

Національний університет "Острозька академія"
Навчально-науковий центр заочно-дистанційного навчання

Кваліфікаційна робота

магістра

на тему:

**Мовні засоби експресії та маніпулятивного впливу у англomовному
ток-шоу «Елен шоу»**

Виконав: студент(ка) II курсу,
другого (магістерського) рівня, групи ЗМА-2
спеціальності: 035 Філологія
спеціалізації: 035.041 Германські мови та літератури
(переклад включно), перша – англійська

Кірічок Н.О.

Керівник старший викладач,
кандидат педагогічних наук

Лушпай Л.І

Рецензент _____

(прізвище та ініціали)

Роботу розглянуто і допущено до захисту
на засіданні кафедри англійської філології
протокол № ___ від “ ___ ” _____ 2023 р.
Зав.кафедри _____ Анатолій ХУДОЛІЙ

Острог – 2023 рік

ЗМІСТ

ВСТУП3

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ СУЧАСНОГО
АНГЛОМОВНОГО ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ДИСКУРСУ6

1.1 Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен6

1.2 Специфіка англомовного телевізійного дискурсу15

1.3 Особливості ток-шоу як жанру телевізійного дискурсу21

РОЗДІЛ 2. ПРАГМАТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ МОВНИХ ЗАСОБІВ
ЕКСПРЕСІЇ У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ТЕЛЕВІЗІЙНОМУ
ДИСКУРСІ28

2.1 Поняття експресії та експресивності28

2.2 Лексичний та синтаксичний рівні вираження експресії в телевізійному
дискурсі35

2.3 Поняття маніпулювання, його рівні та категорії, маніпулятивний вплив
у ток-шоу40

РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МОВНИХ ЗАСОБІВ
ЕКСПРЕСІЇ ТА МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ В ТОК-ШОУ «THE
ELLEN DEGENERES SHOW»50

3.1 Аналіз мовних прийомів та експресивних засобів у програмі50

3.2 Маніпулятивний вплив у програмі62

ВИСНОВКИ70

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ73

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасний медійний пейзаж визначається великою кількістю телевізійних програм, які пропонують розважальний та інформаційний контент на будь-який смак. Особливе місце в світовому мас-медійному дискурсі займають ток-шоу, які стали важливим чинником культурного впливу та сприйняття суспільства. Дійсно, на сучасному етапі розвитку телебачення жанр «ток-шоу» стає дедалі популярнішим. Розважальні ток-шоу збирають величезну кількість переглядів та виконують, окрім власне розважальної, також і роль впливу на аудиторію.

Ток-шоу, як форма телевізійного розважального контенту, не лише відображає соціокультурну дійсність, але й активно впливає на сприйняття глядачами низки соціальних, політичних та культурних питань. В таких популярних у всьому світі ток-шоу, як «Last Week Tonight with John Oliver», «The Graham Norton Show», «The Tonight Show Starring Jimmy Fallon» або «Ellen: The Ellen DeGeneres Show» постійно піднімаються важливі питання, які часто подаються аудиторії в тому чи іншому світлі, в залежності від поглядів сценаристів та ведучих шоу. Вагому роль в подібному прихованому впливі на аудиторію, тобто маніпуляції думкою глядачів, відіграють різноманітні мовні засоби експресії та маніпулятивного впливу, оскільки вони становлять ключові компоненти комунікації і взаємодії між ведучими та гостями програми.

Дослідженням дискурсу ток-шоу займалися численні вітчизняні та зарубіжні дослідники, серед яких варто відзначити внесок В. Каллмайера, У. Мюлен, О. Ларіної, М. Лугінболя, А. Янел, Б. Маленького, Н. Кондратенко, Г. Шаповалової, К. Грегори-Сайнза, М. Човганюк та інших. Питанням вираження експресії та маніпулятивного впливу присвячені праці В. Телія, В. Чабаненко, О.С. Ахманової, Н.А. Лук'янова та інших. Водночас на сьогодні відсутні дослідження мовних засобів експресії та

маніпулятивного впливу у дискурсі ток-шоу, що і обумовлює актуальність дослідження даної теми.

Метою дослідження є визначення закономірностей функціонування та перекладу засобів вираження експресії та маніпулятивного впливу в англомовних ток-шоу.

Відповідно до мети сформовані наступні **завдання**:

- Дослідити дискурс як когнітивно-комунікативний феномен;
- Визначити специфіку англомовного телевізійного дискурсу;
- Описати особливості ток-шоу як жанру телевізійного дискурсу;
- Визначити поняття експресії та експресивності;
- Розглянути лексичний та синтаксичний рівні вираження експресії;
- Охарактеризувати поняття маніпулювання, його рівні та категорії, маніпулятивний вплив у ток-шоу;
- Здійснити аналіз мовних прийомів та експресивних засобів у програмі;
- Визначити маніпулятивний вплив у програмі «Ellen: The Ellen DeGeneres Show»;

Об'єктом дослідження є сучасний англомовний дискурс ток-шоу.

Предметом дослідження є мовні засоби вираження експресії та маніпулятивного впливу в англомовних ток-шоу.

Методи дослідження включають: теоретичний аналіз, синтез, узагальнення (опрацювання теоретичних засад дослідження дискурсу ток-шоу та вираження засобів експресії та маніпулятивного впливу); контентний аналіз (аналіз фрагментів англомовних ток-шоу в мережі Інтернет); описовий метод (спостереження, інтерпретація та класифікація досліджуваних засобів експресії); контекстуальний аналіз (для виокремлення засобів експресії та їхніх характеристик в тексті оригіналу); індуктивний метод (на основі аналізу окремих фрагментів ток-шоу зробити висновки про їх загальні риси).

Матеріал дослідження представлений прикладами вживання засобів експресії та маніпулятивного впливу з текстів програми «Ellen: The Ellen DeGeneres Show» та їх перекладом українською мовою.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що у ньому вперше здійснено комплексний аналіз закономірностей перекладу експресивної лексики англомовних ток-шоу українською мовою.

Теоретична та практична значимість дослідження. Дослідження допомагає окреслити закономірності функціонування та перекладу засобів вираження експресії та маніпулятивного впливу в англомовних ток-шоу. Результати роботи можуть бути використані для проведення подальших досліджень даної тематики, при викладанні у вищій школі та при написанні наукових робіт різного рівня.

Структура роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, що включають вісім підрозділів, висновків та списку використаних джерел, який включає 76 найменувань. Загальний обсяг роботи – 80 сторінок, основний зміст викладено на 72 сторінках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ СУЧАСНОГО АНГЛОМОВНОГО ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ДИСКУРСУ

1.1 Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен

Термін «дискурс» зародився в гуманітарних науках, зокрема в лінгвістиці, філософії та соціології, і здавна займає важливе місце в науковому дискурсі. Він вживається для опису великої кількості процесів та явищ, які пов'язані з взаємодією мови та соціокультурного контексту, у якому вона використовується [1, с. 73].

Термін широко використовується рядом наук, які безпосередньо чи опосередковано вивчають функціонування мови. З точки зору лінгвістики, дискурс – це процес живої вербалізованої комунікації, що характеризується великою кількістю відхилень від канонічного писемного мовлення, звідси й увага до ступеня спонтанності, завершеності, тематична зв'язність, зрозумілість розмови для інших людей. Крім структурних характеристик, дискурс має тонально-жанрові зміни. Під тональністю розуміють такі параметри, як серйозність, повсякденність чи ритуальність, прагнення до однозвучності чи, навпаки, конфліктності, скорочення чи збільшення дистанції спілкування між опонентами [2, с. 10].

Аналіз дискурсу – це міждисциплінарна галузь, яка спирається на знання лінгвістики, соціології, психології, антропології та інших суміжних галузей для вивчення використання мови в контексті. Він має на меті розкрити способи використання мови для створення та передачі значення в різних соціальних контекстах і те, як використання мови формується соціальними структурами та відносинами влади.

Основи аналізу дискурсу були закладені такими американськими лінгвістами, як З. Харріс, Дж. Граймс, Р. Лонгакр, Т. Гівон та У. Чайф, які наголошували на важливості вивчення мови в контексті, а не як ізольованих висловлювань. Вони стверджували, що використання мови за своєю суттю є

соціальним і що значення конкретного висловлювання можна зрозуміти лише у зв'язку з ширшим соціальним і культурним контекстом, у якому воно використовується [3, с. 12].

Сам дискурс у сучасній лінгвістиці є складним об'єктом із нечітко визначеними поняттями. Це стосується будь-якого розширеного використання мови, чи то письмової, чи усної, яка виробляється в певному соціальному контексті та є зв'язною та значущою для цільової аудиторії. Аналіз дискурсу займається дослідженням мовних, соціальних і культурних аспектів дискурсу та того, як вони взаємодіють, створюючи значення. Він має на меті виявити основні припущення, цінності та відносини влади, які формують використання мови, а також способи, якими використання мови відображає та зміцнює ширші соціальні структури та відносини.

3. Харріс у статті «Дискурс-аналіз», опублікованій у середині ХХ століття, трактував це поняття гранично просто, як послідовність висловлювань, відрізок тексту більший, ніж речення [4, с. 13].

Одним із перших Е. Бенвеніст надав слову дискурс термінологічне значення і визначив його, як «мову, що присвоюється мовцем» [5, с.78]. Вибір між наголосом на «дИскурс» чи «дискУрс» залежить від конкретного контексту та мети аналізу. У деяких випадках доречніше зосередитись лише на лінгвістичних аспектах дискурсу, тоді як в інших може знадобитися більш комплексний підхід, який враховує соціальні, культурні та історичні фактори.

Якщо метою є аналіз структури та організації використання мови, мовних особливостей і способів, за допомогою яких мова конструює значення, тоді може бути достатнім зосередитися виключно на дискурсі. Проте, якщо мета полягає в дослідженні ширших соціальних і культурних факторів, які формують використання мови, і того, як використання мови відображає та зміцнює відносини влади та соціальні структури, тоді може знадобитися більш комплексний підхід, який включає соціальні, культурні та історичні фактори.

Загалом, підхід, який враховує як лінгвістичні, так і соціальні фактори, часто є більш плідним для аналізу дискурсу. Цей підхід визнає, що використання мови формується соціальним і культурним контекстами і що значення конкретного висловлювання можна повністю зрозуміти лише у зв'язку з цим ширшим контекстом. Беручи до уваги як мовні, так і соціальні чинники, можна досягти більш повного розуміння дискурсу та його ролі у формуванні соціальних відносин та ідентичності.

В класичній філософській традиції поняття «дискурс» використовувалося для характеристики послідовного переходу від одного дискретного кроку до іншого та розгортання мислення, вираженого в поняттях та судженнях, на противагу інтуїтивному схоплюванню цілого до його частин [6, с. 99].

В англійській лінгвістичній традиції, авторами M. Bloor M., C. Hart, M. Danesi [7; 8; 9] під дискурсом розуміється зв'язне мовлення, що за обсягом перевищує речення, а за змістом – пов'язане з використанням в соціальному контексті, по організації – яке представляє собою інтерактивну взаємодію комунікантів. Цей критерій розглядає дискурс із позицій структурно орієнтованої чи формальної лінгвістики.

Інший поширений підхід полягає у тому, що дискурс досліджується не як певна зв'язна послідовність одиниць мовної структури, яка «за обсягом перевищує речення», а як цілісна сукупність функціонально організованих, контекстуалізованих одиниць вживання мови, що перебуває у постійній взаємодії з контекстом. При цьому контекст розуміється в найширшому розумінні та включає лінгвістичні, екстралінгвістичні та прагматичні параметри: фізичний носій тексту, ситуацію, інтертекст, учасників спілкування, функцію. Таким чином, цей підхід виражається формулою: Дискурс = Текст + Контекст [10, с. 73-79].

Дискурс може охоплювати різноманітні рівні аналізу, від тексту до соціального середовища, в якому він використовується. У мовознавстві дискурс використовується для дослідження текстів та їх структури,

прагматики та комунікативної ситуації, у філософії – для аналізу понять, ідей та їх взаємозв'язків, а в соціології – для вивчення соціальних процесів, які породжують та утримують дискурсивні практики.

Зараз термін «дискурс» активно використовується в багатьох наукових дисциплінах, таких як культурологія, політологія, масова комунікація та інші. Він є важливим інструментом для аналізу та розуміння складних соціальних явищ, що виникають в суспільстві.

У лінгвістиці дискурс часто співвідносять з такими поняттями, як текст, тобто «послідовність мовних одиниць, пов'язаних між собою за допомогою смислових та граматичних зв'язків»; контекст – «сукупність умов, в яких вживається мова, таких як ситуація, місце, час, соціальний та культурний контекст»; когнітивна лінгвістика – «напрямок лінгвістики, що вивчає, як мова відображає когнітивні процеси людини, такі як сприйняття, увага, мислення та пам'ять»; стиль – «індивідуальний спосіб вживання мови, який характеризується використанням певних лексичних, граматичних та стилістичних засобів» [11, с. 56]. Ці поняття допомагають розуміти, як дискурс функціонує в мові та як він співвідноситься з іншими аспектами мови та комунікації.

Два підходи до розуміння дискурсу – комунікативно-мовленнєвий та структурно-текстовий – були виділені такими відомими дослідниками, як М. Фуко, Ю. Лотман, Т. ван Дейк, М. Холлідей та інші.

Комунікативно-мовленнєвий підхід акцентує увагу на тому, як мовлення використовується для спілкування та комунікації, зокрема для вираження соціальних, культурних та інших контекстуальних нюансів. Цей підхід вивчає, як мовлення залежить від контексту та взаємодії між співрозмовниками, а також як воно впливає на сприйняття та інтерпретацію повідомлень.

В основі даного розуміння дискурсу лежить поняття «мова» у всіх його значеннях: по-перше, як усне природне мовлення, протилежне письмовій формі мови; по-друге, як сам процес, чи мовна діяльність, та її результат,

тобто функціонування мови в процесі спілкування. Слід зазначити, що співвідношення поняття «мова» та «мовна діяльність» варіюється в різних авторів. Наприклад, Ф. Соссюр під мовленнєвою діяльністю має на увазі мову в поєднанні з мовною здатністю, а під мовленням (*parole*) – індивідуальну частину мовної діяльності (*language*) [12, с. 145].

Відповідно до цього, дискурс розглядають як «еквівалент поняття «мова» в соссюрівському сенсі, тобто будь-яке конкретне висловлювання»; «як цілеспрямована соціальна дія, як компонент, що бере участь у взаємодії людей та механізми їх свідомості (когнітивні процеси) [13, с. 89].

Лінгвіст М. Halliday дискурс розглядає як базову одиницю мовленнєвої діяльності. Він описує дискурс як «фундаментальну мовну одиницю, що включає в себе зв'язок між мовним знаком та його контекстом вживання» [14, с. 19]. Він розглядає дискурс як центральний елемент мовленнєвої діяльності та підкреслює, що дискурс не може бути зведений до простих речень або інших лінгвістичних одиниць, оскільки він включає в себе більш широкий контекст і має соціокультурний та прагматичний аспекти.

М. Холідей також стверджує, що дискурс може бути досліджений на різних рівнях, таких як мікро-, мезо- та макро-рівні. На мікрорівні, досліджується лексико-граматична структура речень та їх синтаксичний зв'язок. На мезорівні, досліджується зв'язок між реченнями та їх організація в тексті. На макрорівні, досліджується організація тексту в межах дискурсу та його соціокультурний контекст.

Отже, аналізуючи дискурс з цієї перспективи, можна отримати глибше розуміння мовленнєвої діяльності та її ролі в соціокультурному контексті.

Передумовами такого розуміння дискурсу вважають ситуативну теорію мовної діяльності австрійського вченого Карла Бюлера, викладену в роботі «Теорія мовлення». Він запропонував «схему чотирьох полів», кожне з яких відповідає певному аспекту розгляду мови: 1. а) мовленнєва дія; б) мовний акт; 2. а) мовний твір; б) мовна структура [15].

Це передбачало наявність учасників мовної ситуації, саму ситуацію та мову, яка виконує три функції: експресивну, апелятивну та функцію репрезентації, або подання. Ці функції зумовлені установкою: на відправника, на адресата і/або дійсність, тобто де Бюлер відзначав зв'язок знака як із предметами і ситуаціями, про які повідомляється у висловлюванні, і з учасниками цієї ситуації. Все це передбачило багато напрямів сучасного підходу до мови: «тенденції до інтердисциплінарності, прагматизації мовознавчих досліджень, прагнення враховувати «людський фактор» у мовній діяльності» [15].

Називаючи дискурс комунікативною подією, Т. ван Дейк обстоює переваги даного підходу, що не обмежується рамками тексту чи діалогу. У його основі лежить інтеракціональна природа дискурсу (тобто зумовлена відносинами між тим, хто говорить і слухає), яка дозволяє врахувати умови соціальної ситуації, проаналізувати комунікативну подію в цілому або її частину (комунікативні акти), подивитися, як окремий комунікативний акт виявляє свої властивості в іншому соціальному оточенні. Йдеться переважно про дискурс, що реалізується в усній формі: бесіда, збори, слухання справи в суді. Однак Т. ван Дейк розглядає і письмові типи дискурсу, незважаючи на те, що інтеракціональна природа в них менш помітна. Він зазначає, що «треба було б проаналізувати тексти з погляду динамічної природи їх створення, розуміння і виконаної з їх допомогою дії», а також «при визначенні значення дискурсу слід враховувати значення, загальнодоступні для учасників комунікації, знання мови, знання світу, інші настанови та уявлення» [16, с. 31]. Далі науковець розглядає текстовий дискурс як послідовність речень, які мають певну структуру та смисловий зв'язок між ними. Він вказує на те, що структура тексту визначається його цілями та установками, а також суспільними умовами та нормами, які регулюють дискурс.

Таким чином, Т. Ван Дейк розглядає текстовий дискурс як більш конкретну форму дискурсу, що зосереджується на структурі та зв'язку між

реченнями у писемній формі, і він розуміє, що текстовий дискурс залежить від контексту вживання та його цілей.

У рамках комунікативно-мовленнєвого підходу дискурс асоціюється з поняттями «мова», «мовна діяльність», «комунікативна подія». Безумовно, синонімія їх відносна, проте визначення дискурсу у вигляді даних понять підкреслює таку важливу його властивість, як процесуальність, тобто переважають у всіх дефініціях першого плану виходять ознаки дискурсу, як процесу, і інтераціональність, тобто залежність від умов соціальної ситуації.

З розвитком лінгвістики тексту під дискурсом почали розуміти:

- Зв'язний текст;
- усно-розмовну форму тексту;
- діалог;
- групу висловлювань, пов'язаних між собою за змістом;
- мовленнєвий твір як усне чи письмове утворення [17, с. 13].

Одним з важливих теоретичних передумов для науки – лінгвістики тексту, так і для досліджень дискурсу стала доповідь Е. Бенвеніста «Рівні лінгвістичного аналізу», прочитаний ним на IX Міжнародному конгресі лінгвістів у 1962 р. У цій доповіді була представлена вертикальна ієрархія мовних рівнів, яка закінчується пропозицією. Незважаючи на те, що ієрархія виявилася незакінченою, згодом вона була доповнена рівнями вище пропозиції, які іменувалися по-різному (гіперсинтаксис, супрасинтаксис, зв'язковий текст), проте значущою була сама ідея Бенвеніста про те, що пропозиція є таким рівнем інтеграції мовних знаків, на якому закінчується «область мови, як системи знаків» і починається простір мови, як засобу спілкування, виразом якого є мова (le discours) [5, с. 97].

Структурно-текстовий підхід спрямований на аналіз мовних структур та їх організацію в тексті. Цей підхід вивчає, як мовлення структурується за допомогою граматичних та лексичних засобів, як відбувається зв'язок між окремими реченнями та частинами тексту, а також, які засоби використовуються для досягнення певної ефективності мовлення.

Дискурс і текст розрізняються за такими ознаками:

- за ознакою наявності/відсутності процесуальності;
- за ознакою наявності/відсутності прикріпленості до часу;
- за ознакою наявності/відсутності актуальності;
- за ознакою усної/письмової форми [18].

Таким чином, структурно-текстовий підхід до визначення дискурсу переносить акцент на текст, як на важливу його складову та більшою мірою аналізує структуру тексту.

У сучасних лінгвістичних дослідженнях теорія «дискурсу» відноситься до вивчення використання мови за межами рівня окремих речень чи висловлювань. Аналіз дискурсу фокусується на структурі, функції та використанні мови в соціальних контекстах, включаючи розмови, інтерв'ю, тексти та інші форми спілкування.

Дискурс можна розглядати як спосіб створення сенсу та організації знань, і він включає не лише слова, які вимовляються чи пишуть, але й контекст, у якому вони вживаються, залучених учасників, а також соціальні та культурні фактори, які формують взаємодію. В широкому розумінні термін дискурс використовується для позначення різних видів мовлення і мовленнєвих творів, зв'язність та осмислення яких відбувається з урахуванням всієї сукупності не суто мовних факторів [19, с. 360]

Аналіз дискурсу передбачає низку різних методів, включаючи вивчення мовних особливостей, таких як граматики, синтаксис і лексика, а також аналіз соціальних і культурних факторів, які впливають на спілкування. Дослідники в цій галузі часто спираються на ідеї соціології, психології, антропології та інших суміжних дисциплін, щоб отримати повне розуміння використання мови.

Комунікативна спрямованість дискурсу означає, що дискурс є засобом комунікації між людьми. Тобто, він не просто передає інформацію, а має свої цілі і завдання, пов'язані з комунікацією. Наприклад, комунікативна спрямованість політичного дискурсу може бути спрямована на переконання

виборців підтримати певного кандидата. А дискурс наукової конференції може мати за мету обмін науковими дослідженнями та знаннями.

Аналіз прагматики дискурсу – це процес вивчення того, як текст взаємодіє з контекстом, в якому він використовується [20, с. 211]. Прагматика досліджує взаємодію мовних знаків зі значенням інформації, яку намагається передати мовець. Вона вивчає способи, якими люди використовують мову для досягнення різних комунікативних цілей, таких як переконання, побудова соціальних стосунків, вираження почуттів, запитання, вказівки тощо.

У процесі аналізу прагматики дискурсу важливо враховувати контекст використання мовного тексту, зокрема: мету спілкування, соціальний статус мовця та адресата, культурні та історичні умови, в яких відбувається комунікація. Крім того, необхідно аналізувати структуру мовного тексту, його граматичну будову та лексичні засоби вираження.

Прагматика дискурсу вивчає, як мовленнєві акти взаємодіють зі слухачами та іншими учасниками комунікації, а також, як вони впливають на сприйняття повідомлення. Вона досліджує різноманітні аспекти мовленнєвої діяльності, такі як:

- мета інформаційного повідомлення;
- стиль мовлення і вживані мовні засоби;
- контекст і ситуація, в яких відбувається комунікація;
- відносини між учасниками комунікації;
- імпліцитні повідомлення, які можуть бути викладені неявно [21, с. 147-149].

Аналіз прагматики дискурсу може бути корисним для розуміння, як мовленнєві акти використовуються для досягнення певних цілей в конкретних комунікативних ситуаціях. Він може також допомогти у розробці ефективних стратегій комунікації та вирішенні конфліктних ситуацій.

Таким чином, поняття дискурсу можемо трактувати як інтерактивне мовленнєве явище, яке має різні форми вияву (усну, писемну,

паралінгвальну), та відбувається в межах конкретної сфери спілкування, що зумовлює відповідну тематику, та регулюється стратегіями і тактиками учасників, а також синтезом когнітивних, мовних і позамовних чинників.

1.2 Специфіка англомовного телевізійного дискурсу

Особливе місце в системі комплексного інформаційного впливу займає телевізійний дискурс, який постає як міждисциплінарна категорія, яка виступає не тільки як набір деяких мовних та візуальних знаків, але і як соціокультурний феномен [22, с. 111]. Будучи за своєю суттю соціальним знаком або об'єднанням знаків у семіотиці, телевізійний дискурс загалом передає інформацію та впливає на адресата у вигляді вербальних та невербальних засобів у конкретному соціальному просторі.

Телевізійний дискурс найчастіше представлений у формі діалогу між телекомунікатором та телеаудиторією. Однак не можна говорити про те, що теледискурс повністю втратив свою монологічну модель мовлення. Його варто розглядати як явище процесуальне, безпосередньо співвідносне з реальним часом і асоційоване з усною мовою, що звучить, що не може у свою чергу передати всю глибину досліджуваного питання. Отже, теледискурс є багатограним феноменом, характеристики якого варіюються від жанру до жанру.

Телебачення, іноді скорочене до TV, є телекомунікаційним засобом для передачі рухомих зображень і звуку. Сьогодні телебачення – це, передусім, засіб масової інформації для реклами, розваг, новин і спорту. Телебачення стало доступним у грубих експериментальних формах наприкінці 1920-х років, але лише після кількох років подальшого розвитку нова технологія була представлена споживачам. Після Другої світової війни вдосконалена форма чорно-білого телевізійного мовлення стала популярною у Сполученому Королівстві та Сполучених Штатах, і телевізори стали

звичайним явищем у домівках, на підприємствах та в установах. Протягом 1950-х років телебачення було основним засобом впливу на громадську думку. У середині 1960-х років кольорове мовлення було запроваджено в США та більшості інших розвинених країн. Наприкінці XX століття воно стало основним засобом отримання інформації для більшості населення планети [23].

Телебачення було найвпливовішим засобом реклами для охоплення споживачів станом на 2011 рік, згідно зі звітом Deloitte «State of the Media Demography» за березень 2011 року [24]. З того моменту, звичайно ж, позиції телебачення як інформаційного ресурсу, значно ослабли, а для багатьох верств населення, особливо молодшого віку, телебачення і зовсім відійшло на другий план, адже воно не в змозі конкурувати зі швидкими інтернет-медіа.

Менше з тим, традиційні ЗМІ мають величезне глобальне значення. Вони зображують стан суспільства, час, в якому ми живемо, людей, які нас оточують. Серед усіх засобів сучасної масової комунікації – телебачення залишається найбільш представленим та постійно розвивається. Це безпосередньо пов'язано з розвитком інформаційних технологій, можливості яких з кожним днем зростають.

Незважаючи на те, що багато хто вважає його найнебезпечнішим засобом публічної комунікації, завдяки технологічній революції телебачення стало улюбленим способом інформування. Разом з розвитком телебачення з'явилася думка, що одна хвилина на телеекрані вартує кількох сотень опублікованих статей у газетах.

Телебачення – це засіб масової інформації, який, на відміну від друкованих ЗМІ, надає можливість вести репортажі з місця події в режимі реального часу. Саме тому інформування громадськості у такий спосіб є найпоширенішим. Проте сьогодні телебачення пропонує не лише інформативний контент, а й служить освіті, поширенню культури та розваг [25, с. 65]

Завдяки своїй здатності охоплювати маси телебачення стало надзвичайно привабливим засобом для рекламодавців. Понад 3 мільярди людей на планеті регулярно дивляться телевізор не менше 4-5 годин на день. Це означає, що більше половини населення планети проводить половину свого вільного часу перед телевізором. Саме ці факти впливають на те, як ми сьогодні споживаємо телебачення та отримуємо інформацію.

Отже, телевізійний дискурс – це специфічний тип комунікативної практики, що виникає в телевізійних передачах та програмах. Він включає в себе всі аспекти створення, розповсюдження та сприйняття телевізійного контенту, включаючи мовленнєві, візуальні та аудіальні засоби комунікації. При цьому, телевізійний дискурс розглядається як одна із найскладніших форм публічного дискурсу і за змістом, і за структурою. У семантичному відношенні телевізійний дискурс є поліструктурним, що використовує знакові коди інших систем, як-от: театр, кіно, живопис, фольклор, масова культура, розмовна мова.

Щодо жанрового розмаїття телевізійного дискурсу, то його класифікують за трьома ознаками:

- за тематичною ознакою (телесеріал, телеспектакль, мультиплікаційний фільм, телеподорож, телеклуб, телеінструкція, телешоп, телегороскоп, телелотерея, телешкола, музика на ТБ, патріотична програма, програма про здоров'я, науково-популярна програма, пародійно-гумористична програма тощо);
 - структурно-композиційною ознакою (теледебати, ток-шоу, реаліті-шоу, ігрове шоу, телегра, телеінтерв'ю тощо);
 - стилістичною ознакою (дикторське прочитання тексту офіційної інформації, запис прихованою камерою в природній обстановці спілкування телекомунікатора і не попередженої про участь у телевізійній передачі людини, телерозслідування тощо)
- [26, с. 128-130].

Таким чином, можна відзначити, що домінуюча роль жанровому розмаїтті теледискурсу відводиться вербальному компоненту, оскільки у більшості випадків форма передачі інформації набуває форми діалогу.

На думку фахівців, основним завданням телевізійного дискурсу незалежно від його жанрової приналежності є інформаційний вплив на цільову аудиторію [27]. Телевізійний майданчик досить різноманітний. Він може запропонувати дискурс новин, а також офіційний, бюрократичний, політичний та розважальні види дискурсу. При цьому завдання телебачення полягає в тому, щоб підібрати для глядача найбільш очікувані для нього передачі відповідно до його інтересів та запитів.

Основні характеристики телевізійного дискурсу включають:

1. Візуальний компонент. Телевізійний дискурс заснований на візуальних образах, таких як кадри, обличчя ведучих та героїв програми, анімація, графіка тощо. Візуальний аспект грає важливу роль у передачі інформації та створенні настрою аудиторії.
2. Мовленнєвий компонент. В телевізійному дискурсі важливу роль відіграє мовлення. Якість мовлення, виразність та стиль ведучого чи журналіста можуть впливати на сприйняття інформації.
3. Сценарій та редакція. Телевізійний контент зазвичай ретельно планується та редагується, щоб досягти певних цілей, будь то інформування глядачів, розвага чи вплив на їхні переконання.
4. Аудиторія. Телевізійний дискурс завжди спрямований на певну аудиторію. Програми розраховані на різні групи глядачів і спрямовані на їхні інтереси та потреби.
5. Формати та жанри. Телевізійний дискурс включає в себе різноманітні жанри, такі як новини, ток-шоу, реаліті-шоу, документальні фільми, серіали тощо. Кожен жанр має свої власні характеристики та специфіку.

Телевізійний дискурс може впливати на суспільну думку, створювати стереотипи, розважати, інформувати та навіть формувати громадську свідомість. Він є важливим засобом масової комунікації і має великий вплив на культурний та соціальний контекст сучасного суспільства. При цьому, кажучи про «вплив», ми маємо на увазі не лише вагому соціальну роль ЗМІ в сучасному суспільстві, а й те, що потреба в ефективній комунікації з глядачами та врахування їхньої думки та поглядів викликають закономірні зміни в мові телепрограм. Телеведучі та журналісти мають забезпечити можливість відкритої дискусії та звертати увагу на різні точки зору. Наприклад, у ток-шоу можуть залучати експертів з різних сфер життя для обговорення актуальних тем, щоб забезпечити більш об'єктивні та різноманітні погляди на ситуацію.

Телебачення з мовленнєвої та лінгвопрагматичної точки зору є інтерактивним середовищем, більшість контенту на телебаченні мають форму діалогу або полілогу. Втім, зустрічаються й монологічні тексти, наприклад, теленовини, або полілогічні, наприклад, ток-шоу. Телевізійний дискурс в цілому слід відносити саме до діалогічного типу дискурсу, який має власні специфічні характеристики:

- обов'язкова наявність двох учасників процесу комунікації – адресанта і адресата;
- взаємодія телекомунікаторів і телеаудиторії
 1. безпосередня
 2. опосередкована: несимультанна;
 3. симультанна [28, с. 87].

На особливості телевізійного дискурсу впливають і особливості тієї чи іншої країни – вони тісно пов'язані з медійною культурою держави, законодавчим регулюванням телебачення, уподобаннями глядачів. У Британії та Сполучених Штатах, загалом, розвинена сфера ЗМІ та особливо телебачення. Англomовні розважальні, музичні телешоу, телесеріали відомі в усьому світі та вважаються унікальним явищем, відмінним від телевізійного

контенту інших країн світу. Це пояснюється тим, що в даних країнах широко розвинена індустрія розваг, музична та кіно-індустрія, що сприяє продукуванню якісного контенту, розрахованого на уподобання й запити глядачів по всьому світу.

Основною особливістю англомовних телепрограм є їх мультикультуралізм. Англомовний телевізійний дискурс взаємодіє з різними культурами та аудиторіями з усього світу, оскільки англійська мова виступає однією з мов глобального спілкування. Це призводить до змішування культурних елементів та розширення аудиторії, що викликає відповідні зміни в пропонованому контенті. Так, сьогодні англомовне шоу будується так, щоб бути зрозумілим у всіх куточках світу.

Важливим елементом для подібної міжкультурної комунікації є гумор. Так, більшість англомовних телепрограм використовують різні варіації комічного, при цьому для реалізації жартів використовуються практично всі існуючі способи зображення комічного – сатира, іронія, безглуздий гумор, хворобливий і їдкий чорний гумор або самопринизливий гумор, що призводять до іншої надзвичайно розширеної категоризації видів гумору, таких як гротеск, комедія, пародія чи пастиш. Темою жарту в англомовному телешоу може слугувати будь що – гумор може бути легким і розважальним, або ж він може висміювати серйозні проблеми та недоліки суспільства. Гумор може виступати як розважальний елемент, так і інструмент для виразу складних ідей, критики або відображення абсурдності певних явищ у суспільстві [29].

Загалом, англомовне телебачення здійснює визначний вплив на глобальну аудиторію та відіграє важливу роль у формуванні світової інформаційної культури. Його особливості визначаються роллю англійської як мови міжнародного спілкування, та включають жанрову різноманітність, залежність від цільових аудиторій, міжнародну взаємодію та мультикультуралізм, акцент на використанні візуальних засобів тощо.

1.3 Особливості ток-шоу як жанру телевізійного дискурсу

Перехід від традиційного типу телекомунікації, що включає переважно одностороннє, монологічне спілкування з аудиторією, до інтерактивного типу взаємодії з глядачами сприяв розширенню класифікації жанрів на телебаченні. Завдяки цьому з'являються такі телевізійні жанри: реаліті-шоу, теледебати, ігрове шоу, телегра та ток-шоу.

Ток-шоу (від англ. talk show) – жанр телевізійної передачі, під час якої відбувається обговорення будь-яких питань. Незважаючи на велику кількість досліджень, присвячених вивченню комунікативних особливостей ток-шоу, досі відсутнє єдине визначення даного типу телевізійних програм, оскільки він є складною формою масово-інформаційного дискурсу як за змістовною, так і структурно-композиційною складовою.

Термін ток-шоу (англ. talk-show) вказує на поєднання в цьому жанрі розмови зі спектаклем із домінуванням першої складової. Відповідно, ток-шоу має гібридний характер і наголошує, що важливо розмежувати вербальний та візуальний компоненти ток-шоу, в якому поєднуються такі жанри, як інтерв'ю, вікторини, дебати, ситкоми тощо. Н. Островська визначає даний жанр як «принцип подання будь-якої інформації в ЗМІ, що проходить через усі жанри, стилі й канали і виявляє як свою відмінну рису стирання меж між інформуванням і розважанням медійної публіки» [30, с. 283].

П. Репіна стверджує, що «ток-шоу належить до діалогічного типу дискурсу і представляє динамічний процес комунікативної взаємодії, що характеризується семантичною та прагматичною когерентністю, комунікативною ініціативою адресанта (ведучого) та комунікативною респонсивною реакцією адресата (респондента), набором комунікативних стратегій і тактик, спрямованих на реалізацію комунікативного наміру та мети» [31, с. 48-49].

Основоположником ток-шоу як телевізійного формату став американський журналіст Філ Донахью, який у 1963–1967 рр. працював на

регіональній телестанції WHIO-TV (Дейтон, Огайо). Під час одного з телешоу Філа Донахью закінчилися питання до його гостя, але він не розгубився і звернувся до глядачів у студії: «У вас є питання до нашого гостя?». Глядачі порушили кілька питань, і імпровізація Філа Донах'ю врятувала ефір від зупинки. Так і виник цей жанр на телебаченні. Цей метод сподобався телевізійникам, тож його швидко підхопили інші телестудії [32, с. 111].

Деякі дослідники трактують поняття «ток-шоу» як телевізійну передачу, яка має розмовний характер. На їхню думку, комунікація у дискурсі даного жанру може бути організована у вигляді діалогу між провідним та гостем студії. Так, А. Толсон характеризує ток-шоу як «телевізійний жанр, побудований на запитально-відповідальній формі за участю ведучого, глядачів та гостей програми» [33, с. 27]. Такої думки дотримується і Дж. Торнборроу, яка стверджує, що склад учасників класичного ток-шоу має чітку структуру: телеведучий – запрошені співрозмовники (експерти) – глядачі у студії [34, с. 89].

Згідно з подібним визначенням ток-шоу, можна охарактеризувати цей тип телепередачі як мовленнєвий жанр, в якому комуніканти реалізують публічний полілогічний вид комунікації. Г. Локхард зі співавторами визначають полілогічну мову як форму мовного спілкування між кількома співрозмовниками одночасно. Така комунікація відбувається у вигляді динамічного обміну короткими висловлюваннями, які не лише доповнюють, а й переривають мовні дії всіх учасників полілогу [35, с. 17].

На сьогоднішній день ток-шоу – це такий вид телепередачі, в якому запрошені учасники (один або кілька) обговорюють тему з ведучим та глядачами. Це жанр телепередачі, телевізійної дискусії, що передбачає обговорення питань спільного інтересу, поглядів. Формат ток-шоу не має чітких меж та займає проміжне місце між інформаційними та розважальними програмами.

Ток-шоу часто називають нетрадиційною розмовною формою телевізійної програми. Це свого роду телеполілог, у якому поєднуються

ознаки дискусії, інтерв'ю та гри. Увага аудиторії у ток-шоу зосереджується навколо певної гострої теми.

Ток-шоу орієнтовані на показ центральними та кабельними каналами телебачення з певними інтервалами (зазвичай раз на добу або кілька разів на тиждень) у певний час. Перегляд ток-шоу дає глядачам розрядку після робочого дня, деяким людям дозволяє заповнити нестачу різноманітності у своєму житті, а комусь вирішити інші особистісні проблеми. Вони розраховані на різну вікову аудиторію. Завдяки ще одній особливості ток-шоу (коли невідомо, що буде далі) вони є дуже гарним засобом залучення та утримання аудиторії телеканалами, люди дивитися канал з улюбленим ток-шоу частіше, а також для прокату відеореклами, яка є більш ефективною в часи показу ток-шоу [36, с. 465].

Сюжетна лінія ток-шоу досить проста та відома. Глядачеві, який у своєму житті стикається з різними труднощами, дається розуміння того, що його ситуація не унікальна, що він не самотній і є люди, яких хвилюють такі ж питання, і які готові поділитися з ними своїм життєвим досвідом. Ток-шоу дозволяє моделювати ситуації, спільно переживати їх, заручаючись підтримкою віртуального колективу, заповнює нестачу авторитетних суджень та вказівок тощо.

За структурою ток-шоу містить вступну частину (визначення теми обговорення ведучим), виступи запрошених ораторів (політиків, журналістів, медіаекспертів та ін.), обмін думками щодо обговорюваного питання між учасниками, подання реакції аудиторії (в активній чи пасивній формі), завершення обговорення (підсумки ведучого) [37]. Ключовими елементами успішного ток-шоу є здатність ведучого підтримувати динамічний і захоплюючий діалог, залученість аудиторії, та гнучкість формату, який може адаптуватися до різних тем та гостей. Варто також зазначити, що залежно від концепції програми, її структура може варіюватися, а деякі елементи можуть бути адаптовані або виключені.

Під час ток-шоу ведучий активно керує взаємодією: надає слово тому чи іншому учаснику, перериває учасників, корелює їх дії тощо, керує психологічною атмосферою, нагнітаючи чи розряджаючи обстановку, контролюючи емоції аудиторії. Незважаючи на те, що ведучий має бути нейтральним та об'єктивним, у ток-шоу від нього очікують доволі провокаційних питань [38, с. 15].

Розглядаючи особливості класифікації ток-шоу слід зазначити, що певними видами ток-шоу є:

- Інтерв'ю-центричні ток-шоу, в яких ведучий бесідує з гостями, які зазвичай є відомими особистостями, такими як актори, політики, експерти тощо. Прикладами таких ток-шоу є «The Tonight Show», «The Oprah Winfrey Show».
- Панельні ток-шоу, де відбувається обговорення тем з групою постійних або ротаційних гостей, часто з різними точками зору. Приклади: «The View», «Real Time with Bill Maher».
- Новинні та політичні ток-шоу. В таких телепрограмах фокус ставиться на актуальних новинах, політиці, часто з аналізом та коментарями. Прикладами таких ток-шоу є «Meet the Press», «The Daily Show».
- Тематичні ток-шоу, які орієнтовані на конкретні теми, як-от кулінарія, здоров'я, стиль життя тощо - «The Dr. Oz Show», «MasterChef».
- Ток-шоу для підтримки талантів, де відбувається пошук нових талановитих осіб, часто через конкурси чи виступи. Саме такими є «The Voice», «America's Got Talent».
- Ток-шоу-комедії зосереджені на гуморі та розважальних елементах, часто з використанням стендапу, скетчів та інтерв'ю. До них можна віднести «Saturday Night Live», «The Graham Norton Show».

- Психологічні та консультаційні ток-шоу, в яких відбувається обговорення особистих та емоційних проблем, часто з участю експертів та психологів. Прикладами є «Dr. Phil», «The Jeremy Kyle Show».

Ток-шоу розрізняють також за такими видами: телеміст, теледебати, бесіда, дискусія. За тематикою ток-шоу ділять на політичні, соціальні, культурно-просвітницькі, побутові та розважальні. У таблиці 1.1 наведено деякі жанрові різновиди ток-шоу відповідно до їх тематики.

Таблиця 1.1 – Жанрові різновиди ток-шоу за тематичним критерієм

Жанр ток-шоу	Тематика	Ефір	Ведучий	Аудиторія
Суспільно-значущі ток-шоу	Політика, економіка, соціальне життя тощо – найбільш актуальні сторони життя суспільства.	Як правило, виходять увечері, проте є приклади денних ток-шоу цього жанру.	Обов'язково популярна та широко відома особистість, авторитетна та ерудована людина.	Велике охоплення глядацької аудиторії, усі верстви суспільства.
Психологічні ток-шоу	Особиста та соціальна сфери життя, так звані «жіночі» теми: сім'я, дім, кар'єра, краса і т.д.	Денний час виходу в ефір.	Ведучий має бути добре знайомий і улюблений для аудиторії.	Цільова аудиторія обмежена, найчастіше глядачі таких ток-шоу – жінки.
Спеціалізовані ток-шоу	Мають постійну тему – здоров'я, кулінарія, діти	Ранковий або денний час виходу в ефір.	Ведучим часто є експерт у тій чи іншій спеціалізованій	Цільова аудиторія – ще обмеженіша, ніж аудиторія

	тощо.		сфері – відомий лікар, шеф-кухар.	психологічних ток-шоу.
Змішані, подієві ток-шоу	Будь-яка тематика, часто – якісь відомі, гучні події.	Ранковий, денний чи вечірній час виходу в ефір.	Професійний ведучий, як правило, – популярний і відомий.	Широка аудиторія, усі верстви суспільства.
Скандальні ток-шоу	Гострі життєві ситуації – зради, скандали тощо.	Час виходу в ефір – вечір.	Професійний ведучий, як правило, – популярний і відомий.	Широка аудиторія, усі верстви суспільства.

Джерело: складено автором

Дискурс ток-шоу відзначається декількома основними особливостями. По-перше, це формат комунікації, в якому важливу роль відіграють гості та ведучий. Вони спілкуються на публічному форумі, і аудиторія спостерігає за їхніми діалогами та обговореннями [39, с. 339].

Однією з ключових рис дискурсу ток-шоу є полівекторність та полілогічність. Різні гості можуть представляти різні точки зору, думки та переконання, і це створює можливість для живої дискусії та обміну аргументами. Такий підхід сприяє поглибленню теми та висвітленню різних аспектів проблеми.

По-друге, ток-шоу часто зосереджені на актуальних подіях та темах. Вони можуть обговорювати політичні події, соціокультурні явища, глобальні проблеми або особисті історії гостей. Ця актуальність дозволяє аудиторії слідкувати за тим, що відбувається в світі.

Третя важлива риса дискурсу ток-шоу – це активна роль ведучого. Ведучий виступає не тільки як фасилітатор дискусії, але і як особистість, яка вносить власні коментарі, питання та реакції. Він часто має вплив на те, як розвивається розмова та які теми піднімаються. Особливістю дискурсу

спілкування ведучого ток-шоу з гостями студії та телеглядачами є реалізація концепції *community media* в лінгвориторичних стратегіях ведучих телевізійних ток-шоу. Проведене О. Моїсеєнком дослідження свідчить, що ведучі ток-шоу використовують лінгвориторичні стратегії для створення атмосфери певної спільноти телеглядачів та соціальної гармонії, що є характерним для колективістських культур [40, с. 128].

Крім того, важливо відзначити, що дискурс ток-шоу може бути досить емоційним. Гості та ведучий можуть висловлювати свої почуття, реакції та ставлення до обговорюваних питань. Це додає виразності та динаміки обговоренню.

Підсумовуючи, дискурс ток-шоу – це складний комунікативний процес, де різноманітні особистості обмінюються думками, ідеями та емоціями на публічному майданчику. Він відображає сучасну медійну культуру та її особливості, а також може впливати на громадську думку та світогляд.

РОЗДІЛ 2. ПРАГМАТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ МОВНИХ ЗАСОБІВ ЕКСПРЕСІЇ У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ТЕЛЕВІЗІЙНОМУ ДИСКУРСІ

2.1 Поняття експресії та експресивності

Експресія та експресивність є одними із основних стилістичних понять, оскільки майже всі стилістичні парадигми формуються на протиставленні експресивного і неекспресивного [41, с. 50].

У галузі мовознавства існують різні підходи до розуміння поняття експресії та його пов'язаних термінів. Декілька визначень цієї концепції розглядаються у широкому контексті. Наприклад, Т. Полякова вказує на те, що експресія народжується завдяки образності, її метою є підвищення вражаючої сили вислову та надання йому піднесеності, що має мотиваційний характер [42, с. 181]. За подібним визначенням, експресія відображає виразно-образні якості мови, що виділяють її від стилістично нейтральної мови і надають їй емоційний колорит. Аналогічну точку зору пропонує В. А. Чабаненко, який визначає експресію як виразно-образні властивості мови [43, с. 175].

Категорія експресії, завдяки своїй складності, піддається дослідженню за різними підходами та методами, охоплюючи формальні, структурні, семантичні та функціональні аспекти. Це дозволяє отримати більш повне уявлення про цей феномен і зробити наукове вивчення експресивності більш обґрунтованим.

Експресія є важливою категорією в стилістиці, лінгвістиці, літературознавстві, мистецтвознавстві, естетиці, логіці та психології. Вона об'єднує однорідні та різнорідні взаємозв'язки між формальними, семантичними, функціональними та категоріальними аспектами мовних одиниць. Експресія відображає та виражає свідоме, цілеспрямоване, суб'єктивне, емоційно-естетичне ставлення мовця до співрозмовника або до

змісту повідомлення, виконує функцію впливу і служить для підкреслення, посилення та актуалізації в процесі комунікації [44].

«Сучасний лінгвістичний словник» визначає експресію як «сукупність семантичних і стилістичних особливостей мовних одиниць, які надають їм здатність виступати в комунікативному акті як засіб суб'єктивного вираження ставлення мовця до змісту або адресата мовлення» [45, с. 103]. Згідно з «Стилістикою української мови», експресія – «це інтенсивна виразність тексту, що створюється фонетичними, лексичними, граматичними, стилістичними засобами мови» [46, с. 92].

Згідно з іншою точкою зору, експресія співвідноситься з виразністю. Е. Стаблер розглядає експресію як властивість мови, яка виражається в її виразності. Він також зауважує, що експресивність розширює цю ідею на образність, вказуючи, що експресія відрізняє мовні засоби від звичайної, стилістично нейтральної мови, роблячи їх яскравими, образними та емоційно забарвленими [47, с. 2011]. За цим підходом, експресія є семантичною та емоційно-оцінною категорією.

Л. Архипенко також підтримує думку, що експресія є стилістичною категорією. Вона визначає експресію як властивість мовних знаків, які впливають на емоційну сферу, сприймаючи їх безпосередньо і деавтоматизовано [48, с. 7]. Хоча експресія відноситься до стилістичного значення, вона не є її компонентом, так як не містить інформацію про суб'єкта мовлення, але визначає інтенсивність та характер сприйняття стилістичної та предметно-логічної інформації в мовному знаку.

С. Моркотун розглядає експресію як властивість лексичних одиниць. Вона пов'язана зі здатністю лексичної одиниці в образній або, рідше, необразній формі відтворювати суб'єктивні аспекти сприйняття людиною реальності, такі як уявлення про якісно-кількісні характеристики об'єктів, емоції та почуття, а також суб'єктивні думки та оцінки стосовно предмета мови та інших аспектів [49].

О. Потебня вважав, що експресія є функціонально-семантичною категорією. Він розглядає емоційне забарвлення як результат впливу мовного знаку на емоційну сферу мовця, а також його доцільність в мові. Експресія визначається як сукупний продукт, який виникає поруч з суб'єктивно орієнтованими та емоційно забарвленими відносинами суб'єкта мовлення до позначеного об'єкта.

В.Н. Телія визначає експресію як ефект, який створюється мовним засобом у мовній діяльності та виражає емотивне ставлення мовця до змісту вислову. Таким чином, експресія визначає відношення між інтенцією мовця та мовними засобами, які реалізують цю інтенцію.

Погоджуючись з поглядами М. Пентилюк [50], можна визначити експресію як явище, яке включає дві ключові аспекти. По-перше, це об'єктивно існуючі властивості мовних засобів, які підвищують прагматичний потенціал висловлювання, надаючи їм психологічного спрямування. Це означає, що мовні засоби можуть бути спеціально підібраними для досягнення певної емоційної або інтелектуальної реакції у читача чи слухача.

По-друге, експресія створює специфічну атмосферу висловлювання за допомогою конкретного набору виразних мовних засобів. Ця атмосфера може суттєво впливати на сприйняття читача, викликаючи різні інтелектуальні та емоційні реакції.

Загалом, дослідження даної категорії пройшли довгий шлях. Початковий етап вивчення експресивних можливостей мови тісно пов'язаний з дослідженнями в рамках «ідеалістичної» лінгвістики (представниками є такі вчені, як К. Фосслер та Б. Кроче), Празької лінгвістичної школи (Й. Вахек, Р. Якобсон, М. С. Трубецькой) і Женевської лінгвістичної школи (Ш. Баллі).

Однак коріння лінгвістичного інтересу до експресивних можливостей мови можна відшукати у поглядах на мову як інструмент вираження думок, безперервної динамічної та творчої діяльності людини. Такі ідеї були

відображені в теоріях німецького мовознавця В. фон Гумбольдта та українського мовознавця О. О. Потебні.

Звернімося до праць цих визначних учених у міру дотичності до проблеми аналізованої експресивності. Наприклад, Вільгельм фон Гумбольдт визначає мову як саму діяльність (*Energeia*), а не просто продукт діяльності (*Ergon*). Він стверджує, що активна матерія мови складається зі звуків та почуттєвих вражень, що передують формуванню понять через мову [51].

Не звертаючи безпосередньо увагу на виразні можливості мови, Гумбольдт розглядає мову як інструмент для номінації і комунікації. Проте його ідея про духовний початок мови, що виражається у внутрішній формі мови, вказує на те, що мова також служить засобом вираження внутрішнього стану індивіда та нації загалом.

Цю ідею підтверджує власне сам Гумбольдт, коли говорить про те, що внутрішня форма мови відображає індивідуальні пориви, які дозволяють народу виразити свої думки та почуття через мову. Таким чином, вчений підкреслює роль почуттєвих аспектів у мовленнєвій діяльності, наголошуючи, що найглибші та найбагатші почуття людини насичують мову, що відтворює їх в інших і створює спільні настрої.

Як бачимо, дослідники розглядали мову з погляду її функціональної ролі і впливу на спілкування. Вони підкреслювали імпресивну функцію мови і важливу роль почуттів та вражень у формуванні слів та мовних виразів. Так, О. О. Потебня відзначав, що слова формуються як результат впливу почуттів, які виникають у людини та виражаються у звуках. Ці почуття стають основою для створення нових слів і формують внутрішню форму мови. І це стосується не тільки ономапоетичних слів, де почуття є очевидними, але і всіх інших слів, де почуття, асоціації та враження грають важливу роль у найменуванні предметів та понять.

Можна констатувати, що В. фон Гумбольдт та О. Потебня можуть вважатися попередниками досліджень експресивності у лінгвістичній сфері. Вони розпочали розглядати мову через призму людини, розглядаючи мову як

результат індивідуального творчого процесу та засіб вираження внутрішнього стану. Ці погляди вклали фундамент для подальших досліджень у цьому напрямку.

На зламі XIX-XX століть суспільство відчуло необхідність в нових методах вивчення мови та нових концепціях дослідження, що призвели до зміни лінгвістичної парадигми зі структуралістичного підходу на функціонально-антропоцентричний. Ці зміни сприяли розвитку наукового вивчення експресивних можливостей людської комунікації та поклали основу для подальших досліджень в цьому напрямку. Як результат – на початку XXI століття в українському мовознавстві експресивність стала предметом активних досліджень. Важливий внесок в цю галузь зробили такі дослідники, як В. Чабаненко, Д. Ганич, Т. Винокур, В. Григор'єв, Г. Колісник, І. Олійник.

Сучасна лінгвістика виділяє чотири основні підходи до вивчення категорії експресивності:

- З точки зору стилістики експресивність розглядається як стилістичний феномен і вивчає специфіку експресивних засобів та їх вплив на стиль мовлення.
- Як семантичний феномен. При цьому підході аналізуються значення та семантику, які несе експресивний вираз у мовленні та тексті.
- У якості функції мови. За цього підходу експресивність розглядається як функціональний аспект мови, який допомагає досягти конкретних комунікативних цілей.
- Як розряд прагматичності. Цей підхід досліджує, як експресивні засоби впливають на процес спілкування та взаємодії між мовцем і слухачем чи читачем [52, с. 18].

Сучасне вивчення експресії в лінгвістиці характеризується тісним зв'язком між мовними і мовленнєвими засобами вираження та їх функціональним значенням. Науковці активно досліджують функціонально-

прагматичні аспекти експресивного мовлення та тексту, а також аналізують експресивні прояви з погляду теорії мовної особистості. Це сприяє більш глибокому розумінню ролі експресивності у мовленні та спілкуванні.

В сучасному мовознавстві термін «експресія» переважно аналізується в контексті лексики та стилістики художнього тексту. Для реалізації експресивної функції мови розроблена розгалужена система мовних засобів, які використовуються для оптимізації комунікації та підвищення впливу дискурсу на реципієнта. Ці мовні засоби можуть бути експресивними, тобто здатними викликати інтенсивні реакції, незалежно від їх приналежності до конкретної мовної системи.

Крім того, категорію експресії слід відрізнити від таких понять, як емоційність, стилістична забарвленість, виразність, образність, коннотативність та естетичність, оскільки вони мають свої власні характеристики та не повинні розглядатися як синоніми. Експресивність мови може включати в себе ці аспекти, але вони відрізняються і мають важливі відмінності [53, с. 108].

У лінгвістичній літературі широко поширені різні класифікації експресії, однією з яких є рівнева класифікація, яка розглядає експресію за способом її мовного вираження. Ця класифікація виокремлює різні мовні рівні, на яких реалізується експресія, включаючи:

- Графічний рівень, який відноситься до написання тексту, включаючи різні типи оформлення, розміщення тексту тощо.
- Фонетико-фонологічний рівень, який враховує вплив звуків та вимови на емоційну виразність тексту.
- Словотворчий рівень, де експресія може бути виражена через структуру слів та їх походження.
- Лексичний рівень, де використання конкретних слів, їх значень та конотацій може надавати тексту певний емоційний відтінок.

- Фразеологічний рівень, який враховує використання фразеологізмів та стійких виразів для досягнення експресивності.
- Граматичний рівень, включаючи морфологічні та синтаксичні засоби, які можуть підсилювати виразність тексту.
- Текстовий рівень, де експресія може виражатися через структуру та організацію тексту в цілому [54, с. 22-23].

Іншою розповсюдженою класифікацією є розділення експресії на мовну (іманентну) та мовленнєву (контекстуальну). Мовна експресія вивчає спеціалізовані мовні засоби, які підкреслюють контекст і використовуються для посилення змісту тексту. Мовленнєва експресія реалізується в процесі комунікації і включає будь-яке посилення змісту тексту, а також виділення та акцентування інформації.

Експресивність тексту вказує на наявність емоційних процесів, таких як тон, емоції, афекти та настрої, які постійно супроводжують людську активність. Емоції виникають у результаті сприйняття і власного ставлення до об'єктів та явищ об'єктивної реальності. Емоційні процеси, в свою чергу, регулюють поведінку людини у світі, і експресивність тексту може відображати ці процеси.

Підсумовуючи, визначення термінів «експресія» та «експресивність» часто помилково ідентифікуються як тотожні. Експресія фактично служить для посилення та підвищення рівня виразності, тоді як експресивність є результатом цього підвищення і представляє собою збільшену та підсилену виразність. Отже, під поняттям «експресивний» слід розуміти не виразність, а саме збільшення, інтенсифікацію та посилення, оскільки будь-який мовний знак є виразним.

2.2 Лексичний та синтаксичний рівні вираження експресії в телевізійному дискурсі

На підставі аналізу матеріалу, представленого в попередньому розділі, можна зробити висновок, що експресія є важливим аспектом виразності мовлення, і є такою якістю, що сприяє стилістичній маркованості та передачі емоційного вмісту. Ця якість допомагає мовленню стати здатним передавати складний та нетривіальний зміст. Експресивність, як загальномовна категорія, відноситься до всіх сфер мови і є характерною для одиниць усіх рівнів мовної системи.

Як було сказано вище, на практиці експресія реалізується на семи рівнях, проте частотність їх вживання є абсолютно різною. Так, найвживанішою є лексична експресивність, а найменш використовуваною – фразеологічна. На граматичному рівні вираження експресії, який включає в себе морфологічну та синтаксичну експресію, також спостерігається така ж неоднорідність, адже синтаксичні засоби вираження експресії вживаються значно частіше, ніж морфологічні. Зважаючи на це, а також на особливості вираження експресії в телевізійному дискурсі (де графічний, словотворчий та текстовий рівні представлені слабко), зосередимось передусім на лексичному та синтаксичному рівнях її вираження.

Експресивна лексика представляє собою складову активного лексичного шару, оскільки постійно поповнюється новими словами і лексико-семантичними варіантами. Експресивні мовні елементи можуть бути виразними як самотійно, так і включати в себе стилістичні прийоми, способи творення слів, морфеми тощо, які є засобами збільшення виразності лінгвістичного знаку [55, с. 284].

З точки зору експресивно-стилістичного забарвлення, мовний елемент може мати додаткову виражально-зображальну властивість в певних умовах комунікації (мовленнєвої діяльності). Розрізняють емоційне та оцінне експресивно-стилістичне забарвлення.

Емоційне забарвлення може варіюватися від пафосного та урочистого до зниженого та фамільярного. Наприклад, урочисте піднесення може виявлятися у використанні емоційно насичених слів. Забарвлення може також різнитися за відтінками. Оцінне забарвлення може бути меліоративним (семантично позитивним) або пейоративним (семантично негативним). Таким чином, слова з зниженим забарвленням використовуються у контекстах з відтінком іронії, зневаги або осуду відповідно до ситуації [56, с. 260].

Лексична експресивність базується на різноманітних факторах, включаючи специфічні денотати (предмети або поняття, на які посилається слово), комунікативні наміри осіб, які спілкуються, а також індивідуальну образність, стилістичні маркери (системні, стильові, культурні, часові тощо) суміжних слів. В основі експресивності завжди лежать емоційні переживання комунікантів, які виражаються через вербалізовані почуття-ставлення, почуття-оцінку та афективні стани суб'єктів мовлення, спрямовані на об'єкт, адресата або самого себе.

Лексична експресивність представляє собою суперкатегорію, яка об'єднує як статичний аспект (семантичну контрастність), так і динамічний аспект (функціонально-стилістичну контрастність). У залежності від характеру реалізації експресивності, лексичні одиниці можуть бути внутрішньою (інгерентною) або зовнішньою (адгерентною) експресивністю [57].

Мова телевізійного дискурсу відрізняється важливою особливістю – принциповою різноманітністю стилістичних засобів. В ній використовується спеціальна термінологія і лексика, які надають тексту емоційного забарвлення, і одночасно поєднуються стандартні та експресивні мовні засоби. Як зазначалося в першому розділі дослідження, мова теледискурсу має широкий спектр лексичного матеріалу і може об'єднувати в одному тексті як художню, так і наукову мову. Часто використовуються слова з

розмовної лексики, які надають висловлюванню особливого емоційного відтінку.

Для передачі реалістичного зображення подій, створення емоційного враження від цих подій, впливу на аудиторію та підкреслення важливості вислову, часто використовуються слова і вирази з експресивним забарвленням. До них відносяться:

1. Іменники абстрактної семантики;
2. Інтенсифікатори;
3. Прикметники, які мають виражену експресивність;
4. Модальні дієслова;
5. Дієслова, що вказують на розумову діяльність [58, с. 296].

Фразеологізми відзначаються високим рівнем експресивності. Вони можуть варіювати за експресивністю в залежності від походження, стилізованої приналежності та змісту, а також форми. Структурна або структурно-семантична трансформація фразеологізмів, а саме руйнування їх звичайної зовнішньої або внутрішньої структури, є популярним прийомом для підсилення їх виразності.

Незважаючи на те, що текст телепрограми має на меті надавати об'єктивну інформацію та оцінку подій, автори нерідко застосовують виразну лексику, оскільки вона може впливати на аудиторію та відображати справжнє ставлення автора до обговорюваних подій [59, с. XXXX]. Наприклад, використання прикметників у найвищому ступені порівняння.

Окремо варто відзначити інтонаційні засоби, які служать для створення виразності. Інтонація часто використовується для надання конкретного виразу значенням у реченні, вираженим у предикативних відносинах, комунікативному значенні та модальності, а також лексичному та синтаксичному наповненню, що визначаються характером реального чи уявного контексту спілкування за допомогою мовлення. Як відзначають дослідники, інтонація підсилює ступінь інформативності та важливості

фрагментів тексту відносно його основної ідеї. Основними засобами інтонації виступають ритм, темп, пауза та тон [55, с. 45].

Сучасні мови представляють собою складну систему, що аналізується лінгвістами з різних перспектив. Мінімальними автономними одиницями, які несуть власне значення, є слова, а також певні морфеми та фонemi. Таке сегментаційне утворення мови є важливим аспектом у розумінні сучасної англійської мови. Одні слова частіше вживаються в контекстах, які не спонукають до емоційних або оцінних реакцій з боку мовців, тоді як інші одиниці мови, навпаки, часто мають емоційно-насичені значення [60].

У деяких лінгвістичних описах лексики англійської мови виділяється емоційно-експресивна лексика, до якої входять слова, як «to love», «to admire», «beautiful», «divine» тощо. Ці слова використовуються для вираження почуттів та емоцій співрозмовників або відносно навколишнього світу. Важливо відзначити, що під «враженням» тут і далі розуміється короткочасне переживання, таке як радість, смуток, задоволення, тривога, гнів, подив, в той час як під «почуттям» розуміється більш стійке ставлення, таке як любов, повага, ненависть та інші [61, с. 51].

Під «виразом емоцій» мається на увазі їх вираження мовою, проявлення в мовленні, яке супроводжується внутрішніми та зовнішніми переживаннями людини. Емоційний аспект значення присутній тільки в тому випадку, якщо слово чи словосполучення виражає певну емоцію. Цей аспект може виникати завдяки семантичним або логічним особливостям слова, і коли він вже присутній, то має властивість до витіснення семантичного значення слова або його значної модифікації. Емотиви притаманні практично всім функціональним стилям англійської мови і варіюються за ступенем емоційного забарвлення залежно від семантики, семантичного контексту та конкретизатора.

Остаточне визначення експресивності будь-якої лексичної одиниці відбувається з урахуванням контексту. Саме від оточуючого контексту залежить, які слова визнаються як урочисті та піднесені, або, навпаки, як

глузливі та іронічні. Іноді нейтральні слова можуть викликати піднесені емоції в певних контекстах, тоді як висока лексика може набути глузливого забарвлення. Навіть ласкаві слова можуть звучати презирливо, залежно від контексту.

Поява у лексичній одиниці в залежності від контексту додаткових експресивних відтінків значно розширює образотворчі можливості лексики англійської мови. З точки зору експресивності слід розрізняти лексику:

- емоційно-нейтральну, тобто ту, яка виражає тільки поняття, без вказівки ставлення до нього мовця: *room, door, woman, top, make, take, end, upper, lower* і т.д.
- лексику емоційно-забарвлену, яка передає почуття, настрої і ставлення мовця до висловлювання [54, с. 56].

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що лексичний рівень вираження експресії полягає в різноманітних емоційних словах, тобто тих, що виражають почуття, і містять позитивну чи негативну оцінку оточуючої дійсності.

Як і лексичні засоби вираження експресії, синтаксичні засоби, спрямовані на створення експресивної мови, є різноманітними і включають в себе звернення; вставні конструкції та слова; односкладні і неповні речення; інверсія; повторювання; гіпербола; риторичні вигуки; риторичні запитання тощо [55, с. 432].

Звернення, використовувані в мовленні телеведучих, мають за мету залучити увагу аудиторії, вони є ефективними інструментами комунікації. Вставні конструкції та слова важливі для створення виразності вислову та вираження авторської оцінки. Ці вирази синтаксично незалежні від головного речення, і вони відображають власну позицію автора або означають джерело інформації, або встановлюють зв'язок між різними частинами повідомлення [62, с. 188].

Односкладні та неповні речення використовуються для створення враження недокінченості і залишають простір для інтерпретації. Ці вирази

набувають виразного відтінку завдяки повторенням, які можуть акцентувати або підсилити певний смисловий аспект. Цей прийом використовується дикторами та ведучими для підкреслення важливих моментів та часто йде в парі з риторичними запитаннями та вигуками.

Риторичні вигуки призначені для підвищення емоційного навантаження промови і можуть супроводжуватися гіперболізацією, коли оратор намагається збільшити важливість або інтенсивність обговорюваного питання. Риторичні вигуки часто супроводжуються риторичними питаннями для ще більшого підкреслення.

Риторичні питання є поширеним стилістичним прийомом, який відзначається різноманітністю емоційних відтінків і яскравістю. Вони часто містять в собі заперечення або твердження у формі питань, на які не очікується безпосередня відповідь. Риторичні запитання відрізняються від звичайних питань сильно вираженою інтонацією, що виражає здивування або підсилює емоційний заряд промови.

Отже, експресивність мовлення може бути досягнута різними способами, і вона є важливим засобом вираження емоцій та індивідуальності в телевізійному дискурсі.

2.3 Поняття маніпулювання, його рівні та категорії, маніпулятивний вплив у ток-шоу

Реалізація різних комунікативних стратегій впливу стала об'єктом досліджень у багатьох галузях, таких як лінгвістика, суспільна психологія, соціологія, політологія та інші. Як класичні, так і сучасні роботи вітчизняних та зарубіжних вчених розглядають актуальні аспекти цього явища [63, с. 123].

Вперше проблеми маніпуляції були порушені у працях античних філософів. На той час самого терміну «маніпуляція» ще не було, але проблема впливу на аудиторію вже вимагала вивчення. Платон під маніпуляцією розумів явище з навколишньої дійсності, що дозволяє підпорядковувати волю людини або груп людей, вселяти йому або їм певний спосіб мислення і змушувати його або їх здійснювати конкретні дії без будь-яких фізичних примусів [64].

Сам термін «маніпуляція» було введено в науковий обіг значно пізніше. Лише у сорокових-п'ятдесятих роках ХХ століття західні політологи впровадили в наукову термінологію нове технічне поняття «маніпуляції», яке означало «вмілу дію важелями» для складного переміщення предметів. У сучасній науці є низка термінів, які позначають маніпулятивні дії різного характеру, причому у деяких сучасних роботах маніпуляція трактується не з позиції дії, а як спосіб досягнення мети.

Вітчизняні та закордонні прагмалінгвісти неодноразово зверталися до проблеми уніфікації визначення мовної маніпулятивної дії. Головним орієнтиром в даній проблемі виступають загальний знаменник, до якого намагаються звести визначення та характерні риси самого явища. На сьогоднішній день є такі пункти, що відображають характер та властивості маніпуляції:

1. інтенція визначається як вплив на людину з наміром змусити її вчинити ті чи інші дії;
2. спостерігається прихований вплив на реципієнта, що здійснюється на користь сторони, що впливає, з метою досягнення певного ефекту;
3. при маніпулятивному впливі спостерігається використання деяких прийомів чи стратегій, що безпосередньо змінюють думку та поведінку реципієнта;
4. викриття мовної маніпуляції загрожує як відсутністю успіху адресанта, так і виникненням конфліктної ситуації;

5. у реципієнта має бути хибне відчуття самостійної інтерпретації інформації та самостійного вибору форми дії на основі результатів даної інтерпретації;
6. з позиції реципієнта емоційно-психологічний результат впливу завжди має бути позитивним [65].

Різні лінгвісти пропонують свою інтерпретацію поняттям маніпуляція та мовне маніпулювання. Як відомо, маніпуляція – це вид психологічного впливу, при якому майстерність маніпулятора використовується для прихованого впровадження в психіку адресата цілей, бажань, намірів, стосунків та установок, що не збігаються з тими, що є у адресата в даний момент.

Відповідно, мовним маніпулюванням є здійснення впливу шляхом свідомого та цілеспрямованого використання тих чи інших особливостей устрою та вживання мови [66, с .11].

У роботах провідних лінгвістів акцент робиться на мовних аспектах маніпуляції; маніпуляція сприймається саме як акт впливу, проте відрізняється від низки схожих мовних явищ, наприклад сугестії. Мовні риси маніпуляції ідентифікуються доволі складно: вони виходять за рамки нормативної мовної практики, тому вимагають комплексного аналізу мовної ситуації та контексту події загалом. Мовні форми впливу (наприклад, маніпуляція, сугестія) за наявності візуального контакту підтримуються позамовними засобами; аудіальна форма включає підкріплюючі фактори – тембр, голос адресанта, фон, акцентування тих чи інших слів та ін. [67, с. 85].

В основі мовного маніпулювання лежать такі психологічні та психолінгвістичні механізми, які змушують адресата відмовитись від бажання критично сприймати повідомлення, сприяють виникненню у його свідомості певних ілюзій, інспірують його на здійснення вигідних для маніпулятора вчинків. Суть повідомлення, яке потрібно донести до людини, створюється заздалегідь і певним чином «упаковується» для того, щоб

змінити його смислову, цільову чи ціннісну ідентифікацію адресантом [68, с. 180].

У науковій літературі дефініції «мовленнєва маніпуляція» і «мовна маніпуляція» синонімічні, але при цьому мовна маніпуляція має ширший спектр засобів реалізації. Якщо при мовній формі має місце експлуатація потенціалу значення слів у різних комбінаціях, то при мовленнєвій формі підключаються і невербальні засоби (ситуативний контекст, жест, голос, міміка тощо) [69].

Сучасні дослідники виділяють такі основні види мовного маніпулятивного впливу, які можна відзначити як мовні стратегії:

- Мовна стратегія з акцентом на образи;
- Мовна стратегія з акцентом на знакові системи;
- Мовна стратегія з акцентом на ролі;
- Мовна стратегія з акцентом на метод експлуатації особистості адресата;
- Мовна стратегія з акцентом на звернення до життєвих/духовних цінностей;
- Стратегія підвищення/зниження [70, с. 158].

Дані приклади стратегій з використанням такого прийому маніпулятивного впливу, як мовна гра на синтаксичному рівні, дозволяють телеведучим непомітно змінити ставлення глядача до будь-якої ситуації в країні чи світі та формує певний емоційний настрій адресата. Для успішної реалізації даного прийому авторами можуть бути використані різноманітні мовні тактики, такі як:

1. тактика «переакцентуації», тобто акцентування уваги адресата на другорядних фактах, які мають сприяти формуванню необхідного адресанту сприйняття;

2. тактика підміни цілей, коли наміри адресанта «залишаються поза рамками тексту», а інтереси адресата знаходяться на першому плані;
3. тактика «одягання маски», коли адресант бере на себе роль співрозмовника, лідера, наставника [71].

Маніпулювання має застосування в різних сферах людської діяльності, включаючи політику, рекламу, літературу, навчання та інші. Практично будь-яка інформація не є повною і абсолютною, що створює можливість формування потрібного уявлення про реальність. Незважаючи на те, що мовні засоби маніпуляції стають об'єктом досліджень у лінгвістиці, існують численні невирішені аспекти в цьому явищі. Зараз також спостерігається зростання різноманітних прийомів впливу, і самі прийоми стають більш складними.

Як було вказано вище, в сучасній лінгвістиці відсутня однозначна класифікація прийомів та засобів мовного маніпулювання. Це пов'язано з тим, що під час комунікації, особливо в мас-медійному та телевізійному дискурсі, часто застосовуються кілька способів, що призводить до накладання одних прийомів на інші, ускладнюючи їх розрізнення. Крім того, список методів впливу постійно змінюється і розширюється.

У теорії комунікації часто виділяють такі прийоми, за допомогою яких маніпулятор впливає на свідомість та підсвідомість адресата повідомлення: приховування інформації, відбір, спотворення, фальсифікація, використання напівправди, створення «несправжньої реальності», виділення хибних висновків, неправильна інтерпретація, ефект обманутого очікування та інші [72]. Кожен з цих прийомів використовує певні мовні засоби, такі як фонетичні, лексичні, морфологічні, синтаксичні і інші.

До мовних прийомів спотворення інформації можна віднести такі техніки, як навішування ярликів, використання комунікативної категорії «свій – чужий», евфемізми, дисфемізми та виразні засоби мови з маніпулятивною метою. За допомогою цих прийомів телеведучі можуть

прикрашати або, навпаки, пригнічувати реальність, формувати певне ставлення до явища, про яке йде мова: викликати схвалення, захоплення або, навпаки, несхвалення і зневагу. Різноманітні номінації часто перетворюються в стереотипи, штампи або ярлики, які потім поширюються у масовій пресі та поступово переходять в народ.

Комунікативна категорія «свій – чужий» відображає бінарну природу суспільства, поділ на «наших» (визнане, схвалюване, безпечне) і «чужих» (не схвалюване, вороже). Зазвичай, цю категорію виражають за допомогою займенників «ми», «наш» і «вони», «не наш», «їх.» При цьому «свій» завжди оцінюється позитивно, а «чужий» – негативно [73].

Спотворення інформації може здійснюватися за допомогою таких лексичних засобів мови, як евфемізми та дисфемізми. В самому понятті евфемізму міститься його маніпулятивний потенціал: заміна слів та створення нейтральної чи позитивної конотації змінює ставлення адресата до події, створюючи асоціації з чимось корисним. Евфемізми замінюють небажані слова та висловлювання, допомагаючи уникнути конфліктів та навіть приховати негативні явища дійсності. Вони є прикладом того, як за допомогою лексичних засобів мови можна змінити ставлення до наданої інформації [74, с. 182].

Поряд з евфемізацією, використовується і дисфемізація. Дисфемізм – це навмисне використання грубих, вульгарних, стилістично знижених (іноді навіть нецензурних) слів та виразів з метою вираження різко негативної оцінки або створення експресії в тих випадках, коли можливе стилістично та емоційно нейтральне вживання. Дисфемізми включають слова та вислови, які сприяють формуванню неприязні або навіть відрази до об'єкта сприйняття.

У телевізійному дискурсі для підсилення впливу використовуються різні засоби виразності, такі як епітети, метафори, порівняння, риторичні питання, повтори, іронія, антитеза, інверсія, мовна гра та інші. Вони значно впливають на адресата, привертають увагу читача і активізують асоціативне та образне мислення. Водночас ці мовні засоби мають другий план –

переносне значення. Тому маніпулятори можуть використовувати їх для закладення імпліцитного змісту в повідомлення.

Сучасні англомовні телевізійні програми не завжди надають своїй аудиторії достовірну інформацію. У цих випадках спостерігається використання методів, таких як вплетення чуток та спотворення сенсу подій. Наприклад, посилаючись на недостовірні дані, можуть створювати фальсифіковані опитування громадської думки з метою переконання громадськості у підтримці більшості тієї чи іншої позиції. Страх опинитися в соціальній ізоляції чи меншості може підштовхнути реципієнта змінювати чи замовчувати свої погляди. Таким чином, суб'єкт маніпуляції досягає бажаного результату, описаного в опитуванні. Цей прийом найчастіше використовується в медіа, особливо напередодні виборчих кампаній [68].

Водночас, слід враховувати різноманітність форматів телепередач та аудиторії, яка їх переглядає. Наприклад, інформаційні програми найчастіше дотримуються принципів об'єктивності та суворо слідують стандартам журналістики, тоді як розважальні формати можуть використовувати більше засобів мовленнєвого впливу, активно взаємодіючи з емоційною складовою глядачів.

У рамках аналізу маніпуляцій в теледискурсі обов'язково слід розглядати аспекти негативної пропаганди, яка переважно базується на використанні маніпулятивних методів та спотворенні інформації. Пропаганда завжди має конкретну мету або набір цілей, і для досягнення цих цілей пропагандисти відбирають факти та представляють їх у специфічний спосіб, спрямований на найефективніший вплив на свідомість аудиторії. У своєму прагненні досягти поставлених цілей, пропаганда може ігнорувати або занижувати важливі факти та дії, а також використовувати методи, спрямовані на спотворення інформації. Крім того, пропагандисти часто намагаються змусити аудиторію відвернути увагу від інших джерел інформації, щоб збільшити вплив своєї власної інформації.

Негативна (деструктивна) пропаганда дозволяє роз'єднати чи згуртувати людей, відволікти їхню відмінність від будь-яких подій, зробити їх слухняними виконавцями волі пропагандиста. Основна функція негативної пропаганди – створення ілюзорної, паралельної реальності із «перевернутою» системою цінностей, переконань, поглядів. Негативна пропаганда спирається на навіюваність і низький рівень критичного мислення мас з метою маніпулювання цими масами на користь вузької групи осіб, які зазвичай розходяться з інтересами самих цих мас [75, с. 637].

Найвідоміший метод негативної пропаганди, заснований на спотворенні інформації – це так званий метод «напівправди». У багатьох обставинах надто очевидна, примітивна брехня відштовхуватиме. Наприклад, якщо аудиторія має досить високий рівень критичного мислення чи суттєві причини не довіряти джерелу інформації. Тому буває доречно використовувати метод «напівправди»: аудиторії подається кілька тверджень, частина яких є загальновідомими або легко перевіряються, а друга або спотворюється, або опускається. Причому факти не обов'язково мають бути пов'язані між собою. Людина, яка визначила першу частину повідомлення як правду, скоріше за все, повірить і другій частині.

Крім вже описаних вище типових для телевізійного та мас-медійного дискурсів маніпулятивних стратегій та тактик, в ток-шоу застосовуються і специфічні способи маніпуляції громадською думкою:

- Вибір гостей. Ведучі мають значний вплив на вибір гостей. Постійне запрошення гостей, які належать до прихильників одного політичного діяча може бути одним із способів прихованого впливу на аудиторію. Також іноді ведучі обирають гостей, які мають суперечливі погляди або конфліктні відносини, з метою створення конфлікту та драми на екрані.
- Підсилення емоцій. Ведучі можуть стимулювати конфліктні ситуації, обурення та інші реакції гостей та аудиторії, ставлячи гострі запитання, позбавляючи слова гостей, які мають відмінну

точку зору тощо. Сюди ж можна віднести експлуатацію сумних або шокуючих історій, які використовуються для посилення уваги аудиторії.

- Регульована аудиторія. Деякі ток-шоу використовують регульовані аудиторії, які керуються вказівками ведучого чи продюсера та по його команді аплодують чи освистують гостей, що створює ілюзію підтримки або ворожості до них та відповідно впливає на глядачів, які дивляться шоу по телевізору.
- Монтаж та редагування. Подібні методи в ток-шоу можуть використовуватися для створення зміни контексту або вирізання частини діалогу з метою створення певного враження про гостя, наприклад, приписування йому зовсім протилежної думки.
- Вибіркове використання інформації. Ведучі можуть вибірково представляти факти або інформацію, щоб сприяти певній точці зору або аргументу. Це може створювати упереджене або однобоке сприйняття теми.

Говорячи про власне мовленнєвий вплив, використовуваний ведучими ток-шоу, можна відзначити наступні стратегії:

- Мовні фрейми. Фреймування, тобто контекстуалізація певної теми або питання у специфічний спосіб, може сильно впливати на сприйняття аудиторії. Наприклад, використання емоційно забарвленої лексики при обговоренні предмету дискусії може викликати певні емоційні реакції.
- Риторичні прийоми. Ведучі користуються різними риторичні прийоми, такі як гіперболізація, аналогії, метафори, щоб переконливіше виглядати або впливати на аудиторію.
- Постановка запитань. Спосіб, яким формулюються запитання, може направляти або обмежувати відповіді гостей. Запитання, які містять в собі певні припущення, можуть маніпулювати дискусією та

змушують як учасників ток-шоу, так і глядачів, сприймати інформацію у вигідний ведучому спосіб.

- Переривання та контроль над дискусією. В разі отримання незручної для себе відповіді ведучі часто застосовують прийом переривання, що допомагає відволікти увагу телеглядачів. Хоча даний метод не працює у випадку з «живою аудиторією», його ефективність в телеєфірі важко переоцінити.
- Емоційне залучення. Апелюючи до емоцій аудиторії, розповідаючи історії з життя, жарти чи анекдоти, і учасники, і ведучі ток-шоу можуть прагнути викликати емоційну реакцію у глядачів, що, в свою чергу, може впливати на їхні погляди та думки.

Загалом, мовленнєве маніпулювання являє собою складний психолінгвістичний процес, один із різновидів мовного впливу, який, в свою чергу, полягає в здійсненні впливу шляхом свідомого та цілеспрямованого використання тих чи інших особливостей устрою та вживання мови. Маніпулювання застосовується практично у всіх сферах діяльності: у політиці, рекламі, судовій практиці, літературі, психотерапії, навчанні, неформальному спілкуванні тощо.

В ток-шоу маніпулятивний вплив найчастіше використовується задля підвищення рейтингів телепрограми та реалізується шляхом використання регульованої аудиторії, емоційних сюжетів, спеціально підібраних гостей тощо. При цьому такі маніпуляції можуть мати як позитивні, так і негативні наслідки, залежно від контексту та способу їх використання.

РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МОВНИХ ЗАСОБІВ ЕКСПРЕСІЇ ТА МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ В ТОК-ШОУ «THE ELLEN DEGENERES SHOW»

3.1 Аналіз мовних прийомів та експресивних засобів у програмі

Дослідження використання мовних засобів експресії та маніпулятивного впливу було проведене на базі матеріалів американського ток-шоу «The Ellen DeGeneres Show», яке транслювалося у багатьох країнах світу протягом 2003-2022 років. Ведуча програми, Елен ДеДженерес, відома своїм унікальним стилем ведення, комедійним талантом та вмінням проводити цікаві та різноманітні інтерв'ю з відомими особистостями та звичайними людьми. Елен відома своєю безпосередністю, гумором та позитивною атмосферою, яка притягує глядачів будь-якого віку та соціального статусу. Програма включає в себе різноманітні сегменти, такі як інтерв'ю з гостями, музичні виступи, комедійні скетчі, а також соціальні та гумористичні блоки. Тривалість кожного випуску телепрограми складала 30-60 хвилин.

На жаль, в Україні телепрограма офіційно не виходила, тому україномовного перекладу, професійного або авторського, просто не існує. Зважаючи на це, при аналізі мовних прийомів, експресивних засобів, засобів маніпулятивного впливу та проблем їх відтворення українською будемо спиратись на власний переклад.

З методичної точки зору, цікавим та значущим для дослідження засобів мовної експресії буде використання як зразка усного неформального спілкування тієї частини програми, в якій ведуча розмовляє з гостями передачі про недавні події їхнього особистого життя або суспільно-політичного життя Америки. Розмова здійснюється у форматі дружніх посиденьок (sit-down chat) і, як правило, має тривалість 5 – 8 хвилин. В якості

гостей найчастіше запрошують відомих публічних людей, але можуть запрошуватись і прості американці.

Досліджуючи епізоди даного ток-шоу, ми можемо з упевненістю заявити, що кожен випуск програми містить певні елементи композиційної структури, які вербально реалізуються телеведучою:

1. Привітання аудиторії;
2. Презентація гостя;
3. Зустріч гостя, вітання та початок комунікації з гостем;
4. Продовження комунікації, перехід до нової теми розмови;
5. Підбиття підсумків та прощання.

На кожному з даних етапів використовуються свої специфічні штампи та мовні засоби для вираження експресії.

Так, Елен зазвичай використовує наступне типове привітання аудиторії:

<p><i>Hello, hello, hello, welcome to the show! It's so great to see all your smiling faces today. Thank you for being here. I love our audience, and I love having you as a part of our show.</i></p> <p><i>We've got a fantastic show for you today, and I can't wait to share it with all of you. So, let's get started and have some fun!*</i></p>	<p><i>Привіт, привіт, привіт і ласкаво просимо на шоу! Дуже приємно сьогодні бачити всі ваші усміхнені обличчя, тому дякую, що ви сьогодні тут. Я обожнюю нашу аудиторію, і я дуже вдячна, що ви є частиною нашого шоу. Сьогодні ми підготували для вас фантастичне шоу, і я не можу дочекатися, щоб поділитися ним з усіма вами. Отже, давайте почнемо і розважимося!**</i></p>
---	--

Джерело: «The Ellen DeGeneres Show», сезон 19, епізод 6.

* Тут і далі **напівжирним шрифтом** будуть виділятися виявлені мовні засоби

** Тут і далі переклад наш

Як бачимо, Елен використовує численні емоційно забарвлені слова, які використовуються задля посилення впливу на глядача, підкреслюють позитивні емоції, отримані ведучою та запрошують глядачів розділити ці емоції з нею.

Іноді Елен обирає незвичний формат привітання, наприклад, у вигляді інтерактиву:

<p><i>Well it's almost summer which means it's time for vacation. So I wanna give away an amazing trip to Dubai and a game we're calling, hello, Dubai.</i></p>	<p><i>Ось уже майже літо, а це означає, що настав час відпустки. Тож я хочу подарувати дивовижну подорож до Дубая та гру, яку ми називаємо «привіт, Дубай».</i></p>
---	---

Джерело: «The Ellen DeGeneres Show», сезон 15, епізод 30.

Тут ведуча замість типового привітання пропонує інтерактивну гру для аудиторії. Серед засобів вираження експресії тут можна виділити прикметник *amazing*, а також конструкцію *time for vacation*, яка в даному контексті набуває емоційного забарвлення.

Крім того, при привітанні аудиторії в ювілейних випусках Елен згадує про пройдений шлях та дякує глядачам за те, що вони все ще дивляться шоу. Вона відзначає, що саме існування програми – заслуга самих глядача. Наприклад, ось як виглядало привітання в фінальному випуску:

<p><i>Thank you. Welcome to our very last show. I walked out here 19 years ago, and I said that this is the start of a relationship. And today is not the end of a relationship. It's more of a little break. It's you can see other talk shows now and I may see another audience once in a while.</i></p>	<p><i>Дякую. Ласкаво просимо на наше останнє шоу. Я опинилась тут 19 років тому і сказала, що це початок стосунків. І сьогодні це не кінець стосунків. Це скоріше маленька перерва. Ви зможете дивитися інші ток-шоу, а я, можливо, час від часу бачитиму іншу аудиторію.</i></p>
---	---

<p><i>20 years ago, when we were trying to sell the show, no one thought that this would work, not because it was a different kind of show, but because I was different. Very few stations wanted to buy the show. And here we are, 20 years later, celebrating this amazing journey together.</i></p>	<p><i>20 років тому, коли ми намагалися продати шоу, ніхто не думав, що це спрацює, не тому, що це було інше шоу, а тому, що я була іншою. Лише кілька каналів хотіли купити шоу. І ось ми тут, 20 років потому, разом святкуємо цю дивовижну подорож.</i></p>
--	--

Джерело: «The Ellen DeGeneres Show», сезон 19, епізод 176.

Тут слід відзначити активне використання емоційно забарвлених конструкцій, таких як «*very last show*», «*no one thought*», «*celebrating this amazing journey together*», «*very few stations*», протиставлення «*not because it was... – but because I was...*», а також порівняння шоу зі стосунками. Всі ці конструкції спрямовані на підведення підсумків та висловлення вдячності глядачам за проведені разом роки, а також вираження певного суму та очікування нової сторінки в житті.

Можна зробити висновок, що Елен досить емоційно вітає аудиторію. Вона відома своєю енергією та гумором, і це відбивається в її привітаннях. Вона часто взаємодіє з аудиторією, запитуючи, як вони почуваються та висловлює вдячність за їхню підтримку. Вона може поставити глядачам запитання, запросити деяких з них на сцену для участі в різних іграх чи конкурсах, або навіть перетворити привітання в інтерактив.

Наступним неодмінним етапом є представлення гостей. Елен ДеДженерес має свій власний стиль у презентації гостей, який включає наступні елементи:

- Опис досягнень або актуальних подій у житті гостя;
- Елен може використати інтерактивний елемент взаємодії з аудиторією, задавши загадку присутнім з певним натяком на особу;

- Майже завжди представлення включає гумор та жартівливі коментарі ведучої;
- Після презентації гостя Елен завжди дякує гостеві за те, що вони приділили свій час та запрошує їх на сцену, що супроводжується аплодисментами від присутніх на шоу глядачів;

Наприклад, так Елен представляла Тома Голланда:

<p><i>Ladies and gentlemen, our next guest is an incredibly talented actor who has taken the world by storm. You know him as the amazing superhero Spider-Man in the blockbuster Marvel films, and he's swung his way into our hearts. He's not just a fantastic actor, but he's also known for his infectious charm and charisma.</i></p> <p><i>I have to say, I'm a huge fan, and I'm so excited to have him here with us today. Please join me in giving a warm welcome to the one and only Tom Holland!</i></p>	<p><i>Пані та панове, наш наступний гість — неймовірно талановитий актор, який підкорив весь світ. Ви знаєте його як дивовижного супергероя Людину-паука в блокбастерах кіновсесвіту Marvel, завдяки яким він проник у наші серця. Він не просто фантастичний актор, він також відомий своїми шармом і харизмою.</i></p> <p><i>Маю сказати, що я великий шанувальник і дуже захоплена, що він сьогодні з нами. Будь ласка, приєднайтеся до теплового вітання єдиного та неповторного Тома Голланда!</i></p>
--	--

Джерело: «The Ellen DeGeneres Show», сезон 14, епізод 154.

Як бачимо, майже весь текст складається із емотивів та емоційно забарвлених стилістичних засобів. Слід відзначити використання метафор «*taken the world by storm*» та «*swung his way into our hearts*», які підкреслюють масштаб особистості молодого актора, який швидко став знаменитим. Особисті якості Тома Елен підкреслює епітетами «*incredibly talented*» та «*fantastic*».

Цікаво, що, представляючи аудиторії своїх друзів, Елен використовує значно менше експресивних засобів та слів загалом:

<p><i>Well, I always knew who I wanted my first guest to be on our last show because she was my first guest on our first show. So please welcome my friend, Jennifer Aniston.</i></p>	<p><i>Ну, я завжди знала, ким хочу бачити мого першого гостя на нашому останньому шоу, тому що саме вона була моїм першим гостем на нашому першому шоу. Тож, будь ласка, вітайте мою подругу, Дженніфер Еністон.</i></p>
--	---

Джерело: «The Ellen DeGeneres Show», сезон 19, епізод 176.

Тут із засобів вираження експресії можна відзначити лише фразу із однозначною позитивною конотацією «*my friend*». Проте випадки подібної відсутності експресії є рідкісними, а в даному випадку ще й виправдовуються тим, що це був останній епізод шоу.

Наступний етап – зустріч гостя, вітання та початок комунікації. На цьому етапі та вітання Елен ДеДженерес завжди створює позитивну та радісну атмосферу, жартуючи самостійно або підтримуючи вступні жарти від гостей. Наприклад, в епізоді з відомим британським коміком Рікі Джервейсом відбувся наступний діалог:

<p><i><u>Ricky</u>: Wow. They're still cheering for Mark Wahlberg.</i></p> <p><i><u>Ellen</u>: No, no, no. It's switched over to you now. It's switched over. That was for you.</i></p> <p><i><u>Ricky</u>: You honestly do have the nicest audience. They're so welcoming. I was really worried last time I came on, but they made me feel so welcome.</i></p>	<p><i><u>Рікі</u>: Нічого собі. Вони все ще аплодують Марку Волбергу.</i></p> <p><i><u>Елен</u>: Ні, ні, ні. Тепер вони переключились на тебе. Це було для тебе.</i></p> <p><i><u>Рікі</u>: У тебе, чесно кажучи, найкраща аудиторія. Вони такі гостинні. Я дуже хвилювався, коли прийшов минулого разу, але вони</i></p>
---	---

<p><i><u>Ellen</u>: I know. They're just lovely, lovely people. They walk in the door and fill this room with so much joy. It feels really good in here.</i></p>	<p><i>мене дуже тепло прийняли.</i></p> <p><i><u>Елен</u>: Я знаю. Вони просто чудові, милі люди. Вони заходять у двері і наповнюють цю кімнату такою радістю. Тут дуже добре.</i></p>
--	--

Джерело: «The Ellen DeGeneres Show», сезон 8, епізод 61.

Як бачимо, Елен підтримує вступний жарт Рікі та перетворює його в в подяку глядачам. В мові обох осіб використовуються експресивні засоби, наприклад, слово з позитивною конотацією «cheering», слова вдячності та похвали «the nicest audience» та епітети «welcoming», «lovely» тощо.

Якщо гість на шоу не вперше, то часто Елен робить певну ретроспективу, пригадуючи першу появу гостя та оцінюючи, що з того моменту змінилось. Наприклад:

<p><i><u>Ellen</u>: First of all, it's been a year since the first time you were... you were on the show right one year and... and look at you you're huge... huge in one year...</i></p>	<p><i><u>Елен</u>: По-перше, минув рік з того моменту, коли ти вперше... вперше була на моєму шоу, і... і тільки подивись, ти велика... величезна за один рік.</i></p>
<p><i><u>Lady Gaga</u>: Not as big as Ellen!</i></p>	<p><i><u>Леді Гага</u>: Не така велика, як Еллен!</i></p>
<p><i><u>Ellen</u>: I mean really that's a that's a... a steep climb very quickly don't you think?</i></p>	<p><i><u>Елен</u>: Я маю на увазі, що насправді це... дуже швидкий, дійсно крутий підйом, чи не так?</i></p>

Джерело: «The Ellen DeGeneres Show», сезон 7, епізод 32.

Тут експресія виражається в основному на синтаксичному рівні, адже Елен почувається настільки враженою трансформацією Леді Гаги із просто відомої співачки в справжню суперзірку, що не одразу знаходить слова. Тому використовуються неповні речення, вставні конструкції та дуже часто

використовується повторення слів. Крім того, на лексичному рівні вжита метафора «*steep climb very quickly*».

Також Елен уважно слідує за новинами та оновленнями, які відбуваються в житті її гостей, тому вона одразу задає відповідні питання, як, наприклад, у діалозі з Джастіном Бібером:

<p><i><u>Ellen</u>: I want to say huge congratulations on the album, <i>Changes</i>. It debuted at number one.</i></p> <p><i>That's so awesome.</i></p> <p><i><u>Justin</u>: Thank you.</i></p> <p><i><u>Ellen</u>: And then I know you're going on tour. Have you started rehearsing, are you excited?</i></p> <p><i><u>Justin</u>: I'm rehearsing now, and I'm very excited. I'm pumped.</i></p>	<p><i><u>Елен</u>: Я хочу висловити найщиріші вітання з альбомом <i>Changes</i>, який дебютував під номером один. Це чудово!</i></p> <p><i><u>Джастін</u>: Дякую.</i></p> <p><i><u>Елен</u>: Також я знаю, що ти збираєшся в тур. Чи ви вже почали репетирувати, ти вже в передчутті туру?</i></p> <p><i><u>Джастін</u>: Я зараз репетирую, і я дуже схвилований. Я в захваті.</i></p>
---	--

Джерело: «The Ellen DeGeneres Show», сезон 18, епізод 109.

Тут експресія реалізується на лексичному рівні за допомогою слів та конструкцій «*huge congratulations*», «*awesome*», «*excited*» та «*pumped*». Водночас слід відзначити, що така поведінка Елен дуже нагадує рекламу, як альбому співака, так і запланованого туру, та виглядає як спроба прихованого маніпулятивного впливу на глядачів, який ми детальніше дослідимо в наступному підрозділі.

Наступний етап – це продовження комунікації, який найчастіше йде по одному із кількох сценаріїв та може включати як звичайний діалог, так і інтерактивні дії. Наприклад, постійними рубриками шоу, які повторювалися роками, можна назвати «Celebrity Pranks!» (сегмент, в якому Елен часто розіграє або лякає гостей-знаменитостей), «Epic or Fail» (вважається

улюбленою грою Елен, у якій вона показує кілька трюків, записаних на плівку, і коли відео зупиняється, Елен, глядачі, запрошені знаменитості та Twitch повинні вгадати результат фіналу), «5 Second Rule» (гра, в якій Елен та учасники-знаменитості повинні подумати на ходу та перерахувати три відповіді, які потрапляють у задану категорію всього за п'ять секунд.), «Make it Rain» (гра, в якій дві знаменитості повинні відповідати на запитання. Якщо вони дадуть відповідь правильно, то отримають можливість стати під однією з кількох парасольок і потягнути за мотузку. Одна з парасольок вивільняє гроші, які йдуть на благодійність на вибір переможця. Інші парасольки випускають воду та обливають знаменитість з ніг до голови) та багато інших.

«Celebrity Pranks!» дає можливість побачити іншу сторону знаменитостей, коли вони потрапляють у несподівані та часто смішні ситуації. «Epic or Fail» додає елемент гри та залучення аудиторії, оскільки вони вгадують результати відео. «5 Second Rule» є швидкісною грою, яка тестує здатність гостей швидко мислити. Нарешті, «Make it Rain» поєднує гумор з благодійністю, дозволяючи гостям заробити гроші для благодійності, водночас потрапляючи в кумедні ситуації. Такий формат шоу не тільки розважає глядачів, але й допомагає збільшити впізнаваність та популярність гостей, а також піднімає соціально значущі теми через благодійність та позитивні дії.

Цей етап можна назвати найбільш експресивним та відкритим, адже комунікація вже є доволі налагодженою, а гості відчують себе менш скуто, ніж на початку програми, та є більш відкритими та емоційними, що сприяє кращому залученню аудиторії.

Одним із найулюбленіших способів взаємодії Елен ДеДженерес з гостями є використання різного роду розіграшів, пранків, які часто мають на меті налякати гостя. Наприклад, у фрагменті з репером Lil Nas X відбулась наступна ситуація:

<i>Lil Nas X: Nobody's in this box, no?</i>	<i>Lil Nas X: У цій коробці нікого ж</i>
---	--

<i>Ellen: No.</i>	<i>немає, так?</i>
<i>Lil Nas X: I'm try... no.</i>	<i>Елен: Ні.</i>
<i>[Laughning]</i>	<i>Lil Nas X: Я намагаюся... ні?</i>
<i>Ellen: No.</i>	<i>[Сміються]</i>
<i>Lil Nas X: OK. No.</i>	<i>Елен: Ні.</i>
<i>Ellen: Say your thing one more time?</i>	<i>Lil Nas X: Добре. Немає.</i>
<i>Lil Nas X: I'm sorry. I...what I was saying...</i>	<i>Елен: Повтори, будь ласка?</i>
<i>[Man jumps out of the box]</i>	<i>Lil Nas X: Вибачте. Я... що я казав...</i>
<i>Lil Nas X: Agh!</i>	<i>[Чоловік вистрибує з коробки]</i>
<i>Ellen: Ah!</i>	<i>Lil Nas X: Ах!</i>
	<i>Елен: Ах!</i>

Джерело: «The Ellen DeGeneres Show», сезон 17, епізод 123.

Тут вираження експресії відбувається переважно на фонетичному та синтаксичному рівнях. Активно використовуються вигуки «*Agh*», речення неповні, уривчасті «*I...what I was saying...*», використовується повторення «*No? No. No? No*»? яке створює комічний ефект.

В даному блоці Елен часто задає особисті питання, цікавиться особистим життям, планами на майбутнє тощо. Наприклад, в розмові з Тревісом Скоттом майже весь даний блок був присвячений народженню дочки та подробицям життя з дружиною репера – Кайлі Дженер:

<i>Ellen: So, congratulations on your album. Astroworld is the biggest album of the year.</i>	<i>Елен: Що ж, вітаю з твоїм альбомом. Astroworld – найбільший альбом року.</i>
<i>Travis: Yeah.</i>	<i>Тревіс: Так.</i>
<i>Ellen: Congratulations.</i>	<i>Елен: Вітаю.</i>
<i>Travis: Thank you.</i>	<i>Тревіс: Дякую.</i>
<i>[Applause]</i>	<i>[Оплески]</i>
<i>Ellen: And you have the biggest album</i>	<i>Елен: В тебе найбільший альбом</i>

<p><i>of the year, and you have a brand new little baby girl. I mean, what a year for you.</i></p> <p><i><u>Travis</u>: I know, right?</i></p> <p><i>[Applause]</i></p> <p><i><u>Ellen</u>: Yeah. Look at that face. That's just got to be hard, to be away from her.</i></p> <p><i><u>Travis</u>: Yeah, I just had to leave her to come up here.</i></p>	<p><i>року, і в тебе народилась дівчинка. Продуктивний рік, чи не так?</i></p> <p><i>Тревіс: Скажи?</i></p> <p><i>[Оплески]</i></p> <p><i>Еллен: Так. Подивіться на це обличчя. Це має бути фізично важко, бути далеко від неї.</i></p> <p><i>Тревіс: Так, мені довелося залишити її, щоб приїхати сюди.</i></p>
--	--

Джерело: «The Ellen DeGeneres Show», сезон 16, епізод 50.

В даному уривку цікавим є використання конструкцій по типу «*what a year for you*» та «*I know, right?*», за допомогою яких Елен висловлює захоплення масштабом подій, які відбулися в житті Тревіса, а реакція Тревіса вказує на широкий спектр емоцій та складність їх сприйняття та вираження.

На останньому етапі програми «The Ellen DeGeneres Show» Елен ДеДженерес підводить підсумки розмови з гостем і завершує передачу в позитивному ключі. Наприклад, в епізоді з Нілом Патріком Гаррісом ведуча використала наступні слова:

<p><i><u>Ellen</u>: And that's our show for today. I want to thank our incredible guest, Niel Patrick Harris, for being here and sharing their inspiring stories with us. It's been such a pleasure having you on the show.</i></p> <p><i><u>Niel</u>: Thank you, Ellen. I had a blast.</i></p> <p><i><u>Ellen</u>: And we had a blast having you. I also want to give a big shoutout to our</i></p>	<p><i><u>Елен</u>: «І це все на сьогодні. Я хочу подякувати нашому неймовірному гостю, Нілу Патріку Гаррісу, за те, що він був тут і поділився з нами своїми надихаючими історіями. Мені було дуже приємно бачити вас у шоу.</i></p> <p><i>Ніл: Дякую, Елен. Я був у захваті.</i></p> <p><i><u>Елен</u>: А ми були в захваті від вас. Я</i></p>
--	---

<p><i>amazing audience. You make this show so special, and we're grateful for your continued support.</i></p> <p><i>[Applause]</i></p> <p><i>Ellen: Before we go, I want to remind all of you to be kind to one another, and let's spread love and positivity in the world. I'm Ellen DeGeneres, and I'll see you right back here on the next episode. Bye for now!</i></p>	<p><i>також хочу привітати нашу чудову аудиторію . Ви робите це шоу таким особливим, і ми вдячні за вашу постійну підтримку.</i></p> <p><i>[Оплески]</i></p> <p><i>Елен: Перед тим, як ми підемо, я хочу нагадати вам усім бути добрими один до одного, і давайте поширювати любов і позитив у світі. Я Елен ДеДженерес, побачимося тут знову у наступному епізоді. До побачення!</i></p>
---	---

Джерело: «The Ellen DeGeneres Show», сезон 18, епізод 82.

Як бачимо, ведуча використовує вирази подяки, щоб підкреслити важливість гостя та аудиторії. Вона називає гостя «*incredible*» і спільно з ним додає, що було дуже приємно спілкуватись. Часто на цьому етапі Елен підкреслює важливість позитивної атмосфери та взаєморозуміння, закликає глядачів до доброти та популяризує позитивні ідеї. Підбиття підсумків завершує передачу в дружній атмосфері.

На прикладі «The Ellen DeGeneres Show» можна помітити, що, незважаючи на існуюче визначення дискурсу ток-шоу виключно як інституційного, крім ознак соціально-орієнтованої комунікації, даний тип теледискурсу має очевидні особистісно-орієнтовані характеристики. Це твердження обумовлено інтерактивним типом взаємодії з масовою аудиторією та діалогічним способом трансляції інформації на телебаченні. Телеведучий під час запису програми прагне відтворити реальний діалог зі своєю аудиторією, оскільки подібна імітація міжособистісного спілкування сприяє приверненню уваги з боку телеглядачів. Отже, перебуваючи у кадрі, він вибудовує свою комунікативну поведінку, орієнтуючись не лише на

учасників ток-шоу, а й на масового адресата, інтереси яких завжди є пріоритетними для творців будь-якого телепродукту.

Як бачимо, на відміну від традиційних жанрів телевізійного дискурсу, у ток-шоу взаємодію глядача та медіа доповнено новими прийомами: інтерактивність, безперервність комунікації, входження у віртуальний простір. Вони не тільки виносять на обговорення традиційні проблеми, а й апробують більш відвертий і вільний спосіб життя, з винесенням особистих питань на загальне обговорення. Таким чином, основою змісту передач стають ситуації, що емоційно переживаються, самі людські емоції, а також їх причини. Отже, у змістовному плані телевізійне ток-шоу виступає емоційно опосередкованим жанром медіадискурсу, що характеризується специфічним набором емоцій, образів та динамічних зображень.

Таким чином, дослідивши використання мовних засобів вираження експресії в «The Ellen DeGeneres Show», можна зробити висновок, що найчастіше вони реалізуються на лексичному рівні та полягають у використанні емоційно забарвленої лексики. Рідше вживаються засоби синтаксичного та фонетичного рівнів, які зазвичай полягають у різного роду вигуках та неповних реченнях. Експресивність ток-шоу проявляється в різних елементах комунікативної ситуації: у характері мовної поведінки її учасників, в особливостях змісту (виборі теми для обговорення та модальності ведення діалогу); в особливостях мовного вираження (знаках емоцій, особливих образах та динамічних зображеннях).

3.2 Маніпулятивний вплив у програмі

Як було визначено в попередньому підрозділі, певні елементи промов Елен ДеДженерес дуже скидаються на спроби маніпулятивного впливу на аудиторію. Звичайно, спроби мовленнєвого впливу є і більш очевидні, як, наприклад, заклики наприкінці програми до людяності та доброти, проте

маніпулювання, як більш спеціалізований тип мовленнєвого впливу, використовується задля досягнення специфічних цілей – наприклад, лобювання непопулярної думки або підвищення продажів певної продукції. Отже, для того, щоб визначити, як саме в «The Ellen DeGeneres Show» реалізується маніпулятивний вплив, доцільно спершу визначити, які взагалі типи мовленнєвого впливу зустрічаються в даному шоу.

Важливим аспектом дослідження стало визначення прийомів, які вживають ведучі з метою посилення очікування, що «підігриває» інтерес глядача та змушує публіку очікувати чогось цікавого. Першим прийомом є використання протиставного заперечення (конструкція «не..., а»):

<p><i>I've never been to that place before.</i></p> <p><i>It's famous not for perfect service industry and SPA places, but for its low price</i></p>	<p><i>Я тут ніколи раніше не була. Це місце славиться не ідеальним сервісом і SPA місцями, а низькою ціною.</i></p>
--	---

Джерело: «The Ellen DeGeneres Show», сезон 19, епізод 3.

Більше того, формування ефекту очікування відбувається під час зупинки промови телеведучої ток-шоу під час використання протиставного заперечення. Наприклад

<p><i>It's our challenges and obstacles that give us layers of depth and make us interesting. Are they fun when they happen? No. But they are what make us not ordinary but unique. And that's what I know for sure... I think.</i></p>	<p><i>Ці наші проблеми та перешкоди, які надають нам глибини та роблять нас цікавими. Хіба вони веселі, коли трапляються? Ні. Але саме вони роблять нас не звичайними, а унікальними. І це я точно знаю... Я думаю.</i></p>
---	---

Джерело: «The Ellen DeGeneres Show», сезон 19, епізод 17.

Цей прийом є особливо дієвим за відсутності ствердної частини, яка застосовується ведучою в підсумкових виразах під час завершення випуску ток-шоу. Навмисне надмірне вживання займенників, використання повторень

тощо відтягує момент оголошення імені гостя телепередачі, тому є маніпулятивним прийомом посилення очікування.

Жарт, іронія служать як створення комічного ефекту, розваги аудиторії, а й інструментом залучення уваги громадськості до значних соціальних проблем. Так, в одному з епізодів у Еллен у гостях була Малала Юсафзай, молода дівчина з Пакистану, яка виступає за доступність освіти для жінок по всьому світу та нагороджена Нобелівською премією миру у віці всього лиш 17 років. Еллен пожартувала, що у 18-річному віці вона сама була схожа на Малалу, і всі чудово зрозуміли, що це був сарказм.

<i>Malala: We want to educate people all around the world, so they start to take action.</i>	<i>Малала: Ми хочемо навчати людей у всьому світі, щоб вони почали діяти.</i>
<i>Ellen: Yes, exactly! 18 years old... 18 years old – I was very similar to this.</i>	<i>Елен: Так, точно! 18 років... У 18 років я була дуже схожою на тебе.</i>

Джерело: «The Ellen DeGeneres Show», сезон 13, епізод 2.

З гумористичною метою вживаються і евфемізми, прикладом яких може бути наступний фрагмент:

<i>People love gossip. They are extremely verbally generous. It's the biggest thing that keeps entertainment industry going</i>	<i>Люди люблять плітки. Вони надзвичайно щедри на слова. Це найбільша річ, яка підтримує індустрію розваг</i>
---	---

Джерело: «The Ellen DeGeneres Show», сезон 18, епізод 31.

У даному прикладі *verbally generous* вживається замість *talkative*. Використання цієї конотації надало жартівливий тон мовленнєвому висловлюванню і виступає засобом висловлювання іронії, а також видом мовної маніпуляції і маскуванню справжнього сенсу мови, пом'якшуючи опис

негативної характеристики, згадка якої може справити неприємне враження на телеаудиторію.

В ході дослідження було встановлено, що з метою подання суб'єктивної думки у формі категоричної та єдино правильної, телеведучий вживає такі висловлювання, як *all know that, it is well-known, it is obvious, we all know, no doubt*. Наприклад:

<p><i>The world is full of a lot of fear and a lot of negativity, and a lot of judgment.</i></p> <p><i>It's obvious people need to start shifting into joy and happiness. As corny as it sounds, we need to make a shift</i></p>	<p><i>Світ сповнений великої кількості страху, в ньому багато негативу та осуду. Очевидно, що людям потрібно почати переходити до радості та щастя. Як би банально це не звучало, нам потрібно змінитися</i></p>
--	--

Джерело: «The Ellen DeGeneres Show», сезон 19, епізод 1.

За допомогою вживання виразу *it's obvious* визначається зміст посилу телеведучої.

В наступному прикладі в такому ж сенсі вживається «*always remember*», що підносить висловлювання Еллен на рівень загальноприйнятої істини:

<p><i>Always remember, being kind is free, and it's the most valuable gift you can give. In my show, we not only share laughs, but we share kindness, too. Because I believe a little kindness goes a long way in making the world a better place</i></p>	<p><i>Завжди пам'ятайте, бути добрим не вартує вам нічого, і це найцінніший подарунок, який ви можете зробити. У моєму шоу ми не тільки сміємося, але й ділимося добротою. Тому що я вірю, що трішки доброти допоможе зробити світ кращим.</i></p>
---	--

Джерело: «The Ellen DeGeneres Show», сезон 12, епізод 128.

Наступним способом маніпулювання є вживання виразу *as though*, що дозволяє телеведучому не нести відповідальність за правдивість чи коректність сказаного:

<i>She looked at me as though she was too pretty to study Physics</i>	<i>Вона подивилася на мене так, наче була надто гарною, щоб вивчати фізику</i>
---	--

Джерело: «The Ellen DeGeneres Show», сезон 12, епізод 127.

Розповідь, супроводжувана та ілюстрована особистими враженнями, розповідями, думками, судженнями, зачаровує глядача, як ніякий інший маніпулятивний спосіб, і надзвичайно швидко та майстерно завойовує його увагу:

<i>The only thing I really recommend, if you're starting out in stand up is not try to copy anybody else. You can be influenced by people. I was influenced by Steve Martin and Woody Allen, but I never tried to be someone else. I always tried to be myself. And the reason why people are successful is they're unique.</i>	<i>Єдине, що я дійсно рекомендую, якщо ви починаєте займатися стендапом, – це не намагатися копіювати когось іншого. На вас можуть впливати люди. На мене вплинули Стів Мартін і Вуді Аллен, але я ніколи не намагалася бути кимось іншим. Я завжди намагалася бути собою. І причина успіху людей полягає саме в тому, що вони унікальні.</i>
---	---

Джерело: «The Ellen DeGeneres Show», сезон 11, епізод 109.

Крім того, часто вживаються різного роду прийоми, як допомагають створити ефект діалогу:

- Риторичний вигук: *People don't use proper grammar anymore!* («Люди більше не використовують правильну граматику!»);
- Риторичне звертання: *We get upset when life puts us for the new direction, right?* (Ми засмучуємося, коли життя пропонує нам новий напрямок, чи не так?);
- Введення вигаданого мовлення (свого чи чужого): *Your show is cancelled” — they said to me. And I was sad about that, but it gave me an opportunity to be in another show.* (Твоє шоу скасоване», — сказали мені. І мені було сумно через це, але це дало мені можливість бути в іншому шоу).

Навіть у ході монологічної мови, телеведуча намагається створити ефект залучення телеглядача, тому вона і вдається до вищезгаданих прийомів. Довіри та гарних стосунків з аудиторією Елен досягає шляхом прийому інтимізації розповіді, цей прийом здійснюється при використанні певних мовних засобів, які зазвичай реалізуються наприкінці шоу та полягають у використанні повторень, закликів, інтригуючого закінчення епізоду, звертання до аудиторії зі словами вдячності, розгорнутих метафор тощо.

Повторення – це мовний зворот, що полягає в реплікації синтаксичної конструкції в рамках вузького та компактного ряду. З урахуванням незначних обсягів прощальних слів ведучої, повторення має бути лаконічним і акцентувати увагу на ключових моментах сказаного. Прикладом резюмуючого повторення є наступний текстовий фрагмент:

<p><i>I'm not an activist; I don't look for controversy. I'm not a political person, but I'm a person with compassion. I care passionately about equal rights. I care about human rights. I care about animal rights.</i></p>	<p><i>Я не активіст; Я не шукаю суперечок. Я не політична людина, але я людина співчутлива. Я палко дбаю про рівні права. Я дбаю про права людини. Я дбаю про права тварин.</i></p>
---	---

Заклик формує певну експресію в мові, і є однією з основних мовних стратегій, що виконують у ток-шоу апелятивну функцію:

<i>You should be that excited about life</i>	<i>Ви повинні бути в захваті від життя</i>
--	--

Джерело: «The Ellen DeGeneres Show», сезон 11, епізод 1.

Інтригує закінчення епізоду, де слухачам пропонується самим зробити висновок. За допомогою попередньої розробки сценарію ток-шоу телеглядач представляє себе безпосереднім учасником теледискусії:

<i>Find out who you are and be that person. That's what your soul was put on this Earth to be. Find that truth, live that truth and everything else will come.</i>	<i>Дізнайтеся, хто ви є, і будьте цією людиною. Це те, чому твоя душа прийшла на цю Землю. Знайдіть цю правду, живіть цією правдою, і все інше прийде.</i>
--	--

Джерело: «The Ellen DeGeneres Show», сезон 12, епізод 3.

Звернення до аудиторії, яке може містити подяку та комплімент:

<i>And this year, you have to make a resolution, right now. My goal is to make the show better, for you.</i>	<i>І цього року ви повинні прийняти рішення прямо зараз. Моя мета — зробити шоу кращим для вас.</i>
--	---

Джерело: «The Ellen DeGeneres Show», сезон 7, епізод 205.

Наочний підсумок, що містить розгорнуту метафору:

<i>That was already 510 monologues and shows by me. Wow, that is a lot of me talking and you listening. And I do thank you for that. Now turn off the TV and go outside and play, mama is</i>	<i>Уже 510 монологів і шоу від мене. Вау, я багато розмовляю, а ти слухаєш. І я дякую тобі за це. А тепер вимкни телевізор і йди на вулицю та грайся, мамця</i>
---	---

<i>going to take a little nap.</i>	<i>збирається трохи подрімати.</i>
------------------------------------	------------------------------------

Джерело: «The Ellen DeGeneres Show», сезон 13, епізод 62.

Розгорнута метафора, що має свіжу образність, робить заключну промову провідною яскравою, що особливо запам'ятовується. Маніпуляція, виражена мовленнєвим впливом, здійснюється шляхом використання певних комунікативних стратегій, що реалізуються телеведучою. При цьому її вибір зазначених методів впливу не випадковий, а ретельно розроблений та прорахований заздалегідь.

Таким чином, можна стверджувати, що в «The Ellen DeGeneres Show» використовуються типові для дискурсу ток-шоу методи мовного впливу. При цьому Елен ДеДженерес не помічена у використанні неетичних методів маніпулювання, а існуючі методи впливу використовуватися переважно для створення цікавого контенту для глядачів і сприяння загальному розважальному характеру передачі. Крім того, важливу роль маніпулятивні засоби відіграють при формуванні підсумкових слів ведучої та часто використовуються для пропаганди загальнолюдських цінностей, взаємоповаги та доброти.

ВИСНОВКИ

В результаті проведеного дослідження мовних засобів вираження експресії та маніпулятивного впливу в англомовних ток-шоу отримано наступні висновки:

1. В першому розділі кваліфікаційної роботи було досліджено теоретичні засади вивчення сучасного англомовного телевізійного дискурсу. Дослідження дискурсу як когнітивно-комунікативного феномену показало, що дискурс – це інтерактивне мовленнєве явище, яке має різні форми вияву (усну, писемну, паралінгвальну), та відбувається в межах конкретної сфери спілкування, що зумовлює відповідну тематику, та регулюється стратегіями і тактиками учасників, а також синтезом когнітивних, мовних і позамовних чинників.

2. Дослідження специфіки англомовного телевізійного дискурсу дозволило дати визначення поняттю телевізійного дискурсу, під яким ми розуміємо специфічний тип комунікативної практики, що виникає в телевізійних передачах та програмах та включає в себе всі аспекти створення, розповсюдження та сприйняття телевізійного контенту, включаючи мовленнєві, візуальні та аудіальні засоби комунікації. Виявлено, що англомовне телебачення здійснює визначний вплив на глобальну аудиторію та відіграє важливу роль у формуванні світової інформаційної культури. Його особливості визначаються роллю англійської як мови міжнародного спілкування, та включають жанрову різноманітність, залежність від цільових аудиторій, міжнародну взаємодію та мультикультуралізм, акцент на використанні візуальних засобів тощо.

3. В процесі опису особливостей ток-шоу як жанру телевізійного дискурсу виявлено, що ток-шоу – це телевізійний жанр, побудований на запитально-відповідальній формі за участю ведучого, глядачів та гостей програми. В свою чергу, дискурс ток-шоу – це складний комунікативний процес, де різноманітні особистості обмінюються думками, ідеями та

емоціями на публічному майданчику. Його особливостями є формат комунікації, в якому важливу роль відіграють гості та ведучий, полівекторність та полілогічність, актуальність, активна роль ведучого та висока емоційність.

4. В другому розділі роботи було досліджено прагматичний потенціал мовних засобів експресії у сучасному англomовному телевізійному дискурсі. Визначено поняття експресії та експресивності, при цьому під експресією розуміємо явище, яке поєднує об'єктивно існуючі властивості мовних засобів, які підвищують прагматичний потенціал висловлювання, надаючи їм психологічного спрямування, а також створює специфічну атмосферу висловлювання за допомогою конкретного набору виразних мовних засобів. В свою чергу, експресивність тексту вказує на наявність емоційних процесів, таких як тон, емоції, афекти та настрої, які постійно супроводжують людську активність.

5. Розглянувши лексичний та синтаксичний рівні вираження експресії, визначено, що експресія допомагає мовленню стати здатним передавати складний та нетривіальний зміст і в мовленні реалізується на семи рівнях. Найвищою частотністю вираження експресії в дискурсі ток-шоу є на лексичному та синтаксичному рівнях. При цьому експресивність мовлення може бути досягнута різними способами, і вона є важливим засобом вираження емоцій та індивідуальності в телевізійному дискурсі.

6. Давши характеристику поняттю маніпулювання, його рівням та категоріям, маніпулятивному впливу у ток-шоу, визначено, що мовним маніпулюванням є здійснення впливу шляхом свідомого та цілеспрямованого використання тих чи інших особливостей устрою та вживання мови. У телевізійному дискурсі для посилення впливу використовують різні засоби виразності: епітети, метафори, порівняння, риторичні питання, повтори, іронію, антитезу, інверсію, мовну гру та ін. В ток-шоу маніпулятивний вплив найчастіше використовується задля підвищення рейтингів телепрограми та

реалізується шляхом використання регульованої аудиторії, емоційних сюжетів, спеціально підібраних гостей тощо.

7. В третьому розділі кваліфікаційної роботи було досліджено особливості використання мовних засобів експресії та маніпулятивного впливу в ток-шоу «The Ellen Degeneres Show». В процесі аналізу мовних прийомів та експресивних засобів у програмі виявлено, що кожен випуск програми містить певні елементи композиційної структури, які вербально реалізуються телеведучою та включають привітання аудиторії; презентація гостя; зустріч гостя, вітання та початок комунікації з гостем; продовження комунікації, перехід до нової теми розмови; підбиття підсумків та прощання. Найчастіше мовні засоби вираження експресії в «The Ellen DeGeneres Show» реалізуються на лексичному рівні та полягають у використанні емоційно забарвленої лексики. Рідше вживаються засоби синтаксичного та фонетичного рівнів, які зазвичай полягають у різного роду вигуках та неповних реченнях.

8. Дослідивши маніпулятивний вплив у програмі «Ellen: The Ellen DeGeneres Show» було визначено, що ведуча не вдається до неетичних засобів маніпулювання – регульованої аудиторії, емоційних сюжетів, спеціально підібраних гостей тощо, натомість використовує цілий спектр мовних засобів для ефективнішої трансляції власних думок. При цьому часто маніпуляція використовується або для створення контенту, або як частина підсумкової промови Елен, в якій вона закликає глядачів бути добрими та шанувати один одного.

Таким чином, всі поставлені у вступі завдання виконані, а мета роботи – досягнута. Перспективи подальших досліджень вбачаємо у аналізі вербальних та невербальних способів вираження експресії в даному шоу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Yule G. Study of Language. University of Cambridge ESOL Examinations, 2014. 334 p.
2. Шевченко М. Відтворення емоційної тональності сучасного медичного дискурсу : магістр. дипломна робота. Київ, 2021. 124 с.
URL: <https://dspace.nau.edu.ua/bitstream/NAU/53502/1/Шевченко.pdf> (дата звернення: 05.11.2023).
3. Домніч О. В. Сучасні підходи до аналізу дискурсу. *Мова і культура*. 2020. № 5. С. 10–20.
4. Harris Z. S. Discourse analysis reprints. The Hague : Mouton, 1963. 73 p.
5. Бенвеніст Е. Рівні лінгвістичного аналізу. Київ : Вид-во «КМ Акад.», 2004. 312 с.
6. Aseeva O. Man creating component of discourse of Ukrainian modern mass culture. *Bulletin of the Cherkasy Bohdan Khmelnytsky National University. Series Philosophy*. 2014. No. 304(11). P. 98–104.
7. Bloor M., Bloor T. Practice of Critical Discourse Analysis: An Introduction. Taylor & Francis Group, 2015. 216 p.
8. Hart C. Viewpoint in linguistic discourse. *Critical discourse studies*. 2015. Vol. 12, no. 3. P. 238–260.
URL: <https://doi.org/10.1080/17405904.2015.1013479> (date of access: 05.11.2023).
9. Danesi M. Discourse and Translation. *Linguistic Relativity Today*. 2021. P. 79–97. URL: <https://doi.org/10.4324/9781003001669-5> (date of access: 05.11.2023).
10. Contexts and constructions / ed. by B. Alexander, D. Gabriele. Amsterdam : John Benjamins Pub. Company, 2009. 247 p.
11. Діденко І. А. Дослідження поняття дискурсу у сучасній лінгвістиці. *Наукове мислення* : Зб. ст. учасників двадцять четвертої всеукр. практ.-пізнав. конф. Дніпро, 2018. С. 55–58.

12. deGorog R. P., de Saussure F., Baskin W. Course in General Linguistics. *The Modern Language Journal*. 1961. Vol. 45, no. 3. P. 145. URL: <https://doi.org/10.2307/320587> (date of access: 05.11.2023).
13. Переломова О. С. Інтертекстуальність як системотвірна текстово-дискурсивна категорія. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2008. № 34. С. 87–95.
14. Halliday M. A. K. *Language and Education*. 9th ed. London : A&C Black, 2007. 312 p.
15. Sprache, Bild, Bildung. *Sprachtheorie und Sprachphilosophie*. 1981. P. 263–268. URL: <https://doi.org/10.1515/9783110863734-024> (date of access: 05.11.2023).
16. Dijk T. A. v. *Discourse and Knowledge: A Sociocognitive Approach*. Cambridge University Press, 2014.
17. Тютікова Ю. Специфіка відтворення неологізмів українською мовою у сучасному китайськомовному рекламному дискурсі : магістр. дипломна робота. Київ, 2019. 108 с. URL: http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/787878787/405/дипломна_я%20робота_Тютікова-конвертирован.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата звернення: 05.11.2023).
18. Cayley J. The Code is not the Text (unless it is the Text). *Electronic Book Review*, . 2002. No. 10.
19. Стрельченко Д. Поняття дискурсу у сучасному лінгвокультурному просторі. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство)*. 2013. № 116. С. 357–360.
20. Wodak R. Pragmatics and Critical Discourse Analysis. *Pragmatics and Cognition*. 2007. Vol. 15, no. 1. P. 203–225. URL: <https://doi.org/10.1075/pc.15.1.13wod> (date of access: 05.11.2023).
21. Blum-Kulka S., Hamo M. Discourse pragmatics. *Discourse studies: A multidisciplinary introduction*. 2011. No. 2(1). P. 143–164.

22. Бодня В. Лінгвопрагматичні особливості заголовного комплексу англомовного телевізійного дискурсу новин. *Перекладацькі інновації*: матеріали ІХ Всеукр. науково-практ. конф., м. Суми, 14–15 берез. 2019 р. Суми, 2019. С. 111–112.
23. Нетребя М. М. Історія становлення та розвитку телебачення у міжнародному масштабі. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Соціальні комунікації*. 2017. Т. 25, № 12. С. 80–85.
24. Deloitte's 'State of the Media Democracy' Survey: TV Industry Embraces the Internet and Prospers. *PR Newswire: press release distribution, targeting, monitoring and marketing*. URL: <https://www.prnewswire.com/news-releases/deloittes-state-of-the-media-democracy-survey-tv-industry-embraces-the-internet-and-prospers-115002929.html> (date of access: 05.11.2023).
25. Симоніна Н. В. Телебачення: наймасовіший комунікатор (роль телебачення у формуванні громадської думки). *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Журналістика*. 2002. Вип. 10. С. 64–68.
26. Юхимець С. Ю. Типологічні лінгвістичні риси телевізійного (новинного) дискурсу. *Науковий вісник південноукраїнського національного педагогічного університету імені К. Д. ушинського : лінгвістичні науки : зб. наук. праць*. 2016. № 23. С. 125–134.
27. Древаль А. А. Актуалізація мовної особистості детектива в сучасному британському теледискурсі (на матеріалі телесеріалу *Sherlock. Season 1.*) та її репрезентація українською мовою : магістр. дипломна робота. Сум, 2021. 107 с.
URL: <https://repository.sspu.edu.ua/handle/123456789/11800> (дата звернення: 05.11.2023).
28. Романюк О. Телевізійний дискурс як інтерактивний спосіб мовленнєвої взаємодії. *Науковий вісник Ужгородського університету : серія: філологія*. 2018. № 1 (39). С. 86–89.

- 29.Самохіна В. О. Жарт у сучасному комунікативному просторі Великої Британії і США: текстуальний та дискурсивний аспекти : дис. ... д-ра філол. наук. Харків, 2010. 518 с.
URL: <http://dspace.univer.kharkov.ua/handle/123456789/13350> (дата звернення: 05.11.2023).
- 30.Островська Н. Характерні риси і критерії моделі політичних ток-шоу. *Теле-та радіожурналістика*. 2014. № 13. С. 282–290.
- 31.Рєпіна П. Лінгво–соціокультурні особливості телевізійного дискурсу та специфіка жанру ток–шоу. *Студентський науковий альманах факультету іноземних мов ТНПУ ім. В. Гнатюка. Тернопіль : ТНПУ ім. В. Гнатюка*. 2020. № 1 (17). С. 46–49.
- 32.Недопитанський М. І. Технології жанру телевізійного ток-шоу. *Вісник КНУКіМ. Мистецтвознавство*. 2005. № 12. С. 111–113.
- 33.Tolson A. *Television Talk Shows: Discourse, Performance, Spectacle*. Taylor & Francis Group, 2001.
- 34.Thornborrow J. *Discourse of Public Participation Media: From Talk Show to Twitter*. Taylor & Francis Group, 2014. 210 p.
- 35.Lochar G., Soulages J.-C. The imaginery in Televised Talk. Permanence, change and conflict. *Réseaux. The French journal of communication*. 1996. Vol. 4, no. 1. P. 9–34. URL: <https://doi.org/10.3406/reso.1996.3303> (date of access: 05.11.2023).
- 36.Науменко Л. П. Критерії виділення ключових концептів сучасного англомовного бізнес-дискурсу. *Мовні і концептуальні картини світу. Київ: ВПЦ «Київський університет»*. 2012. № 42. С. 465.
- 37.Кондратенко Н. В. Жанрові особливості ток-шоу в українському політичному дискурсі. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Філологія*. 2018. Т. 23, вип. 2 (18). С. 58–68.
- 38.Дубнова К. Лінгвопрагматичні особливості корейського дискурсу (на матеріалі ток-шоу) : курсова робота. Київ, 2023. 33 с.

- URL: <http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/handle/787878787/4885> (дата звернення: 05.11.2023).
39. Моїсеєнко О. Лінгвокультурні аспекти конфліктного дискурсу телевізійного ток-шоу (на матеріалі англомовного телевізійного ток-шоу Кенії). *Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство)*. 2011. № 96 (1). С. 339.
40. Моїсеєнко О. Ю. Лінгвокультурні та лінгвокогнітивні особливості локалізації англомовного телевізійного дискурсу в контексті Східної Африки. *Функціонально-стилістичний потенціал романо-германських мов у європейському просторі* : Зб. матеріалів Всеукр. науково-практ. конф., м. Полтава-Старобільськ. 2017. С. 124–135.
41. Романюк А. О. Синтаксис англомовної та україномовної реклами. *Засоби масової комунікації*. 2021. № 1. С. 50.
42. Полякова Т. Експресивно-стилістичні можливості емоційної лексики поетичних творів Яра Славутича. *Теоретичні й прикладні проблеми сучасної філології*. 2015. № 1. С. 180–185.
43. Сірик С. В. Варіативність слова і мовна експресія у мовно-художній системі В. Чабаненка. *Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки*. 2017. № 2. С. 174–179.
44. Гертнер В. В. Відтворення засобів мовної експресивності в українському перекладі роману А.Крісті «Тріснуло дзеркало»: автореф. магістр. дипломна робота. Миколаїв, 2019. 22 с.
URL: <https://krs.chmnu.edu.ua/jspui/handle/123456789/651> (дата звернення: 05.11.2023).
45. Загнітко А. Сучасний лінгвістичний словник. Вінниця : ТВОРИ, 2020. 920 с.
46. Бадер В. І. Стилістика української мови : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Луганськ : СНУ ім. В. Даля, 2006. 204 с.
47. Stabler E. P. Computational Models of Language Universals: Expressiveness, Learnability, and Consequences. *Language Universals*. 2009. P. 200–223.

URL: <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195305432.003.0010> (date of access: 05.11.2023).

- 48.Архипенко Л. М. Мовна експресія в українських змі (на матеріалі економічної публіцистики). *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2018. № 32 (3). С. 7–10.
- 49.Моркотун С. Б. Відтворення експресивності лексичних одиниць при перекладі текстів політичного дискурсу. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2017. № 1 (85). С. 75–79.
- 50.Пентилюк М. Експресивні засоби поезій Яра Славутича. *Поетика Яра Славутича*. 1999. С. 102–125.
- 51.Humboldt W., Humboldt W. V. Wilhelm Von Humboldt's Gesammelte Werke. Creative Media Partners, LLC, 2018.
- 52.Левковська О. Реалізація експресивних можливостей сучасної німецької та української мови на матеріалі відповідних рекламних текстів : бакалавр. дипломна робота. Київ, 2020. 56 с.
URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/34448/1/Levkovska_bakalavr.pdf (дата звернення: 05.11.2023).
- 53.Вінтонів М., Мала Ю. Функційні вияви експресивності в політичному дискурсі. *Теоретичні й прикладні проблеми сучасної філології*. 2017. № 5. С. 100–112.
- 54.Козліцька М. Прагмалінгвістичні особливості відтворення мовних засобів експресії сучасних англomовних промов у галузі інформаційних технологій : магістр. дипломна робота. Київ, 2020. 120 с.
URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/56419/1/Kozlitska_mahistr.pdf (дата звернення: 05.11.2023).
- 55.Бойко Н. І. Українська експресивна лексика: семантичний, лексикографічний і функціональний аспекти : Монографія. Ніжин : Вид-во “Аспект-Поліграф”, 2005. 552 с.
- 56.Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ : Акад., 2004. 344 с.

- 57.Бойко Н. Семантична основа лексичної експресивності. *Лінгвостилістичні студії*. 2016. С. 39–54.
- 58.Карабан В. Переклад англійської наукової та технічної літератури. Частина 2. Лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні труднощі. Вінниця : Нова кн., 2001. 304 с.
- 59.Дацишин Х. Мовні маніпуляції в заголовках Інтернет-версії телевізійних новин (на прикладі Інтернет-сторінки програми ТСН). *Теле-та радіожурналістика*. 2014. № 13. С. 204–209.
- 60.Potter J. Arguing for a general framework for mass media scholarship. New York : SAGE, 2008. 32 p.
- 61.Мелещенко О. К. Інтернет-технології в сучасній журналістиці: моделі та практика : навч. посіб. Київ : КиМУ, 2005. 385 с.
- 62.Топчій Л. М. Інтенсифікована виразність парентетичних конструкцій у мові української преси. *Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Сер.: Філологічні науки (мовознавство)*. 2016. № 6. С. 187–191.
- 63.Литвин Т. В., Сервецький І. В., Радецька В. Я. Теоретичні дослідження викривлень усного мовлення. *Вісник Харківського національного університету внутрішніх справ*. 2000. № 11. С. 120–128.
- 64.Платон. Діалоги. Харків : Фоліо, 2008. 352 с.
- 65.The linguistic properties of lexical manipulation and its relevance for Ma'á. *The Mixed Language Debate*. Berlin, New York. URL: <https://doi.org/10.1515/9783110197242.209> (date of access: 05.11.2023).
- 66.Sebastian D. Manipulation: Definition and Types. *Principles of Manual Therapy (A Manual Therapy Approach to Musculoskeletal Dysfunction)*. 2005. P. 11. URL: https://doi.org/10.5005/jp/books/10678_3 (date of access: 05.11.2023).
- 67.Стасюк Т. Технології мовного впливу як компонент сучасної комунікації. *Українська мова*. 2010. № 1. С. 82–87.

68. Лойко В. В. До питання маніпуляції суспільною свідомістю у політичному дискурсі ЗМІ. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 57. № 2011. С. 179–181.
69. David M. K. Language, power and manipulation: the use of rhetoric in maintaining managerial influence. *Тạp chí nghiên cứu dân tộc*. 2018. No. 22. URL: <https://doi.org/10.25073/0866-773x/132> (date of access: 06.11.2023).
70. Сорокіна Л. Є. Мовленнєва маніпуляція та інші види мовленнєвого впливу: термінологічне розмежування понять. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2014. Т. 8, № 2. С. 157–159.
71. Чік Л. Засоби мовного маніпулювання у сучасних ЗМІ. *Літературний процес: методологія, імена, тенденції. Філологічні науки*. 2015. № 5. С. 121–123.
72. Дмитрук О. В. Маніпулятивні стратегії в сучасній англomовній комунікації (на матеріалі текстів друкованих та Інтернет-видань 2000-2005 років). : автореф. канд. філол. наук,. Київ, 2006.
73. Андріанова Н. С. Концептуальна діада свій–чужий як жанроутворювальний параметр чату. *Вісник Дніпропетровського університету. Сер.: Мовознавство*. 2014. Т. 22, № 20 (2). С. 3–7.
74. Евфемізм як засіб маніпулятивного впливу у ЗМІ. / Л. Г. Навасартян та ін. *Матеріали конференції*, . 2020. С. 181.
75. Гапій В. Е. Пропаганда як інструмент впливу на підсвідомість людини в сучасній Україні. *Молодий вчений*. 2018. № 1 (2). С. 636–641.
76. DeGeneres E. The Ellen DeGeneres Show. URL: <https://www.youtube.com/@TheEllenShow/playlists> (date of access: 06.11.2023).

АНОТАЦІЯ

кваліфікаційної роботи

на здобуття академічного ступеня магістра

Тема: Мовні засоби експресії та маніпулятивного впливу у англomовному ток-шоу «Елен шоу»

Автор: Кірічок Н.О.

Науковий керівник: Ковальчук І.В.

Короткий зміст праці:

Дана випускна кваліфікаційна робота присвячена аналізу закономірностей функціонування та перекладу засобів вираження експресії та маніпулятивного впливу в англomовних ток-шоу. Автор визначає актуальність теми, пояснюючи, що ток-шоу в сучасному медійному пейзажі відіграють важливу роль у формуванні культурного впливу та сприйняття суспільства.

Робота має чітку структуру, розгортається на вступі, трьох розділах та висновках. У вступі автор обґрунтовує актуальність дослідження, визначає його мету та постановку завдань. Зазначається, що, незважаючи на наявність попередніх досліджень щодо дискурсу ток-шоу, відсутні комплексні аналізи мовних засобів експресії та маніпулятивного впливу в цьому контексті.

У першому розділі досліджується теоретичний аспект дискурсу як когнітивно-комунікативного феномену, специфіка англomовного телевізійного дискурсу та особливості ток-шоу як жанру. Зокрема, автор обговорює питання експресії та експресивності на лексичному та синтаксичному рівнях, а також визначає концепцію маніпулювання у контексті ток-шоу.

Другий розділ присвячений методології дослідження, включаючи теоретичний аналіз, синтез, контентний аналіз, описовий метод, контекстуальний аналіз та індуктивний метод. Автор також вказує на об'єкт та предмет дослідження, яким є сучасний англomовний дискурс ток-шоу та мовні засоби вираження експресії та маніпулятивного впливу.

Третій розділ містить аналіз мовних прийомів та експресивних засобів у програмі "Ellen: The Ellen DeGeneres Show", який є об'єктом дослідження. Автор проводить комплексний аналіз закономірностей перекладу експресивної лексики з англійської мови на українську.

Наукова новизна роботи полягає у вперше проведеному комплексному аналізі мовних засобів експресії та маніпулятивного впливу у дискурсі ток-шоу. Результати дослідження можуть бути використані для подальших досліджень у цій області та при викладанні вищих навчальних закладів.

Усього робота має 80 сторінок, і її матеріал представлений прикладами з програми "Ellen: The Ellen DeGeneres Show" та їх перекладом українською мовою.

ANNOTATION

of the Master's Thesis

Topic: Linguistic Means of Expression and Manipulative Influence in the English-language Talk Show "The Ellen DeGeneres Show"

Author: Kirichok N.O.

Academic Supervisor: Kovalchuk I.V.

Brief Summary:

This Master's thesis is dedicated to the analysis of the patterns of functioning and translation of means of expression and manipulative influence in English-language talk shows. The author defines the relevance of the topic, explaining that talk shows play a significant role in shaping cultural influence and societal perception within the contemporary media landscape.

The thesis has a clear structure, unfolding in the introduction, three chapters, and conclusions. In the introduction, the author justifies the relevance of the study, defines its purpose and tasks. It is noted that despite previous research on talk show discourse, there is a lack of comprehensive analyses of linguistic means of expression and manipulative influence in this context.

The first chapter explores the theoretical aspect of discourse as a cognitive-communicative phenomenon, the specifics of English-language television discourse, and the characteristics of talk shows as a genre. The author discusses issues of expression and expressiveness on the lexical and syntactic levels and defines the concept of manipulation in the context of talk shows.

The second chapter focuses on the research methodology, including theoretical analysis, synthesis, content analysis, descriptive method, contextual analysis, and inductive method. The author also specifies the object and subject of the study, which are the contemporary English-language discourse of talk shows and the linguistic means of expressing expression and manipulative influence.

The third chapter contains an analysis of linguistic techniques and expressive means in "The Ellen DeGeneres Show," which is the object of the study. The author conducts a comprehensive analysis of the patterns of translating expressive vocabulary from English to Ukrainian.

The scientific novelty of the research lies in the first-ever comprehensive analysis of linguistic means of expression and manipulative influence in the discourse of talk shows. The results of the study can be used for further research in this area and in teaching at higher educational institutions.

In total, the thesis comprises 80 pages, and its material is presented with examples from "The Ellen DeGeneres Show," along with their translation into the Ukrainian language.