", "постраждали" та "хабарництво" створює негативне сприйняття дій та осіб, пов'язаних з ситуацією, що описується, що може впливати на формування думок читачів.

11. Використання складних назв і прикметників (китайсько-в'єтнамська родина, етнічна китайська громада) надає тексту аутентичності і відображає специфіку культурного контексту. Це створює враження глибини та деталізації.
12. Вживання імен і відомостей (Чіонг Мі Лан, Нгуен Фу Чонг) надає тексту конкретності і створює враження об'єктивності. Це може зробити інформацію більш переконливою для читача.
13. Вживання слів "починала", "почала", "володіла" додає динаміки і акцентує увагу на процесах змін та розвитку особистості.
14. Використання специфічних дат (1986 рік, 1990-ті роки, 2011 рік, 2016 рік, 2019 рік, 2026 рік) надає тексту хронологічності та об'єктивності.
15. Вживання числівників і пропорцій (понад 90%, 93%, 108 трильйонів донгів, понад 4 мільярди доларів) може здаватися об'єктивною інформацією, але в контексті може створювати враження величезного масштабу або недооцінювати істинні розміри проблеми.
16. Вживання ідіоматичних висловів ("локомотив економіки", "лідери домінували у бізнесі") може змінювати тон тексту і впливати на емоційне сприйняття.
17. Використання цитат з експертів ("Такого показового процесу, як цей, не було, я думаю, ніколи за всю комуністичну епоху") може надавати тексту авторитетності і переконливості, але також може бути засобом маніпуляції, особливо якщо цитати підтримують певну точку зору.
18. Використання риторичних питань ("Швидке економічне зростання у В'єтнамі неминуче означає зростання корупції?") може спонукати читача до роздумів і підтримувати авторську позицію.
19. Вживання відповідних дієслів ("дозволили", "звинуватили", "вважає") може впливати на сприйняття подій та осіб, вказуючи на ступінь участі чи відповідальності.

20. Використання аналогій ("мастило, яке підтримує роботу механізму") може посилити розуміння складних концепцій або явищ шляхом порівняння з більш зрозумілими образами.

У статті “Як грошова допомога від ЮНІСЕФ підтримує родини в Україні” видавництва UNISEF [15] було використано такі лексичні та граматичні конструкції:

1. Лексична конструкція "повномасштабна війна" - Використання лексичної конструкції "повномасштабна війна" створює враження серйозності та надзвичайності ситуації, що активізує емоційний вплив на аудиторію та спонукає до сприйняття подій у тексті як критичних.

2. Лексична конструкція "фінансову підтримку" - Використання лексичної конструкції "фінансову підтримку" спрямоване на створення позитивного сприйняття діяльності організацій, які надають допомогу, що може впливати на підвищення довіри до них та підтримку їхніх ініціатив.

3. Граматична конструкція "життєво важливим ресурсом" - Використання граматичної конструкції "життєво важливим ресурсом" акцентує увагу на значущості грошової допомоги для вразливих сімей, що підсилює її емоційний вплив та визначає її як необхідну.

4. Лексична конструкція "від початку" - Використання лексичної конструкції "від початку" підсилює враження тривалості та стабільності діяльності організації, що може впливати на підвищення довіри до неї та підтримку її ініціатив.

5. Лексична конструкція "з березня 2022 року по грудень 2023-го" - Використання лексичної конструкції "з березня 2022 року по грудень 2023-го" структурує часовий рамки дії програми, що може підсилювати враження про об'єктивність та системність надання допомоги.

6. Лексична конструкція "негайну допомогу" - Використання лексичної конструкції "негайну допомогу" акцентує увагу на терміновості та

актуальності надання допомоги, що може впливати на емоційний ставлення до ініціативи.

7. Граматична конструкція "завдяки програмі гуманітарних грошових виплат" - Використання граматичної конструкції "завдяки програмі гуманітарних грошових виплат" акцентує увагу на ролі програми у наданні допомоги, що може впливати на сприйняття її як ефективної та значущої.

8. Лексична конструкція "сім'ї з дітьми" - Використання лексичної конструкції "сім'ї з дітьми" підсилює емоційний вплив тексту, звертаючи увагу на вразливі категорії населення, що може спонукати до співчуття та підтримки.

9. Граматична конструкція "серед яких" - Використання граматичної конструкції "серед яких" структурує інформацію про отримувачів допомоги, що може підсилювати враження про об'єктивність та репрезентативність програми.

10. Лексична конструкція "звичайні дні" - Використання лексичної конструкції "звичайні дні" акцентує увагу на нормальності та рутинності життя, що може створювати контраст зі станом війни та вразливості оточуючої ситуації.

11. Лексична конструкція "далеко від своїх дітей" - Використання лексичної конструкції "далеко від своїх дітей" створює враження відокремленості та розлуки, що може викликати співчуття та емоційну реакцію.

12. Лексична конструкція "безперервні обстріли" - Використання лексичної конструкції "безперервні обстріли" акцентує увагу на небезпеці та стресі, що може спричиняти емоційний вплив та співчуття.

13. Лексична конструкція "прогодувати сім'ю" - Використання лексичної конструкції "прогодувати сім'ю" акцентує увагу на складнощах та випробуваннях, пов'язаних з отриманням достатнього харчування, що може спонукати до співчуття та підтримки.

14. Лексична конструкція "заморожувати хліб про запас" -

Використання лексичної конструкції "заморожувати хліб про запас" акцентує увагу на стратегіях виживання та складнощах у задоволенні базових потреб, що може спонукати до співчуття та підтримки.

15. Граматична конструкція "попри безперервні обстріли" -

Використання граматичної конструкції "попри безперервні обстріли" структурує інформацію про складні умови та випробування, що може підсилювати враження про силу та витривалість персонажів.

16. Лексична конструкція "фінансову допомогу" - Використання цієї

конструкції акцентує увагу на значущості допомоги, що може створювати позитивне сприйняття діяльності організації та підвищувати рівень довіри до неї.

17. Граматична конструкція "на ці кошти" - Ця конструкція структурує

інформацію про використання наданих коштів, що може підсилити враження про об'єктивність та цілеспрямованість допомоги.

18. Лексична конструкція "в зимовий період" - Використання цієї

конструкції акцентує увагу на актуальності та необхідності надання допомоги в певний період, що може підсилювати враження про ефективність та адаптивність програми.

19. Граматична конструкція "що передбачала надання" - Ця

конструкція структурує інформацію про складові програми допомоги, що може підсилювати враження про комплексність та системність заходів.

20. Лексична конструкція "грошова підтримка" - Використання цієї

конструкції створює враження активної допомоги, що може спонукати до сприйняття ініціативи як значущої та ефективної.

21. Лексична конструкція "фінансову скруту" - Використання цієї

конструкції акцентує увагу на складних економічних умовах, що може сприйматися як підтвердження необхідності допомоги та підсилювати співчуття.

22. Граматична конструкція "надало рятівну допомогу" - Ця конструкція створює враження необхідності та важливості надання допомоги, що може спонукати до підтримки програми.

23. Лексична конструкція "в умовах тривалого насилля" - Використання цієї конструкції акцентує увагу на складних умовах, в яких опинилися отримувачі допомоги, що може спонукати до співчуття та підтримки.

У статті "Будівля оборонного концерну Diehl згоріла у Берліні" видавництва Deutsche Welle [17] було використано такі лексичні та граматичні конструкції:

1. Лексична конструкція "спалахнуло технічне приміщення" - Використання такої формулювання створює враження події, яка сталася внезапно та неочікувано, підсилюючи ефект драматизму.

2. Граматична конструкція "на другому поверсі" - Додавання деталей місцезнаходження підсилює враження про конкретність і точність інформації, що може впливати на сприйняття події.

3. Лексична конструкція "частково обрушилася" - Використання такої формулювання акцентує увагу на серйозності події та можливих наслідках, що може сприйматися як підсилення важливості події.

4. Граматична конструкція "в районі пожежі" - Ця конструкція структурує інформацію про місце події, що може підсилити враження про реальність та наближеність загрози для мешканців міста.

5. Лексична конструкція "небезпечне скупчення диму" - Використання такого вислову акцентує увагу на небезпеці для здоров'я, що може підсилювати емоційну реакцію та страх серед читачів.

6. Лексична конструкція "попереджала про небезпеку отруйного диму" - Використання цієї конструкції підсилює враження про серйозність ситуації та необхідність дій для запобігання негативним наслідкам.

7. Лексична конструкція "виробляє системи протиповітряної оборони IRIS-T" - Ця конструкція акцентує увагу на специфічних výroбах компанії, що може впливати на сприйняття діяльності компанії та її зв'язку з подією.

8. Граматична конструкція "був у складі німецької делегації" - Додавання деталей щодо участі представників компанії в делегації може підсилювати враження про зв'язок події з офіційними візитами.

9. Лексична конструкція "Diehl Defence розташовано на півдні країни" - Використання такої формулювання може намагатися відокремити компанію від події, що може впливати на сприйняття її відповідальності.

10. Граматична конструкція "на заводі в Берліні не вироблялося жодної військової продукції" - Додавання деталей про виробництво компанією продукції може спрямовувати увагу читачів на відсутність прямого зв'язку між компанією та військовою справою.

11. Лексична конструкція "Віцеканцлер ФРН про ППО і снаряди для України" - Ця конструкція може спрямовувати увагу на важливість події для політичних процесів, що може впливати на сприйняття події в контексті геополітики.

Аналізуючи специфічні лексичні та граматичні конструкції, які використовуються в українському перекладі даних статей, можна визначити їх значний вплив на сприйняття інформації аудиторією. Лексичні особливості, такі як вживання емоційно забарвлених термінів або специфічних фраз, можуть підсилити ефект і відтінок тексту, змінюючи сприйняття інформації. Граматичні конструкції, у свою чергу, надають тексту офіційний та діловий тон, або ж можуть акцентувати увагу на певних аспектах подій. В цілому, ці лінгвістичні варіанти створюють комплексний образ тексту, що впливає на сприйняття його аудиторією та підсилює його маніпулятивний ефект.

ВИСНОВОК

Підсумовуючи, в ході нашого дослідження ми детально проаналізували статтю міжнародного видання BBC та її україномовний переклад, зосереджуючись на медійних маніпулятивних прийомах та засобах впливу, які використовуються у сучасних текстах англomовних новин. Ми класифікували різноманітні прийоми та засоби впливу, зокрема спіраль мовчання, дезінформацію, техніку "сендвіча", міфи, стереотипізацію, емоційний резонанс та інші.

Виявлено, що український переклад характеризується більш активним використанням емоційного резонансу, рідше застосовується буденна розповідь, а також менш часто використовує стереотипізацію, але частіше - міфи.

У перекладі новин часто використовуються трансформації мовних засобів, такі як генералізація, конкретизація, пасивізація та заміна частин мови. Ці трансформації допомагають забезпечити якісний та адаптований підхід до виразності тексту у перекладі.

Додатковий аналіз показав, що вживання художніх засобів українською мовою має значний вплив на сприйняття тексту та його маніпулятивний ефект на аудиторію. Метафори, порівняння, гіперболізації та епітети стають потужними інструментами впливу.

Крім того, аналіз специфічних лексичних та граматичних конструкцій українського перекладу свідчить про їхній великий вплив на сприйняття інформації аудиторією. Ці лінгвістичні варіанти допомагають створити комплексний образ тексту, який підсилює його маніпулятивний ефект.

У цілому, наше дослідження вказує на важливість ретельного вивчення та розуміння медійних маніпулятивних прийомів та засобів впливу у текстах новин, а також на важливість точного перекладу цих текстів для забезпечення якісної та об'єктивної інформаційної взаємодії на міжнародному рівні.

SUMMARY

To sum up, we thoroughly analyzed an article from the international publication BBC and its Ukrainian translation, focusing on the media manipulative techniques and means of influence used in contemporary English-language news texts. We classified various manipulative techniques and means of influence, including the spiral of silence, disinformation, the "sandwich" technique, myths, stereotyping, emotional resonance, and others.

It was found that the Ukrainian translation is characterized by more active use of emotional resonance, less frequent use of everyday narration, and less frequent use of stereotyping, but more frequent use of myths.

Transformations of language means are often used in news translation, such as generalization, specification, passivization, and replacement of parts of speech. These transformations help ensure a quality and adapted approach to the expressiveness of the text in translation.

Additional analysis showed that the use of literary devices in the Ukrainian language has a significant impact on the perception of the text and its manipulative effect on the audience. Metaphors, comparisons, hyperboles, and epithets become powerful tools of influence.

Moreover, the analysis of specific lexical and grammatical constructions in the Ukrainian translation indicates their significant impact on the audience's perception of information. These linguistic variations help create a complex image of the text, which enhances its manipulative effect.

Overall, our research highlights the importance of carefully studying and understanding media manipulative techniques and means of influence in news texts, as well as the importance of accurate translation of these texts to ensure quality and objective information exchange on an international level.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ЗМІ як особливий чинник впливу на Формування способу життя особистості. Архів оригіналу за 4 березня 2016. Процитовано 16 грудня 2013.
2. Іванов В. Ф. Соціологія масової комунікації: Навч. посіб. / Валерій Феліксович Іванов. — Черкаси: Вид-во ЧДУ, 2003.
3. Карлова В.В. Вплив засобів масової інформації на формування української національної свідомості. Архів оригіналу за 16 грудня 2013. Процитовано 16 грудня 2013.
4. Варій М.Й. Специфічні форми і методи впливу на електорат // Політико-психологічні передвиборчі та виборчі технології": навч.посіб. -- Київ. -- Ельга, Ніка-Центр. -- 2003.
5. Нестеряк Ю. Державна підтримка ЗМІ: європейські традиції та українська практика // Вісник Київського національного університету. Журналістика. – 2002. – № 10. – С. 50–52.
6. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания: Пер. с нем. / Общ. Ред. и предисл. Мансурова Н. С. / Элизабет Ноэль-Нойман — М. : Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996, — 352 с.
7. Мак-Квейл, Д. Теорія масової комунікації // Деніс Мак-Квейл [перекл. з англ. О. Возьна, Г. Сташків]. — Львів: Літопис, 2010
8. Jonathan Head & Thu Bui - Truong My Lan: Vietnamese billionaire sentenced to death for \$44bn fraud: <https://www.bbc.com/news/world-asia-68778636>
9. Jonathan Head & Thu Bui - Смертна кара за шахрайство. Мільярдерку з В'єтнаму засудили до страти за фінансові злочини: <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/c98zv155dxeo>
10. Селіванова О.О. Лінгвістична енциклопедія / О.О. Селіванова. — Полтава : Довкілля-К, 2011. — 844 с
11. Губіна В. О. Маніпулятивні технології ЗМІ: https://www.aup.com.ua/ml/Gubina_Dodatok_8.pdf

12. М. Маклуен, Г. Інніс, Дж. Фіске, Р. Дебре, Зигфрід Зелінські
 Медіа-маніпуляція: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0-%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D1%96%D0%BF%D1%83%D0%BB%D1%8F%D1%86%D1%96%D1%8F%D0%9C%D0%B0%D0%BD%D1%96%D0%BF%D1%83%D0%BB%D1%8F%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D1%96_%D0%B7%D0%B0%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%B8_%D0%B2%D0%BF%D0%BB%D0%B8%D0%B2%D1%83_%D0%B4%D0%B5%D1%80%D0%B6%D0%B0%D0%B2%D0%B8_%D1%87%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B7_%D0%97%D0%9C%D0%86

13. Unicef:

<https://www.unicef.org/ukraine/en/stories/unicef-brings-cash-assistance-relief-families-ukraine>

15. Unicef:

<https://www.unicef.org/ukraine/stories/unicef-brings-cash-assistance-relief-families-ukraine>

16. Deutsche Welle “Germany: Fire breaks out at Berlin metal factory”:

<https://www.dw.com/en/germany-fire-breaks-out-at-berlin-metal-factory/a-68992842>

17. Deutsche Welle “Будівля оборонного концерну Diehl згоріла у Берліні” Євген Жуков, Степан Смишляєв:

<https://www.dw.com/uk/budivla-oboronnopromislovogo-koncernu-diehl-zgorila-u-berlini/a-68994296>

