

К. И. Конопленко

**МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ТАКТИКИ
В РЕКЛАМЕ КОСМЕТИЧЕСКИХ БРЕНДОВ
(на материале английского и турецкого языков)**

В данной работе рассматриваются манипулятивные тактики в рекламных текстах косметических средств на турецком и английском языках на материале 100 рекламных текстов косметических брендов Maybelline, L'oreal Paris, Garnier на турецком и английском языках, опубликованные на официальных сайтах брендов в 2023 – начале 2024 гг. Актуальность темы заключается в важности понимания особенностей использования манипулятивных тактик с точки зрения формирования иноязычной речевой и переводческой компетенций обучающихся.

По результатам анализа было выявлено, что манипулятивные тактики в рекламных текстах служат инструментом скрытого воздействия на потребителя, формируя у него нужное восприятие товара или услуги. Установлены следующие тактики: переакцентуация (смещает фокус с недостатков на выгодные детали, создавая иллюзию исключительности продукта); игра с мотивом (апеллирует к подсознательным желаниям (статус, безопасность, одобрение), стимулируя спрос); подмена целей (маскирует коммерческий интерес под заботу о потребителе); надевание маски (маска информатора, комментатора, наставника, советчика, эмоционального лидера снижает критическое восприятие, усиливая эффект убеждения).

Проанализированный материал показал, что в турецких рекламных текстах было зафиксировано 73 случая употребления манипулятивных тактик, тогда как в англоязычных текстах – 74 случая. Это свидетельствует о схожем уровне применения манипулятивных тактик в обоих языках, однако распределение тактик различается. Наиболее частыми тактиками в обеих языковых группах оказались переакцентуация (в турецком языке – 24 случая, в английском – 28 случаев) и надевание маски (в турецком языке – 24 случая, в английском – 22 случая), что указывает на их эффективность в привлечении внимания потребителей.

Результаты показывают, что манипулятивные тактики в рекламе играют важную роль в формировании успешной коммуникационной стратегии, воздействуя на восприятие потребителя независимо от языка и культуры. Манипулятивные тактики способствуют достижению поставленных целей и увеличению эффективности рекламной кампании.