

Міністерство освіти і науки України
Національний університет "Острозька академія"
Навчально-науковий інститут лінгвістики
Кафедра англійської філології

Кваліфікаційна робота

на здобуття освітнього ступеня магістра
на тему:

**Функціонування мовних засобів експресії та маніпулятивного впливу в
англомовних ток-шоу (на прикладі американського ток-шоу "The Daily Show")**

Виконала: студентка II курсу, групи МА-2
спеціальності: 035 Філологія
спеціалізації: 035.041 Германські мови та літератури
(переклад включно), перша – англійська
Хилимон Марія Василівна

Керівник: канд. психол. наук, доцент
Ковальчук Інна В'ячеславівна

Рецензент _____
науковий ступінь, звання, прізвище, ім'я, по батькові

Роботу розглянуто і допущено до захисту
на засіданні кафедри англійської філології
протокол № ____ від " ____ " _____ 2024 р.
Зав.кафедри _____ Анатолій ХУДОЛІЙ

Острог – 2024 рік

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МОВНИХ ЗАСОБІВ ЕКСПРЕСІЇ ТА МАНІПУЛЯЦІЇ	6
1.1. Поняття експресії в мові	6
1.2. Методи та прийоми експресії	12
1.3. Визначення маніпулятивного впливу в мові	16
1.4. Механізми та стратегії маніпуляції	24
РОЗДІЛ 2. ЛЕКСИЧНІ СТРАТЕГІЇ ЕКСПРЕСІЇ ТА МАНІПУЛЯЦІЇ В ТОК-ШОУ	31
2.1. Виділення основних мовних стратегій використання експресії та маніпуляції в американських ток-шоу	31
2.2. Використання специфічної лексики та фразеології	40
2.3. Невербальні засоби у ток-шоу	47
РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ МОВНИХ ЗАСОБІВ ЕКСПРЕСІЇ ТА МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ В «THE DAILY SHOW»	55
3.1. Використання емоційно забарвленої лексики	55
3.2. Іронія, сарказм та гумор як засоби експресії	61
3.3. Використання риторичних питань, апеляцій до емоцій	67
3.4. Прийоми будування аргументації та переконання	71
ВИСНОВКИ	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	81
ДОДАТКИ	90

ВСТУП

Актуальність дослідження. Ток-шоу стали важливим культурним феноменом, який має значний вплив на громадську думку та формування громадської думки. Вони стали платформою для обговорення актуальних проблем та подій, а також для висловлення політичних поглядів та критики.

По-друге, мовні засоби експресії та маніпулятивного впливу в ток-шоу є ключовими елементами їхньої стратегії комунікації. Вони дозволяють створювати жваве та цікаве шоу, привертаючи увагу глядачів та викликаючи у них різні емоції.

По-третє, американське ток-шоу «The Daily Show» відоме своїм сатиричним підходом до новин та політики. Воно використовує різні мовні засоби для створення гумористичних ситуацій та висловлення критики, що робить його особливо цікавим об'єктом дослідження з точки зору мовних стратегій.

Метою дослідження є аналіз функціонування мовних засобів експресії та маніпулятивного впливу в англomовних ток-шоу, зокрема на прикладі американського ток-шоу «The Daily Show».

Завдання дослідження:

- охарактеризувати поняття експресії в мові;
- визначити методи та прийоми експресії;
- надати визначення маніпулятивного впливу, з'ясувати механізми та стратегії маніпуляції;
- виділити основні мовні стратегії використання експресії та маніпуляції в американських ток-шоу;
- проаналізувати використання специфічної лексики та фразеології;
- охарактеризувати невербальні засоби у ток-шоу;
- визначити використання емоційно забарвленої лексики;
- з'ясувати прийоми будування аргументації та переконання.

Об'єктом дослідження є саме ток-шоу «The Daily Show», яке вважається одним з провідних сатиричних телевізійних шоу в США, що активно використовує різноманітні мовні засоби для досягнення комунікативних цілей.

Предметом дослідження є специфіка використання різних мовних засобів, таких як іронія, сарказм, гумор, риторичні питання та апеляції до емоцій, у програмі «The Daily Show» для створення ефективних комунікативних стратегій та впливу на аудиторію.

Методи дослідження:

- 1) дедуктивно-індуктивний метод – для аналізу і синтезу наукових теорій і концепцій, які стосуються мовних засобів експресії та маніпулятивного впливу а ток-шоу;
- 2) контент-аналіз – для виявлення слів, фраз, мовних засобів, невербальних засобів емоційного впливу та інші аспекти, що використовуються для експресії та маніпуляції;
- 3) компаративний аналіз – для визначення вживання мовних засобів у «The Daily Show» та виявлення особливостей цього шоу та його відмінностей від інших;
- 4) метод узагальнення – для підсумування результатів аналізу використання мовних засобів експресії та маніпулятивного впливу у «The Daily Show» та виявлення загальних тенденцій та особливостей цього шоу.

Наукова новизна полягає у проведенні комплексного аналізу різних мовних засобів (іронії, сарказму, гумору, риторичних питань та апеляцій до емоцій), які використовуються у програмі «The Daily Show». Цей аналіз дозволяє зрозуміти специфіку їхнього використання та вплив на аудиторію. Дослідження зробить внесок у розуміння процесів комунікації у ток-шоу та їхнього впливу на глядачів. Воно також допоможе розширити уявлення про роль мовних засобів у формуванні громадської думки та сприйнятті медіаконтенту.

Теоретичне значення дослідження. Дослідження сприяє поглибленню розуміння сутності та функцій експресії в мові. Воно дозволяє розкрити особливості вербальних і невербальних засобів, які використовуються для створення емоційного впливу на аудиторію. Вивчення методів та прийомів експресії збагачує теорію мовної

експресії, додаючи нові приклади ілюстрацій з реальних медійних контекстів. Вносить вагомий внесок у теорію маніпуляції в мові. Визначення та аналіз маніпулятивних стратегій, що застосовуються в ток-шоу, допомагає краще зрозуміти механізми впливу на глядача. Це дозволяє виявити ефективні прийоми маніпуляції, що використовуються ведучими для досягнення своїх цілей, та їх вплив на формування громадської думки. Дослідження лексичних стратегій експресії та маніпуляції в медійному контексті розширює знання про особливості мови мас-медіа. Аналіз специфічної лексики та фразеології, яка використовується в *The Daily Show*, сприяє глибшому розумінню медіа-дискурсу і його ролі в сучасному суспільстві. Дослідження невербальних засобів, що використовуються у ток-шоу, додає нові аспекти до вивчення невербальної комунікації. Воно показує, як жести, міміка, інтонація та інші невербальні елементи впливають на сприйняття інформації глядачами.

Практичне значення дослідження. Дозволяє краще розуміти, яким чином використання мовних засобів може впливати на сприйняття телевізійного контенту та формувати погляди глядачів. Аналіз «*The Daily Show*» допомагає виявити успішні комунікативні стратегії, які можуть бути використані в інших медіапроектах для підвищення їхньої ефективності та привабливості для аудиторії. Вивчення способів впливу телевізійного контенту сприяє розвитку медіаграмотності глядачів, що дозволяє їм критично ставитися до отриманої інформації та розуміти, яким чином медіа може впливати на їхні погляди та переконання. Дослідження допомагає виявити ефективні методи використання мовних засобів для створення ефектних виступів та ведення дискусій, що може бути корисним для журналістів, публічних діячів та інших медіаперсоналій.

Структура. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг роботи — 95 сторінки. Використано було 75 джерел.

Апробація результатів дослідження. Матеріали дослідження апробовано на конференції «Лінгвосоціокультурні аспекти комунікації» (21.03.2024р., м. Острог) та у моїй статті на тему «Мовні засоби вираження експресії в англійській мові» у

збірнику *Студентські наукові записки Національного університету «Острозька академія», Серія «Філологічна», Випуск 19, Острог, 2024*. Друга апробація здійснена на XXVІV науковій викладацько-студентській конференції «Дні Науки» (15.05.2024р., м. Острог) з доповіддю на тему «Мовні засоби реалізації маніпулятивного впливу в сучасних англomовних ток-шоу».

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МОВНИХ ЗАСОБІВ ЕКСПРЕСІЇ ТА МАНПУЛЯЦІЇ

1.1. Поняття експресії в мові

Поняття вираження в мові охоплює різні способи передачі людьми своїх думок, емоцій, почуттів і намірів за допомогою вербальних і невербальних засобів. Мова, за своєю суттю, є не лише інструментом спілкування, а й засобом вираження своєї ідентичності, культури та особистого досвіду.

Вся людська мова має експресію. Вона визнається як частина людяності мови, і це якість, яку слухачі очікують знайти в людському спілкуванні. Без експресії мова звучить безжиттєво і штучно. Відібрати експресію, і залишиться лише каркас задуманого повідомлення, але без почуттів, що оточують це повідомлення.

Просте повідомлення, каркас мови, передається словами і тим, як вони складаються у речення. Семантичний зміст слів і відношення між ними описуються семантикою та синтаксисом – частинами дисципліни лінгвістики. Це базове повідомлення передає інформацію ефективно. Але мовці і слухачі не є машинами; у нас є почуття одне до одного, і ставлення до того, що говоримо і слухаємо [23].

Ці почуття можуть бути настільки слабкими, що вони досить нейтральні, але вони також можуть бути настільки сильними, що справляють хвилювання або байдужість, гумор або горе, нудьга або одержимість. Жодна мовна дія не уникне виразного змісту, жодне повідомлення не уникне барвистості емоцій або ставлення.

Наша чутливість до виразності настільки велика, що більшість часу відразу ж розуміємо, коли емоційна позиція змінюється – скажімо, коли хтось, кого зустріли і сподобалися, реагує на нас. Або під час аргументу зазвичай можемо сказати, коли хтось погоджується або готується не погоджуватися. Можна відчувати, як людина нагрівається до нас не стільки через те, що вони говорять, а як вони це кажуть [34].

Мовлення – це не єдиний вид виразності. Виразне спілкування може приймати форму мовлення, письма, співу, садіння, проектування будівель, сценічних декорацій,

оздоблення кімнати, садіння, живопису або плачу, усмішки, обіймання людини, кидання предмета, гладження собаки і так далі.

Тому виразність може посилатися на стиль спілкування. Можна сказати, що метою виразності є спілкування якого-небудь аспекту нашого внутрішнього світу комусь іншому. Це не обов'язково знаходиться під свідомим контролем. Наприклад, можна розкрити або виявити емоцію обличчям або рухами тіла, або, наприклад, контрастним наголосом у мовленні [1, с. 21].

Дослідження показують, що такі поняття як «експресивність», «емоційність», «оцінність» та «образність» мають чіткі розбіжності. Згідно з Станіславською К., експресивність описується як очевидне відхилення будь-яких мовних елементів від стандартів мови, тоді як емоційність є психологічною категорією, що проявляється за допомогою експресивних вигуків, афіксів та інтонацій, стаючи додатковою характеристикою слів [33, с. 110]. Своєю чергою, оцінність подається як позитивне або негативне судження про людей, об'єкти чи явища, а образність визначається як ключова особливість значення та спосіб його вираження. Таким чином, ці поняття можна узагальнити терміном конотація.

Говард Д. вперше використовував термін «конотація», але його популяризація привела до встановлення цього терміну в лінгвістичному вжитку [54, с. 397]. В сучасній лінгвістиці відсутнє чітке визначення поняття «конотація», але за останні роки інтерес до конотативного аспекту лексичного значення значно зріс. Підходи до трактування «конотації» різняться, наприклад, як емотивне значення, емоційне нашарування, стилістичне значення, стилістичне співзначення. Навіть якщо термін конотація не є чітким, всі лінгвісти визнають його зв'язок з емоційно-оцінно-експресивною інформацією, і цю думку підтримують [60].

За Дзямулич Н., експресія в мові означає відхід від стандарту та виражається в маркованих та характерних виразах [10].

Згідно з поглядами Бондаренко О., експресія у мові означає підсилення виразності, тоді як експресивність вже є самою інтенсифікованою виразністю. Він також зауважує, що експресія проявляється лише на рівні мовлення, тоді як

експресивність може бути як мовленнєвою, так і мовною, а мовленнєва експресивність є джерелом збагачення мовної експресивності [2].

На основі цих понять можна визначити, що експресія в мові визначається як інтенсивна виразність, що відображає внутрішній стан мовця та має за собою емоційне або логічне посилення. Ця виразність виявляється на мовленнєвому рівні та відрізняється від стилістично нейтрального вираження, надаючи мовленню образності та емоційності. Експресія також може бути розглянута як характеристика, що протиставляється стандарту та є маркованою та характерною.

Компонентами експресії в мові є словесне вираження. Вибір слів значно впливає на вираз. Конкретні терміни можуть передавати різні рівні інтенсивності та емоцій. Структура речень і використовувані граматичні засоби можуть підкреслити певні аспекти повідомлення, яке передається. Те, як щось сказано, часто має більшу вагу, ніж самі слова. Тон може вказувати на сарказм, щирість, іронію та багато інших почуттів [11].

Невербальне вираження також є компонентом експресії. Жести, міміка та поза можуть доповнювати, суперечити або посилювати словесні повідомлення. Для глухих і слабочуючих мова жестів є багатомовною формою вираження з власною граматикою та синтаксисом, яка передає нюанси та складні ідеї. Такі елементи, як висота голосу, гучність і швидкість мовлення, можуть суттєво впливати на сприйняття повідомлення [44, с. 76].

Експресивність має вирішальне значення для чіткої передачі ідей та інформації. Мова дозволяє людям виражати почуття, забезпечуючи відчуття полегшення та засіб обробки емоцій. Завдяки спільним висловлюванням люди можуть спілкуватися, розуміти точки зору один одного та будувати стосунки. Мовне вираження глибоко пов'язане з культурними практиками та нормами, слугуючи засобом збереження спадщини та сприяння почуттю приналежності [74, с. 32].

У різних культурах є унікальні способи вираження емоцій та ідей. Наприклад, деякі культури можуть цінувати прямоту та ясність, тоді як інші можуть віддавати перевагу більш тонким та непрямим формам спілкування. Мова та діалекти в межах

культури також можуть впливати на вираження. Ідіоми, прислів'я та розмовні вирази несуть у собі специфічні культурні конотації та історичний контекст.

Інтроверти та екстраверти можуть по-різному виражати себе мовою, з різним ступенем відкритості та ентузіазму. Люди з високим емоційним інтелектом часто краще виражають свої емоції та інтерпретують вирази інших. Особистий досвід формує точку зору і, як наслідок, спосіб вираження думок і емоцій мовою.

Поняття експресії в мові є складною і невід'ємною частиною людської взаємодії. Воно виходить за межі простих слів, об'єднуючи широкий спектр вербальних і невербальних сигналів, які збагачують спілкування. Розуміння та оцінка нюансів самовираження, на які впливають як культурні, так і індивідуальні фактори, може призвести до більш ефективної та значущої взаємодії [27]. Оскільки суспільство стає все більш глобалізованим, важливість налаштованості на різноманітні способи, якими люди виражають себе за допомогою мови, важко переоцінити.

Експресію може містити розповідь і оповідання. Наприклад, старійшина громади ділиться давнім фольклором біля вогнища. Використання яскравих описів, різноманітних тонів і стратегічних пауз не тільки розважає, але й зберігає культурну спадщину та передає знання наступним поколінням. Поезія та література – поет використовує метафору, порівняння та алітерацію, щоб викликати глибокі емоційні відгуки або передати складні ідеї потужною та лаконічною манерою. Наприклад, вірш Майї Анджелоу «Still I Rise» використовує ритмічні та повторювані елементи, щоб висловити стійкість і надію [12].

Ораторське мистецтво та риторика – політик виголошує промову з ретельно підібраними словами, щоб надихнути, переконати або поінформувати аудиторію [46, с. 87]. Використання риторичних питань, повторів і емоційної мови може істотно вплинути на сприйняття і реакцію слухача.

Щоденні розмови – двоє друзів обговорюють свої почуття з приводу нещодавньої події. Вибір слів «I felt devastated» або «I was a bit upset»), тон (серйозний чи невимушений) і темп розмови можуть сильно вплинути на глибину емоційного та інформаційного обміну [61, с. 98].

Академічне та професійне спілкування – вчений представляє результати дослідження на конференції [66, с. 220]. Використання технічного жаргону, пасивного стану для об'єктивності та структурованого формату передає академічній аудиторії точність, достовірність і серйозність.

Цифровий зв'язок – обмін текстовими повідомленнями або публікації в соціальних мережах, де люди використовують емодзі, аббревіатури та інтернет-сленг (наприклад, «LOL» для «laughing out loud»), щоб швидко та ефективно виражати емоції та думки в рамках обмежень цифрових платформ [16, с. 407].

Мова жестів – користувачі американської жестової мови (ASL) або інших жестових мов виражають складні концепції, емоції та розповіді за допомогою жестів, виразів обличчя та мови тіла. Такий знак, як «BEAUTIFUL», виконаний зі специфічним виразом обличчя, може передати спектр позитивних емоцій від захоплення до щирої радості [39].

Емоційне забарвлення слів і фраз є потужним аспектом мовленнєвої експресії, який суттєво впливає на сприйняття та тлумачення повідомлень. Розуміючи та використовуючи це явище, комунікатори можуть посилити вплив своїх повідомлень, хай то в письмовій формі, рекламі чи повсякденній взаємодії. Усвідомлення емоційних відтінків мови не тільки збагачує спілкування, але й сприяє глибшим зв'язкам і розумінню між людьми.

Слова — це не просто посудини для сенсу; вони просякнуті емоційною силою, яка може впливати на настрій, сприйняття та психологічний стан індивідів. Цей емоційний заряд може бути: позитивний – такі слова, як «love», «happiness» і «joy», викликають позитивні емоції, сприяючи відчуттю благополуччя та задоволення. Негативні – такі слова, як «hate», «sadness» та «anger», викликають негативні емоції, часто призводячи до дискомфорту або страждань. Нейтральний – деякі слова не мають емоційної ваги або не мають ніякої ваги, служачи в основному функціональними елементами мови [57, с. 144].

Механізми емоційного забарвлення – це, наприклад, конотація слова стосується емоційних і культурних асоціацій, пов'язаних із ним, поза його буквального значення [18]. Цей аспект є визначальним у визначенні емоційного забарвлення мови.

Наприклад, слово «дім» позначає тепло, безпеку та комфорт, таким чином викликаючи почуття безпеки та причетності. Контекст, у якому вживається слово або фраза, може істотно змінити її емоційне забарвлення. Одне й те саме слово може мати різний емоційний вплив залежно від ситуації, наміру мовця та сприйняття слухача.

Значну роль в емоційному забарвленні мовлення відіграють також тембр голосу і подача. Одне й те саме речення може передавати різні емоції, якщо вимовляти його різними тонами, наприклад гнів, сарказм або співчуття.

Емоційне забарвлення може застосовуватись у літературі. Автори вміло використовують емоційне забарвлення, щоб викликати у читачів певні почуття, тим самим збагачуючи оповідь і з'єднуючи аудиторію на глибшому рівні. Описова мова, метафори та символіка є одними з інструментів, які використовуються для додання емоційної глибини текстам [5, с. 23].

Реклама також містить емоційне забарвлення. Рекламодавці використовують емоційне забарвлення слів для впливу на поведінку споживачів. Викликаючи певні емоції, вони можуть зробити продукти більш привабливими, створити відчуття терміновості або встановити лояльність до бренду.

У повсякденній розмові усвідомлення емоційного забарвлення мови може покращити спілкування та динаміку стосунків. Це дозволяє людям виражати співчуття, ефективніше керувати конфліктами та передавати повідомлення у спосіб, який відповідає їхнім намірам.

Експресивна лексика належить до набору слів і фраз, які люди використовують для формулювання своїх почуттів, думок і переживань. Цей аспект мови особливо багатий, коли мова йде про емоційне вираження, охоплюючи широкий спектр таких понять, як «радість», «печаль», «гнів» тощо. Розуміння того, як ці емоційні поняття відображаються в мові, може значно підвищити нашу здатність ефективно спілкуватися, співпереживати іншим і інтерпретувати відтінки повідомлень, що передаються в усній і письмовій формі [42, с. 8].

Радість – ця позитивна емоція може бути виражена в різних інтенсивностях і формах, від «pleasure» і «happiness» для «elation» і «ecstasy». Смуток – вираз смутку також дуже різний, починаючи від «disappointment» і «sorrow» для «grief» і «despair».

Гнів можна описати за допомогою безлічі термінів, таких як «irritation», «frustration», «rage» і «fury», кожен з яких означає різний рівень інтенсивності [52, с. 75].

Окрім основних емоцій, мова дозволяє нам описати більш складні емоційні переживання з нюансами. Наприклад, «nostalgia» належить до гірко-солодкої туги за минулим, тоді як «melancholy» означає глибокий, рефлексивний смуток. Ці терміни охоплюють певні емоційні нюанси, які основні вирази можуть не повністю передати [68, с. 247].

Багатий експресивний словниковий запас дозволяє людям висловлювати свої емоції з більшою точністю та глибиною. Вибираючи конкретні слова, які точно відображають їхні почуття, мовці можуть уникнути непорозумінь.

1.2. Методи та прийоми експресії

Використання конкретних слів і виразів, які передають емоції або відчуття, відіграє вирішальну роль у вираженні та інтерпретації емоційних станів. Наукові дослідження продемонстрували значення лексики та фразеології у формуванні емоційної свідомості та ефективного міжособистісного спілкування, а також їх вплив на соціальні взаємодії.

Звуконаслідування – цей метод полягає у використанні слів або звуків, які наслідують природні звуки або звуки предметів. Наприклад, слово «noise» або фраза «Crackle» є звуконаслідуванням. Можна використовувати звуконаслідування для створення образності та реалізму [14, с. 57].

Зміна тону – цей прийом використовується для підкреслення емоційного забарвлення мовлення [29]. Зміна тону може допомогти підсилити враження від сказаного та привернути увагу аудиторії. Наприклад, можна використовувати зміну тону для підкреслення важливих моментів або для створення комічного ефекту.

Алітерація використовує повторення звуків на початку слів для створення ритму або ефекту. Паронімія використовує подібні за звучанням слова для створення гри слів або комічного ефекту. Наприклад, фраза «bad news» (погані новини) є прикладом паронімії [9].

Зміна інтонації мови – інтонація може бути використана для передачі різних емоцій та стимулювання взаємодії з аудиторією. Наприклад, підвищена інтонація може вказувати на радість або захоплення, тоді як знижена – на сум або пригнічення.

Навмисна зміна фонем – цей прийом використовується для створення комічного або емоційного ефекту шляхом навмисної зміни звуків у словах. Асонанс – цей прийом використовує повторюваність голосних звуків у словах для створення музичного ефекту або підсилення емоційного забарвлення. Наприклад, фраза «tasting medicine» є прикладом асонансу [31, с. 160].

Ці методи та прийоми можуть бути використані для створення враження емоційності, динамічності та ефективного спілкування з аудиторією.

Фразеологічні експресиви – це вирази, які виходять за межі простих слів або фразеологічних сполучень та мають виражену емоційну, експресивну складову. Вони можуть включати в себе ідіоми, фразеологічні сполучення, прислів'я, крилаті вирази, фрази-привітання тощо [49, с. 81]. Такі вислови стають популярними завдяки своїй ефективності в передачі почуттів та думок.

Наприклад, фраза «to see around the corners» (буквально «бачити за кутами») може мати переносне значення «мати можливість заглядати наперед». Використання цієї фрази у промові Девіда Лінделла на конференції TED Talks має ефект підсилення та привертання уваги до надзвичайних можливостей технології, яку він презентує. Таким чином, фразеологічний експресив допомагає мовцеві краще передати суть своєї думки та звернути увагу аудиторії на ключові моменти [65, с. 55].

Іншим прикладом може бути фразеологічне вираження «to have a heart of gold» (мати золоте серце), що означає «бути дуже доброзичливою та щедрою людиною». Це вираз може бути використаний для опису людини, яка відома своєю добротою та чуйністю [25].

Таким чином, фразеологічні експресиви допомагають зробити мовлення більш живим, емоційним та запам'ятовуваним, використовуючи виразність мови для передачі почуттів та ідей.

На граматичному рівні мови експресивність може проявлятися за допомогою морфологічних та синтаксичних засобів. Найбільш яскраво це вираження

спостерігається у великій кількості суфіксів. До засобів вираження експресії на морфологічному рівні відносяться наступні засоби, які показано на таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Засоби вираження експресії на морфологічному рівні

Засіб	Зміст
Іменники спільного роду	Вони можуть виражати експресивні відтінки, які додають виразності до мовлення. Наприклад, «диванчик» замість «диван».
Форми прикметників	Ступені порівняння прикметників можуть також виражати емоційні відтінки. Наприклад, «найкращий» замість «кращий».
Ступені порівняння	Нанизування прикметників може підсилити враження від порівняння. Наприклад, «найкращий, найкрасивіший, найсмішніший».
Слова категорії стану та імперативні форми	Вони можуть виражати не лише факт, але і емоційне ставлення мовця до факту. Наприклад, «чудово», «зроби це».
Експресивні можливості часток, вигуків та їх форм	Вони можуть використовуватися для підсилення емоційного забарвлення мовлення. Наприклад, «oh», «wow», «yeah».

Джерело: складено автором на основі [3]

Фраза «a future with self-driving cars may seem distant to us now» використовує ступені порівняння прикметників («distant») для підсилення враження від порівняння. Також, зверніть увагу на слово «already», яке вказує на певний ступінь впевненості або емоційне ставлення до факту [21].

На граматичному рівні мови експресивність може проявлятися за допомогою морфологічних та синтаксичних засобів. Наприклад, у висловленні «a future with self-driving cars may seem distant to us now – we're already developing the technologies that could make cars safer and more intelligent» можна виділити наступні морфологічні засоби виразності, які виділено у таблиці 1.2 [36].

Таблиця 1.2

Морфологічні засоби виразності на граматичному рівні

Засіб	Зміст
Суфікси для утворення ступенів порівняння прикметників	У цьому висловленні використано прикметник «distant», до якого додано суфікс «-er» для утворення порівняльної форми «distant».

Виразний займенник «we're»	Він вказує на особисте залучення до дії і може підкреслити активність або впевненість.
Слово «already»	Це слово вказує на часову позицію дії та може підкреслити швидкість або передчасність події.
Дієслово «seem»	Воно може виражати виразність думки або підкреслити суб'єктивний характер оцінки.
Фраза «to us now»	Вона вказує на часову або особисту перспективу і може підкреслити актуальність або релевантність факту.

На синтаксичному рівні експресія може бути досягнута за допомогою різних засобів, таких як інверсія і повтори.

Інверсія – це зміна порядку слів у реченні, яка допомагає підкреслити певний аспект або надати висловлюванню більшої емоційної ваги. Наприклад, у висловленні Стіва Джобса «You've got to find what you love», нормальний порядок слів був би «You have to find what you love», але інверсія («You've got to find...») робить висловлення більш експресивним [47, с. 235].

Повторення слів або фраз може також підсилити ефект висловлення. Наприклад, у вище наведеному висловленні Стіва Джобса повторюється фраза «And that is as true for your work as it is for your lovers», що підкреслює важливість знаходження того, що любиш, в різних аспектах життя [47, с. 237].

Окличні, питальні та спонукальні речення можуть додавати емоційного забарвлення до мовлення. Наприклад, «Keep looking. Don't settle» – це спонукальні речення, що надають пораду з емоційним забарвленням. Використання імен або звертань може привертати увагу або надавати інтонаційного відтінку. Наприклад, «As with all matters of the heart, you'll know when you find it» – у цьому реченні «As with all matters of the heart» виконує функцію звертання. Нанизування однорідних членів речення – це коли послідовно називаються однакові або подібні елементи. Наприклад, «And, like any great relationship, it just gets better and better as the years roll on» – у цьому реченні нанизується порівняння з відношенням до різних аспектів [55, с. 100].

На синтаксичному рівні мови, експресивність може бути досягнута за допомогою різних засобів, таких як інверсія та повтори, а також за допомогою використання окличних, питальних та спонукальних речень, звертань, конструкцій з чужим мовленням та діалогічного спілкування, вставних, вставлених та

приєднувальних конструкцій, нанизування однорідних членів речення, незавершених та обірваних речень.

Наприклад, у промові Стіва Джобса виділяється використання повторів для експресивізації висловлення та підкреслення його важливості: «You've got to find what you love. Your work is going to fill a large part of your life, and the only way to be truly satisfied is to do what you believe is great work. If you haven't found it yet, keep looking. Don't settle» [32].

Іншим прикладом може бути використання інверсії для підсилення враження або надання більшої емоційної ваги: «And that is as true for your work as it is for your lovers».

Такі синтаксичні засоби допомагають мовцеві краще виразити свої думки та почуття, роблячи мовлення більш живим і емоційно насиченим.

Стилістичні фігури та тропи є важливими засобами експресивності мовлення. Наприклад, у промові Стіва Джобса метафора «in the face of death» використовується для підкреслення ідеї про усвідомлення неминучості смерті і відкидання всіх земних турбот, залишаючи лише те, що дійсно важливо. Ця метафора створює сильний образ і спонукає аудиторію задуматися над сенсом життя [63, с. 191].

Схожу думку висловлює і Білл Гейтс, використовуючи метафору «the trap of thinking» [63, с. 193]. Ця метафора активізує ідею про те, що помилкове перебільшення важливості дрібниць у житті може стати пасткою для людини, що може призвести до втрати головних цінностей.

Щодо інших стилістичних фігур і тропів, вони також можуть бути використані для досягнення експресивності мовлення. Наприклад, епіфора (повторення слів або фраз на початку речень) або анафора (повторення слів або фраз на початку речень) може підсилити ефект певного висловлення, а градація може створити поетичний ефект і підкреслити поступовий розвиток думки.

1.3. Визначення маніпулятивного впливу в мові

Традиційне розуміння маніпуляції як типу психологічного впливу, що призводить до прихованого збудження в іншій особі намірів, що не співпадають з

їхніми існуючими бажаннями, розширилося після досліджень Т. ван Дейка, де маніпуляція розглядається як дискурсивна соціальна практика домінуючих груп, спрямована на репродукцію їхньої влади. Таке широке розуміння маніпуляції також передбачає різноманітні підходи до вивчення цього явища: або для вивчення зловживання владою (соціальний аспект), або для вивчення контролю над свідомістю (когнітивний аспект), або з лінгвістичних позицій як дискурсивно-семіотичне явище.

Техніки мовної маніпуляції можуть відбуватися на фонетичному (відповідність звуків, кольорів і змісту), лексико-семантичному (багатозначні слова, непрямі значення, розмиті межі, конкретний номінативний акт, конкретні конотативні семантичні компоненти), синтаксичному (страждання, стимулюючі конструкції, модальні дієслова, сполучники «і» та «але», атрибутивні конструкції, риторичні питання, заклики, повтори, однорідні члени речення, дейксис) і стилістичному (метафора, метонімія, антитеза, номіналізація, кліше, ідеолеми, модальні предикати, слова з неспецифічною семантикою) рівнях [7].

У цьому контексті лінгвістичний опис вводить поняття лінгвістичної маніпуляції як виду маніпулятивного впливу, який здійснюється вправним використанням певних мовних ресурсів з метою таємного впливу на когнітивну та поведінкову діяльність адресата, яке замінюється в сучасній медіалінгвістиці, в лінгвістичному прагматичному підході, лінгвістичному та культурному підходах, поняттям мультимодальної маніпуляції як взаємодії, через яку досягається намаганням свідомого, зацікавленого, прихованого впливу на дії суб'єкта, здійснюваний у деяких випадках також в інтересах третіх осіб. Будь-яка дискурсивна стратегія, яка реактивує улюблені когнітивні моделі отримувача, може бути трансформована в маніпулятивну [51, с. 213].

Виділяють кілька основних характеристик маніпуляції. По-перше, це відношення суб'єкта і об'єкта, або маніпулюючого і маніпульованого. Акторами маніпуляції є люди, які мають доступ до будь-якої форми громадського дискурсу: політики, журналісти, вчені, письменники, маркетологи, блогери та інші спеціалісти у створенні медійного контенту у соціальних мережах. Варто відзначити, що сьогодні

так звані «опініон-лідери» та інфлюенсери мають особливий маніпулятивний потенціал [41, с. 85].

Об'єктом маніпуляції є представники певної соціальної групи. Важливо відзначити, що маніпуляція не адресована конкретній особі, але до соціальних груп і спрямована на досягнення ще більшої аудиторії. Водночас для успішного досягнення цілі актор має чітке уявлення про цільову групу і обирає маніпулятивні стратегії відповідно до цього знання [59, с. 26]. Актор контролює відношення об'єкта до явищ навколишнього світу у напрямку, необхідному для нього, і досягає своєї мети завдяки, серед іншого, самому об'єкту маніпуляції.

У процесі маніпуляції інформація свідомо спотворюється у більшій чи меншій мірі, домінує висловлювання думок над передачею фактів. Каналом передачі такої інформації часто є мультимодальність.

У працях Варпіо Л. маніпуляція визначається як тип психологічного впливу, що використовується для досягнення односторонньої вигоди через таємну мотивацію іншого виконати певні дії. Однак вислови в промовах зазвичай вибираються маніпулятором умисно, тому маніпульований не може вгадати справжнє значення повідомлення, ані його зміст [73, с. 208].

Проте вислови в промовах зазвичай вибираються маніпулятором умисно, тому маніпульований не може вгадати справжнє значення повідомлення або його змісту.

Аналіз різних визначень, наведених Варпіо Л., дозволив узагальнити сім ознак маніпуляції, які визначено на рисунку 1.1.

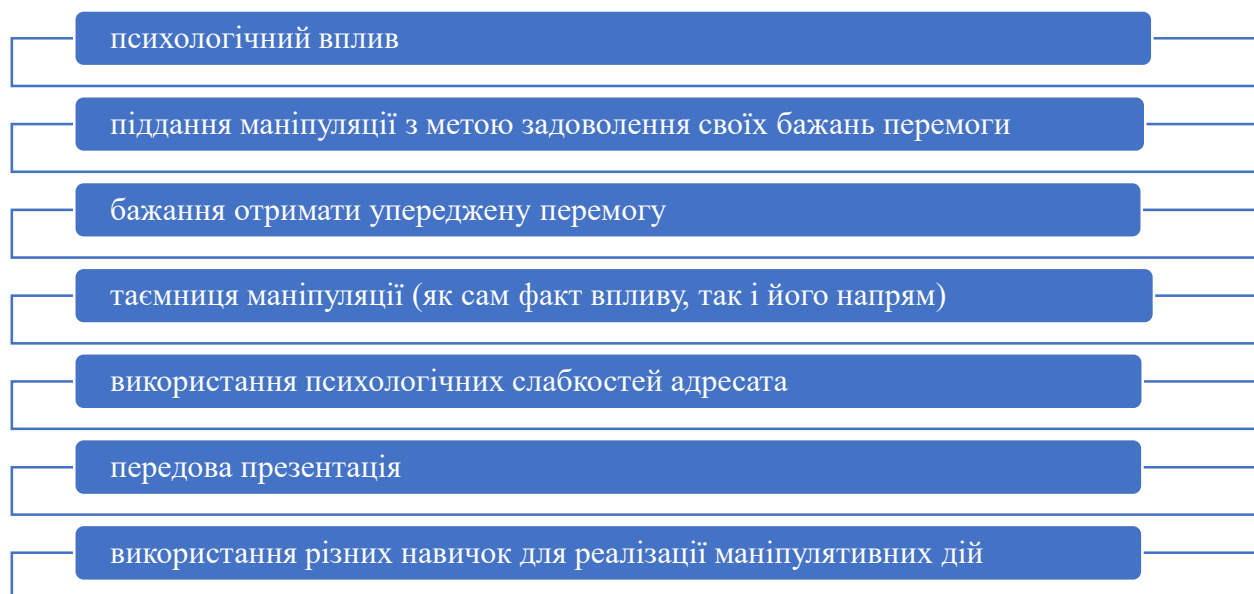


Рисунок 1.1. Ознаки маніпуляції [73]

Згідно з вищезазначеними ознаками, маніпуляцію розглядали як різновид психологічного впливу, експертне втілення якого призводить до прихованого спонукання іншої особи до намірів, які не збігаються з його поточними бажаннями.

У своїх працях Остапенко С. та Куць М. відносять маніпуляцію до прагмалінгвістики і висувають визначення цього явища (на рисунку 1.2) [63, с. 191].



Рисунок 1.2 Визначення маніпуляції в контексті прагмалінгвістики [63]

Багато зарубіжних дослідників, які займаються прагматичною стороною мови, одним чи іншим чином також зачіпають проблему мовної маніпуляції. Зокрема, Орме С. пов'язує маніпуляцію з проблемами отримання значень когнітивна обробка інформації порушується при роботі з словами з нечітким, не зрозумілим, пустим значенням або які мають неприпустимий вміст щодо контексту [62].

Горін М. детально розробляє прагматичні аспекти маніпулятивної комунікації і аналізують відношення між інформативними і маніпулятивними намірами [52, с. 77].

За словами Барнхіла А., маніпуляція – це використання техніки або стратегії, без якої мовець не міг би змінити думку та поведінку адресата. За словами Л. де Сосюра, маніпуляція є випадком таємно переданої інформації, оскільки, якщо адресат впізнає маніпулятивний намір мовця, останній не зможе досягти цілі. Маніпуляція також блокує здатність адресата мислити раціонально, що дозволяє маніпулятору контролювати процес виникнення певних вірувань у адресата [43, с. 52].

У своїх дослідницьких роботах теоретик критичного дискурс-аналізу Паламар Н. [64, с. 240] визначає маніпуляцію як комунікативну та інтеракційну практику, що ґрунтується на використанні контролю маніпулятором над іншими людьми, зазвичай проти їхньої волі та проти їхніх інтересів. Враховуючи ці визначення, виокремлено основні характеристики лінгвістичної маніпуляції: прихований характер впливу; наявність інтересу з боку маніпулятора; спрямованість на досягнення мети, яка відповідає інтересам та намірам маніпулятора; вплив на слухача, як правило, проти його волі та інтересів. У рамках когнітивної лінгвістики враховуються три типи маніпуляції: маніпуляція механізмами обробки інформації в короткостроковій пам'яті, маніпуляція ментальними моделями епізодичної пам'яті та маніпуляція соціальною когніцією, включаючи соціальні уявлення та соціокультурні знання.

Незважаючи на те, що в останні роки багато досліджень було присвячено художньому дискурсу, вивчення його особливостей залишається актуальним. У ході дискурсивної практики висловлюються думки виступаючого та конструюється нова реальність. Це розуміння визначає можливість художнього дискурсу впливати на людську свідомість. У цьому випадку вплив здійснюється у прихованій формі, проти

волі об'єкта впливу. Одним із його методів є лінгвістична маніпуляція. Лінгвістична маніпуляція розглядається як один із найефективніших видів впливу у художньому дискурсі через те, що художній дискурс є емоційним та являє собою символічну боротьбу, яку ведуть мовою. До цих пір засоби мовного впливу у художньому дискурсі або не були предметом самостійного вивчення, або розглядалися опосередковано. Питання, висунуті в статті, є актуальними через потребу подальших досліджень мовної маніпуляції, тобто багато аспектів її впровадження ще недостатньо вивчені [37, с. 156]. Таким чином, лінгвістичні маніпуляції часто використовуються в художній літературі англійської класики, але вони не стали предметом особливого лінгвістичного дослідження. Останнім часом лінгвістична література все більше приділяє увагу визначенню маніпуляції.

Згідно з Марченко А. В., поняття маніпуляції не має чіткого тлумачення, оскільки немає одного загально визнаного визначення для лінгвістики та інших наук, і невизначеність терміну ускладнює визначення сутності явища [24]. За найбільш узагальненим та обґрунтованим підходом, вербальна маніпуляція – це цільовий вплив на одержувача для зміни його поведінки в інтересах маніпулятора. Маніпуляція має наступні основні характеристики: маніпуляція не відчувається об'єктом впливу; вплив не лише на свідоме (розум), а й на підсвідоме (інстинкти, емоції), що не піддається довільному контролю; керування ставленням до об'єктів і явищ навколишнього світу вибраним маніпулятором способом; досягнення таємних цілей за рахунок об'єкта маніпуляції; намірене викривлення реальних фактів (дезінформація тощо), створення ілюзій і міфів і т.д.; негативна інтенціональність до адресата; таємний характер впливу; деструктивний вплив на індивіда та суспільство в цілому; деструктивність; етична неприйнятність. Учені найчастіше виходять з аналізу мовного матеріалу: є приклади нечесної аргументації в обраному масиві текстів, які описуються і розглядаються як техніки маніпуляції. Якщо описана техніка зустрічається у мовленні будь-якого нового виступаючого, робиться висновок, що він маніпулює [50, с. 72]. Необхідно розрізняти об'єктивну функцію маніпуляції та бажання маніпулювати адресатом, що суб'єктивно притаманне виступаючому. У цьому контексті існують три рівні аналізу засобів маніпуляції.

Рівень мовлення охоплює когнітивну лінгвістику, лінгвопрагматику, соціолінгвістику та інші області, що вивчають мовний потенціал фонетики, синтаксису, лексики і т.д. У той же час мова має потужний інтерпретативний та маніпулятивний потенціал, оскільки можливість використання мови як засобу таємного впливу властива самій структурі мовної системи. Лінгвісти в основному зосереджуються на конкретних вербальних засобах маніпулятивного впливу, включаючи заміну нейтральних понять емоційно-оцінювальними, метафорами, цитатами та іншими [71, с. 426].

Багато праць з лінгвістики вказують на те, що деякі дискурси в останні роки збільшили свій маніпулятивний вплив. При вивченні методів аргументації необхідно визначати всі види дискурсу (табл. 1.3) на основі їх переважної орієнтації на раціональні або емоційні методи впливу.

Таблиця 1.3

Види дискурсу

Вид	Зміст
Типи дискурсу, спрямовані на вплив (політичні, рекламні та ін.).	Тут використовується широкий спектр методів впливу, оскільки предметом розгляду є одностороннє та приховане ставлення. Прихованість практично не маскується і зрозуміла аудиторії. Такі типи дискурсу зазвичай вважаються маніпулятивними.
Типи дискурсу, спрямовані на переконання (судові, керівницькі та ін.).	Їм необхідно відповідати більш строгим вимогам: методи, які вписуються у рекламний рамки, неприпустимі, і використовуються більш витончені та менш нав'язливі методи.
Типи дискурсу, спрямовані на доведення (наукові, законодавчі та ін.).	Тут діапазон припустимих засобів впливу набагато вужчий, оскільки аргументація будується в строгому відповідності з законами та принципами логіки та зверненнями до правди. Вважається, що техніки маніпуляції не можуть бути використані в таких типах дискурсу

Джерело: складено автором на основі [48, с. 12]

Об'єктом дослідження не є мовні одиниці та функції, а реальні висловлення певних осіб. Їхньою головною характеристикою є завдання, яке реалізує виступаючий. У зв'язку з цим саме наявність оцінок, антитез, метафор, цитат та інших мовних одиниць, які мають маніпулятивний потенціал, ще не свідчить про те, що

виступаючий маніпулює. Такий висновок можна зробити лише в разі встановлення, що ці одиниці беруть участь у спотворенні картини світу адресата (оскільки виступаючий має намір спотворити цю картину світу). Таким чином, перші два рівні відповідають за те, що є в мові, і розкривають те, що можна назвати об'єктивною маніпуляцією. Суб'єктивна маніпуляція належить до третього рівня (вона залежить від якості мовлення виступаючого) [19]. Таким чином, виникає протиріччя, яке характеризує маніпуляцію як об'єкт лінгвістичних досліджень. З одного боку, основна функція дискурсів, спрямованих на вплив – вводити в оману адресата, коли мова йде про соціальну практику. На цій підставі будь-яку заяву в межах політики чи реклами можна розглядати як маніпулятивну, навіть якщо автор мав відкриті наміри.

Згідно із визначень можна сформулювати, що маніпуляція – це тип таємного впливу, що здійснюється в інтересах виступаючого та спрямований на введення нових знань, думок, переконань у модель світу одержувача або перегляд існуючих через різні стратегії [28, с. 93]. Під маніпулятивним мовним впливом ми розуміємо тип мовного впливу, що змушує особу діяти відповідно до інтересів маніпулятора. Оскільки людина має світогляд, який дозволяє їй досягти своїх власних інтересів, маніпулятор (адресат) змушений використовувати такі риси, як людське мислення, яке дозволяє робити висновки та перевіряти інформацію на відповідність реальності, а також різні емоції.

Використання аспектів людської психіки та мовних засобів для маніпулятивних цілей відоме як мовний маніпулятивний вплив. Слід підкреслити, що маніпуляція відрізняється від інших типів мовного впливу, таких як фатичний, інформаційний та сугестивний. Аргументована переконливість належить до впливу на усвідомлення особи за допомогою звернення до її власного критичного мислення. У відміню від маніпуляції, інформаційний та фактичний вплив характеризуються відкритістю і не обов'язково спрямовані на підтримку справи, яка не в інтересах одержувача (одержувач може відчувати потребу отримати інформацію або встановити контакт з виступаючим).

1.4. Механізми та стратегії маніпуляції

Здається можливим умовно поділити маніпулятивні дискурсивні стратегії за ступенем спотворення інформації на стратегії фактичної маніпуляції та стратегії ідеологічної поляризації.

Фактична маніпуляція характеризується свідомим приховуванням і спотворенням інформації, введенням недостовірної інформації, затемненням небажаної інформації, зміною фокусу освітлення події і реалізується за допомогою стратегій, таких як фейки, дезінформація та пропаганда. Людина має право на будь-яку, включаючи помилкову оцінку, тому пряме висловлення оцінки має бути оцінене не як факт, а як думка.

Пропаганда розуміється як сучасна політично-риторична діяльність, організована державою і використовується для контролю за поведінкою мас через символічний вплив на емоційно-оцінювальну сферу та світогляд масового адресата. Пропаганда відрізняється високим рівнем інформаційної агресії.

Проте слід зауважити, що як фейки, так і пропаганда в значній мірі є відповіддю на попит від об'єкта маніпуляції. Люди віддають перевагу інформації, яка відповідає їх політичним поглядам або їх уявленню про світ, що обумовлено тенденцією до стереотипного мислення та неспроможністю критично аналізувати ситуацію. Причиною популярності та ефективності фейку як засобу маніпуляції слід також шукати у бажанні одержувача уникнути когнітивного дисонансу. Якщо медійний дискурс перестає звертатися до стереотипних знань, спільних для всіх представників відповідної субкультури, то цей дисонанс неминуче виникає [17].

Друга маніпулятивна стратегія – ідеологічна поляризація – реалізується через створення когнітивних моделей, які змушують адресата відчувати себе сильніше приналежним до своїх і відкидати інших. Цілями поляризації є позитивне відображення Себе / Нас та негативне відображення Інших / їх, підкреслення ідеологічної належності та ідеологічного конфлікту. Досягнення ефекту в обох випадках відбувається за допомогою впровадження макростратегій легітимізації та дискредитації [58, с. 78].

Також слід зауважити, що тактика слід розуміти як певний мовний курс, необхідний для втілення мовної стратегії. Крім того, цей термін також представляє собою мовленнєву дію (один або кілька мовних актів), яка корелює з певним етапом втілення мовної стратегії та спрямована на виконання конкретних комунікативних завдань цього етапу. Комунікативна мета може бути досягнута у процесі втілення кількох мовних тактик [26, с. 108]. Таким чином, можна сказати, що тактика у спілкуванні використовується для поділу процесу мовленнєвого впливу на певні ходи та етапи, які також є самостійними процесами та елементами єдиного цілого. Стратегії та тактики близькі за своїм змістом, але водночас вони характеризуються відмінними рисами. Вони є цілим, розділеним на складові. Для втілення тактики також потрібні певні методи більш низького рівня, які мають одну спільну мету. Такі методи називаються комунікаційними ходами.

У рамках когнітивної лінгвістики враховуються три типи маніпуляції: маніпуляція механізмами обробки інформації в короткостроковій пам'яті, маніпуляція ментальними моделями епізодичної пам'яті та маніпуляція соціальною когніцією, включаючи соціальні уявлення та соціокультурні знання.

Маніпуляція механізмами обробки інформації в короткостроковій пам'яті. Оскільки обробка інформації в короткостроковій пам'яті включає різні форми аналізу (фонетичні, фонологічні, морфологічні, синтаксичні та лексичні операції), спрямовані на забезпечення ефективного розуміння, кожен з цих процесів, який відбувається в короткостроковій пам'яті, може бути підданий впливу різними засобами. Якщо домінуючі групи мають на меті сприяти розумінню інформації, що не суперечить їхнім інтересам, та ускладнити розуміння небажаної для них інформації, вони будуть використовувати цю форму маніпуляції [4].

Маніпуляція ментальними моделями в епізодичній пам'яті. Об'єктом маніпуляції є довгострокова пам'ять, в якій містяться знання, уявлення, ідеології. Частина довгострокової пам'яті – це особисті спогади, які визначають різні види досвіду, або уявлення, які традиційно пов'язані з довгостроковою пам'яттю. Маніпуляція спрямована на створення, активацію та застосування необхідних ментальних моделей [13]. Щоб обмежити розуміння адресатом дискурсу, яке буде у

протириччі з метою маніпулятора, маніпулятор повинен розвинути відповідні ментальні моделі у адресата.

Маніпулювання соціальною когніцією: соціальні уявлення та соціокультурні знання. Найбільш впливова форма маніпуляції спрямована на формування та модифікацію соціально важливих абстрактних переконань або соціальних уявлень, які включають знання, уявлення та ідеології, оскільки вони є більш стійкими, ніж особисті ментальні моделі [40, с. 142]. Соціальні уявлення набуваються через узагальнення та абстрагування ментальних моделей, сформованих різними класифікаціями дискурсу. Маніпуляція соціокультурними знаннями дозволяє впливати на соціальні цінності, які використовуються для оцінки подій або людей, а також для авторизації або осудження дій та вчинків.

Згідно з Росінською О., методи мовного впливу, які використовуються в лінгвістичній маніпуляції, дуже різноманітні: від умисного спотворення реальності шляхом надання незвичайних конотацій ключовим словам до витонченого та віртуозної гри слів, створення бажаного враження за допомогою виразності мовлення, тобто тропи, стилістичні (риторичні) фігури тощо [67]. Тименко Д. згадує про маніпуляцію зображенням (створення реальних або художніх образів від маніпулятора для впливу на уяву адресата), конвенційну маніпуляцію (пов'язану з використанням певних норм, правил, ритуалів та ін., які направляють поведінку адресата відповідно до загально визнаних шаблонів), операційно-цільову маніпуляцію (внаслідок інерції, сили звичаю та ін.), експлуатацію (намір навести на думку адресата, що відповідальність за те, що відбувається, лежить на них) та духовну маніпуляцію (спираючись на життєві цінності, що сформували семантичні установки людини) [36].

Євграфова А. вважає, що існують кілька рівнів мовленнєвого маніпулятивного впливу: 1) маніпуляція інформацією: за замовчуванням, відбір, перенасиченість, спотворення, перевертання, конструкція, фрагментація, момент подачі і обмежена подача інформації; 2) паралогічний рівень через певні техніки, тобто свідомі та цілеспрямовані відхилення від законів та правил формальної логіки; 3) лінгвостилістичний рівень через стилістичні прийоми, які можуть застосовуватися до

всіх мовних рівнів (фонетичний, морфологічний, лексичний, синтаксичний та лексико-синтаксичний). Зважаючи на специфіку літературного тексту, основними рівнями, які будуть досліджені в цій статті, будуть лексичний та лексико-синтаксичний [20]. Згідно з Федорець С., лінгвістичні засоби реалізації маніпулятивного впливу включають метафору, порівняння, епітет та евфемізм на лексичному рівні та антитезу, повторення та риторичне питання на лексико-синтаксичному рівні. При розгляді метафори з точки зору її участі в маніпуляції вчені розрізняють два типи: 1) метафора, яка використовується при реалізації маніпуляції; 2) метафора як метод чи тактика маніпуляції [38].

Маніпулятивний вплив порівняння залежить від його типу, а саме: порівняння, у якому суб'єкт і об'єкт порівняння явно виражені; порівняння, виражене комбінацією прикметника та субстантивної групи; порівняння, в якому права частина визначає модус операнді верба у лівій частині; порівняння, що порівнює ситуації. Згідно з Знаменською та Бичковою, маніпулятивний ефект епітетів полягає в: 1) підвищенні виразності та образності певної роботи; 2) робленні мови більш виразною; 3) збагаченні змісту висловлення; 4) виділенні типової ознаки чи якості об'єкта, явища; 5) акцентуванні індивідуальної ознаки об'єкта чи явища; 6) створенні яскравої ідеї про який-небудь об'єкт; 7) оцінці якого-небудь об'єкта чи явища; 8) виклику певного емоційного ставлення до об'єкта чи явища; 9) допомозі у розумінні авторського ставлення до навколишнього світу. Евфемізми також можуть використовуватися для спотворення інформації. Англійською мовою евфемізм є нейтральне слово, що не має емоційного забарвлення або описового виразу, яке зазвичай використовується в текстах для заміщення інших слів, що вважаються неприпустимими або некоректними [53, с. 11]. Таке заміщення використовується, якщо слово заборонене в суспільстві, є грубим або нецензурним, може образити або налякати когось тощо. На основі евфемізації склалося явище політичної коректності у мові. Евфемізми служать засобом переосмислення явищ реальності і можуть використовуватися не лише заради такту, а й для мовного впливу на адресата: неоднозначність, створена евфемізмом, зміщує увагу від негативних аспектів реальності до нейтральних. Завдяки великій кількості інформації для адресата важко виділити та сприйняти

евфемізми в текстах. Більше того, не всі знайомі з цим лінгвістичним явищем, тому адресат не усвідомлює їхнього маніпулятивного впливу. Сам концепт евфемізму приховує його маніпулятивний потенціал: завдяки заміщенню слів та створенню нейтральної або позитивної конотації ставлення адресата до якоїсь події змінюється, і виникає асоціація з чимось позитивним, хоча насправді мова йде про щось негативне. Будучи найважливішою стилістичною фігурою та засобом маніпуляції, антитеза була ефективно використана і використовується в ораторському мистецтві, допомагаючи виробити глибокий вплив на слухачів. Крім того, майже жоден літературний твір не може обійтися без неї. За думкою лінгвістів, антитеза є одним із найпоширеніших прийомів абстрактного чи інтелектуального стилю. Семантика антитези полягає в протиставленні таких виражених вербальних думок, які якимось чином повинні бути підкреслені чи акцентовані в літературному тексті. Репетиція як стилістичний засіб, суть якого полягає у повторному використанні одиниці певного лінгвістичного рівня чи декількох рівнів одночасно, також сприяє ефекту маніпуляції. Репетиція відіграє важливу роль у реалізації основних функцій політичного дискурсу: переконання та впливу. Значущість репетиції пов'язана з ефектом підсилення, акцентуації та актуалізації, що виникає від повторного використання будь-яких мовних одиниць.

Риторичне питання визначається в лінгвістиці як фігура мови, яка полягає в наданні позитивного або негативного відповідно на інтерогативну форму для створення стилістичного ефекту, привертання уваги та підвищення емоційності висловлення. Позитивне риторичне питання реалізує негативний факт, тоді як негативне риторичне питання виражає позитивне відчуття. Висловлення у формі питання та позитивна асиметрія формальних і смислових характеристик інтерогативного речення визнаються основними ознаками риторики. Відсутність інформативної відповіді на риторичне питання є типовим, але не обов'язковим знаком риторики. Маніпулятивний вплив риторичного питання полягає в тому, що універсальні істини відрізняються за ступенем універсальності та включають в себе судження, що не підлягають суперечці, через об'єктивні процеси навколишнього

світу, універсальні цінності, соціальні норми та правила поведінки, а також судження, що ґрунтуються на суб'єктивних думках та світоглядах.

РОЗДІЛ 2

ЛЕКСИЧНІ СТРАТЕГІЇ ЕКСПРЕСІЇ ТА МАНІПУЛЯЦІЇ В ТОК-ШОУ

2.1. Виділення основних мовних стратегій використання експресії та маніпуляції в американських ток-шоу

Використання експресивних мовних стратегій у ток-шоу може значно посилити вплив розмови та ефективно залучити аудиторію. Частота використання виокремлених мовних стратегій в ток-шоу зображено на Рисунку 2.1. Найчастіше було задіяно емоційну мову та образну мову, також риторичні прийоми вживалися досить часто (15%). Найменшою вживаністю вирізняються такі мовні прийоми, як автентичність та справжність (3%).



Опис основних мовних стратегій використання експресії в ток-шоу:

Емоційна мова – використання слів і фраз, які викликають сильні емоції в аудиторії. Емоційна мова стратегічно використовується в ток-шоу, щоб викликати сильні емоції та реакцію аудиторії [69, с. 112]. Це може допомогти організаторам зв'язатися зі своїми глядачами на глибшому рівні та зробити вміст більш впливовим. Наприклад, замість того, щоб сказати «He was sad», скажіть «He was utterly devastated». Her story of struggle and triumph touched the hearts of millions: використання «struggle», «triumph» і «touched the hearts» викликає емоції співпереживання та

захоплення, створюючи потужний вплив на аудиторію. «We are on a journey of hope, determination, and resilience»: слова «hope», «determination», «resilience» ретельно підбрані, щоб надихнути й підняти аудиторію, сприяти почуттю оптимізму та сили [45].

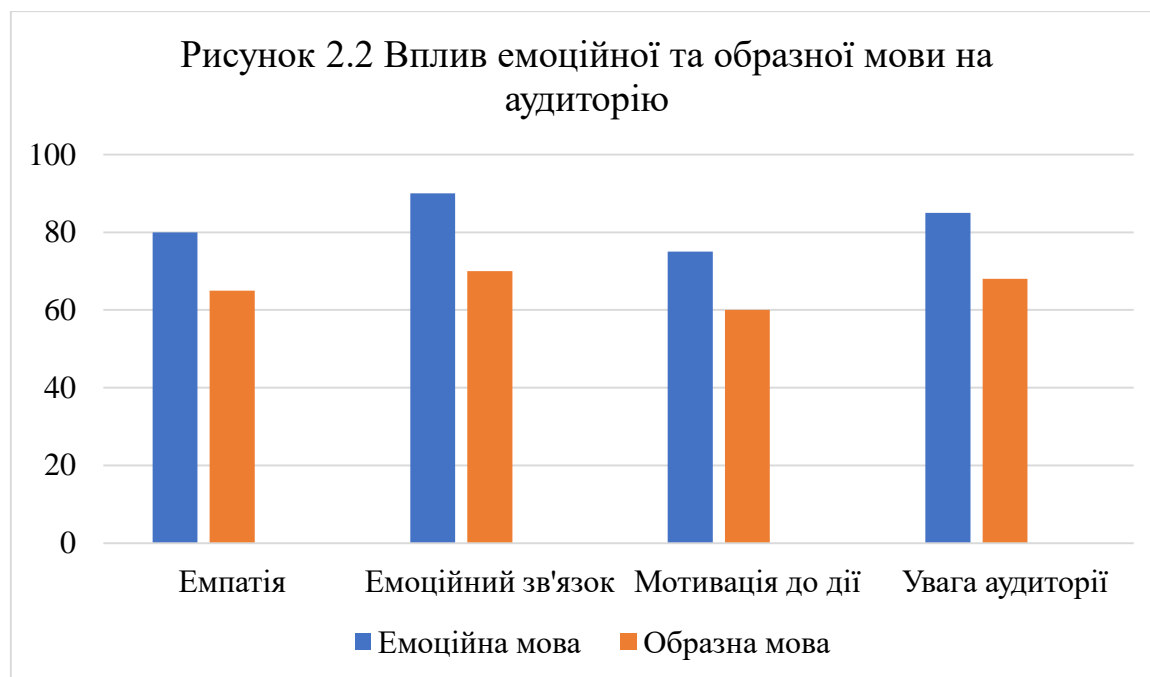
«This courageous act of kindness brought tears to our eyes»: фрази «courageous act of kindness» і «brought tears to our eyes» покликані викликати емоції захоплення та співпереживання, створюючи щирий зв'язок із глядачами. «The outpouring of support and unity in the face of adversity warms my heart»: використання фраз «outpouring of support», «unity», «warms my heart» має на меті викликати почуття солідарності та співчуття, резонуючи з емоціями аудиторії [45].

Образна мова – використання порівнянь, метафор і аналогій, щоб намалювати яскраві картини та створити сильне враження [30]. Образна мова є потужним інструментом, який використовується в ток-шоу для створення яскравих образів, залучення уваги аудиторії та передачі складних ідей у більш переконливий спосіб. Ведучі часто використовують порівняння, метафори та аналогії, щоб викликати сильні емоції та залишити тривалий вплив на глядачів.

«Her voice was like a warm embrace, soothing and comforting»: це порівняння створює яскраве зображення заспокійливої та втішної природи голосу людини, роблячи його близьким і милим для аудиторії. «The city stood as a beacon of hope, a shining light in the darkness of despair»: ця метафора малює потужну картину міста, що символізує надію посеред труднощів, викликаючи в аудиторії почуття оптимізму та стійкості. «Their love story is a rollercoaster of emotions, with exhilarating highs and heart-wrenching lows»: аналогія відображає бурхливий характер історії кохання, ефективно передаючи емоційну подорож учасників. «The impact of his words was a thunderous applause of understanding and acceptance»: метафора зображує глибокий вплив слів людини, порівнюючи її з бурхливими оплесками, які викликають резонанс у аудиторії та передають глибину повідомлення [45].

Якщо порівняти емоційну та образну мову, то можна побачити різний показник впливу на аудиторію (на рисунку 2.2). Емоційна мова здатна більше вплинути та

показний емпатії та емоційного зв'язку між людьми, тоді як образна мова впливає меншим чином.



Риторичні прийоми – використання таких прийомів, як повторення, алітерація та паралелізм, щоб зробити промову більш переконливою та такою, що запам'ятовується [30]. «Are we going to stand by and watch, or are we going to take a stand and make a difference?» [45]: риторичне запитання спонукає аудиторію замислитися над їхньою роллю у створенні змін, спонукаючи їх розглянути можливість вжити заходів, а не бути пасивними спостерігачами. «We must act now, not tomorrow, not next week, but right now!» [45]: використання повторів і емфатичної мови підкреслює актуальність повідомлення, спонукає до негайних дій і виховує в аудиторії почуття відповідальності. «Let us not be defined by our challenges, but by our resilience in overcoming them» [45]: твердження використовує паралелізм, щоб протиставити виклики стійкості, надихаючи аудиторію приймати позитивний і рішучий світогляд перед обличчям труднощів.

Яскраві описи – використання детальної та яскравої мови для опису людей, подій або досвіду. Яскраві описи використовуються в ток-шоу, щоб намалювати багаті та чуттєві образи, що дозволяє аудиторії яскраво візуалізувати та емоційно зв'язатися з представленим вмістом. Ці описи часто включають детальну мову, щоб викликати певні емоції та справити незабутнє враження. «As the sun dipped below the horizon,

casting a warm glow over the tranquil waters, it felt as if the world had paused to witness the beauty of the moment»: яскравий опис фіксує безтурботну та вражаючу сцену, залучаючи увагу глядачів і залучаючи їх у спокійну обстановку. «The aroma of freshly baked bread wafted through the bustling market, intertwining with the lively chatter of the vendors and creating an atmosphere of warmth and familiarity»: опис звертається до почуттів аудиторії, занурюючи їх у гамірну атмосферу ринку та викликаючи відчуття комфорту та ностальгії. «The towering skyscrapers, adorned with shimmering lights, painted the city skyline with a mesmerizing tapestry of urban elegance and vitality»: зображення передає велич і жвавість міського пейзажу, дозволяючи глядачам візуалізувати захоплюючу красу міського середовища. «Her laughter echoed through the room, filling every corner with infectious joy and lightheartedness»: опис передає заразливу природу сміху, дозволяючи аудиторії емоційно зв'язатися з піднесеною атмосферою [45].

Анекдоти та особисті історії – обмін особистим досвідом або анекдотами для встановлення емоційного контакту з аудиторією [6, с. 146]. Жарти та гумор часто використовуються в ток-шоу, щоб розважити аудиторію, розрядити атмосферу та встановити особистий зв'язок із глядачами. Їх також можна використовувати для більш доступного вирішення серйозних тем, забезпечуючи моменти легковажності серед напружених дискусій.

«They say laughter is the best medicine, but if you laugh at your own jokes, you're just practicing self-care!»: легковажний самопринизливий жарт слугує для того, щоб зацікавити аудиторію та створити легкий, пов'язаний момент. «I'll never forget the time I tried to cook a gourmet meal for my family. Let's just say the fire department knows me by my first name now!»: розповідь про особистий анекдот гуманізує ведучого та виховує почуття товариства з аудиторією, дозволяючи їм поговорити про досвід ведучого. «I asked my producer for a raise, and he gave me a plant. I think it's his way of telling me to 'grow' in my career!»: грайливий жарт покращує настрій і додає нотку гумору в розмову, створюючи момент розваги для аудиторії. «When I first started in this industry, I was turned down more times than a bedsheet in a hotel. But each rejection only

fueled my determination to succeed»: розповідь про особисту історію наполегливості та стійкості може надихнути аудиторію та передати повідомлення надії та рішучості [45].

Сила паузи та інфлексії – використання пауз і різноманітної інтонації для додання акценту та драматизму промові [35, с. 219]. У ток-шоу використання паузи та флексії є потужною технікою спілкування, яка може суттєво вплинути на донесення та вплив повідомлення ведучого. Стратегічні паузи можуть створити напруженість, підкреслити ключові моменти або дати змогу поміркувати, тоді як перегин може передати емоції, підкреслити важливі аспекти та привернути увагу аудиторії.

«We are at a crossroads. We can either continue down the same path or... forge a new one»: навмисна пауза перед «forge a new one» створює момент очікування, дозволяючи аудиторії поміркувати про майбутній вибір. «We have made tremendous progress»: наголошуючи на «tremendous», ведучий передає почуття гордості та досягнення, привертаючи увагу до масштабів прогресу. «In times of crisis, we must come together as a community... and support one another»: пауза перед «and support one another» дозволяє аудиторії сприйняти заклик до єдності та взаємодопомоги, посилюючи важливість повідомлення. «It's not just about what we do, it's about how we do it»: наголошуючи на «what» і «як» із різними відмінками, ведучий підкреслює важливість виконання та підходу до досягнення результатів [45].

Інклюзивна мова – використання мови, яка змушує аудиторію відчувати причетність і цінність. Інклюзивна мова в ток-шоу використовується, щоб звертатися до аудиторії та залучати її в шанобливий і уважний спосіб, незалежно від її походження, переконань чи характеристик [30]. Він спрямований на створення доброзичливого та прийняттого середовища, сприяння почуттю причетності та єдності серед глядачів.

«We are all here to learn from each other's experiences and perspectives»: використання «we» повідомляє про інклюзивність, визнаючи колективну участь аудиторії та наголошуючи на спільній подорожі навчання та розуміння. «It's important for each of us to express our opinions in a respectful manner, allowing everyone to have a voice in the conversation»: використовуючи «each of us» і «everyone», ведучий заохочує до шанобливої участі всіх людей, пропагуючи різноманітні точки зору. «Our

differences are what make us unique and valuable. Let's celebrate the diversity within our community»: інклюзивна мова «our differences» та «our community» сприяє розвитку почуття колективної вдячності за різноманітність, сприяючи інклюзивній атмосфері підтримки. «I want to thank all of you for being a part of this journey. Your presence enriches our discussions and enriches our understanding»: висловлюючи подяку «all of you» і визнаючи збагачувальний вплив присутності аудиторії, ведучий підтверджує цінність кожної людини в спільноті [45].

Автентичність і справжність – говорити від серця і передати щирі емоції щодо теми, що обговорюється. Вони є ключовими в ток-шоу, оскільки вони допомагають ведучим встановити справжні зв'язки з аудиторією, передавати щирість і викликати емоційний резонанс. Показуючи щирі емоції та залишаючись вірними собі, ведучі можуть ефективно залучати глядачів і створювати лояльних послідовників.

«I want to share a personal experience that has deeply impacted me. It's important to me that you understand where I'm coming from»: висловлюючи бажання особистого спілкування та обміну справжнім досвідом, ведучий демонструє автентичність і прагнення до значущої взаємодії. «I am incredibly passionate about this cause, and I believe that together, we can make a real difference»: вираження пристрасі ведучого передає переконливу віру в справу, надихаючи аудиторію розділити ентузіазм і відданість справі змін. «I don't have all the answers, but I'm committed to exploring this issue with you, openly and honestly»: визнаючи вразливість і бажання навчатися, ведучий демонструє автентичність і щиру зацікавленість у спільному дослідженні з аудиторією. «It's not just a job for me; it's a calling. I wake up every day driven by the belief that we can create a better world through our actions»: заява ведучого передає глибоке відчуття мети та переконання, надихаючи аудиторію залучитися до бачення та ідеалів ведучого [45].

Використовуючи ці мовні стратегії, ведучі ток-шоу можуть ефективно донести своє повідомлення, захопити аудиторію та залишити незабутнє враження. Різні мовні стратегії, які використовуються для маніпулювання в американських ток-шоу, подібні до тих, що спостерігаються в контексті політичної пропаганди, упередженого повідомлення новин і комуністичного дискурсу.

Дієслова наказового способу використовуються для підтвердження домінування та встановлення контролю над особами в шоу. Явні вказівки через дієслова наказового способу залишають мало місця для аргументів, служачи для домінування та впливу на поведінку.

Ведучі використовують «Listen» дієслово наказового способу, щоб привернути увагу та утвердити свою владу над гостями та аудиторією. Наприклад, «Listen, I need you to understand my perspective on this issue» [45].

Використовується «Stop», щоб перервати гостя, демонструючи контроль і домінування. Наприклад, « Stop right there. I won't let you spread such misinformation on this show» [45].

Використовують «Speak», щоб дозволити гостю висловити свою думку, непомітно підкріплюючи свій авторитет. Наприклад, «Speak only when spoken to. I won't tolerate interruptions during this discussion» [45].

Використання евфемізмів для пом'якшення суворої реальності та створення навмисної мовної двозначності для маніпулювання сприйняттям. Посилення маніпуляції шляхом повторення та асоціації конкретних мовних конструкцій.

Замість того, щоб сказати «fired», можна використати евфемізм «let go», щоб пом'якшити вплив втрати роботи. Наприклад, «He wasn't fired, he was just let go due to restructuring» [45].

Двозначність може бути створена за допомогою таких фраз, як «some people say» або «studies have shown» без вказівки джерела, що призводить до невпевненості щодо достовірності представленої інформації. Наприклад, «Some people say that this policy has been beneficial, while others disagree» [45].

Повторення певних фраз або ідей і асоціації з позитивними чи негативними конотаціями можуть вплинути на сприйняття. Наприклад, неодноразове називання політичного опонента «untrustworthy» може сформувати думку глядачів.

Тактика примусу спонукає людей до конкретних дій або прийняття встановлених переконань і дискурсів. Люди можуть вдаватися до мімікрії покори та використовувати деревну мову, щоб зовнішньо відповідати встановленим переконанням і дискурсу, протистоячи зовнішньому тиску.

Можна використовувати примусову лексику, щоб змусити гостей дотримуватися певної точки зору. Наприклад, «You really should reconsider your position on this issue if you want to maintain credibility» [45].

Також практикується погодження із думкою, якщо людина має протилежну, щоб зовнішньо відповідати встановленим переконанням і дискурсам, навіть якщо вони особисто не згодні. Наприклад, «I fully support the stance of the party on this matter and will work to promote it» [45].

Можна непомітно примушувати гостей, натякаючи на негативні наслідки, якщо вони не підкоряться. Наприклад, «It would be unfortunate if your refusal to acknowledge these facts damages your reputation» [45].

Ці мовні стратегії спрямовані на вплив, контроль і формування уявлень і переконань аудиторії, відображаючи складну взаємодію між мовою, владою та маніпуляціями в контексті американських ток-шоу.

Також можна виокремити наступні техніки маніпуляцій у американських ток-шоу. Звернення до авторитету, до лідерів думки, до свідчень: використання (включаючи допомогу так званих «respected mediators») реальних або фіктивних заяв від осіб з високою авторитетом, або навпаки, спричинення негативної реакції у людей, до яких спрямований цільовий маніпулятивний вплив. Вибір висловлень, заяв, фраз, які потребують єдності у поведінці, створюючи враження, що всі або позитивні нації, партії або групи це роблять. За допомогою цієї спільноти аудиторію переконують, що більшість людей поділяють правильну політичну, релігійну і т.д. точку зору, запропоновану медіаагентством.

Паразитизм на популярних концепціях, термінах (використання патріотичних, народних, молодіжних, жаргонних слів), (спів) почуттях, рефлексів, (латентних) бажаннях, діях тощо; в термінах, що приховують / змінюють сутність явища. Звертання до найпростіших емоцій, підсвідомості в атмосфері шоу, скандалу, підкреслення шоківих, травматичних та паранормальних явищ; зокрема, маніпулятивний ефект можна посилити за допомогою введення політичних оцінок у розважальні шоу. Експлуатація гасел, міфів та стереотипів. Уявний вибір, при цьому аудиторії представляють кілька точок зору на певну тему, але таким чином, що

латентно вигідну для комунікатора думку представлено у найкращому світлі; псевдоальтернатива також може проявлятися у так званому невиборі («there is no other way») Спотворення поглядів опонентів, приписування їм чогось, що вони не говорили та не робили [15, с. 107].

Іронічне, саркастичне, гротескне ставлення до певного явища, теми, організації, країни, нації, особи, ідеї, символу і т. д.; використовується для погіршення репутації чогось / когось, щоб показати незначущість та легковажність, не вартість уваги. Велика швидкість потоку інформації, що дозволяє, з одного боку, навіть важливим (політичним) подіям вписуватися в загальний автоматичний режим новин, а з іншого боку, це створює потребу в інтерпретаціях, поясненнях, оскільки людина не хоче жити в світі, який вона не може зрозуміти. Мозаїчність і випадковість позбавляють аудиторію відчуття порядку і передбачуваності буття. Піднесені епітети, метафори, назви, пов'язані з певним явищем, організацією, країною, нацією, особою, ідеєю тощо, використовуються для того, щоб підіймати щось / когось на п'єдестал, рекламувати. Позбавлення опонента можливості висловитися.

Ставка на довірливі відносини з широкою аудиторією, її підтримку під виглядом максимально спрощених ідей, пропозицій комунікатора, які мають позитивний зміст, оскільки вони, як вважається, близькі до звичайних людей («I'm the same as you are»). Найшвидший можливий (значно випереджаючи конкурентів) передача новин в тому вигляді, який необхідний комунікатору; повідомлення про можливі негативні або позитивні явища з їх негайним спростуванням на користь комунікатора.

Реклама і самореклама індивіда, групи, партії, організації, компанії тощо. Постійне, нав'язливе повторення (включаючи прийом початкових і вторинних хвиль інформації) певних заяв, незалежно від правдивості. Викриття певного меншого зла як жертви з метою приховання більшого зла [14].

Заміна понять, упереджений відбір інформації, незбалансоване підкреслення лише позитивних або лише негативних фактів та аргументів, ігноруючи протилежне; використання припущень як аргументів; заміна позитивних (або негативних) якостей явища на інші (іноді протилежні), необхідні маніпулятору на даний момент. Таким чином, привабливість виправдовується, або навпаки, неприйнятність будь-якої точки

зору, програми, ідеї тощо. Пряма брехня, фальсифікація, підробка в медіатекстах. Передача значень, позитивних (або негативних) якостей, пов'язаних із встановленими позитивними або негативними концепціями в суспільстві на певні явища, організації, країни, необхідні маніпулятору на даний момент, нації, ідеї, особи тощо; уникнення обговорення тем, небажаних для комунікатора. Фрагментація і поступова інтеграція дезінформації між нейтральною / безпристрасною інформацією.

2.2. Використання специфічної лексики та фразеології

В ток-шоу, як і в будь-якому іншому виді комунікації, використання специфічної лексики та фразеології має свою важливу роль. Це особливо актуально у контексті ток-шоу, де комунікація відбувається перед широкою аудиторією і де важливо чітко та ефективно виражати свої думки, почуття та позицію.

Специфічна лексика та фразеологія можуть допомогти гостям ток-шоу краще висловлювати свої думки та почуття, роблячи їх виступи більш живими та емоційними. Крім того, вона може додати колориту та індивідуальності виступам, роблячи їх більш запам'ятовуваними для аудиторії.

У цьому контексті важливо також враховувати культурні особливості та відмінності, оскільки специфічна лексика та фразеологія можуть мати різне сприйняття у різних культурах. Також слід враховувати аудиторію ток-шоу та її рівень освіти та інтересів, щоб ефективно використовувати специфічну лексику та фразеологію у комунікації.

«So, this is my kingdom. As far as the eye can see». Ця фраза досить цікава, тому що ми миттєво отримуємо, що значення фрази з тих пір він зображує сенс, який він представляє дуже добре. Сенс заснований на відчутті зору. Якщо щось, наскільки око може бачити, це означає, що він займає всю область, яку око може бачити («If you go to the top of the hill, you will see rivers and mountains as far as the eye can see») [60].

«- Wassup? – Wassup? I still love it after seven years. Фраза «What is up?» – це тип неформального привітання. Щоб визначити його точніше, тим більше формальним еквівалентом буде «How do you do?». Wassup або wazzup є ще більш неформальний

спосіб сказати, що відбувається («Hey, man, I haven't seen you in a long time. Wassup?») [60].

«Me no wanna hear that, Jan, because downsizing is a bitch. It is a real bitch and I wouldn't wish it on Josh's men. I certainly wouldn't wish it on my men. Or women. Present company excluded». Ця фраза може бути використана як формально, так і неформально, але найбільш відома своїм гумористичним використанням. («I think that drummers are not that smart. Present company excluded, of course»). Він використовується в робочому просторі та в формальній ситуації, але з неформальною мовою [60].

«Look, I've been needing to ask you one question. Does the carpet match the drapes? – Oh, my God...». Це фраза, що базується на тому факті, що деякі люди намагаються підібрати килимки та штори у своїх будинках так, щоб вони виглядали схожими або за малюнками, або за кольорами. Це також дуже цікаво через те, що вона є надзвичайно неформальною, образною, але може бути розглянута як гумористична. Це спосіб запитати, чи співпадає колір волосся з кольором волосся на голові («Yeah, I saw with whom you went home last night. Come on, tell me, does the carpet match the drapes?») [60].

Якщо ви не хочете, наприклад, щоб деяка їжа потрапила під вплив повітря, ви тримаєте на ній кришку. Точно така ж ідея використовується в цій фразі, за винятком того, що вона, очевидно, використовується у переносному значенні. Якщо ми тримаємо кришку на чомусь, ми не ділимося цим з іншими і тримаємо це в секреті («Try to keep a lid on it and act as if you do not know anything, okay?») [60].

«I don't think it would be the worst thing if they let me go, because then I might... I just... I don't think it's many a girl's dream to be a receptionist. I like to do illustrations». Ця фраза має своє місце, наприклад, в робочому середовищі. Це зручно тим, що це евфемізм. Вона, в основному, означає звільнення когось, але не має таких жорстких конотацій («It's half past eight, you're late! - Oh, I haven't told you? They let me go last week») [60].

«Downsizing? I have no problem with that. I've been recommending downsizing since I first got here. I even brought it up in my interview». Фразові дієслова становлять

велику частину англійської граматики. Вищезазначений вираз є прикладом фразового дієслова. Це фраза з ідіоматичною функцією, яка складається з двох частин: дієслова і прислівника або прийменника. В основному, вона означає згадати щось («We have to talk about your behavior, even though I hate to bring this topic up») [45].

«Attention, all Dunder-Mifflin employees, please, we have a meeting in the conference room ASAP». «ASAP» – це цікавий термін, оскільки він діє як аббревіатура. Аббревіатура – скорочена форма дієслова або фрази. Що робить його ще цікавішим, це його вимова [60].

«People I respect, heroes of mine, would be Bob hope, um... Abraham Lincoln... definitely... Вono... um, and probably God would be the fourth one. And I just think all those people really helped the world in so many ways that it's, um... it's really beyond words». Якщо щось виходить за межі слів, це означає, що немає слів, щоб описати це або що ви залишаєтесь безмовні. Це гарний вислів, оскільки він кмітливо описує щось як ієрархічно вище за слова, тому слова не вистачають, коли мова йде про опис чогось («When it comes to describing music, we see that it is not that easy because music really is beyond words») [72].

«Yeah, but, Michael, what if they downsize here? - Not gonna happen. - It could be out of your hands, Michael. It won't be out of my hands, Stanley, okay? I promise you that». Якщо щось вийшло з-під контролю когось, це означає, що вони не можуть керувати цим («I am sorry, I cannot do anything about it since it is out of my hands») [72].

«I was in the meeting with Jan and she did say that it could be this branch that gets the axe». Англійська якимось багата фразами, які виражають дію звільнення когось. Ця фраза це лише один приклад [72].

«I never actually talked to corporate about it. They kind of beat me to the punch. Little bastards». Це неформальний спосіб сказати, що хтось щось зробив раніше, ніж хтось інший («I really wanted to buy that shirt, but Alice beat me to the punch by buying it and I do not like wearing the same clothes as she does»). Це походить з боксу: «good fighters are quick to react by punching (hitting) the other fighter before they are hit» [72].

«Thanks, Dwight. – Retaliation. Tit for tit. – That is not the expression. – Well, it should be». Цей вислів, за передбаченням, є варіацією застарілого виразу з XVI

століття, «tip for tap». Просто кажучи, він використовується, як сказав Дуайт у цитаті вище, коли хтось відповідає відповідно («Yesterday I asked you for a glass of milk and you didn't bring it and now you ask me to get you a sandwich and I won't, tit for tat») [72].

«Michael, I would love to have your permission to run this session. Can I have your permission? – Yes. – Thank you very much. And it would also help me if you were seated. – Okay». Неформальний вираз, який використовується для вираження згоди або прийняття («Okay, okay, I'll do it after all») [72].

«So, you just need to pick a provider and then choose the cheapest plan. - Well, that is a kind of a tough assignment, um... It's not gonna be a popular decision around the old office. I... Well, it's a suicide mission, you know?». Якщо якась подія називається самогубною місією, людина, яка виконує цю подію, майже гарантовано загине, роблячи це. Іншими словами, це вживається для неприємних дій, в яких людина, яка це робить, може постраждати («It certainly won't be me who is going to tell him that his car got scratched; it's a suicide mission!») [72].

«If Dwight fails, then that is strike two and good for me for giving him a second chance. And if he succeeds, no one will be prouder than I am. I've groomed him, I made him what he is today». Помилка, після якої ніякі інші помилки не будуть допущені, називається strike two («Remember, this is your strike two because you simply can't be late for work so many times!») [72].

«Dunfer-Mifflin. This is Pam. - Pam, Michael Scott, how's tricks? - Where are you? - Oh, I am in my office, I am swamped». Так само, як і з виразом «what's up», вираз «how's» також вживається неформально для запитання про діла чи справи когось («Hey, I haven't seen you in a long time. How's tricks?») [72].

«Michael, can I talk to you? – I would love to, but I am really busy. Rain check?». A rain check – це вид квитка, який видається для подальшого використання в разі перенесення події через дощ. Вираз, який використовується для відмови від пропозиції ввічливо, з підтекстом, що можливо, це буде взято на увагу в майбутньому («I'm sorry, I can't meet up for the drink after all. How about we take a rain check?») [72].

«Alright. I have some news for you. There is a big surprise. And here it is, here we go. And the big surprise is... Drum roll!». Цей вислів вживається, коли хтось збирається

сказати щось важливе, якраз перед тим, як це сказати. Фактично, він замінює справжній барабанний ролик, який використовується для підсилення очікування перед великими новинами («...and the winner is... Drum roll, please!») [72].

«When I am backed into a corner, that is when I come alive». Цей ще один ідіоматичний вираз, який походить з боксу. Коли боксер опиняється в тісному куті, це означає, що він має менше простору, його маневри обмежені, і він, в основному, більш вразливий. Точно ця вразливість і є основою цього виразу («Yesterday at work three of my colleagues backed me into a corner by accusing me of stealing the money that is missing») [72].

«Robin Williams. Oh, man, would I love to go head to head with him. That would be exciting». Як і попередній вираз, цей також має свої корені у боротьбі. Він ґрунтується на тому, що бійці, як правило, стикаються лобами один з одним перед боєм або навіть під час бою. В основному це означає змагатися з кимось («If he really thinks he is better than me, tell him to go head to head with me and then we'll see about that!») [45].

«No, captain, no signs of life down here, just a wet blanket named Pam». Іноді вологі ковдри можуть бути використані для загашення вогню. Ця ідея лежить в основі вживання цього виразу у переносному значенні. Оскільки веселоці розглядаються як щось живуче, подібно вогню, так і людина, яка псує веселоці, розглядається як волога ковдра, яка загашує вогонь («Please, don't invite Alice because she is such a wet blanket and spoils our fun every time she goes out with us») [45].

«Well, listen, I'm going to have to talk to her a lot, alright? And there might be chatting and giggling and you gotta just pretend to ignore it, wipe it away». Хоча конструкція цього вислову є дуже образливою, вираз «wipe it away» має просте значення – ігнорувати щось («No matter what Alice does, do not get tricked again, just wipe it away and everything will be fine») [45].

«No matter what Alice does, do not get tricked again, just wipe it away and everything will be fine». Вираз «To work your magic» означає те ж саме, що й «to do your thing». Щоб бути точнішим, це означає робити те, що ти робиш найкраще. Це можна використовувати практично у будь-якому контексті, де потрібен вчинок відмінності

(«I know that I put you on the bench, but now I need you to get out there, work your magic and get us that trophy!») [45].

«Oh, well, I'm glad that some time is a busy time because whenever I'm down here, it doesn't seem too busy to me. Oh, oh, you can dish it out, but you can't take it». Якщо ображена людина ображає когось у відповідь, і ця людина легко ображається, то цей вислів підходить до цієї людини («I don't like joking with him because he can dish it out, but he can't take it») [72].

«I hate to do it this way, but, you know, that's just... We're having a friendly game. It's a shame! This is a damn shame! We're like a family here and that won't fly». Якщо хтось робить щось, що не пройде, це означає, що вчинок не буде терплячим («If you take some of my money without me knowing about it ever again, that won't fly with me!») [72].

«Alright, girls, break it up. You're being infiltrated. Cock in the henhouse! - Cocks in the henhouse! Don't say cocks». Контекст, в якому використовується цей вислів тут, є дуже вдалим з двох причин. Перша полягає в тому, що ми чітко розуміємо його значення: Майкл з'являється у жіночій компанії, кажучи цей вислів, щоб показати, що він не належить сюди, тому значення вислову просто «злодій» («Girls, beware because there is a cock in the henhouse, Michael came in») [72].

«What is your name, my fair lass? – Katy. – Oh, Katy. Look at you! You're like the new and improved Pam. Pam 6.0. Look, oh, hey, no catfights, you two. I'm against violence in the workplace». Цей вислів досить прямолінійний, оскільки тут жінок розглядають як кішок, і тому коли жінки сваряться, кажуть, що це «catfight» («Look out, there might be a catfight tomorrow evening because Jim asked his new secretary to come with him and his wife for a dinner») [72].

«This is my conference room, so, please, make yourself at home. Whatever you need, I'm right on the other side of this wall». Коли ми хочемо, щоб людина почувалася комфортно, перебуваючи в якомусь місці, яке не є її власним домом, ми можемо використовувати цей вислів. Він, по суті, означає, що ми хочемо, щоб людина почувалася так, ніби вона в своєму власному домі («Please, do not hesitate to ask if you need anything and make yourself at home») [72].

«No, here's the thing, you know, I do my best to be my own man and go by the beat of a different drummer and nobody gets me». Бути своїм власним чоловіком означає бути незалежною особистістю і не бути під впливом та контролем іншої людини («I will get a job and from then on I will be my own man because I will not my parents to support me financially») [72].

«to go by the beat of a different drummer». Він означає поводитися по-іншому або вірити в інші речі, ніж оточуючі вас люди («You can see that he goes by the beat of a different drummer because he clearly does not dress as other people dress») [45].

«And nobody gets me. And they're always putting up walls and I'm always tearing them down, just breaking down barriers, that's what I do all day» [45].

Вислів «Putting up a wal» гарно відображає його значення. Це означає, що якщо хтось ставить стіну, це означає, що ця людина не хоче, щоб хтось інший підходив до неї занадто близько («I hate that he is constantly putting walls up, I just want to help him»).

«There you go, nice steaming hot cup of Joe». Це просто вираз для чашки кави («What do you want to drink? I will have a cup of Joe, thank you») [45].

«Why don't I introduce you around? You know, you can get your foot in the door, meet potential clientele». Означає мати або отримати перше знайомство з професією або організацією («This is Jim and he will help you get your foot in the door and you will know what to do in no time») [45].

«Plus you have so much more to talk to this girl about. You're both salesmen, I mean, that's something right there. True. Plus I can talk to her about the origins of my last name. It's all gold». Цей вислів вживається, щоб висловити думку, що все, що сказав ваш співрозмовник, є добре і правдиво («We both had a long day of hard work so I think we should grab a beer and watch that game. – It's all gold») [45].

«Alright, here's the thing, okay? Just keep talking to her. If you hit a stall, you have a perfect fallback. - What's that? - You buy a purse». Запасний варіант – це план або позиція, яку можна використовувати, якщо інші плани не вдаються або інші речі недоступні («What is your fallback in case you miss the bus?») [45].

«Sounds good. Five o'clock sharp I will give you and your purses a ride home». To give a ride to someone означає перевезти когось на транспортному засобі («Are you sure you don't want me to give you a ride?») [45].

«Are you still mad at me? Roy. Come on... Cut it out». Для того, щоб висловити бажання, щоб хтось перестав щось робити, фраза cut it out is used («I hate that you come drunk every night and you need to cut it out, otherwise you will be all on your own») [45].

«What are you guys going to do? Oh, man, I don't know. Dinner, drinks, movie, matching tattoos... - That's great. That's cool». «Cool» - це вислів, який вживається як вигук, щоб висловити думку, що щось видається вам відмінним («We're going to Fiji next week for a vacation. - Oh, cool!») [72].

«I think in order to be a ladies' man, it's imperative that people don't know you're a ladies' man, so I kind of play that close to the chest». Світ гральних карт також дає деякі ідіоматичні вирази, і це один з них. Це означає, що людина не дозволяє іншим дізнатися щось («Alice is a very mysterious person because she plays everything close to her chest») [72].

«I probably should have told you. I don't need a ride now 'cause Jim can take me home after. So, you're off the hook». Якщо хтось вже не несе відповідальності за щось, це означає, що вони звільнені від обов'язку («You gave back all the money you owed me and now you're off the hook») [72].

«Alright, have fun. Don't drink and drive!». Drink and drive вираз має досить буквальне значення, оскільки він стосується дії пиття і водіння, але саме його структура робить його ідіоматичним виразом («God forbid that you at some point in your life drink and drive») [72].

«Alright, now, I'm gonna warn you: don't freak out». «Freak out» означає бути або викликати підвищений емоційний стан, такий як страх, гнів або захват («I have some big news for you and you are going to freak out when you hear it») [72].

2.3. Невербальні засоби у ток-шоу

Невербальні засоби в ток-шоу відіграють важливу роль у сприйнятті та розумінні комунікації. Вони допомагають передати емоції, настрої та інші суб'єктивні

аспекти повідомлення, які іноді важко виразити словами. У ток-шоу, де важливо створити зв'язок з аудиторією та підтримувати цікавість глядачів, використання невербальних засобів може бути особливо ефективним.

Виступаючи в ток-шоу, люди використовують жести, міміку, позу та інші невербальні засоби для підкреслення своїх слів, підсилення емоційного виразу та встановлення зв'язку з аудиторією. Невербальні засоби можуть допомогти створити додаткові шари взаємодії та розуміння, що робить комунікацію більш насиченою та цікавою для глядачів.

У випуску шоу «The Tonight Show Starring Jimmy Fallon» (додаток А1) приклад ілюструє типове зображення використання мови у реальному житті.

Кейлі Куоко пояснює, що таке canyon swing: «... and you're supposed to just walk off, and it's a six-second free fall, and (swings right arm back and forth, parallel to frontal plane) a then you swing, for ten minutes» [75].

У ток-шоу, невербальні засоби грають значну роль у створенні живого та захопливого ефекту для аудиторії. Жести, міміка, поза та інші форми невербальної комунікації допомагають ведучим та гостям виразити свої почуття, нюанси повідомлення та зробити їх виступи більш емоційно насиченими та запам'ятовуваними.

У випуску з Кейлі Куоко звернули увагу на різноманітність невербальних засобів. Куоко, описуючи свій досвід проведення «canyon swing», використовує жести та міміку, щоб передати аудиторії відчуття «повільного ходу», «вільного падіння» та «качання». Її жести та міміка допомагають аудиторії уявити ці екстремальні враження та відчутти їх емоційну насиченість.

Такі невербальні вирази дозволяють гостям та ведучим виразити свою особистість та емоції, створюючи більш глибоке та імпактне враження на аудиторію. Вони також додають елемент драматичності та інтриги до виступів, роблячи їх більш цікавими та захоплюючими для глядачів.

Lauren Ambrose описує, як відбувається зміна костюмів за лаштунками на Бродвеї (додаток А2): «I mean sometimes it's like twenty seconds, for like, full-on, [vocalizes whistle-like fsss sound, moves both hands vertically, fingers spread, in opposite

directions, in front of head and torso] — [vocalizes whistle-like ffft sound, gazes at the front, into the distance, moves both hands along sagittal axis away from body, fingers spread, palms away from body]» [72].

Трейсі Морган пояснює, що таке bingo wing(додаток А3): «When an old woman hits bingo, she goes, [vocalizes bingo, raises and shakes both arms, elbows bent]a, and then [raises and shakes left arm, left elbow bent; moves right hand, fingers spread, back and forth under and perpendicular to left arm], bingo wings, [raises and shakes both arms, elbows bent] (.) [raises and shakes both arms, elbows bent]» [72].

Один з основних елементів невербальної комунікації у ток-шоу – це жести. Вони можуть бути використані для підкреслення ключових моментів виступу, підтримки або підсилення висловлюваних ідей, вираження емоцій (таких як радість, здивування, обурення тощо), а також для взаємодії з іншими учасниками програми або аудиторією [8].

Вираз обличчя також грає важливу роль у невербальній комунікації. Він може відображати емоції та настрої учасника, доповнюючи або підкреслюючи його слова. Наприклад, учасник, який говорить про щасливу подію, може посміхатися, що підсилює враження від його слів.

Тон голосу також має велике значення. Зміна інтонації, гучності або швидкості мовлення може відобразити почуття учасника (наприклад, ентузіазм, невпевненість, роздратування) та вплинути на сприйняття аудиторією.

Позиція тіла також може бути важливою у невербальній комунікації. Наприклад, схилення вперед може вказувати на зацікавленість чи емоційне залучення учасника, тоді як відхилення назад може свідчити про відстороненість або невпевненість [15].

Теорія ставлення Кларка цікава та допомагає розуміти складнощі зображень у невербальній комунікації, особливо в ідентифікації відображень в комунікативних сигналах. Проте, вона також виявляє потенційні недоліки, зокрема у методологічних та теоретичних аспектах.

Одним з основних викликів є визначення типів відображень за теорією Кларка. Його класифікація залишає сірі зони для непрототипових випадків, що може бути

проблематичним при застосуванні до реальних даних. Наприклад, під час спроби використання цієї типології на корпусі даних можуть виникати ситуації, коли деякі випадки не вписуються чітко в жодну категорію.

Трейсі Морган про якість своїх м'язів обличчя (додаток А4): «Yeah, I'm your rubber-band man, [vocalizes brbrbrbr sound, shakes head sideways quickly, causing facial muscles to vibrate accordingly]» [72].

У ток-шоу невербальні засоби, такі як жести, вираз обличчя та рухи тіла, можуть використовуватися для підкреслення або пояснення вербальних висловлювань учасників. Наприклад, учасник може використовувати жести, щоб показати еластичність або гнучкість, як у випадку з усним висловленням «rubber-band man», де він може потрясати головою так, що щоки трясуться, імітуючи гумову текстуру або еластичність.

Проте, за теорією ставлення Кларка, існують питання щодо класифікації цих невербальних засобів. Наприклад, чи можна вважати цей приклад прикладним зображенням, яке розширює вербальне висловлювання, чи воно є незалежним внеском у дискурс?

Також існує плутанина у визначенні форми та функції невербальних засобів. Наприклад, не визначено, чи включають індексовані зображення лише зображення, індексовані індексними займенниками (наприклад, «це») або також ті, які індексуються індексними модифікаторами (наприклад, «that» у «they chose that color»).

У ток-шоу невербальні засоби використовуються для вираження інформації або почуттів без використання словесного мовлення. Одним з таких засобів є «вбудовані у мовлення невербальні зображення», які не є невербальними засобами мовлення в строгому сенсі, але доповнюють або розширюють вербальне мовлення. Наприклад, учасник може використовувати жести, вираз обличчя або рухи тіла, щоб підкреслити або пояснити свої словесні висловлювання [22].

Ці вбудовані у мовлення невербальні зображення можуть бути розглянуті як частини мовлення, які додають новий або додатковий контекст до словесних висловлювань. Вони можуть включати різні жести, міміку, пози тіла та інші

невербальні елементи, які підкреслюють або розширюють сенс вербальних висловлювань учасників ток-шоу. Наведені нижче уривки представляють прототипові випадки таких зображень (додаток А5).

Зої Дешанель про відмову в першочерговій посадці під час подорожі з донькою (додаток А5): «and I was like, but [moves both arms back and forth parallel to frontal plane, elbows bent, both palms up, left palm placed on top of right palm]a. She needs to go on the plane» [72].

У ток-шоу невербальні засоби використовуються для додання емоційного виразу та додаткового контексту до словесного мовлення. Вони можуть включати різні жести, міміку, пози тіла та інші невербальні елементи, які підкреслюють або розширюють сенс вербальних висловлювань учасників ток-шоу.

Наприклад, учасник ток-шоу може використовувати рухи рук, плечей або міміку для підсилення або уточнення своїх ідей або почуттів. Такі дії можуть бути іконічними, тобто вони намагаються наслідувати або відтворити реальні об'єкти або сцени. Наприклад, якщо учасник розповідає про дощ, він може показати жести, що імітують падіння дощових крапель.

Деякі невербальні засоби можуть бути вбудовані у мовлення, що означає, що вони становлять частину мовлення та доповнюють або розширюють вербальне мовлення. Наприклад, якщо учасник розповідає про ситуацію з парасольками, він може показати жести, що імітують тремтіння парасольки, якщо людина тримала її та сміялася.

Зої Дешанель про відмову в першочерговій посадці під час подорожі з донькою: «and they were like, no, like, the people who get on first pay a lot of money for this privilege» [72].

У ток-шоу можуть використовуватися різні форми невербальних засобів, включаючи зображувальне мовлення. Зображувальне мовлення охоплює широкий спектр явищ, таких як багатомодальне цитування, звукова символіка, міжмовна комунікація, оноματοпея та ідеофони. Ці явища виявлені в літературі когнітивно-функціонального лінгвістичного характеру і вимагають подальшого дослідження [56].

Ідеофони, наприклад, можуть бути використані для передачі конкретних образів або сцен, які можуть бути складні для опису словами. Учасники ток-шоу можуть використовувати ідеофони, щоб намагатися передати аудиторії емоції, атмосферу або ситуацію, яку вони досвідчують або описують.

Наприклад, учасник може використовувати звукову символіку для підсилення враження від описуваної ситуації. Він може імітувати звуки або рухи, що характеризують цю ситуацію, щоб зробити своє оповідання більш живим та емоційно насиченим.

Дженніфер Гарнер на каяках випадково потрапила в жваву гавань (додаток А6): «There were like [vocalizes brrr sound; moves both hands slowly from left to right, palms facing each other, fingers spread, distance between palms constant]a, like big boats» [72].

Кріс Еванс про знущання над братом (Скотт Еванс, сидить ліворуч), в дитинстві (додаток А7): «And I just had the book, and just, [vocalizes whack, moves left hand in a curve, from lower right periphery to upper left extreme periphery, close to where Scott's head is]a, and I hit him» [72].

У ток-шоу невербальні засоби грають важливу роль у спілкуванні та передачі інформації. Один з таких засобів – зображувальне мовлення, яке може бути іконічним, тобто передає образи або сцени за допомогою жестів та звукових ефектів.

У прикладі з Гарнером, її жести та звукові ефекти, такі як «brrr», допомагають передати образ великих човнів. Вона створює асоціації між рухами та звуками, що допомагають аудиторії уявити ситуацію.

Також важливо відзначити, що в ток-шоу використовуються ідеофони, які є специфічними звуковими ефектами, закодованими у мові, що допомагають створити конкретні образи або сцени. Наприклад, у випадку з Крісом Евансом, він використовує звук «whack», щоб передати звук важкого удару книгою.

Невербальні засоби у ток-шоу також можуть бути вбудованими у мовлення, що означає, що вони створюються під час говоріння і доповнюють вербальний вираз. Наприклад, у випадку з «rubber-band man» учасник може використовувати жести та звукові ефекти, щоб ілюструвати це виразно.

Конан О'Браєн про відсутність кмітливості (додаток А8): «I don't have that, quick, [snaps fingers of left hand thrice]» [72].

Емілі Блант про свої безпристрасні зворотні канали (додаток А9): «I just go like this [nods head repetitively, quickly, but with little movement; maintains gaze at Seth Meyers, seated to her left]» [72].

У ток-шоу невербальні засоби, такі як жести, звукові ефекти та рухи тіла, грають важливу роль у комунікації з аудиторією. Наприклад, у випадку з Малані, він може використовувати жести та міміку, щоб передати ситуацію, коли він спотикнувся, носивши високі підбори. Ці невербальні засоби допомагають аудиторії краще уявити ситуацію та відчувати емоції спікера.

Однак важливо враховувати, що аналіз невербальних засобів у ток-шоу може бути складним, оскільки вони можуть мати різні теоретичні та емпіричні аспекти. Ці засоби можуть мати різні функції та ефекти на аудиторію, тому вони потребують уважного дослідження для кращого розуміння їхнього впливу та значення у ток-шоу. Малані згадує, що спотикнувся, носячи туфлі на високому каблуці, і де зображення передує слову як (додаток А10).

«It's like, it was like, [stretches out both arms sideways, tilts torso in different directions, as if trying to find balance]a, when a, when a cow's born» [72].

В ток-шоу невербальні засоби, такі як жести та міміка, відіграють важливу роль у спілкуванні та можуть мати різноманітні функції. Наприклад, виразні жести та міміка можуть допомагати спікерам краще передати свої думки та почуття, зробити свої висловлювання більш живими та емоційними для аудиторії.

Зокрема, ви можете вказати на зображення, які передують або слідуєть за певними словами або фразами, як у випадку з Малані, де зображення спотикання передує фразі «коли корова народжується». Це може вказувати на те, що зображення служить фізичним проявом міркуючого процесу спікера, який намагається уявити або показати ситуацію, про яку він говорить. Також можна розглядати такі зображення як спосіб заповнення паузи в мовленні, коли спікер шукає відповідні слова.

У дослідженні невербальних засобів у ток-шоу важливо враховувати, що функції цих засобів можуть бути досить складними та різноманітними. Вони можуть

індексувати різні аспекти спілкування, включаючи цитування, виконання, демонстрацію та пантоміму. Також слід зазначити, що невербальні засоби можуть виконувати функцію маркера, що сигналізує нерішучість або відступлення.

Варто відзначити, що невербальні засоби у ток-шоу можуть бути досить складними та різноманітними. Наприклад, зображення може передавати значення самостійно, без словесного пояснення, як у випадках, коли особа демонструє щось або робить жести, що не потребують словесного пояснення. Такі зображення можуть вказувати на різні дії або ситуації і допомагати учасникам ток-шоу краще розуміти одне одного та спілкуватися з аудиторією.

РОЗДІЛ 3

АНАЛІЗ МОВНИХ ЗАСОБІВ ЕКСПРЕСІЇ ТА МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ В «THE DAILY SHOW»

3.1. Використання емоційно забарвленої лексики

Використання емоційно забарвленої лексики є одним з ключових елементів мовної експресії, який надає мовленню виразності та емоційності. Це явище може виявлятися у великому розмаїтті слів та виразів, що викликають різні почуття в аудиторії. Використання такої лексики може бути дуже ефективним засобом впливу на сприйняття мовлення, викликаючи в слухачів певні емоції та реакції.

У випуску «Celebrating Asian-American Voices & Stories» розмова насичена емоційно забарвленою лексикою, яка відображає ентузіазм, гордість і почуття культурної значущості, прикладами є: «It's a beautiful film»; «I just really hope that this is a moment where we can come together as a community»; «It feels like such a proud moment for me»; «I'm just so grateful to see everybody enjoying»; «we did not feel how special it was until we got to Singapore» [45].

Емоційний тон розмови відображає пристрасть доповідачів до репрезентації та культурної значущості в ЗМІ, а також хвилювання щодо впливу обговорюваних фільмів.

Автор висловлює захоплення та вдячність за фільм «Crazy Rich Asians», описуючи його як «amazing» та підкреслюючи його значущість як фільму з повністю азійським складом акторів. Він також говорить про важливість представлення та різноманітності в кінопромисловості, використовуючи слова «charity» для критики уявлення, що різноманіття слід розглядати лише як символічний жест.

Автор розмірковує про свій особистий шлях як іммігрант та про виклики збалансування своєї азійської ідентичності з американською культурою. Він описує боротьбу з почуттям розриву між очікуваннями батьків щодо покори та знаходженням стабільної роботи, із одного боку, та американськими цінностями незалежності та реалізації мрій, з іншого. Слова «tough», «pressure» і «struggle» передають емоційне навантаження цього досвіду.

Автор обговорює роль комедії, зокрема, стендапу, в допомозі йому орієнтуватися та розуміти американську культуру. Він згадує, що дивився американських комедіантів по телевізору, що служило формою культурної освіти для нього. Слово «crazy» використовується для опису цього досвіду, що вказує як на новизну, так і на складність вивчення американської культури через комедію.

Автор звертається до стереотипу, що успіх легко досягається представниками меншин, зокрема, жінками, вказуючи, що деякі люди приписують його успіх його ідентичності, а не таланту. Він розповідає анекдот про те, як його зведено до стереотипу іншим коміком, підкреслюючи розчарування та обурення, які він відчуває у таких ситуаціях.

Автор говорить про важливість їжі як маркера культурної ідентичності та виклики, пов'язані із прийняттям його корейського походження в переважно білому співтоваристві. Термін «Ugly Delicious» використовується для опису їжі, яка може не бути візуально привабливою, але має глибоке культурне значення, підкреслюючи складність культурного представлення через їжу.

У випуску «British Royal Family Considers Hiring a Diversity Czar | Michelle Obama Автор» використовує слова «chaos», «wild», «stampede» для опису сцен людей, які святкують весняні канікули у Маямі, не зважаючи на триваючу пандемію. Він критикує губернатора Флориди Рона ДеСантіса за оголошення штату «freedom oasis» від обмежень, використовуючи сарказм для підкреслення не відповідальності таких заяв [45].

Автор жартує про спотикання президента Байдена на сходах до Air Force One, приписуючи це «wind gusts». Він використовує гумор, щоб зменшити значення інциденту, пропонуючи, що президенту може знадобитися «paperweights» для того, щоб залишатися стійким на вітру.

Автор коментує про зусилля британської королівської сім'ї у різноманітності, жартуючи, що вони «world's number one exporter of black daughters-in-law». Він вказує на те, що члени королівської родини нарешті переходять до вікової відмінності у своїх поглядах на расу [45].

Далі можна розглянути випуск «Heather McGhee on «The Sum of Us».

Спікер підкреслює роз'єднуючі та шкідливі наслідки расизму на американське суспільство, використовуючи фрази, такі як «overarching ideology», «worldview», «mentality». Він описує, як расистські установки вплинули на виборчу поведінку, що призвело до рішень, які в кінцевому рахунку шкодять самим особам, наприклад, голосування проти уніонізації для отримання кращих зарплат та вигод.

Спікер ділиться особистими історіями, такими як досвід фабричного робітника, на ім'я Джої та працівника фаст-фуду на ім'я Бріджит, щоб проілюструвати способи, якими расизм впливає на сприйняття та дії людей. Ці історії гуманізують вплив расизму та демонструють потенціал для змін через солідарність та розуміння між расовими лініями [45].

Спікер звертається до історичних подій, таких як закриття громадських басейнів під час руху за громадянські права, щоб показати, як расизм призводить до руйнівних дій, які шкодять як маргіналізованим спільнотам, так і широкому суспільству. Він описує, як місто в Алабамі випустило воду та закрило громадський басейн, а не інтегрувати його, проілюструвавши до яких крайнощів може дійти расизм.

Спікер закликає до дії для вирішення проблеми расизму, пропонуючи ідею Комісії Правди і Примирення, подібної до того, що було зроблено в Південній Африці після апартеїду. Він аргументує, що така комісія може допомогти сприяти розмовам про расу та історію, що призведе до більшого розуміння та зцілення.

У випуску *The Magical, Wonderful Road to Impeachment – Trump's Lawyers | Radha Blank* виявлено, що фраза «Most people unbelievable» виражає відчуття невіри або захоплення, підкреслюючи шокуючий характер історії [45].

«Child that was scared to say anything» - викликає почуття страху та вразливості, вказуючи на емоційний вплив на дитину.

«The endless scandals of the Joe Biden presidency» - підтверджує негативне та хаотичне зображення президентства Байдена, використовуючи слово «скандали» для підкреслення контроверсійності та порушень [45].

«Tom Brady keeps doing Tom Brady things» - вказує на відчуття захоплення або захвату відносно постійного успіху Тома Брейді, використовуючи його ім'я як дієслово для підкреслення його унікальних досягнень [45].

«The Bucks didn't just win. They tripled last year's champs» - використовує слово «tripled» для підкреслення масштабу перемоги Тампа-Бей Баканірс у Фіналі NFL, додаючи емоційності та інтенсивності опису [45].

«How about Tom Brady winning his seventh Super Bowl ring? At this rate, he's going to be the first player with a Super Bowl to ring people» - використовує гумор та перебільшення для підкреслення виняткового виступу Тома Брейді, додаючи легку та жартівливу нотку до обговорення [45].

«He could commit new crimes during the trial that he'll get impeached for next year» - вказує на цинічний погляд на поведінку Дональда Трампа, використовуючи слово «crimes», щоб підкреслити порушення та можливість майбутнього імпічменту [45].

«A woman accused of participating in the deadly Capitol riot will get to go on vacation later this month» - протиставляє серйозність звинувачення із здавалося б невимушеністю відпустки, ймовірно, викликаючи почуття обурення [45].

Наступним прикладом є випуск «AOC Recounts Capitol Riot Attack | Ibram X. Kendi»:

«What the hell is Groundhog Day?» - виражає відчуття збентеження і недовіри, питаючи логіку за традицією Дня бабака [45].

«This is so unfair» - висловлює відчуття несправедливості або абсурдності, вказуючи на те, що концепція використання бабака для передбачення погоди нерозумна [45].

«It sounds too crazy to believe» - підтверджує сумніви і захват, вказуючи на те, що ідея шпинату, що відправляє електронні листи, абсурдна [45].

«Please, spinach. I need you» - гумористично антропоморфізує шпинат, додаючи відчуття відчаю і абсурдності до ідеї шпинату, який відправляє електронні листи [45].

«It's the reason sweatpants on our business expense» - гумористично вказує на те, що носіння спортивних штанів під час пандемії стало нормальним бізнес-витратою, додаючи легкий тон до дискусії [45].

«Australia is very different from the United States. In the US, water goes down the drain clockwise and in Australia they care about stopping coronavirus» - контрастує підходи США і Австралії до пандемії, використовуючи гумор для висвітлення різниці в пріоритетах між цими країнами [45].

«And it's partly because these people know that covid is a serious disease» - визнає серйозність пандемії COVID-19, додаючи більш серйозний тон до дискусії посеред гумору [45].

У випуску «Amanda Gorman on Making History with «The Hill We Climb»:

«My world has been crazy. I mean, it's been turned upside down» - передає відчуття змін та хаосу в житті мовця, що вказує на значні зміни або виклики [45].

«I just kind of expected everything to be the same» - виражає враження або усвідомлення того, що життя мовця не залишиться незмінним після виступу їх поезії [45].

«So it's been amazing and I'm still kind of absorbing it all like a sponge» - передає відчуття захоплення та захвату мовця новою славою і переповненою реакцією на їх поему [45].

«I think what made it so special was that you incorporated up until that day the things that so many people were feeling about America» - свідчить про те, що поезія звучала для людей, тому що вона захопила почуття та емоції моменту [45].

«It was trying to say we've had this reminder of the ways in which democracy is both fragile and also enduring...» - передає глибоке відображення про природу демократії, підкреслюючи її вразливість та стійкість [45].

«I think of the ways that we can cleanse herself with words, meaning that was an opportunity to kind of re sanctify» - метафорична мова вказує на те, що поема була формою очищення та оновлення для американської демократії [45].

«It was so daunting to be on a stage. You know, there's Michelle Obama to my right and Barack Obama, Hillary Clinton and what have been so the figures that have been mythologized for me and to find myself not only being in that space, but owning it and claiming it was, I think, the highlight of my career» - передає враження та гордість мовця

від того, що вони ділять сцену з визначними фігурами та значимість моменту у їх кар'єрі [45].

«It's just nothing I have heard about before. And so the moments I strive for in my lifetime, which is to bring poetry into the spaces that we least expect it so that we can fully kind of grapple with the ways in which it can heal and kind of resurrect us» - виражає захоплення та відчуття досягнення мовця вносячи поезію в несподівані простори, підкреслюючи їхню віру в силу поезії, щоб надихати та піднімати дух [45].

У випуску «The GOP Dodges Decision to Impeach Trump | Nnamdi Asomugha «My world has been crazy. I mean, it's been turned upside down» - передає відчуття хаосу та турбот в житті мовця, що вказує на значні перевороти або зміни [45].

«Tom Brady is immune from aging. How is he still winning at forty-three? What is his secret?» - виражає недовіру та захоплення спортивними здібностями Тома Бреді та тривалістю його кар'єри [45].

«No, that's why I'm starting a Kickstarter today to pay for him to get plastic surgery to look like this. It's only fair people» - додає гумор, пропонуючи, що Том Бреді повинен піддатися пластичній хірургії, щоб вирівняти шанси, підкреслюючи жартівливий тон мовця [45].

«Being good for that long must change how you interact with kids. Tom Brady will see his friend's baby and just not trash talking it» - гумористично уявляє взаємодію Тома Бреді з дітьми, додаючи легкодумний тон до обговорення його тривалості у футболі [45].

«Guys, can we agree on something? Anybody who protests in negative fifty-eight-degree weather should have their demands heard» - додає гумор, визнаючи екстремальні умови, з якими стикалися протестувальники, вказуючи на те, що їхній захоплення заслуговує на визнання [45].

Далі можна розглянути випуск «Biden Clears a Low Bar | Jelani Cobb»:

«Let's kick things off with a story that just won't end: the coronavirus pandemic, because I know America has begun a new era, but Corona doesn't care about who's president» - передає відчуття розчарування та відсутності реального результату щодо

тривалої пандемії COVID-19, підкреслюючи її неспівмірність і вплив незалежно від політичних змін [45].

«Man, this is so harsh guys. Covid won't even let you shake hands with opponents. Now, that's a hard habit to break because we've been doing that since we were five years old» - додає відтінок розчарування і скарги щодо необхідності уникати фізичного контакту через обмеження COVID-19, підкреслюючи складність ламання звичок [45].

«Players are now getting into trouble for being nice to each other, like, yeah, you better hold me back. I'm about to hug. Just yeah. I respect you. So I will hug you right now» - гумористично перебільшує наслідки виявлення доброзичливості або спортивності в контексті заходів безпеки COVID-19, додаючи комедійний тон до обговорення [45].

«Is it really an improvement to switch out Trump's carpet for Bill Clinton's? I mean, on Trump's carpet, yes, you can catch covid, but on Clinton's, you could get pregnant» - використовує гумор і перебільшення, щоб прокоментувати сприйняті відмінності між президентствами Трампа і Клінтона, додаючи легкодумний тон до обговорення декору Овального кабінету [45].

«But I do think it's cool that no matter what other changes the president makes, the bust of Martin Luther King Jr. stays behind because no one wants to be the guy who removes the bust of MLK once it enters the room. It's never good. If a tornado hit the Oval Office, it would still go around MLK» - використовує гумор і перебільшення, щоб підкреслити значущість бюста Мартіна Лютера Кінга в Овальному кабінеті, додаючи легкодумний тон до обговорення символічних змін в президентстві [45].

«Now, of course, redecorating the Oval Office is just a symbolic change, but even after one day, people are already noticing how different Biden's presidency will be from Donald Trump's» - використовує нейтральний тон, щоб визнати символічний характер переобладнання Овального кабінету, а також натякає на зміну стилю керівництва від Трампа до Байдена [45].

3.2. Іронія, сарказм та гумор як засоби експресії

Іронія, сарказм та гумор – це важливі засоби експресії в мовленні, які дозволяють висловлювати складні ідеї та почуття шляхом гри зі словами та

контекстом. Ці форми висловлення часто використовуються для передачі суперечливих або несподіваних думок, викликання уваги до певних аспектів ситуації та створення глибшого розуміння тексту або ситуації.

У випуску *Biden Clears a Low Bar* | Jelani Cobb виявлено:

«What a feel-good story, and by that, I feel good that it's not me» - використовує іронію, щоб виразити полегшення або задоволення тим, що ви не перебуваєте в певній ситуації, додаючи гумористичний тон до обговорення того, що хтось не може увійти в обліковий запис Bitcoin на чверть мільярда доларів [45].

«For a quarter of a billion dollars, I'm hiring people to beat the shit out of me until I do remember» - використовує перебільшення і гумор, щоб запропонувати екстремальні заходи, які може вжити людина, щоб згадати пароль, додаючи комедійний тон до обговорення інвестора Bitcoin, який забув свій пароль [45].

«And I know some people are going to be like, do you have to shoot those hippos? Why not just round them up and put them in a zoo? No. We're not going to be taking Pablo Escobar's hippos and putting them in a zoo because, you know, three weeks later they're going to escape through a tunnel that they built out from under the cage» - використовує сарказм і гумор, щоб відхилити ідею про те, щоб помістити втікачів бегемотів Пабло Ескобара у зоопарк, додаючи комедійний тон до обговорення екологічних проблем, спричинених бегемотами в Колумбії [45].

«What's the deal with drug dealers and animals? It's like the higher you go up the ladder, the crazier your pet has to be» - використовує гумор і спостереження, щоб прокоментувати розкішні стилі життя наркодилерів, додаючи гумористичний тон до обговорення [45].

Наступним прикладом є випуск «Donald Trump: America's African President». Іронія використовується для підкреслення сприйнятого контрасту між поведінкою Трампа та очікуваннями від президентської фігури. Наприклад, вислів «He's unfit for that stage» є іронічним, оскільки він підказує, що Трамп не гідний бути на одній сцені зі своїми республіканськими супротивниками, у контрасті з традиційним очікуванням, що президентський кандидат повинен мати здатність конкурувати на одній сцені з іншими.

Сарказм використовується на протязі шоу для насмішки з висловлювань та дій Трампа. Наприклад, коли згадує висловлювання Трампа про автізм та вакцини, він використовує сарказм, щоб підкреслити, що його висловлювання не були фактичними або президентськими. Фраза «Was that factual? No. But was it presidential, depends where you come from» є саркастичним способом підкреслити, що висловлювання Трампа було ні тим, ні іншим [45].

Гумор використовується для того, щоб критика Трампа була більш цікавою та залучаючою. Наприклад, гумористично порівнює самовпевненість Трампа з самовпевненістю Іді Аміна, підкреслюючи абсурдність висловлювань Трампа за допомогою їхнього протистояння з висловлюваннями відомого диктатора. Також використовує гумор для порівняння висловлювань Трампа з висловлюваннями президента Гамбії Ях'ї Джаммеха, який твердив, що вилікує СНІД за допомогою трав і бананів, додаючи гумористичний оберг до критики Трампа.

У випуску Jordan Klepper *Fingers the Pulse – Insurrection at the Capitol* іронія використовується для підкреслення протиріччя між вимогами протестувальників та їхніми діями. Наприклад, вказано на іронію людей, які стверджують, що не згодні бути управленими, при цьому несучи зброю і готуючись до можливої насильницької дії. Це підкреслює розрив між їхніми заявленими переконаннями та їхньою поведінкою [45].

Сарказм використовується для насмішки з конспірологічних теорій та фальшивих тверджень про результати виборів. Наприклад, саркастично намічено, що система голосування Dominion та Гуго Чавес були залучені до організації перемоги Джо Байдена. Це є сатиричним способом підкреслити абсурдність цих конспірологічних теорій.

Гумор використовується для того, щоб критика протестувальників та їхніх переконань була більш захоплюючою. Наприклад, гумористично вказано на те, що несення сільськогосподарського інвентаря, такого як вила, не є сільськогосподарським інструментом, а представленням історичних дій, підкреслюючи неспівмірність використання вилки як символу протесту.

У випуску «Barack Obama on «A Promised Land» іронія використовується для підкреслення контрасту між очікуваннями та реальністю. Наприклад, коли Барак

Обама обговорює довжину своєї книги «A Promised Land», і запропонує розбити її на дві частини, є намітка іронії в його визнанні рішення видавців залишити її як одну довгу книгу. Ця іронія є витонченою і служить для підкреслення викликів упорядкування його досвіду у одну книгу [45].

Сарказм використовується обережно, але він присутній у моменти, наприклад, коли Обама жартує, що його можна назвати «Bizzle» і каже: «Mr. President, makes sense». Ці моменти додають розмові легкість і призначені для розваги, а не для серйозної критики.

Гумор використовується для того, щоб полегшити атмосферу та зробити складні теми більш привабливими. Наприклад, коли Обама говорить про те, як він слухав свою аудіокнижку на різних швидкостях, це гумористична посилання на те, як люди споживають контент по-різному. Цей жартливий момент допомагає розірвати напругу та зробити розмову більш доступною.

У випуску «The Daily Show Podcast Universe Episode 4: Pod Save Little Creek Elementary» ведучі обговорюють рішення директора скоротити перерву на 15 хвилин і побудувати стіну між двома школами. Іронія полягає в тому, що ці дії зображуються як екстремальні та непотрібні, підкреслюючи нерозуміння директором того, що є найкращим для учнів [45].

Ведучі згадують рішення директора заборонити обмін всіма картками Pokémon, заявивши: «I'm calling for a total and complete shutdown of all snorlax decks until we figure out what's going on». Це іронічно тим, що це перебільшує серйозність проблеми, порівнюючи її з політичним або національним питанням [45].

Коли ведучі обговорюють відсутність реакції вчителів на дії директора, вони саркастично кажуть: «Did a teacher speak up when he tried to ban all fingerpainting because one kid ate the paint again?» Це саркастичне зауваження вказує на те, що вчителі не вирішують важливі питання [45].

Ведучі саркастично називають сина директора «Principal Walsh Junior», питаючи, як він може бути названий Учнем місяця, коли він не розуміє дробі. Цей сарказм підтверджує, що учень отримав нагороду недоречно. Ведучі роблять гумористичний коментар про вивчення рукописного шрифту, заявивши: «Principal

Walsh is forcing us to learn cursive? No one writes cursive anymore». Це гумористичне зауваження насміхається з застарілості цієї навички [45].

Ведучі пропонують обвішати кабінет директора туалетним папером як форму протесту, назвавши це « a great event for a great cause». Ця гумористична пропозиція додає гри грайливий елемент до їхнього опору проти директора.

У випуску « CP Time: Black Christmas» використано іронію, коли згадується, що чорні люди не святкували Різдво до рабства, підкреслюючи історичний контекст і іронію у святкуванні свята, яке спочатку не було частиною їхньої культури. Це виразно відображено в такому вислові: «So let's start with slavery, because remember, black people weren't celebrating Christmas before that» [45].

Сарказм використовується, коли автор жартує про ідею того, що його визволяла на Різдво сестра, гумористично порівнюючи це з отриманням подарунків. Це видно в такому вислові: «Every year she'd be like, 'Oh, thank you so much for the slippers. This almost as good as the gift I got you last year, not shackles» [45].

Гумор використовується протягом всього тексту, наприклад, коли автор обговорює історію різдвяної музики і згадує виконання класики, такої як «Let It Snow» від Boyz to Men, і жартує, що вони виконували «Do You Hear What I Hear?» Автор також використовує гумор для критики історії расизму в певних різдвяних піснях, таких як «Jingle Bells», і для підкреслення важливості представництва, наприклад, наймання першого чорного Санта Клауса.

У випуску «The White People Whisperer: Dr. David Campt's Guide to Avoiding Holiday Disasters» використано іронію, коли згадує про расистську поведінку дідуся під час футбольних матчів і наступний коментар про його смерть. Висловлення «My grandfather was racist... That's good. That's good. That's probably the», підкреслює іронію ситуації, оскільки автор визнає проблемну поведінку, а також виражає полегшення через кінець цієї поведінки після смерті дідуся [45].

Сарказм використовується, коли автор описує доктора Девіда Кемпа як «racial dialogue expert» та «white people whisperer». Це відзначається висловлюванням «David's basically the white people whisperer», яке гумористично натякає на те, що доктор Кемп має особливу здатність спілкуватися з білими людьми про питання раси.

Гумор використовується протягом всього тексту, наприклад, коли автор обговорює «White Allai Toolkit» та гіпотетичну ситуацію з двоюрідною сестрою Бев. Автор використовує гумор, щоб полегшити обговорення расизму і надати більш цікавий наратив.

У випуску «GQ Presents «Actually Me with Trevor Noah», під час обговорення свого народження в умовах апартеїду, Ноа підкреслює іронію того, що різнорасові стосунки його батьків були незаконними в той час. Це підкреслює абсурдність і несправедливість законів апартеїду. Наприклад, він говорить: «At the time of his birth, his parents' interracial relationship was illegal under apartheid law» [45].

Ноа використовує сарказм, відповідаючи на вислів про нього на IMDB щодо його здатності говорити кількома мовами. Він саркастично зауважує: «Wow, that seems excessive», у відповідь на перелік мов, які, як кажуть, він володіє вільно. Це показує його грайливе ставлення до перебільшеної інформації про нього.

Ноа використовує гумор, коли обговорює свою кар'єру в комедії. Він жартує про те, що його мати викинула його з мікроавтобуса, кажучи: «Who wrote this?» і гумористично пояснює, що вони стрибнули з мікроавтобуса, щоб врятувати свої життя. Це додає легкість до потенційно серйозної або травматичної події.

Ноа використовує самокритичний гумор, коли обговорює свою кар'єру в комедії. Він зазначає, що вийшов на сцену, щоб не виглядати як «scaredy cat», мінімізуючи свою початкову мотивацію для виступів. Це показує його здатність сміятися над собою та готовність ділитися умористичними моментами зі свого життя.

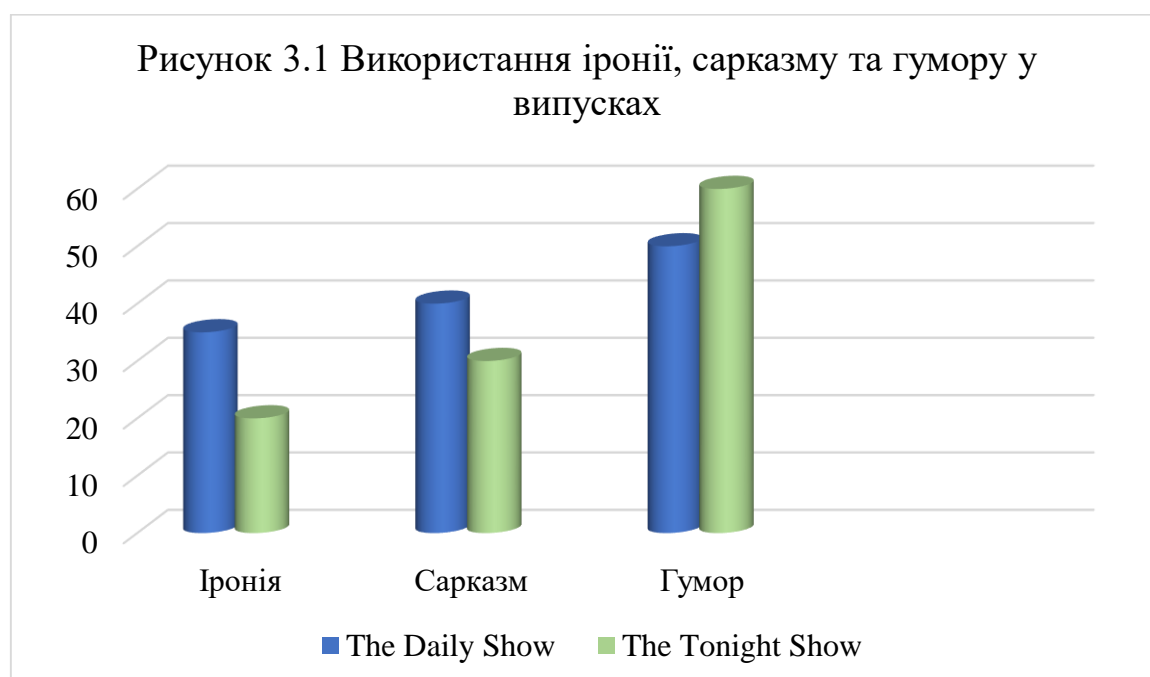
У випуску Remembering Donald Trump's 2016 Voter Fraud Claims – These American Lies використано іронію, коли обговорюється твердження Трампа про те, що вибори 2016 року були підтримані три до п'яти мільйонами нелегальних голосів. Це іронічно, оскільки сам Трамп переміг на виборах завдяки виборчій колегії, незважаючи на те, що програв у загальному голосуванні. Висловлення «So it's like he won the lottery, but only because he stole the winning ticket from a 7-Eleven cashier», підкреслює цю іронію [45].

Сарказм використовується, коли автор згадує про те, що обманює порт'єра про те, що знає його ім'я. Автор гумористично перебільшує ситуацію, натякаючи на те,

що звичайно обманюють про маленькі речі. Наприклад, автор каже: «Today's show is about lies. People lie about all sorts of things. They lie about their age. They lie about their weight» [45].

Гумор присутній, наприклад, коли автор жартує про те, що ім'я порт'єра «Credenza or Garba Ghoul», додаючи гризливий тон до обговорення про брехні. Крім того, опис автором різних ролей Трампа в житті, як наприклад «mail order steak salesman» і «two-time Emmy loser», додає гумору до наративу [45].

Порівнюючи розглянуті випуски шоу «The Daily Show» і «The Tonight Show» в аспекті використання іронії, сарказму та гумору можна споглядати деякі відмінності у співвідношенні цих засобів вираження в кожному шоу (рисунок 3.1). Випуски шоу «The Daily Show» є більш насиченими іронією та сарказмом, коли випуски «The Tonight Show» славляться використанням гумору, що було продемонстровано вище.



3.3. Використання риторичних питань, апеляцій до емоцій

Використання риторичних питань та апеляцій до емоцій є важливими стратегіями в мовленні, які допомагають залучити увагу аудиторії, створити ефектність та підкреслити ключові ідеї. Риторичні питання використовуються для

залучення уваги та стимулювання мислення слухачів, апеляції до емоцій – для виклику відповідних почуттів та реакцій.

У випуску Trevor Interviews Kamala Harris | Kamala Harris вживаються такі риторичні питання: «Did you know that with the congressional and presidential elections combined, the 2020 elections are expected to cost 14 billion dollars?»; «Do you have any idea how much money that is?» [45].

Питання використовуються для залучення аудиторії та підштовхування її задуматися про значну суму, витрачену на вибори. Вони створюють враження дива та спонукають до рефлексії про величезність згаданої суми.

Звернення до емоцій містяться: «Now that we're one week away from the election, black people are back in style»; «Black voters could tip the scales in this election»; «Black turnout had been at Barack Obama levels in 2016, we'd be talking about Hillary Clinton's reelection» [45].

Висловлювання звертаються до емоцій аудиторії, підкреслюючи важливість чорних виборців на виборах. Вони натякають на те, що явка чорних виборців може мати значний вплив і підказують, що результат у 2016 році міг бути іншим, якби явка була вищою. Це звертається до справедливості аудиторії та ідеї, що кожен голос має значення.

Риторичні засоби ефективні у приверненні уваги аудиторії, залученні її до теми та зверненні до емоцій, щоб підкреслити важливість виборів та роль чорних виборців.

У випуску «If You Don't Know, Now You Know – Militias in America | Wilmer Valderrama» риторичні питання: «Whether or not you care about Machu Picchu, this story is inspiring because this guy had a goal during covid and he waited long enough to make it happen»; «You don't give up on your dreams, people» [45].

Використовуються для залучення аудиторії та підштовхування її до рефлексії над повідомленням історії. Вони спонукають слухачів розглядати стійкість японського туриста та відносити її до свого власного життя, підкреслюючи важливість терплячості та впертості в досягненні цілей.

Звернення до емоцій: «Word got around. And on Sunday, Jesse was granted special access to Machu Picchu as the only visitor in seven months to be there before he headed

home to Japan»; «I really admire this guy's patience because after two days of waiting, I would have just paid some guy to Photoshop me onto Machu Picchu» [45].

Звертаються до емоцій аудиторії, підкреслюючи унікальність та значущість досвіду японського туриста. Вони викликають почуття захоплення його стійкістю та впевненістю у досягненні своєї мрії незважаючи на труднощі, з якими він стикнувся. Крім того, гумор у другому висловлюванні додає жартівливий тон, роблячи історію більш доступною та захопливою.

Наступним прикладом є випуск «Terese Marie Mailhot on Sharing an Indigenous Voice in «Heart Berries», де риторичні питання: «Was it hard for you to figure out how to be the voice of American Indian people, but at the same time realize that you're not the voice for American Indian people?»; «Do you find that you connect with your world in a different way to how people perceive your world?»; «Do you think that her introducing you to that world and having you live an authentic native or indigenous experience helped you or hindered you in assimilating to the world that was around you?» [45].

Залучають аудиторію та спонукають до рефлексії над складнощами ідентичності, представництва та особистого досвіду. Вони закликають слухачів розглянути відтінки культурної ідентичності та виклики навігації між різними світами та перспективами.

Звернення до емоцій: «This is an experience that I think few people would envy, but most people would connect to»; «You know, and that's how I relieve the pressure of feeling like, okay, I'm not speaking for all indigenous women, but I am helping»; «It's difficult because she was resistant to let me fall into trying to please people within academic institutions as well» [45].

Ці висловлювання викликають співчуття та розуміння, підкреслюючи унікальні досвіди автора та емоційні виклики, з якими вона стикалася. Вони гуманізують історію та роблять її доступною для широкої аудиторії, спонукаючи до співчуття та рефлексії.

У цілому, риторичні засоби ефективно залучають аудиторію, спонукаючи їх розглядати складнощі культурної ідентичності, особистих досвідів та впливу

виховання на індивідуальні перспективи. Вони додають глибину та емоційність наративу, роблячи його більш привабливим та запальним.

У випуску «Jane Goodall on Studying Chimpanzees & Fighting Climate Change» риторичні питання: «How did Jane Goodall, at twenty-six years old, decide, you know what, I'm going to go and study chimpanzees and what makes them tick and who they are?»; «Do you see those effects within the chimpanzee communities that you so often frequent?»; «What do you think people don't understand in the conversation?»; «What would you say to a young person who has lost hope, a young person who wants to change the world but feels like they cannot?» [45].

Залучають аудиторію та підштовхують її до рефлексії над складними питаннями, пов'язаними з кліматом, збереженням та особистою мотивацією. Вони спонукають слухачів розглянути своє власне розуміння та сприйняття цих тем.

Звернення до емоцій: «How did Jane Goodall, at twenty-six years old, decide, you know what, I'm going to go and study chimpanzees and what makes them tick and who they are?»; «Everybody. Now, how would you do that? Well, who is writing? And you're just a girl»; «But my mother, my amazing mother, she's right here behind me. She just said, if you really want something, you're going to have to work really hard, take advantage of every opportunity»; «And it's high time that we step back and say, gosh, we don't. We care about the future of our children, that we care about the health of the planet because we're part of this natural world, not separated from it» [45].

Викликають співчуття та захоплення подорожжю Джейн Гудолл та її захистом навколишнього середовища. Вони також підкреслюють необхідність негайно вирішувати проблему зміни клімату та її вплив на майбутні покоління. В цілому, вони додають особисту та емоційну складову до обговорення, роблячи його більш зрозумілим та впливовим для аудиторії.

Також прикладом для аналізу може бути випуск «Back in Black – Suburban Survival Guide | Jon Tester & Big Sean». Риторичні питання: «How did Jane Goodall, at twenty-six years old, decide, you know what, I'm going to go and study chimpanzees and what makes them tick and who they are?»; «Do you see those effects within the chimpanzee communities that you so often frequent?»; «What do you think people don't understand in

the conversation?»; «What would you say to a young person who has lost hope, a young person who wants to change the world but feels like they cannot?»; «You know, you would think they'd have a vested interest if they police the places that they're from» [45].

Ці питання залучають аудиторію та спонукають до рефлексії над різними темами, включаючи соціальну справедливість, проблеми навколишнього середовища та реформу поліції. Вони підштовхують слухачів розглядати різні погляди та наслідки обговорюваних питань.

Звернення до емоцій: «I can't believe the police are allowed to live outside the areas that they patrol»; «But honestly, that's not really the type of records we want black people to be setting»; «And the thing that's also messed up about these settlements is that it's never paid by the police who did something wrong. It's paid by the city, which means taxpayers are being punished for the crimes that are committed against them, which I think we can all agree on some bullshit»; «But really, the true victory will be when no more families have to get settlements for the loved ones that they've lost»; «Anything that brings awareness to this issue, which is radicalizing young men, misinforming the public, and undermining democracy is a really good thing» [45].

Викликають співчуття, роздратування та заклик до дії. Вони підкреслюють несправедливості, з якими стикаються маргіналізовані групи, необхідність відповідальності та нагальність вирішення суспільних проблем, таких як ненависть та дезінформація. Звернення до емоцій спрямовані на мобілізацію слухачів підтримувати позитивні зміни та виступати за справедливість.

3.4. Прийоми будовання аргументації та переконання

У ток-шоу гості часто використовують різні прийоми, щоб навести переконливі аргументи та сформувані переконання. Ці прийоми необхідні для ефективного донесення своєї точки зору до аудиторії. Основні прийоми побудови аргументів і переконань включають:

Емоційне звернення – використання емоційної мови, особистих анекдотів або зворушливих історій, щоб викликати співчуття та налагодити зв'язок із аудиторією.

Гість ток-шоу, де обговорюється зміна клімату, може поділитися особистою історією про те, як на його громаду вплинули екстремальні погодні явища, щоб викликати емоції та заручитися підтримкою екологічних дій.

Логіка та міркування – представлення логічних міркувань, доказів і фактів, щоб підтвердити свій аргумент і переконати аудиторію.

Експерт економічного ток-шоу може використовувати статистичні дані та історичні приклади, щоб логічно пояснити вплив нової політики на економіку, маючи на меті переконати аудиторію в її потенційних перевагах чи недоліках.

Довіра та авторитет – використання експертних знань, досвіду чи авторитету для встановлення довіри та впливу на переконання аудиторії.

Відомий лікар, який виступає в ток-шоу про здоров'я, може використовувати свій професійний досвід і репутацію, щоб підтвердити переваги певного лікування, прагнучи вселити впевненість аудиторії щодо його ефективності.

Взаємодія з контраргументами – визнання та розгляд протилежних точок зору, щоб продемонструвати продуману та всебічну перспективу.

Політичний коментатор у ток-шоу новин може передбачити та спростувати потенційну критику політичних пропозицій, прагнучи посилити свою аргументацію, продемонструвавши розуміння різних точок зору.

Риторичні прийоми – використання риторичних засобів, таких як метафори, аналогії та яскрава мова, щоб зробити аргументи більш переконливими та такими, що запам'ятовуються.

Соціальний активіст у ток-шоу може використати потужну метафору, щоб проілюструвати вплив системної нерівності, щоб викликати сильні емоційні реакції та спонукати аудиторію до дій.

Залучення аудиторії – за допомогою прямих запитань, інтерактивних обговорень або схожих прикладів, щоб зробити аргумент більш схожим і переконливим.

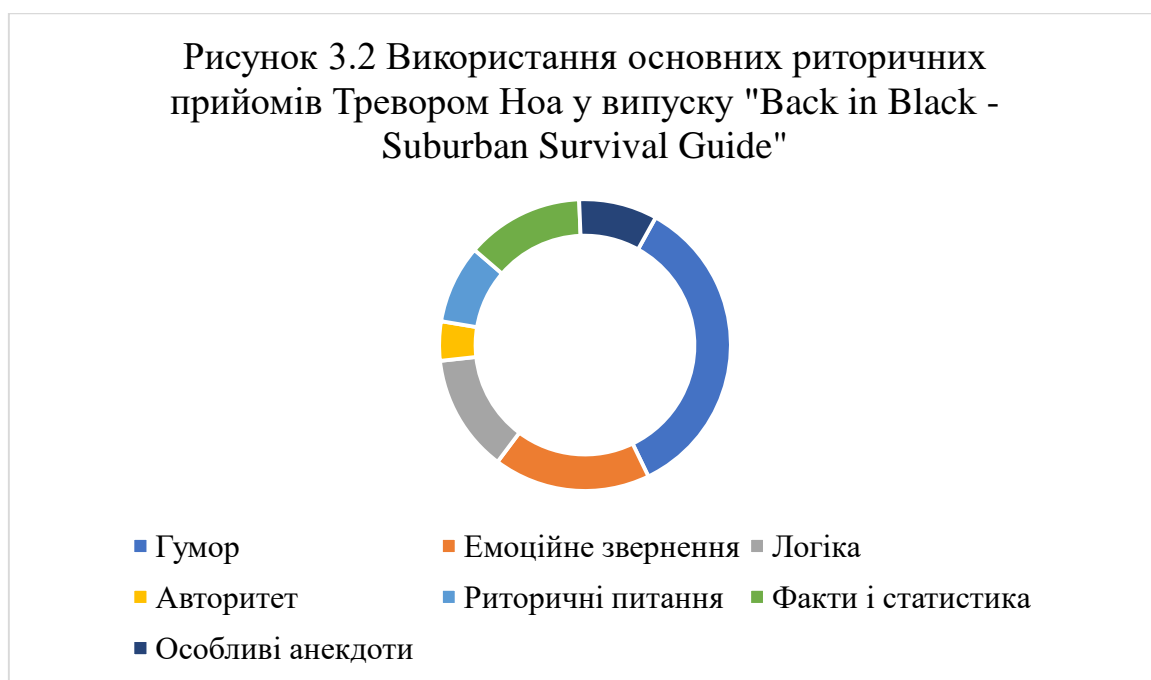
Мотиваційний оратор у ток-шоу про стиль життя може заохочувати аудиторію до участі, ставлячи питання, що спонукають до роздумів, щоб надихнути особисті роздуми та віру в їхнє повідомлення.

Розповідь – створення переконливої розповіді, щоб проілюструвати ключові моменти та створити запам'ятовуваний, пов'язаний аргумент.

Гість ток-шоу, де обговорюються соціальні проблеми, може поділитися переконливою особистою історією, щоб гуманізувати та контекстуалізувати ширшу тему, щоб створити глибший емоційний вплив і сформувати переконання аудиторії.

Використовуючи ці техніки, гості ток-шоу можуть ефективно сперечатися та формувати переконання, впливаючи на точку зору аудиторії та сприяючи змістовним дискусіям на широке коло тем.

Одним із прикладів для аналізу може бути випуск «Back in Black – Suburban Survival Guide | Jon Tester & Big Sean». Ведучий будує свою аргументацію та переконання за допомогою кількох методів. Деякі методи використовувалися рідше, деякі були задіяні у мову більше (рисунок 3.2).



Тревор Ноа використовує гумор, щоб залучити свою аудиторію і зробити свої пункти більш зрозумілими. Він починає з легкодоступного жарту про сезон збирання яблук, а потім переходить до більш серйозної теми – справи Бріанни Тейлор.

Ноа використовує особисті приклади та анекдоти, щоб зв'язатися з аудиторією. Наприклад, він порівнює поліцейських, які живуть за межами територій, які вони патрулюють, з президентом, який не живе в країні, якою він керує, додаючи зрозумілу та запам'ятовуючу аналогію до своєї аргументації.

Протягом сегмента Ноа використовує риторичні питання, щоб викликати думку та підкреслити свої пункти. Наприклад, він запитує: «You know, you would think they'd have a vested interest if they police the places that they're from?» - підкреслюючи логіку заохочення поліцейських жити у спільнотах, які вони обслуговують [45].

Ноа звертається до почуттів, обговорюючи трагічну смерть Бріанни Тейлор та вплив, який вона справила на її родину та спільноту. Цей емоційний апел підкреслює серйозність проблеми та необхідність реформ.

Ноа включає фактичну інформацію про угоду, досягнуту у справі Бріанни Тейлор, таку як угода на суму 12 мільйонів доларів та поліцейські реформи, включені до угоди. Це додає вірогідності його аргументації та допомагає інформувати аудиторію про деталі справи.

Загалом, Тревор Ноа використовує комбінацію гумору, особистого зв'язування, риторичних питань, емоційного апелю та фактичної інформації для побудови переконливої аргументації щодо реформи поліції та їх відповідальності.

У випуску «The Shooting of Jacob Blake | Ramy Youssef» Ноа використовує гумор і сатиру, щоб скритикувати Республіканську Національну Конвенцію (RNC). Наприклад, він жартує про те, що це великий тиждень для співробітників кампанії Трампа, які не у в'язниці, підкреслюючи юридичні проблеми деяких асоціатів Трампа. Цей підхід допомагає зробити його критику більш привабливою та розважливою для аудиторії [45].

Ноа критикує одного з спікерів на RNC, який був виключений у останній момент через твіт з антисемітською теорією змови. Він саркастично висловлює полегшення з приводу цього рішення, вказуючи на те, що RNC повинна уникати будь-яких контроверсійних або екстремальних точок зору. Ця критика підкреслює позицію Ноа проти поширення шкідливих теорій змови.

Ноа порівнює віце-президента Майка Пенса з «elevator music in human form», натякаючи на те, що виступ Пенса був нудним або незначним. Це порівняння додає гумористичного елементу до його критики стилю виступу Пенса, вказуючи на те, що Пенс не має харизми або енергії як спікер.

Ноа глузує з ідеї, що Трамп є героєм фемінізму, тому що він найняв жінок на високопосадові посади. Він гумористично вказує на те, що надання жінкам можливості брехати перед американським народом (маючи на увазі Келліанн Конвей та Сару Сандерс) – це не типовий показник фемінізму. Це глузування підірвує твердження про те, що Трамп є союзником фемінізму.

Ноа використовує сарказм та іронію, щоб скритикувати зображення Трампа як чесного і прозорого президента на конвенції. Він намічає, що часте використання Трампом Твіттера демонструє його чесність, використовуючи іронію, щоб підкреслити абсурдність цього твердження [45].

Загалом, Тревор Ноа використовує гумор, сатиру, критику, порівняння та іронію для побудови своєї аргументації та переконання аудиторії дивитися на RNC критично. Його підхід спрямований на розвагу та залучення глядачів, а також на висвітлення того, що він сприймає як недоліки або неузгодженості в повідомленнях конвенції.

ВИСНОВКИ

Експресія в мові – це спосіб виразності мовлення, спрямований на передачу почуттів, емоцій, ставлень або відтінків значень через мовні засоби. Це може бути досягнуто за допомогою різних методів та прийомів, які підсилюють емоційність або виразність висловлювання.

Методи та прийоми експресії включають в себе використання звукових ефектів (наприклад, різні типи фонетичних експресивних засобів, такі як ономапоєа, асонанс, алітерація), ритмічність, інтонаційні зміни, повторення слова або фрази для підкреслення важливості, використання виразних слів та виразів, метафор та порівнянь, а також використання різних структурних прийомів, таких як інверсія, еліпсис, антитеза тощо. Важливо враховувати контекст та аудиторію, для якої призначено мовлення, оскільки деякі методи та прийоми можуть бути більш ефективними в певних ситуаціях або для певних аудиторій.

Маніпулятивний вплив в мові – це використання різних засобів та прийомів у мовленні з метою впливу на свідомість, почуття або поведінку інших людей. Це може включати в себе спотворення фактів, перекручення інформації, а також використання психологічних та емоційних методів для досягнення певних цілей.

Механізми та стратегії маніпуляції в мовленні можуть варіюватися від простих технік перекручення фактів до складних психологічних впливів. Один з механізмів – це маніпуляція інформацією, коли факти або події спотворюються або приховуються для створення певного враження або переконання у слухачів. Це може бути досягнуто за допомогою залишення фактів за лаштунками, відбору інформації, або перевертання подій.

Інший механізм – паралогічний рівень, що включає в себе відхилення від правил формальної логіки для підсилення ефекту маніпуляції. Це може включати в себе використання нелогічних аргументів або зведення до абсурду альтернативних точок зору.

Лінгвостилістичний рівень маніпуляції може включати в себе використання різних стилістичних прийомів, таких як метафора, порівняння, епітет та інші, для створення емоційного впливу на аудиторію та підсилення переконань.

Стратегії маніпуляції можуть варіюватися від демагогічних прийомів, спрямованих на виклик емоцій та інстинктів, до використання специфічної лексики або фразеології для створення певного ефекту. Важливо розуміти ці механізми та стратегії, щоб відчувати маніпулятивний вплив в мовленні та бути в змозі відповідати на нього адекватно.

В американських ток-шоу виділяються різні мовні стратегії використання експресії та маніпуляції, що допомагають учасникам впливати на аудиторію та створювати цікаве та емоційно насичене шоу. Однією з основних стратегій є використання невербальних засобів, таких як жести, міміка, вираз обличчя та рухи тіла. Ці засоби допомагають підкреслити слова та виразити емоції, що робить виступ більш живим та ефективним.

Крім того, ведучі та гості можуть використовувати специфічні стратегії маніпуляції, такі як зміна тону голосу, використання пауз та інших парадоксальних елементів мови. Ці стратегії допомагають впливати на думку аудиторії та підсилити власні позиції.

Також учасники ток-шоу можуть використовувати мовні засоби для вираження та підсилення своїх позицій у питаннях, що обговорюються. Вони можуть вживати впевнену лексику та активно використовувати емоційно насичену мову, щоб підкреслити свою точку зору та здійснити вплив на аудиторію.

Аналіз використання специфічної лексики та фразеології показав, що учасники ток-шоу можуть використовувати експресивну лексику, таку як ідіоми, фразеологізми та кольорову лексику, для підсилення своїх емоцій та створення запам'ятовуваних висловлювань. Ведучі та гості можуть використовувати фразеологізми та стереотипні вислови для впливу на аудиторію та створення певного ефекту. Наприклад, використання певних фразеологізмів може викликати певні асоціації та емоції у глядачів. Учасники можуть використовувати специфічну лексику, таку як технічні

терміни, жаргон або модні вислови, для створення враження експертності, актуальності та сучасності.

Американські ток-шоу використовують широкий спектр мовних стратегій для створення цікавого та емоційно насиченого контенту. Експресивна лексика та невербальні засоби використовуються для підсилення комунікації та враження на аудиторію, в той час, як стратегії маніпуляції можуть використовуватися для впливу на глядачів та підсилення власних позицій.

У ток-шоу невербальні засоби грають важливу роль у спілкуванні учасників з аудиторією та між собою. Жести використовуються для підкреслення слів та виразів, а також для вираження емоцій. Ілюстративні жести допомагають уявити або показати конкретні об'єкти, дії або процеси, що відбуваються. Наприклад, показуючи розмір чого-небудь або показуючи, як щось відбувається. Емблематичні жести мають чітке культурне значення і можуть бути розумінні без словесного пояснення. Наприклад, піднятий вгору вказівний палець може вказувати на успіх або підтримку. Адаптовані жести застосовуються до конкретної ситуації або аудиторії. Наприклад, жест «округлі очі» може використовуватися для вираження здивування або недовіри.

Вираз обличчя також грає важливу роль у передачі емоцій учасників. Він може відображати радість, смуток, здивування, невдоволення та інші почуття. Міміка обличчя допомагає підкреслити сутність висловленого та збільшити вплив на аудиторію, підсилюючи емоційне забарвлення комунікації.

Рухи тіла, такі як постава, напрям руху, відстань між учасниками, також мають велике значення. Наприклад, близька постава може вказувати на співчуття або дружні відносини, тоді як віддалена постава може сигналізувати про відчуження або недовіру. Деякі учасники можуть використовувати звукові ефекти, такі як голосові звуки або імітація звуків, для підкреслення своїх слів або створення певного настрою. Невербальні засоби також можуть включати контакт з аудиторією, такий як зоровий контакт, усмішки або махання руками до глядачів. Ці дії можуть створювати відчуття спільності та взаєморозуміння.

Невербальні засоби у ток-шоу грають ключову роль у комунікації та виразності учасників. Вони допомагають створити живе та емоційно насичене шоу, підкреслити важливі моменти та сприйняття аудиторії, та підсилити впливовість висловлювань.

В аналізі Тревору Ноа в ток-шоу було виявлено використання емоційно забарвленої лексики, яка допомагає спікеру зв'язатися з аудиторією на емоційному рівні та надати його аргументам більшу силу. Наприклад, він використовує особисті приклади та анекдоти, щоб підтримати свої пункти та залучити увагу глядачів.

Щодо іронії, сарказму та гумору, Ноа майстерно використовує їх як засоби експресії. Він вдається до глибокої іронії, наприклад, коли критикує антифеміністичні твердження або надмірне використання Твіттера президентом. Сарказм також відіграє важливу роль у його виступах, допомагаючи підкреслити недоліки або неузгодженості у повідомленнях, які він аналізує. Його гумор є не лише розважливим, а й підтримує його позицію та стимулює аудиторію думати критично про обговорювані теми.

Таким чином, використання емоційно забарвленої лексики та засобів експресії, таких як іронія, сарказм та гумор, допомагає Тревору Ноа побудувати переконливу аргументацію та створити цікавий та змістовний контент для свого ток-шоу.

У своєму ток-шоу Тревор Ноа використовує риторичні питання та апеляції до емоцій для активізації думки у глядачів та створення емоційного зв'язку з ними. Він часто використовує риторичні питання, які змушують аудиторію задуматися і роздумати над обговорюваною темою. Наприклад, у випуску про справу Бріанни Тейлор, Ноа запитує: «Чи не мало б бути інтересів, якщо поліцейські патрулюють місця, де вони народились?» Це питання стимулює аудиторію задуматися про важливість зв'язку між поліцейськими та спільнотами, які вони обслуговують.

Також, Ноа ефективно використовує апеляції до емоцій, особливо у випусках, де розглядаються теми, що викликають сильні емоції. Він розповідає історії та використовує приклади, щоб спонукати глядачів співчувати та почувати емпатію до героїв його історій. Наприклад, у випуску про смерть Бріанни Тейлор, Ноа звертається до почуттів аудиторії, говорячи про трагічну смерть молодої жінки та її вплив на родину та спільноту. Це допомагає підкреслити серйозність проблеми та викликати потребу у реформах.

У побудові своєї аргументації та переконання Ноа використовує кілька прийомів. Він часто починає з легкодоступного жарту або анекдоту, щоб зацікавити аудиторію та створити позитивний настрій перед переходом до серйозних тем. Наприклад, у випуску про зміну клімату, він починає з жарту про сезон збирання яблук, що робить тему більш доступною та зрозумілою. Крім того, Ноа використовує логіку та міркування, представляючи факти та докази, щоб підтвердити свої аргументи та переконати аудиторію. Він також залучає авторитетні джерела та експертів, щоб підсилити свою позицію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрущак О., Заполовський М. Мовні засоби вираження імплікатур у сучасній англomовній публіцистиці. *Проблеми гуманітарних наук Серія Філологія*. 2021. № 45. С. 19–29. URL: <https://doi.org/10.24919/2522-4565.2021.45.2> (дата звернення: 28.04.2024).
2. Бондаренко О. Вербальні засоби сугестивного впливу в сучасних медіатекстах. *Вісник науки та освіти*. 2023. № 11(17). С. 84-98. URL: [https://doi.org/10.52058/2786-6165-2023-11\(17\)-84-98](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2023-11(17)-84-98) (дата звернення: 28.04.2024).
3. Бондаренко Т. Вербальні та невербальні засоби в німецькомовних рекламних текстах : thesis. 2011. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/13020> (дата звернення: 27.04.2024).
4. Бугайчук І. А., Садовська В. К. Маніпуляція як шлях досягнення успіху : thesis. 2018. URL: <http://er.nau.edu.ua/handle/NAU/33652> (дата звернення: 28.04.2024).
5. Буць Ж. В., Седляр А. В. Маніпулятивний потенціал політичної метафори у промовах сучасних французьких політиків. *Collection of scientific works «Visnyk of Zaporizhzhya National University Philological Sciences»*. 2021. № 2. С. 22–27. URL: <https://doi.org/10.26661/2414-9594-2020-2-3> (дата звернення: 28.04.2024).
6. Вавринюк Т. І. Називні уявлення як засіб експресії в художньому мовленні. *Філологічні студії: Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. 2014. Т. 10. С. 145–150. URL: <https://doi.org/10.31812/filstd.v10i0.425> (дата звернення: 27.04.2024).
7. Вербальні та невербальні засоби актуалізації емоційного стану радості в художньому англomовному дискурсі : thesis / Ю. В. Косенко та ін. 2012. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/26180> (дата звернення: 27.04.2024).
8. Демиденко Г. Г. Невербальні засоби спілкування в системі фразеології української мови. Вид-во Нац. ун-ту «Острозька акад.», 2012. URL: <https://doi.org/10.31812/0564/1447> (дата звернення: 27.04.2024).

9. Джиджора Є. В. Візуальна маніпуляція «місцем ведучого» у програмах М. Михалкова Бесогон TV. *The european development trends in journalism, pr, media and communication*. 2020. URL: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-000-1-19> (дата звернення: 28.04.2024).
10. Дзямуніч Н. І., Ляшко М. В. Інформаційна маніпуляція як ефективна складова публічного виступу. *Philological sciences and translation studies: european potential*. 2021. URL: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-110-7-69> (дата звернення: 28.04.2024).
11. Єгорова А. Г. Вербальні засоби впливу в англomовних медійних текстах. Дуальність впливу : thesis. 2018. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/67200> (дата звернення: 27.04.2024).
12. Заворотько Т. Невербальні засоби спілкування : thesis. 2011. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/13294> (дата звернення: 27.04.2024).
13. Інформаційний шум як маніпулятивний прийом. *Журналістика та реклама: вектори взаємодії*. 2019. URL: <https://doi.org/10.31617/k.knute.2019-03-19.66> (дата звернення: 28.04.2024).
14. Ісмаїлзаде Л. Медіа, маніпуляція та інформаційна війна. *Grani*. 2023. Т. 26, № 5. С. 55–65. URL: <https://doi.org/10.15421/1723102> (дата звернення: 27.04.2024).
15. Коваленко А. М., Новікова В. С. Мовні засоби реалізації тактик маніпулятивного впливу в сучасних англomовних мас-медіа. *Nova filologiâ*. 2021. № 82. С. 104–110. URL: <https://doi.org/10.26661/2414-1135-2021-82-17> (дата звернення: 28.04.2024).
16. Кудринська Г., Шевчук Т. Маніпулятивний потенціал сучасного інформаційного суспільства. *Grail of Science*. 2023. № 24. С. 407–410. URL: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.17.02.2023.074> (дата звернення: 28.04.2024).
17. Макарук Л. Л. Вербальні та невербальні засоби актуалізації проксемічних обмежень в період пандемії COVID-19. *Philological sciences and translation studies: european potential*. 2021. URL: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-110-7-34> (дата звернення: 28.04.2024).

18. Мовні засоби вираження комічного : thesis / С. О. Швачко та ін. 2009. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/16980> (дата звернення: 27.04.2024).
19. Мовні засоби увиразнення рекламних текстів : thesis / А. Полежай та ін. 2019. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/76944> (дата звернення: 27.04.2024).
20. Мовні засоби, як гарантія ефективності рекламного тексту : thesis / А. О. Євграфова та ін. 2008. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/15679> (дата звернення: 27.04.2024).
21. Моїсеєнко Ф. А. Аргументація як засіб досягнення погодження між суб'єктами переговорів : thesis. 2009. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/11591> (дата звернення: 27.04.2024).
22. Невербальні засоби комунікації в процесі спілкування : thesis / Ю. В. Косенко та ін. 2010. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/16327> (дата звернення: 27.04.2024).
23. Невербальні засоби спілкування : thesis / Л. М. Кудояр та ін. 2010. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/16268> (дата звернення: 27.04.2024).
24. Невербальні особливості міжкультурної комунікації : thesis / А. В. Марченко та ін. 2013. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/32479> (дата звернення: 27.04.2024).
25. Олександренко К. Мовні засоби вираження особистої ідентичності: порівняльний аналіз української та англійської мов. *Вісник науки та освіти*. 2024. № 1(19). URL: [https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-1\(19\)-384-395](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-1(19)-384-395) (дата звернення: 28.04.2024).
26. Осіпова Т. Невербальні засоби комунікації: комплексна методика опису й лексикографування. *Studia Ukrainica Posnaniensia*. 2018. Т. 6. С. 107–113. URL: <https://doi.org/10.14746/sup.2018.6.13> (дата звернення: 28.04.2024).
27. Остроушко О. А. Політична телереклама: маніпуляція масовою свідомістю. Криворіз. держ. пед. ун-т, 2005. URL: <https://doi.org/10.31812/0564/1430> (дата звернення: 27.04.2024).

28. Рибачок С. Маніпулятивний потенціал економічного дискурсу. *Молодий вчений*. 2021. № 10.1 (98.1). С. 93–96. URL: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-98.1-24> (дата звернення: 28.04.2024).
29. Рогуля М. Маніпуляція свідомістю : thesis. 2017. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/65948> (дата звернення: 27.04.2024).
30. Ружанська Н., Богославець Л. П. Мовні засоби переконання : thesis. 2016. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/5057> (дата звернення: 27.04.2024).
31. Сірик С. В. Літературна норма й мовленнєва експресія в поезиці В. А. Чабаненка. *Collection of scientific works «visnyk of zaporizhzhya national university philological sciences»*. 2021. № 1. С. 159–164. URL: <https://doi.org/10.26661/2414-9594-2021-1-22> (дата звернення: 28.04.2024).
32. Соколова І. В. Мовні засоби впливу у масовій комунікації : thesis. 2015. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/59776> (дата звернення: 27.04.2024).
33. Станіславська К. І. Мистецьке шоу: маніпуляція мистецтвом чи мистецтво маніпуляції?. *Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І.К.Карпенка-Карого*. 2020. № 26. С. 109–113. URL: <https://doi.org/10.34026/1997-4264.26.2020.202643> (дата звернення: 27.04.2024).
34. Тарасенко Е. П. Вербальні та невербальні засоби переконання в політичному дискурсі: типологічний аспект : master's thesis. 2019. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/75256> (дата звернення: 27.04.2024).
35. Тернова А., Вавілова К. Невербальні засоби спілкування між оператором і тележурналістом. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Філологія*. 2019. Т. 2, № 42. С. 218–221. URL: [https://doi.org/10.24144/2663-6840.2019.2.\(42\).218-221](https://doi.org/10.24144/2663-6840.2019.2.(42).218-221) (дата звернення: 28.04.2024).
36. Тименко Д. С. Маніпуляція в міжособистісних стосунках : thesis. 2020. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/17179> (дата звернення: 27.04.2024).
37. Удовіченко Г. М., Самойленко Г. А. Деякі мовні засоби вираження емоцій в сучасному інтернет-спілкуванні. *Академічні студії. Серія «Гуманітарні науки»*. 2022. № 3. С. 153–159. URL: <https://doi.org/10.52726/as.humanities/2021.3.22> (дата звернення: 28.04.2024).

38. Федорець С. А. Суспільний вплив реклами : thesis. 2017. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/38035> (дата звернення: 27.04.2024).
39. Федоряко А. Невербальні аспекти діалогічного дискурсу : thesis. 2009. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/17041> (дата звернення: 27.04.2024).
40. Цімох Н. І. Маніпуляція суспільною свідомістю в політичних ток-шоу на телебаченні України. *Вісник КНУКіМ. Серія «Мистецтвознавство»*. 2015. № 32. С. 140–147. URL: <https://doi.org/10.31866/2410-1176.32.2015.158738> (дата звернення: 28.04.2024).
41. Шевчук О. В. Політична маніпуляція: поняття, концепції, механізм реалізації. *Актуальні проблеми політики*. 2021. № 68. С. 83–89. URL: <https://doi.org/10.32837/app.v0i68.1290> (дата звернення: 27.04.2024).
42. Apolonova L. A. Non-verbal means of optimizing the perlocutive influence of directive speech acts. *Science and Education a New Dimension*. 2021. Vol. IX(248), no. 23. P. 7–10. URL: <https://doi.org/10.31174/send-ph2021-248ix73-01> (date of access: 27.04.2024).
43. Barnhill A. What Is Manipulation?. *Manipulation*. 2014. P. 51–72. URL: <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199338207.003.0003> (date of access: 27.04.2024).
44. Blair J. A. Argumentation as Rational Persuasion. *Argumentation*. 2011. Vol. 26, no. 1. P. 71–81. URL: <https://doi.org/10.1007/s10503-011-9235-6> (date of access: 27.04.2024).
45. Central C. Podcast Transcripts of The Daily Show ... | Happy Scribe. *Happy Scribe*. URL: <https://www.happyscribe.com/public/the-daily-show-with-trevor-noah-ears-edition> (date of access: 27.04.2024).
46. Chabak L. A. Linguistic resources in political manipulation. *Social work issues: philosophy, psychology, sociology*. 2017. No. 1(9). P. 86–90. URL: [https://doi.org/10.25140/2412-1185-2017-1\(9\)-86-90](https://doi.org/10.25140/2412-1185-2017-1(9)-86-90) (date of access: 28.04.2024).
47. Colston H. L. Irony and Sarcasm. *The Routledge Handbook of Language and Humor*. New York, NY : Routledge, [2017] | Series: Routledge handbooks in linguistics,

2017. P. 234–249. URL: <https://doi.org/10.4324/9781315731162-17> (date of access: 27.04.2024).

48. Coons C., Weber M. Manipulation. *Manipulation*. 2014. P. 1–16. URL: <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199338207.003.0001> (date of access: 27.04.2024).

49. Daskalyuk O. Мовні засоби волевиявлення: комунікативно-прагматичний аспект. *Current issues of social sciences and history of medicine*. 2015. № 2. С. 80–85. URL: <https://doi.org/10.24061/2411-6181.2.2015.92> (дата звернення: 27.04.2024).

50. Dombrovska V., Prylipko V. Method of theatrical expression. *Pedagogical Education: Theory and Practice*. 2019. Vol. 2, no. 26. P. 70–76. URL: <https://doi.org/10.32626/2309-9763.2019-26-2.70-76> (date of access: 28.04.2024).

51. Gnezdilova Y. V. Metacommunication in modern linguistics: manipulative aspect. *Alfred Nobel University Journal of Philology*. 2016. Vol. 12. P. 212–217. URL: <https://doi.org/10.32342/2523-4463-2016-0-12-212-217> (date of access: 27.04.2024).

52. Gorin M. Towards a Theory of Interpersonal Manipulation. *Manipulation*. 2014. P. 73–97. URL: <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199338207.003.0004> (date of access: 27.04.2024).

53. Holubovska I. O., Levko O. V., Polishchuk A. S. Institutional manipulative discourse: modernity vs. antiquity. *Movoznavstvo*. 2019. Vol. 304, no. 1. P. 9–30. URL: <https://doi.org/10.33190/0027-2833-304-2019-1-002> (date of access: 28.04.2024).

54. Howard D. J. The positioning of rhetorical and non-rhetorical questions and the use of self-referencing in print advertising. *Journal of Business and Psychology*. 1991. Vol. 5, no. 3. P. 397–410. URL: <https://doi.org/10.1007/bf01017710> (date of access: 27.04.2024).

55. Implicit argumentation and persuasion / E. Lombardi Vallauri et al. *Journal of Argumentation in Context*. 2020. Vol. 9, no. 1. P. 95–123. URL: <https://doi.org/10.1075/jaic.00009.lom> (date of access: 27.04.2024).

56. Ivanytska M. Translation and manipulation. *Research Bulletin Series Philological Sciences*. 2021. Vol. 1, no. 193. P. 92–99. URL: <https://doi.org/10.36550/2522-4077-2021-1-193-92-99> (date of access: 28.04.2024).

57. Makarenko S. S. Manipulation of social consciousness in the process of communication. *Problems of Modern Psychology : Collection of research papers of Kamianets-Podilskyi National Ivan Ohiienko University, G. S. Kostyuk Institute of Psychology of the National Academy of Educational Sciences of Ukraine*. 2018. No. 41. P. 142–151. URL: <https://doi.org/10.32626/2227-6246.2018-41.142-151> (date of access: 27.04.2024).
58. Makiedonova O. Linguistic implementation of the strategy of argumentative impact on the addressee in the english advertising discourse. *Naukovì zapiski Naciònal'nogo unìversitetu «Ostroz'ka akademiâ». Seriâ «Filologiâ»*. 2022. Vol. 1, no. 13(81). P. 78–80. URL: [https://doi.org/10.25264/2519-2558-2022-13\(81\)-78-80](https://doi.org/10.25264/2519-2558-2022-13(81)-78-80) (date of access: 28.04.2024).
59. Masiuk O. Маніпуляція соціальними сподіваннями: *Epistemological Studies in Philosophy Social and Political Sciences*. 2019. Т. 2, № 2. С. 23–30. URL: <https://doi.org/10.15421/341921> (дата звернення: 28.04.2024).
60. Methods of argumentation. *Choice Reviews Online*. 2014. Vol. 51, no. 07. P. 51–3774–51–3774. URL: <https://doi.org/10.5860/choice.51-3774> (date of access: 27.04.2024).
61. Naumenko L. Мовні засоби як маркер індивідуальності журналіста. *State and Regions. Series: Social Communications*. 2023. № 2(54). С. 140. URL: [https://doi.org/10.32840/cru2219-8741/2023.2\(54\).17](https://doi.org/10.32840/cru2219-8741/2023.2(54).17) (дата звернення: 28.04.2024).
62. Orme S. Questions Surrounding Questions: A Rhetorical Analysis of the Use of Research Questions in Academic Writing. *National Forensic Journal*. 2012. Vol. 30, no. 1. URL: <https://doi.org/10.56816/0749-1042.1064> (date of access: 27.04.2024).
63. Ostapenko S. A., Kuts M. O. Methods of rendering emotionally coloured vocabulary in the process of literary translation. *Transcarpathian Philological Studies*. 2022. Vol. 2, no. 22. P. 190–193. URL: <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.22.2.34> (date of access: 28.04.2024).
64. Palamar N. I. Non-verbal means of the praise realization. *Alfred Nobel University Journal of Philology*. 2016. Vol. 12. P. 238–242. URL: <https://doi.org/10.32342/2523-4463-2016-0-12-238-242> (date of access: 27.04.2024).

65. Pylypchuk T. V., Liashchenko O. A. Non-verbal means of creating the comic effect in the English stand-up comedy. *Science and Education a New Dimension*. 2021. Vol. IX(251), no. 74. P. 54–56. URL: <https://doi.org/10.31174/send-ph2021-251ix74-12> (date of access: 27.04.2024).
66. Rohan O., Sasamoto R., Jackson R. Argumentation, Relevance Theory and persuasion. *International Review of Pragmatics*. 2018. Vol. 10, no. 2. P. 219–242. URL: <https://doi.org/10.1163/18773109-01002005> (date of access: 27.04.2024).
67. Rosinska O. Маніпулятивний вплив ЗМІ на свідомість в умовах інформаційної війни. Ivan Franko National University of Lviv, 2019. URL: <https://doi.org/10.30970/vjo.2019.46.10069> (дата звернення: 28.04.2024).
68. Shchetinina L. V., Rudakova S. G., Trush O. A. Manipulative Impact of Mass Media: Mechanism, Consequences and Recommendations for Counteracting. *Business Inform.* 2019. Vol. 5, no. 496. P. 246–252. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-5-246-252> (date of access: 27.04.2024).
69. Shelkovnikova Z. Non-verbal representation of narratives in the language of science. *Problems of semantics, pragmatics and cognitive linguistics*. 2018. No. 33. P. 111–123. URL: <https://doi.org/10.17721/2663-6530.2018.33.08> (date of access: 28.04.2024).
70. Sobiczewska A. Irony and Sarcasm as Tools of Contemporary Humor. *Second Language Learning and Teaching*. Cham, 2022. P. 227–242. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-030-96099-5_12 (date of access: 27.04.2024).
71. The Concept of Emotionally-Colored Vocabulary and the Main Aspects of its Inter-Language Transmission. *International Journal of Recent Technology and Engineering*. 2019. Vol. 8, no. 2S6. P. 424–430. URL: <https://doi.org/10.35940/ijrte.b1080.0782s619> (date of access: 27.04.2024).
72. The Tonight Show Starring Jimmy Fallon – NBC.com. NBC. URL: <https://www.nbc.com/the-tonight-show> (date of access: 28.04.2024).
73. Varpio L. Using rhetorical appeals to credibility, logic, and emotions to increase your persuasiveness. *Perspectives on Medical Education*. 2018. Vol. 7, no. 3. P. 207–210. URL: <https://doi.org/10.1007/s40037-018-0420-2> (date of access: 27.04.2024).

74. Zasyekina L., Tsos Y. Argumentation as the Expression of Individual Communicative Verbal Styles. *Psychological Prospects Journal*. 2016. Vol. 27. P. 31–44. URL: <https://doi.org/10.29038/2227-1376-2016-27-31-44> (date of access: 27.04.2024).

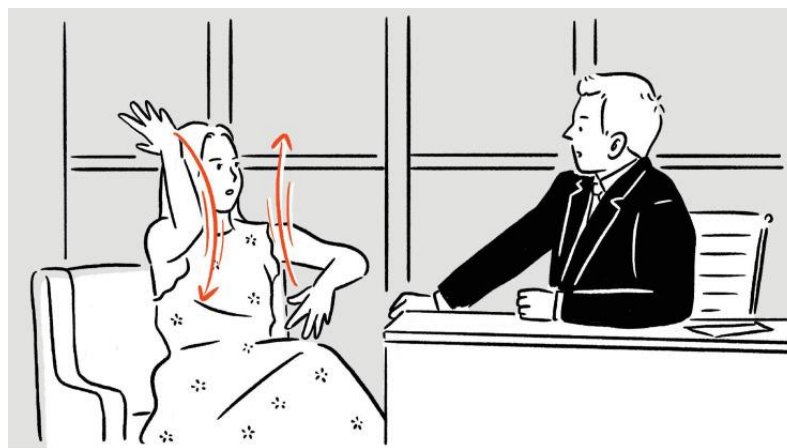
75. Zefirova T., Loukachevitch N. Irony and sarcasm expression in Twitter. *Proceedings of Third Workshop «Computational linguistics and language science»*. URL: <https://doi.org/10.29007/tpzw> (date of access: 27.04.2024).

ДОДАТКИ

Додаток А

**а**

Рисунок А1 Кейлі Куоко, описує свій досвід проведення «canyon swing»

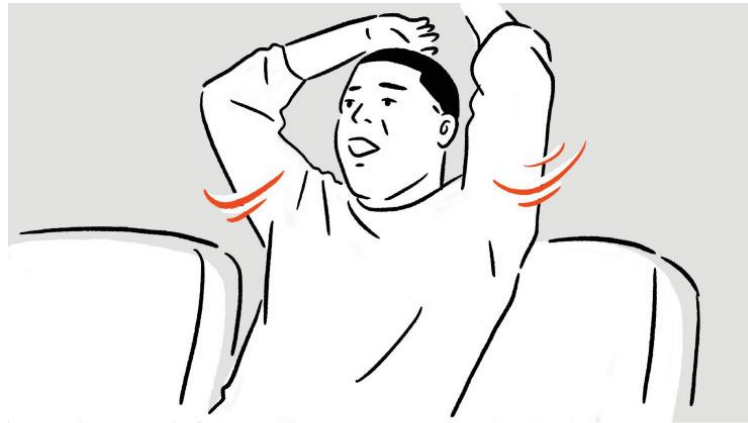


a



b

Рисунок А2 Lauren Ambrose описує, як відбувається зміна костюмів за лаштунками на Бродвеї



a



b

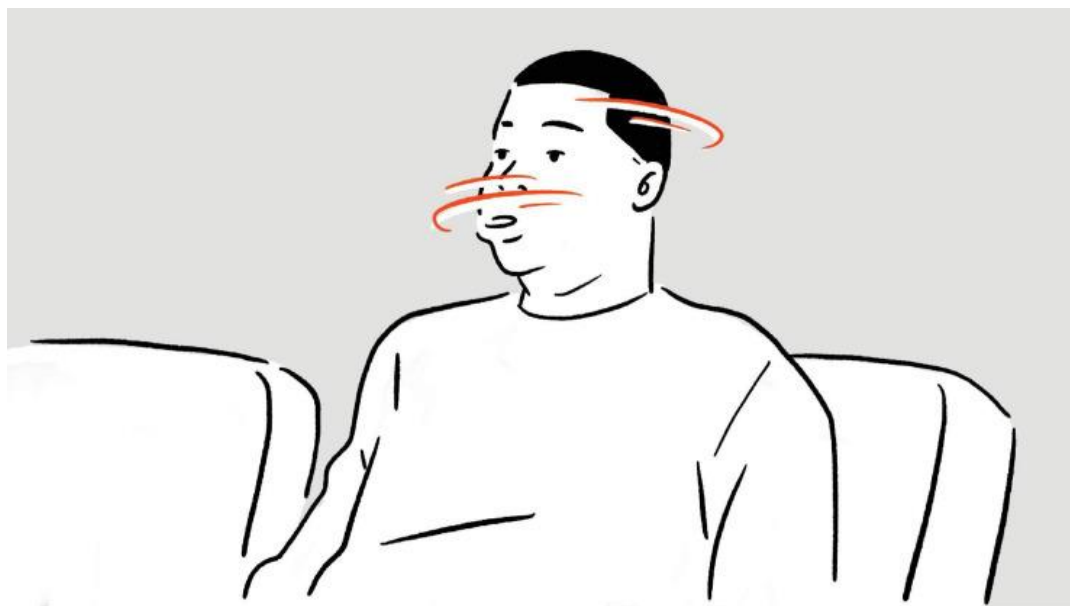


c



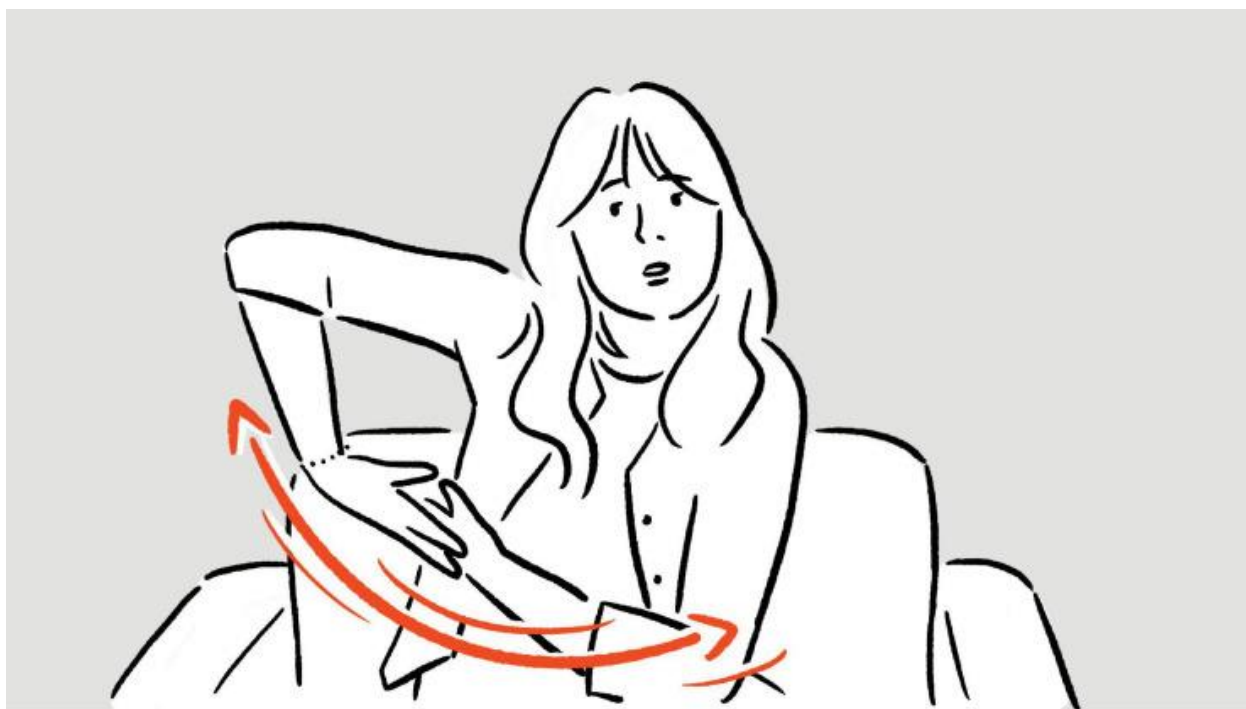
d

Рисунок А3 Трейсі Морган пояснює, що таке bingo wing



а

Рисунок А4 Трейсі Морган про якість своїх м'язів обличчя



а

Рисунок А5 Зої Дешанель про відмову в першочерговому посадці під час подорожі з донькою



Рисунок А6 Дженніфер Гарнер на каяках випадково потрапила в жваву гавань

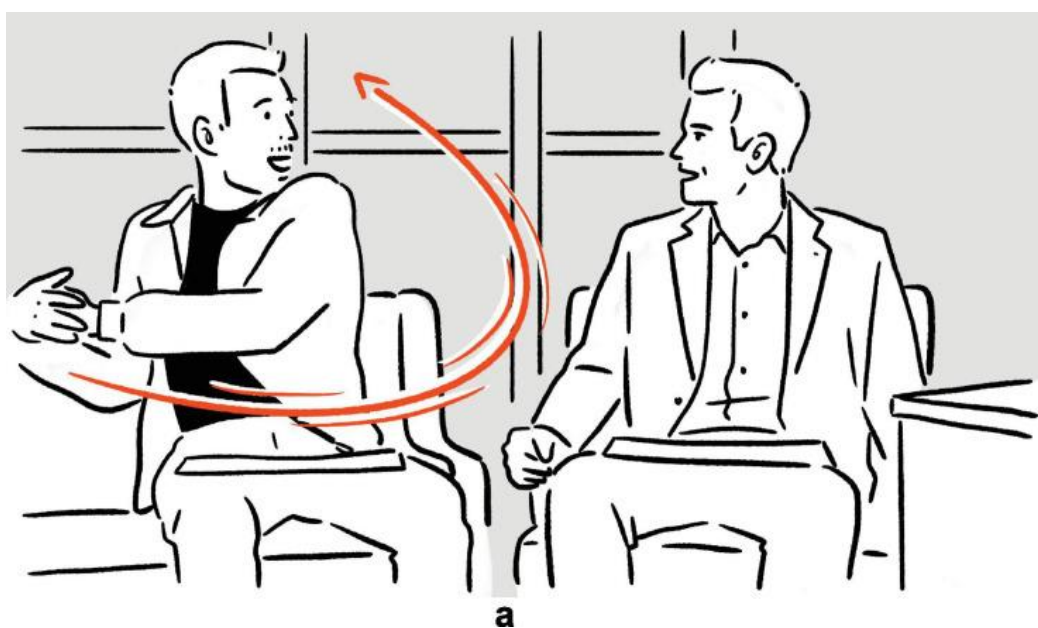


Рисунок А7 Кріс Еванс про знуцання над братом (Скотт Еванс, сидить ліворуч), в дитинстві



а

Рисунок А8 Конан О'Браєн про відсутність кмітливості



а

Рисунок А9 Емілі Блант про свої безпристрасні зворотні канали



а

Рисунок А10 Малані згадує, що спотикнувся, одягавши туфлі на високих підборах