



## RESEARCH OF MASTERS AND POSTGRADUATE STUDENTS

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2025.87.10>

### **Allusion as a Strategy of Audience Influence: the Manipulative Potential of Media Narrative in the Film “Superman”**

Yaryna-Ivanna Fostiak

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

In a sociocommunicative environment, social media often contributes to the polarization of public opinion and the creation of information bubbles, limiting the spread of factual information. In contrast, artistic media—particularly blockbuster films—can reach broad and diverse audiences regardless of their age, education, or political stance. The film industry is thus capable of promoting specific narratives to the masses, often subtly shaping public discourse. This article examines the manipulative potential of allusion as a narrative technique in feature films, using *Superman*(2025) as a case study. Allusion is defined here as a stylistic reference to well-known historical, cultural, or political phenomena, enabling the creation of additional layers of meaning without overt exposition. Such references may function as instruments of covert emotional and ideological influence, even within fictional storylines. The study aims to identify how allusions contribute to emotional engagement and enhance ideological framing in film narratives. The methodology integrates content analysis, critical discourse analysis, and elements of cognitive linguistics to interpret allusive codes and their function within the film’s structure. Special focus is given to references involving immigration, war, digital surveillance, xenophobia, and journalism, which are conveyed through intertextuality, symbolism, and visual metaphor. The findings suggest that allusions can strengthen emotional resonance and reinforce desired social or political positions. Even when viewers recognize the content as fictional, familiar allusions evoke trust and cognitive alignment. The article concludes by emphasizing the need for critical awareness of allusion as a potential tool of manipulation in contemporary media discourse.

*Keywords:* allusion, manipulation, feature films, influence, superman, media

---

**Citation:** Фостяк, Я.-І. (2025). Аллюзія як інструмент впливу на аудиторію: маніпулятивний потенціал у медіанаративі фільму «Супермен». *Наукові записки інституту журналістики*, 87 (2), 124-135. <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2025.87.10>

---

**Copyright:** © 2025 Ярина-Іванна Фостяк. This is an open-access draft article distributed under the terms of the **Creative Commons Attribution License (CC BY)**. The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) or licensor are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.



## ДОСЛІДЖЕННЯ МАГІСТРІВ І АСПІРАНТІВ

### Алюзія як інструмент впливу на аудиторію: маніпулятивний потенціал у медіанаративі фільму «Супермен»

Ярина-Іванна Фостяк

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна

У сучасному соціокомунікаційному середовищі соціальні мережі сприяють поляризації суспільних настроїв та створенню інформаційних бульбашок, ускладнюючи поширення фактичної інформації. На противагу цьому, художні твори, особливо кінофільми-блокбастери, здатні охопити масову аудиторію з різними поглядами, віковими рамками, рівнем освіти та політичною позицією. Кіноіндустрія має змогу пропонувати великій кількості людей конкретні наративи, що неодноразово успішно використовувалося для впливу на громадську думку. У статті досліджено маніпулятивний потенціал алюзії як наративної техніки в художньому кіно на прикладі фільму «Супермен» (2025). Алюзія розглядається як стилістичний засіб, що апелює до загальновідомих історичних, культурних або політичних явищ, створюючи додаткові смислові рівні, які не демонструються прямо. У статті доведено, що такі натики можуть виконувати функцію прихованого впливу на емоційний стан глядачів та формування громадської думки, навіть у рамках вигаданого наративу. Метою дослідження є виявлення способів, у які алюзії залучаються до створення емоційної взаємодії з аудиторією та посилення ідеологічного навантаження медіанаративу. Методологічна база включає контент-аналіз, критичний дискурс-аналіз та елементи когнітивної лінгвістики для розшифрування алюзивних кодів і розуміння їхньої ролі у структурі фільму. Окрема увага приділяється темам імміграції, війни, цифрової безпеки, ксенофобії та ролі журналістики, що актуалізуються за допомогою інтертекстуальних відсилань, символів та візуальних метафор. Результати дослідження демонструють, що алюзії здатні підсилювати емоційний вплив, активізуючи досвід глядача і водночас формуючи бажані соціальні чи політичні установки. Незважаючи на вигаданий характер сюжету, алюзивні елементи створюють ефект впізнаваності та довіри. Стаття наголошує на необхідності критичного осмислення алюзій у сучасному медіапросторі як потенційного інструменту маніпуляції.

**Ключові слова:** алюзія, маніпуляція, кінофільми, вплив, супермен, медіа

У сучасному соціокомунікаційному середовищі реципієнти більшою мірою отримують інформацію із соціальних мереж (Кузьменко, 2024), що через дію алгоритмів створює підґрунтя для поляризації суспільних настроїв та інформаційних бульбашок. Аудиторія бачить тільки те, що задовольняє її бажання і посилює її переконання, тож журналістам усе важче показувати фактичну інформацію тим, хто не слідує за конкретно їх медіа.

Ярина-Іванна Фостяк  <https://orcid.org/0009-0002-7440-1213>

Цю статтю було опубліковано спочатку онлайн 9 листопада 2025 року. Вона є результатом дослідження аспірантки Ярини-Іванни Фостяк, проведеного в межах НДР кафедри соціальних комунікацій ННІ журналістики КНУ імені Тараса Шевченка

Автор заявляє про відсутність конфлікту інтересів. У розробленні дослідження, зборі, аналізі чи інтерпретації даних, у написанні рукопису спонсори участі не брали

Електронна адреса автора для листування: Ярина-Іванна Фостяк [yarynafostiak@knu.ua](mailto:yarynafostiak@knu.ua)



На противагу медіа художні твори, особливо кінофільми-блокбастери, мають шанс достукатися до масової аудиторії (Katz, 2023) із абсолютно різними поглядами, віковими рамками, рівнем освіти та політичною позицією. Незважаючи на те, що кінематограф досі не відновився після пандемії коронавірусу, касові збори (Why Marvel is bringing..., 2024) фільмів про супергероїв вражають (Deadpool & Wolverine's box office triumph..., 2024) насамперед не заробленими продюсерами статками, а обсягом аудиторії, чию увагу вдалося залучити. Враховуючи, що у 2020-2025 роках середня ціна квитка у кінотеатрі у світі складала 11.31\$ (Nash, 2024), а касові збори тільки фільмів про супергероїв становили 5.794 млрд доларів, можна припустити приблизний показник аудиторії у розмірі 512,3 мільйона за 5 років або 85,4 мільйона людей на рік. Спираючись на ці цифри, робимо висновок, що кіноіндустрія має змогу пропонувати великій кількості людей конкретні наративи, чим світові студії неодноразово успішно користувалися, як, наприклад, фільм 1983-го року «The Day After», після якого президент США Рейган підписав угоду про ліквідацію ракет середньої та меншої дальності та писав режисеру, що фільм вплинув на це рішення (Webb, 2019). Маючи доступ до аудиторії, яка готова приблизно дві години уважно і несвідомо сприймати все, що їй пропонують, можна через цілком зрозумілі алюзії чинити маніпулятивний тиск та формувати ставлення громади до події чи ситуації. Більше того, потенціал впливу розуміють не лише науковці, а й політики, адже після виходу фільму консерватори, зокрема Келлієн Конвей на Fox News зазначила: «ми не ходимо в кіно, щоб нас повчали», що свідчить про те, що політики сприймають фільм із кардинально іншими поглядами як загрозу домінантній ідеології (Stevens, 2025). Однією із ключових кіноподій 2025-го року є фільм «Супермен», який викликав хвилю обговорень у соцмережах. Цей новий проєкт важливий не тільки тим, що світовий бокс-офіс становить більше \$600 млн, але й тим, що це один з найбільш довготривалих культурних феноменів світу, який понад 80 років є ідеологічним маркером американського суспільства та й світу загалом (Gould, 2020; Fogel, 2022).

*Мета дослідження:* виявити та проаналізувати маніпулятивний потенціал алюзії у кінонаративі фільму «Супермен» (2025), з'ясувавши, як конкретні алюзії формують громадську думку, впливають на емоції аудиторії та підкріплюють певні ідеологічні наративи.

## Теоретичне підґрунтя

Українські та світові вчені тримають тему алюзії у фокусі постійної уваги. Про алюзію у своїх наукових працях писали О. Єгорова, Ю. Васейко, а також письменник та журналіст Дж. Оруел. Дослідник М. Прокопєць розглядає алюзію з точки зору художнього феномену, а О. Ярема як джерело знань про культурні переконання (Ярема, 2013). Маніпуляцію дослідили такі українські та світові науковці як П. Бурдє, Ж. Бодріяр, В. Дейк, Д. Карнегі, С. Солонська, С. Недбаєвський. О. Кайкова писала про політичні маніпуляції, В. Корнєєв та В. Рябічев про маніпуляцію контекстом, а В. Різун про маніпулювання масами. Про маніпуляцію серед інших пише також М. Бабюк, який констатує, що маніпуляція існує на перетині багатьох соціальних стосунків та може впливати на масову свідомість; Е. Бернейс називає маніпуляцію невидимою владою, а Г. Франке писав про маніпуляцію як психічний вплив. Образ Супермена та його вплив на світовий культурний простір описують у своїх працях М. Гоурд, А. Фогел, Л. Карп. О. Райт оглядав образ Супермена як символу надії, що викликає реакцію аудиторії в США, а М. Соріано описує Супермена як такого, що поєднує в собі риси героїв, богів із міфології та Біблії, та аналізує архетипи і символіку.



## Метод

Для проведення дослідження використовувалися методи контент-аналізу та наративного аналізу для вивчення загального змісту фільму. Крім цього були застосовані декомпозиція, теоретичний аналіз, якісний аналіз, критичний дискурс-аналіз. Важливо зазначити, що в ході дослідження не було аналізовано реакцію реальної аудиторії, оскільки для достовірності і точності такого дослідження необхідні умови, в яких аудиторія переглядає кінострічку одночасно при однакових умовах та передумовах. Пошук наукових джерел здійснювався зокрема за допомогою ChatGPT4o, а аналіз джерел за допомогою Notebook LM.

## Результати та обговорення

Для розкриття алюзії як інструменту емоційного маніпулювання необхідно насамперед окреслити природу цього явища. Науковці зі сфери лінгвістики визначають алюзію як «стилістичний прийом, пов'язаний із використанням у тексті фольклорного, літературного, історичного, чи побутового факту, а також відомого афористичного вислову, крилатого слова, ідіоми. Алюзія органічно пов'язана з першоджерелом, де зафіксована її поява. Цей прийом допомагає гранично стисло, зате вичерпно, інколи одним словом вказати на рису людини, особливості події тощо, тісно поєднаних з оповіддю, оскільки вони асоціативно виокремлюють важливу думку певного контексту» (Єгорова, 2014). Хоча вважається, що алюзія є мовною грою, з точки зору когнітивної лінгвістики це явище варто сприймати як засіб людської когнітивної системи, завдяки якому можна створити розуміння та сприйняття певного типу об'єкта. Дослідник М. Прокопець пропонує розглядати алюзію як «художньо-стилістичний фонетико-семантичний прийом – відсилання до прецедентного явища, реалії чи твору, який натякає на певний літературний твір, сюжет чи образ, кінематографічну, міфічну, історичну подію, побутовий, соціально-політичний факт чи мовленнєво-поведінковий стереотип із розрахунку на певну ерудицію та обізнаність аудиторії, покликану розгадати закодований зміст цього повідомлення» (Прокопець, 2012). Хоч О. Ярема вважає, що алюзія є цінним джерелом знань про культуру і менталітет народу, варто звернути увагу, що за допомогою алюзії можна формувати культурні коди та формувати ставлення людей до тієї чи іншої події, більше того, алюзію розглядають як потужний маніпулятивний прийом, зокрема для дискредитації чи негативного зображення певної персони, висміювання, критики, знущання та звинувачення. Також алюзію можуть використовувати як іронічну інтенцію, яка покликана руйнувати певні цінності. Дослідник Г. Стежко влучно підкреслює, що «Алюзія – стилістичний прийом, який здатен більш тонко та повно передати усі відтінки гумору, іронії, гротеску, ніж інші стилістичні прийоми. Власне ця її характерна риса й закарбована в первісному визначенні – з латинського “alludere”. Ця особливість алюзії яскраво проявляється у художніх творах» (Стежко, 2023).

Алюзія базується на спільних фонових знаннях адресанта та адресата, що допомагає адресанту спрямовано збагачувати зміст повідомлення. Щоб виявити алюзію, потрібно врахувати такі складники явища:

1. Конкретний впізнаваний маркер: натяк, який реципієнт має зрозуміти.
2. Конкретне впізнаване джерело: реципієнт має зрозуміти, на яке джерело, твір чи людину посилаються.
3. Модифікована інтерпретація: нове розуміння, яке утворилося завдяки асоціації, яку викликала алюзія.
4. Активізація тексту: нова інформація запам'ятовується, викликаючи суміжні ідеї та інтерпретації.



Також алюзії притаманні відчуття іронії, приховані або явні посилання, часткове чи повне цитування, копіювання манери, поведінки, стилю та іншого. Спираючись на досвід українських та світових науковців, можна виявити такі типи алюзій:

- історичні (наприклад, на певну історичну подію або промову);
- біблійні та міфологічні;
- літературно-художні;
- політичні та ідеологеми;
- події масової культури.

Алюзія може мати маніпулятивний потенціал. На це прямо чи опосередковано звертають увагу світові науковці. Вчені із Кенії описали алюзію у політичних промовах та прийшли до висновку, що «Політичні лідери значною мірою розробляють свої промови, щоб інформувати та впливати на електорат або маси, а різні форми алюзії прикрашають їхні промови та сприяють їхнім переконливим зусиллям» (Aduda, Maina, & Kimathi, 2023).

Для того, щоб зрозуміти, який це може бути маніпулятивний вплив, варто стисло окреслити поняття «маніпуляції». Одним із перших про маніпулювання як про вплив на свідомість інших заговорив австро-американський дослідник Е. Бернейс, розповідаючи про невидиму владу та те, як вона формує думки, погляди, контролює свідомість завдяки маніпуляції (Bernays, 1928), а німецький вчений Г. Франке під маніпуляцією розуміє своєрідний психічний вплив, що здійснюється приховано на шкоду людям, яким він адресований (Franke, 1964).

Якщо ж спробувати сформулювати узагальнене визначення, на яке можна спиратися у подальшому аналізі, то можемо вважати, що маніпуляції – це вид психологічного впливу (а не фізичне насильство чи загроза насильства). Мішенню дій маніпулятора є психічні структури людської особистості. Маніпуляція – це прихований вплив, факт якого не має бути помічений об'єктом маніпуляції. Оскільки алюзію використовують для формування ставлення, пояснення непрямым способом феноменів, можемо припустити, що цей метод має великий потенціал творити саме прихований вплив у красномовній формі.

Важливо зазначити, що алюзію не можна сприймати як позитивне чи негативне явище. Алюзія не лише маніпулятивний метод, її використовують і для висловлення важливих меседжів у періоди обмеження свободи слова. Наприклад, «Ліза Голдман, яка документує свій досвід в Ірані, зазначає, що обмеження в Ірані, як і в Польщі, привели до певних творчих інновацій, включаючи звернення драматургів до міфу, символу та алюзії для обговорення сучасних проблем» (O'Leary, Santos Sánchez & Thompson, 2016). Саме тому російська чи радянська влада у різні періоди особливо уважно ставилася до творів українських авторів про повстанські настрої через перестороги алюзій і підбурювання населення (Пашко, 2018).

Алюзіями переповнений і новий фільм студії DC «Супермен», який вийшов на кіноекрани у липні 2025-го року та зібрав велику прихильність кінокритиків. Стрічка відомого режисера та сценариста Дж. Ганна розповідає чергову історію культового персонажа Супермена, який постійно рятує світ, але у будні працює журналістом в медіа. Сам Дж. Ганн підкреслює, що у фільмі намагався відтворити ідею людяності, доброти та надії, якої сьогодні бракує, а це попри заклики критиків, які помітили чіткі політичні алюзії, стверджує, що головний меседж фільму – це мораль, однак визнав, що «в цілому “Супермен” – це історія Америки в тому сенсі, що вона розповідає про “іммігранта, який прибув з інших місць і заселив країну”» (Ambriz, 2025). Незважаючи на добрі наміри режисера, нова стрічка про Супермена має чітко висловлені наративи, які мають вплив на громадську думку, а також можуть мати маніпулятивний характер. Як зазначали ще у 1969 р. французькі діячі кіно та дослідники Ж.Л. Комоллі та Ж. Нарбоні, кожен фільм є політичним, а дослідниця Л. Малві вважала, що кіно не просто відображає, а підкріплює та формує світогляд людини, а також свідомо маніпулює її сприйняттям реальності.



Рівень маніпулятивного впливу складно виміряти кількісними показниками, оскільки на конкретну людину щосекунди впливає безліч факторів. Більше того, вплив може по-різному проявлятися залежно від досвіду, стану, настрою та переконань людини. Особливо складно виміряти маніпуляцію у контексті художнього твору, коли людська свідомість сприймає інформацію як вигадку, а підсвідоме не встигає відреагувати. Проте, розуміючи способи та принципи побудови алюзії, можна виявити можливий емоційний ефект, який спричиняє алюзія, та маніпулятивну функцію, яку вона виконує. На основі аналізу фільму «Супермен» було створено таблиці (див. далі), у яких структуровано основні види алюзій за тематикою та наведено приклади сцен, а також можливе розшифрування алюзії згідно із чотирма ступенями її розпізнавання.

Важливо акцентувати увагу, що у автора немає мети виявити позитивні чи негативні ефекти на людей, а тим більше поставити оцінку сценаристу та режисеру за рівень впливу та ідеологічні погляди. Мета створення таблиць виявити та констатувати алюзії, які можуть чинити той чи інший вплив на велику аудиторію. У таблиці 1 представлено результати контент-аналізу відповідно до тематики «Події масової культури – технологічні». Вона охоплює опис ключових сцен фільму та можливе розшифрування виявлених у них алюзій. За такою ж аналогією об'єднані сцени у таблицях 2 і 3. Оскільки у контексті дослідження неможливо об'єктивно виміряти реакцію аудиторії, єдиний спосіб визначити маніпулятивний потенціал можна лише відповідно до теоретичних поглядів науковців.

Аналізуючи наведені у таблиці сцени, можна помітити ймовірний вплив, який кожна сцена може чинити. Для прикладу, сцена №1 – це образ парасоціальних стосунків, а також нормалізації і гуманізації штучного інтелекту. Такого висновку можна дійти, спираючись на дослідження 2021-го року, яке показало, що роботи з виглядом тварин значно більше залучають людей до взаємодії, ніж неживі чи технічні на вигляд роботи (Ihamäki & Heljakka, 2021).

Соціальні роботи у вигляді домашніх тварин стимулюють природні реакції: люди охоче їх гладять, обіймають і взаємодіють з ними як зі справжніми. У фільмі є роботи-гуманоїди, але саме собака відіграє ключову роль найкращого друга Супермена, тож можна припустити, що після перегляду у глядачів виникне емпатія до роботи як до справжньої істоти.

Сцена №2 ймовірно може викликати когнітивний вплив, який описують науковці С. Ф. Камара, А. Сель та П. Г. Ганель. Вони дослідили, що коли люди бачать жорстоку розправу над невинною жертвою, у них виникає спільне відчуття обурення та гніву щодо кривдника. Глядач, як правило, відчуває, що сталося кричуще порушення моралі, і це спонукає його засуджувати «систему» у фільмі, а також чим більше емпатії до жертви, тим більше обурення від дій агресора (Camara, Sel, & Hanel, 2024). Оскільки ця алюзія існує в контексті реальної ситуації, можна припустити, що після перегляду фільму глядачі відчуватимуть обурення до китайської влади.

Сцена №3 демонструє гіперболізовану версію того, як виглядають ботоферми. Можна припустити, що ця алюзія може мати шокуючий ефект, який спричиняє недовіру. Європейські вчені вважають, що гіперболізований виявлений астротурфінг (спосіб введення в оману; у випадку фільму – ботоферма) викликає сумнів у правдивості повідомлень та відчуття маніпуляції, яке породжує цинізм і недовіру (Lock & Seele, 2017).



**Таблиця 1.**  
*Алюзивні елементи у фільмі «Супермен» (2025) – події масової культури (технологічні)*

| Тема-тика                             | № | Опис сцени                                                                                                                                                                                                                                        | Можливе розшифрування алюзії                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Події масової культури (технологічні) | 1 | Собака Супермена рятує його, доставляє додому та передає людиноподібним роботам, які мають його вилікувати. Супермен каже роботам: «дякую», але роботи просять так не робити, оскільки в них немає емоційного інтелекту.                          | Людиноподібні роботи – це штучний інтелект, який вже сьогодні стає незамінним помічником пересічної людини. За словами CEO чату GPT, приблизно 70% людей дякують чату за допомогу (Sam Altman...being polite to AI ..., 2025). |
|                                       | 2 | Супермен програє бій роботу, який вивчав алгоритми його прийомів. Невідомий добродій намагається допомогти Супермену, але його обличчя сканують і одразу отримують дані про особу. Згодом чоловіка розпізнають та вб'ють через допомогу Супермену | Механізм розпізнавання обличчя запущений в Китаї ще у 2018-му році, який піддається критиці через втрату приватності людини та тотальний контроль влади.                                                                       |
|                                       | 3 | Тисячі злих мавп-роботів, які генерують щосекунди злісні фейкові коментарі. Лекс зізнається, що всі коментарі про Супермена також вигадали вони.                                                                                                  | Алюзія на сучасні ботоферми та культ відміни у соцмережах (Dershowitz, 2020).                                                                                                                                                  |

**Таблиця 2.**  
*Алюзивні елементи у фільмі «Супермен» (2025) – політичні та ідеологеми*

| Тема-тика               | №                     | Опис сцени                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Можливе розшифрування алюзії                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Політичні та ідеологеми | 1                     | Головний антагоніст, науковець-мільярдер Лекс Лютор на засіданні ради безпеки державного значення пропонує високопосадовцям новий вид зброї. Задля своїх власних цілей він неодноразово порушує закон, ставить під сумнів існування цілого світу, демонструє готовність вбивати заради його цілі, нівелиючи людські життя. У кінці фільму Лекс зазнає принизливої нищівної поразки. | Алюзія на тенденцію втручання мільярдерів, зацікавлених у технологіях та оборонній сфері, у політичне життя країни чи світу. Лекс Лютор може символізувати Ілона Маска, якого журналісти та влада звинувачували у перевищенні повноважень (Levine, Charalambous, 2025), або Пітера Тіля, який створює базу ШІ для оборони США. Нищівна поразка Лекса схожа з думкою The Guardian про те, що мільярдери «спалюють світ», виявляючись «невдахами» (Shaw, 2025) |
|                         | 2                     | На місто нападає величезний монстр. Супергерої приходять на порятунок, у той час у новинах по телебаченню оголошують, що ці супергерої спонсоруються ще однією технологічною компанією                                                                                                                                                                                              | Алюзія на механіку створення штучного воєнника, а також корпоративний піар в інформаційних медіа чи «джинсу»                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                         | Продовження таблиці 2 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |



|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3 | Сцена виступу Лекса Лютора на телебаченні про Супермена. Лекс стверджує, що Супермен чужинець, бо прибув з іншої планети; рано чи пізно його генофонд витіснить корінне населення планети.                                                                                                                                                                                 | Алюзія на світову тенденцію, зокрема у США, щодо боротьби з іммігрантами, ксенофобію у світі, консерваторів, які протестують проти створення чи легалізацію нових поглядів                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 4 | Сцени про конфлікт Боровії та Джарханпур. За історією, Супермен на початку фільму врятував беззахисну країну Джарханпур від нападу деспотичного президента надсильної країни Боровії. Президент Боровії зображується як дивний божевільний, який має фінансові зв'язки із технічними гігантами, веде політику завдяки ресурсам, відверто обманює та будує деспотичний лад. | Критики та фани вбачають у конфлікті між Боровією та Джарханпуром алюзію на сучасні війни – між Україною та росією чи Ізраїлем і Газою. Експерти схиляються до версії про Близький Схід, але режисер заперечує, оскільки сценарій було написано до початку війни Ізраїлю. Водночас вторгнення росії вже тривало, а образ президента Боровії – ексцентричний диктатор із золотим палацом, бункерами та слов'янською мовою – можна сприймати як алюзію на путіна. Деякі ліві у США бачать у Боровії аналог Ізраїлю. |

**Таблиця 3.**

***Аналіз алюзивної неспроможності інтерпретації Супермена як алюзії на Трампа***

| Складники алюзії                                                                                  | Перевірка наявності складника у пості Білого дому                                                                                                                                                                                                                                    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Конкретний впізнаваний маркер: натяк, який реципієнт має зрозуміти                                | Відсутній. Образ Супермена в оригінальних творах не містить жодного натяку на постать Дональда Трампа чи його політичну діяльність.                                                                                                                                                  |
| Конкретне впізнаване джерело: реципієнт має зрозуміти, на яке джерело, твір чи людину посилаються | Відсутнє посилання. У творах про Супермена немає вказівки, алюзії чи асоціації з Трампом як прототипом чи джерелом. Історія персонажа та реальної особи Дональда Трампа не мають спільних рис, більше того, Трамп є представником влади, а Супермен якраз виступає його противником. |
| Модифікована інтерпретація: нове розуміння, яке утворилося завдяки асоціації, яку викликає алюзія | Не створюється. Якщо реципієнт не має зовнішнього контексту (медіапостів чи мемів), йому не буде очевидно жодної асоціації з Трампом. На даний момент Дональд Трамп не зупинив жодної війни, не врятував ні США, ні людство від глобальних загроз                                    |
| Активізація тексту: нова інформація запам'ятовується, викликаючи суміжні ідеї та інтерпретації    | Відсутня. Образ Супермена не активує політичних ідей чи уявлень, пов'язаних із Трампом, без навмисного втручання ззовні.                                                                                                                                                             |

У таблиці 2 «Алюзивні елементи у фільмі “Супермен” (2025) – політичні та ідеологеми» відображені сцени, які є алюзією на сучасні політичні та бізнесові конфлікти, які турбують як громадян Сполучених Штатів, так і людей у всьому світі.

Сцена №1 у таблиці 2 розкриває наболіле в США та світі питання, коли мільяртери втручаються у політичне життя країни. Вчені підтвердили, що негативні репрезентації у фільмах чи новинах підсилюють упередження щодо реальних осіб з аналогічними рисами. Для прикладу, команда науковців із США виявила, що безкомпромісно негативні новинні





репортажі про мусульман приводять до сильнішої підтримки анти-ісламських політик серед глядачів (Saleem, Prot, Anderson & Lemieux, 2017).

Сцена №2 у таблиці 2 є особливою в контексті того, що завдяки алюзії автор пояснює так званий ефект штучної кризи. Аудиторії показують проблему, що викликає страх, тривогу, відчуття безпорадності, а потім героїв, які змогли все врятувати. Аудиторії буквально пояснюють, як може змінитися критичне мислення при відчутті страху (Kahneman, 2011; Drinkwater et al., 2018).

У сцені №3 у таблиці 2 продемонстровано використання перебільшених чи надуманих загроз, з метою викликати паніку і невпевненість у глядачів. Наголошення на нібито неминучій небезпеці суттєво впливає на відчуття страху в людини та підозри до навколишнього середовища (Scheller, 2019).

Сцена №4 у таблиці 2 є найважливішою зі всіх, зокрема через те, що це наскрізна головна тематика фільму, а також ключова проблема планети з моменту російсько-української війни. Світові дослідники вважають, що сцени з натовпами, прапорами й емоційними промовами у фільмах спонукають глядачів до національної єдності і фанатичної підтримки, але сцени війни викликають глибокі почуття страху, гніву, гордість. Це емоційно забарвлює наратив і зміцнює патріотизм (Deligiannis, 2024).

Маніпуляцію за допомогою алюзії у контексті фільму про Супермена створив також чинний президент Сполучених Штатів Дональд Трамп. Після прем'єри кінострічки на офіційній сторінці Білого дому у соцмережі X з'явився постер фільму, на якому зображений Супермен у вигляді Дональда Трампа. Підпис до постеру свідчить, що smm-спеціалісти Білого дому або ж і сам чинний президент вважають, що герой фільму Супермен є алюзією на Дональда Трампа як символу та надії США. Завдяки розумінню основних принципів побудови алюзії можна спростувати ідею про те, що саме Трамп є прототипом Супермена. Таким чином можна зробити висновок, що пост Білого дому є маніпулятивною спробою застосувати алюзію, але, перевіривши за ключовими показниками, можна виявити, що навіть такий спосіб впливу на емоції як алюзія в даному контексті створити неможливо. Саме тому пост став основою для мемів та гучного обговорення у соціальних мережах, а деякі користувачі запропонували більш вдалу алюзію – професора Локарта із серії книг та фільмів про Гаррі Поттера, який був відомий своєю пихатістю та звичкою придумувати собі додаткові титули і перемоги (Rowling, 1998).

## Висновки

У дослідженні проаналізовано, як алюзії в художньому фільмі можуть виконувати функцію маніпулятивного впливу на аудиторію. Спираючись на дослідження науковців, було проаналізовано сцени та можливі алюзії, а також маніпулятивний ефект, який конкретні алюзії здатні створити. На прикладі кінофільму «Супермен» (2025) продемонстровано, що алюзії можуть активізувати емоційні реакції, підкріплювати або трансформувати суспільні уявлення щодо політики, технологій, війни та моральних норм, а алюзія може бути не лише стилістичним прийомом, а й способом прихованого впливу на емоційний стан глядачів та формування громадської думки. Окрему увагу приділено спробам політичного використання алюзії як маніпулятивного механізму з боку державних акторів, зокрема в кейсі Дональда Трампа. Аналіз показав, що у цьому випадку алюзивна інтерпретація була неспроможною через відсутність ключових складників прийому. Дослідження підтверджує: навіть у вигаданій формі наративів алюзія здатна проникати у масову свідомість і формувати політичні наративи, що потребує критичного осмислення як з боку науковців, так і аудиторії. Алюзія в сучасному кінематографі є не лише художнім прийомом, а й потужним засобом впливу на соціокультурну динаміку, тож науковцям варто звернути увагу на алюзію, особливо в контексті художньої форми викладу. Показано, що у майбутніх дослідженнях



науковцям варто звертати увагу на те, що у контексті соціальних мереж кіно набуває нової ролі – не лише культурного феномену а й інструменту завдяки якому можна формувати громадську думку та позицію. Це стосується не лише кінематографу, а й літератури та інших форм мистецтва, які мають доступ до широкої аудиторії. Таким чином, виникає потреба в аналізі художніх форм як можливого складника маніпулятивних стратегій.

**Декларація про генеративний штучний інтелект та технології, що використовують штучний інтелект у процесі написання.** Під час підготовки цієї статті автор не використовувала інструменти штучного інтелекту. Автор статті несе повну відповідальність за правильне використання та цитування джерел.

### Посилання

- Aduda, C., Maina, J., & Kimathi, C. (2023). Allusion as discourse strategy in political rhetoric: A case of selected gubernatorial campaign speeches in Homa Bay County, Kenya. *International Journal of Research Publication and Reviews*, 4(8), 1302–1308. <https://doi.org/10.55248/gengpi.4.823.50403>
- Ambriz, L. (2025, July 9). ‘Superman’ brings a message of hope to a cynical world. *AP News*. Retrieved July 25, 2025, from <https://apnews.com/article/superman-dc-james-gunn-5c1a8e14dddf2b7ce559d61a4f8762a6>
- Barrabi, T., & O’Neill, N. (2025, July 17). *Couple caught on kiss cam at Coldplay concert dodges out of sight as Chris Martin wonders if they’re ‘having an affair’*. *New York Post*. <https://nypost.com/2025/07/17/us-news/couple-caught-on-kiss-cam-at-coldplay-concert-dodges-out-of-sight-as-chris-martin-wonders-if-theyre-having-an-affair/>
- Bernays, E. L. (1928). *Propaganda*. New York, NY: Horace Liveright.
- Box Office Mojo. (2025). *Superman* (2025) [Box office data]. <https://www.boxofficemojo.com/title/tt5950044/>
- Camara, C. F., Sel, A., & Hanel, P. H. P. (2024). *The exploration of human responses to injustice: When do we help victims and punish perpetrators?* *Social Psychological and Personality Science*. <https://doi.org/10.1177/19485506231210213>
- Dershowitz, A. (2020). *Cancel culture: The latest attack on free speech and due process*. Simon & Schuster.
- Deligiannis, S. (2024). *Emotional strategies in Nazi propaganda films: Two case studies*. *Global Media Journal – Australian Edition*, 17(1)
- Drinkwater, K., Dagnall, N., Denovan, A., & Williams, C. (2018). Predictors and Associates of Problem–Reaction–Solution (PRS): Statistical Bias, Emotion-Based Reasoning, and Belief in the Paranormal. *SAGE Open*, 8(1). <https://doi.org/10.1177/2158244018762999>
- Fogel, A. (2022). *Superman as a historical figure, 1938–2022* (Master’s thesis). Purdue University. [https://hammer.purdue.edu/articles/thesis/Superman\\_as\\_a\\_Historical\\_Figure\\_1938\\_2022/21657767](https://hammer.purdue.edu/articles/thesis/Superman_as_a_Historical_Figure_1938_2022/21657767)
- Franke, H. W. (1964). *Der manipulierte Mensch* [The manipulated man]. Deutscher Taschenbuch Verlag.
- Gould, M. (2020). *Dissecting the Man of Steel: The evolution of Superman as a reflection of American society* (Undergraduate thesis). Bellarmine University. [https://scholarworks.bellarmine.edu/ugrad\\_theses/51](https://scholarworks.bellarmine.edu/ugrad_theses/51)
- Ihamäki, P., & Heljakka, K. (2024). Robot Pets as “Serious Toys” – Activating Social and Emotional Experiences of Elderly People. *Information Systems Frontiers*, 26(1), 25–39. <https://doi.org/10.1007/s10796-021-10175-z>
- Karp, L. N. (2009). *Truth, justice, and the American way: What Superman teaches us about American identity* (Master’s thesis). Oregon State University. <https://ir.library.oregonstate.edu/downloads/bg257k105>
- Katz, B. (2023, 2 May). *Unmasking the Demographics of Superhero Movie Fans*. TVREV. DATA & MEASUREMENT. [https://www.tvrev.com/news/unmasking-the-demographics-of-superhero-movie-fans?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.tvrev.com/news/unmasking-the-demographics-of-superhero-movie-fans?utm_source=chatgpt.com)
- Levine, M., & Charalambous, P. (2025, February 13). *14 states sue DOGE, blasting Musk’s ‘unprecedented’ power as unconstitutional*. ABC News. Retrieved July 25, 2025, from <https://abcnews.go.com/US/new-lawsuit-doge-14-states-musks-sweeping-authority/story?id=118783945>
- Nash, B. (2024, March 11). *Movie theater ticket prices rose 3% to \$11.31 in 2024*. The Numbers. <https://www.the-numbers.com/news/258910830-Movie-theater-ticket-prices-rose-3-to-11-31-in-2024>



- O'Leary, C., Santos Sánchez, D., & Thompson, M. (2016). Introduction: censorship and creative freedom. In C. O'Leary, D. Santos Sánchez, & M. Thompson (Eds.), *Global Insights on Theatre Censorship* (pp. 1–23). Routledge. Retrieved from [https://research-repository.st-andrews.ac.uk/bitstream/handle/10023/10391/Global\\_Insights\\_Introduction.pdf](https://research-repository.st-andrews.ac.uk/bitstream/handle/10023/10391/Global_Insights_Introduction.pdf)
- Rowling, J. K. (1998). *Harry Potter and the Chamber of Secrets*. London, England: Bloomsbury.
- Saleem, M., Prot, S., Anderson, C. A., & Lemieux, A. F. (2017). Exposure to Muslims in media and support for public policies harming Muslims. *Communication Research*, 44(6), 841–869. <https://doi.org/10.1177/0093650215619214>
- Shaw, R. (2025, January 16). I knew one day I'd have to watch powerful men burn the world down – I just didn't expect them to be such losers. *The Guardian*. Retrieved July 25, 2025, from <https://www.theguardian.com/commentisfree/2025/jan/16/i-knew-one-day-id-have-to-watch-powerful-men-burn-the-world-down-i-just-didnt-expect-them-to-be-such-losers>
- Scheller, S. (2019). The strategic use of fear appeals in political communication. *Political Communication*, 36(4), 1-23. <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1631918>
- Soriano, M. (2021). *Gods and archetypes in the myth of the Superman*. *International Journal of Language and Literary Studies*, 3(4), 63–75. <https://doi.org/10.36892/ijlls.v3i4.582>
- Stevens, M. (2025, July 11). 'Superman' soars into a political firestorm. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2025/07/11/movies/superman-politics-backlash.html>
- Stroeh, O., & Danthine, H. (2017). *The consequences of astroturf lobbying for trust and authenticity: Findings and implications from an experiment*. Ghent, Belgium: Ghent University. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/318731879\\_The\\_Consequences\\_of\\_Astroturf\\_Lobbying\\_for\\_Trust\\_and\\_Authenticity\\_Findings\\_and\\_Implications\\_from\\_an\\_Experiment](https://www.researchgate.net/publication/318731879_The_Consequences_of_Astroturf_Lobbying_for_Trust_and_Authenticity_Findings_and_Implications_from_an_Experiment)
- Webb, G. (2019, March). *The day after: The Arms Control Association's forgotten role*. Arms Control Today. <https://www.armscontrol.org/act/2019-03/features/day-after-arms-control-associations-forgotten-role>
- Whipp, G. (2024, July 21). *Why Marvel is bringing back Deadpool and Wolverine*. The Times. <https://www.thetimes.com/culture/film/article/marvel-studios-superhero-films-deadpool-wolverine-zxj5xxhbw>
- Whipp, G. (2024, July 22). *Deadpool & Wolverine's box office triumph: What it means for Marvel's future*. The Times. <https://www.thetimes.com/world/us-world/article/deadpool-wolverine-opening-weekend-box-office-r9skrz6bj>
- Wright, O. (2018). "On my world, it means hope:" *Superman as symbolic capital and the construction of hope in contemporary culture* (Undergraduate thesis). Pennsylvania State University. <https://journals.psu.edu/ne/article/download/61059/62270>
- box office triumph: What it means for Marvel's future. The Times. <https://www.thetimes.com/world/us-world/article/deadpool-wolverine-opening-weekend-box-office-r9skrz6bj>
- Бодріяр, Ж. (2004). *Симулякри і симуляція*. [Simulacra and simulation] Видавництво Соломії Павличко "ОСНОВИ".
- Сгорова, О. І. (2014). Аллюзія як лінгвістичне явище [Allusion as a linguistic phenomenon]. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Лінгвістика тексту та міжкультурна комунікація», Одеса. [https://eprints.zu.edu.ua/16174/1/Аллюзія\\_як\\_лінгвістичне\\_явище\\_Odessa\\_2014.pdf](https://eprints.zu.edu.ua/16174/1/Аллюзія_як_лінгвістичне_явище_Odessa_2014.pdf)
- Корнесв, В., & Рябічев, В. (2023). Маніпуляції контентом в умовах російської агресії. [Content manipulation in the context of Russian aggression] *Редакційна колегія*, 334. <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi78/0058043.pdf#page=338>
- Кузьменко, Ю. (2024, 16 липня). Де українці найчастіше читають новини – опитування ОПОРИ. [Where do Ukrainians most often read news – OPORA survey] Суспільне новини. [https://suspilne.media/792085-de-ukrainci-najcastise-citaut-novini-opituvanna-opori/?utm\\_source=chatgpt.com](https://suspilne.media/792085-de-ukrainci-najcastise-citaut-novini-opituvanna-opori/?utm_source=chatgpt.com)
- Пашко, О. (2018). До історії цензури в українській літературі 1920-х років [To the history of censorship in Ukrainian literature of the 1920s]. *NaUKMA Research Papers. Literary Studies*, 1, 87–96. Retrieved from <https://philarchive.org/archive/PAS-158>
- Різун, В. (2008). *Теорія масової комунікації*. [Mass communication theory] [https://www.researchgate.net/publication/308796925\\_Teoria\\_masovoi\\_komunikacii#fullTextFileContent](https://www.researchgate.net/publication/308796925_Teoria_masovoi_komunikacii#fullTextFileContent)



- Стежко, Ю. Г. (2023). Аллюзія в публіцистиці як засіб реалізації наративів [Allusion in journalism as a means of implementing narratives]. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. (59) (частина 3). С. 62–65.  
[https://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v59/part\\_3/14.pdf](https://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v59/part_3/14.pdf)
- Ярема, О. Б. (2013). Аллюзія у лінгвокультурному просторі тексту [Allusion in the linguocultural space of the text]. Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Філологічні науки. 9(268). ч. II. С. 150–154.

Надійшла до редакції 25.07.2025.  
Прийнято до друку 22.10.2025  
Оприлюднено 09.11.2025