

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:

**Мовні засоби експресії та маніпулятивного впливу в англійськомовних ток-шоу  
(ток-шоу Tonight Show Staring Jimmy Fallon)**

Виконала: студентка II курсу, групи ЗМА-2  
спеціальності: 035 Філологія  
спеціалізації: 035.041 Германські мови та літератури  
(переклад включно), перша – англійська  
Трофімчук Анастасія Ігорівна  
Керівник Лушпай Людмила Іванівна  
науковий ступінь, звання, прізвище, ім'я, по батькові

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

Острого – 2024 рік

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКСПРЕСІЇ ТА МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ В АНГЛОМОВНИХ ТОК- ШОУ.....</b>	<b>7</b>
1.1. Маніпуляція як об’єкт лінгвістичного дослідження.....	7
1.2. Маніпуляція та її особливості в сучасному медійному дискурсі....	11
1.3. Лінгвістична сутність експресії у сучасній парадигмі.....	22
Висновки до розділу 1.....	28
<b>РОЗДІЛ 2. ЗАСОБИ МАНІПУЛЯЦІЇ ТА ЕКСПРЕСІЇ У СУЧАСНОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ.....</b>	<b>30</b>
2.1. Лексичний та синтаксичний рівні вираження експресії в телевізійному дискурсі .....	30
2.2. Лінгвістичні засоби маніпулятивного впливу у сучасному медійному дискурсі.....	43
Висновки до розділу 2.....	52
<b>РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МОВНИХ ЗАСОБІВ ЕКСПРЕСІЇ ТА МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ В ТОК-ШОУ «TONIGHT SHOW STARING JIMMY FALLON».....</b>	<b>54</b>
3.1. Дискурсивний аналіз експресивних засобів у ток-шоу «Tonight Show Staring Jimmy Fallon».....	54
3.2. Методи та прийоми маніпуляції в контексті ток-шоу «Tonight Show Staring Jimmy Fallon».....	67
Висновки до розділу 3.....	75
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>77</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>81</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Сучасний медіадискурс відіграє важливу роль у формуванні громадської думки та впливі на масову свідомість. В умовах зростання ролі медіа у суспільстві, зокрема телебачення, особливої уваги заслуговують ток-шоу як один із найпопулярніших жанрів телевізійних програм. Ток-шоу поєднують у собі інформаційно-розважальну та дискусійну функції, і тому мають значний потенціал для маніпуляції аудиторією.

Мова ток-шоу вирізняється своєю виразністю та динамічністю. Ведучі використовують різноманітні мовні засоби для утримання уваги глядачів, створення емоційного резонансу та формування певних настроїв. Особливо цікавим є аналіз мовних засобів експресії, які дозволяють підкреслити емоційність висловлювань, та маніпулятивного впливу, що спрямований на приховане управління поведінкою і думками аудиторії.

Актуальність дослідження мовних засобів експресії та маніпулятивного впливу в англomовних ток-шоу зумовлена необхідністю глибшого розуміння механізмів, які використовуються для впливу на аудиторію. Аналіз ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon» дозволяє виявити специфіку мовного оформлення розважально-інформаційного дискурсу та розкрити прийоми, що забезпечують ефективний комунікативний вплив.

Вивчення мовних засобів експресії та маніпулятивного впливу в медійному дискурсі привертає значну увагу дослідників з різних галузей, зокрема лінгвістики, психології та медіазнавства.

А. Акопова, Т. А. ван Дейк, Н. Фейрклаф, Р. Е. Гудін, М. Хоссейн та Д. Майллат і С. Освальд досліджують різні типи маніпуляційних технік і способи їх застосування у мовному дискурсі. Другу групу складають дослідники, які вивчають експресію у мовленні. Н. Бойко, І. Волянюк, Н. Дащенко, М. Ідзьо, В. Ільченко, Т. Коваленко, Н. Ковальська, Н. Лютянська, М. Мілова, Н. Прокопенко та інші зосереджуються на аналізі лексичних і синтаксичних засобів, які підсилюють

емоційне забарвлення висловлювань, роблячи їх більш виразними та переконливими.

Дослідження Д. Кристала, А. Вежбицької, Р. Водак, О. Арешенкової, Ф. Бацевич, С. Форманової, О. Боевої, О. Чайковської, О. Хорошун, О. Черниш, Н. Шерстюк та М. Янкович охоплюють широкий спектр тем, від аналізу дискурсу у блогах до дослідження маніпулятивних стратегій у політичному дискурсі. Крім того, деякі дослідники, такі як О. Подшивайлова, Ю. Половинчак та В. Романюк, досліджують маніпулятивний дискурс у політичному контексті.

**Мета роботи** – виявлення та аналіз мовних засобів експресії та маніпулятивного впливу, що використовуються в англомовних ток-шоу, зокрема в «Tonight Show Starring Jimmy Fallon».

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких **завдань**:

- окреслити теоретичні засади дослідження експресії та маніпулятивного впливу в англомовних ток-шоу;
- дослідити засоби маніпуляції та експресії у сучасному медійному дискурсі;
- здійснити дискурсивний аналіз експресивних засобів у ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon»;
- проаналізувати методи та прийоми маніпуляції в контексті ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon».

**Об'єктом** дослідження є мовні засоби експресії та маніпулятивного впливу.

**Предмет** дослідження – лексичні та синтаксичні засоби, а також методи та прийоми маніпуляції та експресії, які застосовуються в мовному дискурсі ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon».

**Матеріалом дослідження** є відеозаписи епізодів ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon», транскрипти діалогів та монологів ведучого і гостей шоу, а також текстові та візуальні елементи, які використовуються під час програм.

**Методи дослідження.** Для досягнення визначеної у магістерській роботі мети і розв'язання поставлених завдань на різних етапах дослідження використовувався

комплекс методів, які доповнювали один одного і забезпечують можливість комплексного пізнання предмету дослідження. Крім загальнонаукових вивчення наукових джерел, аналізу і синтезу, в роботі були використані такі методи, як описовий, зіставний методи, метод контекстуального та інтерпретаційного аналізу, метод кількісного аналізу, метод прагматистичного аналізу та метод суцільної вибірки.

**Теоретичне значення** роботи полягає у поглибленні знань про лінгвістичні засоби експресії та маніпулятивного впливу в медійному дискурсі, зокрема в англійських ток-шоу. Дослідження допомагає зрозуміти механізми створення емоційного впливу на глядачів та виявити лексичні і синтаксичні прийоми, які сприяють цьому впливу.

**Наукова новизна** дослідження полягає у вперше здійсненому комплексному аналізі мовних засобів експресії та маніпулятивного впливу в контексті конкретного англійського ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon». Було доповнено теоретичні уявлення про функціонування маніпулятивних та експресивних елементів у медійному дискурсі, а також конкретизовано методи їх використання в умовах сучасного телевізійного шоу.

**Практичне значення** полягає в тому, що результати дослідження можуть бути використані студентами філологічних і медіа-спеціальностей для подальших наукових досліджень у галузі лінгвістики, медіазнавства та комунікацій. Вони можуть слугувати основою для написання курсових, дипломних та магістерських робіт, а також для проведення власних емпіричних досліджень. Також матеріали і висновки роботи можуть бути інтегровані у викладання навчальних курсів, зокрема таких дисциплін, як «Медіалінгвістика», «Психолінгвістика», «Медіакомунікації» та «Журналістика».

**Структура дипломної роботи** зумовлена метою та завданнями дослідження і складається зі вступу, трьох розділів, висновку, списку використаних джерел та літератури. Загальний обсяг роботи становить 91 сторінку, з них 78 сторінок обсяг основного тексту. Список джерел та літератури загалом становить 101 позицію.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКСПРЕСІЇ ТА МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ В АНГЛОМОВНИХ ТОК-ШОУ

### 1.1. Маніпуляція як об'єкт лінгвістичного дослідження

Проблему маніпуляції можна досліджувати з різних наукових поглядів, включаючи політологію, соціологію, психологію та лінгвістику. Історія вивчення цього феномена має глибоке коріння, оскільки маніпуляція є складним та суперечливим явищем, яке цікавило багатьох науковців протягом багатьох років. Маніпуляцію часто визначають як спосіб досягнення цілей за допомогою хитрощів, прихованих маневрів і мовних засобів [924, с. 148]. Наприкінці ХХ та на початку ХХІ століття відбулися значні зміни, що сприяли розширенню кола мовознавчих досліджень. Нові напрями в лінгвістиці вплинули на вивчення мови з точки зору її функціональних аспектів.

Наприкінці ХХ століття дослідження впливу мови на свідомість людини почали зосереджуватися на конкретних мовних прийомах. Це зрушення було зумовлене активним розвитком гуманітарних наук та зростанням кількості міждисциплінарних досліджень [47, с. 43]. У 50-х роках ХХ століття виник новий напрямок у лінгвістиці – психолінгвістика, яка досліджує взаємозв'язки між мовою, мисленням і свідомістю [91, с. 25]. Психолінгвістичні дослідження звертають особливу увагу на питання мовного впливу на адресата. В рамках цього напрямку доведено, що вплив за допомогою мовних засобів є навмисною перебудовою смислової сфери особистості. Соціально орієнтований текст має на меті привернути увагу, оптимізувати сприйняття та вплинути на розуміння змісту реципієнтом [83].

Протягом тривалого часу знання про маніпуляцію як прихований психологічний вплив накопичувалися в повсякденному досвіді, художній творчості та наукових дослідженнях. С. Лозниця зазначає, що в сучасному світі насильницькі методи примусу, такі як політичний, правовий, економічний, соціальний та релігійний контроль, втратили свою значимість, поступаючись місцем різним формам переконання, прихованого контролю, неявної залежності та соціальної

відчуженості [43, с. 142]. Н. Гребінь правильно вказує, що перехід до інформаційного суспільства сприяє трансформації психологічного впливу, перенесенню його з таких сфер суспільного життя, як політика, дипломатія, військове мистецтво, торгівля та реклама, у сферу масового використання як технологій та ідеологій соціальної взаємодії та спілкування людей [16, с. 80].

Для розуміння маніпулятивного впливу важливо спершу розібратися з поняттям впливу взагалі. Дослідники, визначаючи сутність поняття «вплив», часто звертаються до наукової категорії «взаємодія» і похідного від неї поняття «взаємовплив». П. Волинець зазначає, що сьогодні існує тенденція розглядати вплив як елемент психологічної взаємодії, що часто призводить до ототожнення цих понять [9, с. 15]. У психологічних словниках вплив під час взаємодії трактується як процес, в якому індивід змінює поведінку іншої людини, її установки, наміри та уявлення, а також як результат діяльності суб'єкта [79, с. 65].

Поняття «маніпуляція» має як пряме, так і метафоричне значення. Спочатку слово «маніпуляція» (лат. *manipulare*) мало позитивне значення і означало «керувати зі знанням справи» [93, с. 349]. Перехідним етапом до метафоричного значення стало використання цього терміну у контексті демонстрації різних фокусів та картярських ігор, де важливо було не лише вправно виконувати дії, а й приховувати справжні наміри та відволікати увагу глядачів [16, с. 84]. Згодом термін «маніпуляція» набув непрямого значення і став означати прагнення «прибрати до рук», «спіймати на гачок», або спробу перетворити людину на слухняне знаряддя, маріонетку. Метафоричне значення маніпуляції також включає такі характеристики, як майстерність виконання та створення в людини ілюзії самостійності прийняття рішень і виконання дій [67, с. 78].

Р. Е. Гудін вперше визначив термін «маніпуляція» як прихований та оманливий вплив, який використовується мовцем (маніпулятором) з метою навмисного впливу на переконання, бажання та/або емоції іншої людини, зазвичай не в її інтересах, або, принаймні, не в її найкращих інтересах у даному контексті [89, с. 59]. Таким чином, переконання, бажання та емоції маніпулятора домінують. А.

Вейр також визначає маніпуляцію як прихований вплив мовця на адресата, який не знає або не розуміє способів, якими маніпулятор впливає на його вибір [98, с. 149].

Маніпуляція як вид психологічного впливу визначається як приховане спонукання адресата до переживання певних емоцій, зміни ставлення до чогось та виконання дій, необхідних для досягнення цілей ініціатора впливу [16, с. 83]. Іншими словами, маніпуляція – це прихований вплив, який об'єкт маніпуляції не повинен усвідомлювати. Вона включає не лише владу, а й зловживання нею, що призводить до домінування. Для успішної маніпуляції важливо, щоб вона залишалася непомітною. Маніпуляція досягає свого успіху, коли маніпульована особа вважає, що всі її дії є природними і неминучими [86, с. 360]. Це потребує створення фальшивої реальності, у якій маніпулятивний вплив залишається невидимим [38, с. 219]. Для ефективного управління людьми необхідно переконати їх у власній незалежності.

Існує широкий спектр тактик маніпулятивного впливу, від прямого спотворення фактів і поширення неправдивої інформації до більш витончених методів, зокрема лінгвістичних тактик [37, с. 85]. Лінгвістичні тактики, або мовна маніпуляція, є особливо цікавими. Є. Борисова та Ю. Мартем'янов визначають мовну маніпуляцію як використання особливостей мови та принципів її вживання для прихованого впливу на адресата в потрібному для мовця напрямі. Коли мовець використовує приховані можливості мови для нав'язування реципієнту певного уявлення про дійсність, ставлення до неї, емоційної реакції чи наміру, що не збігаються з тими, які адресат міг би сформулювати самостійно, це і є мовна маніпуляція [18, с. 6].

К. Кунс і М. Вебер також досліджують це питання і відзначають, що мовна маніпуляція часто має конотації хитрості, які зазвичай невідомі її жертві. Вони підкреслюють, що маніпуляція вводить в оману адресата проти його волі [84, с. 9]. Вчені зазначають, що мовна маніпуляція відрізняється не стільки використанням прихованих засобів впливу або слабких аргументів, замаскованих під сильні, скільки своїм специфічним впливом на ціль. Вона спрямована на слабкі сторони



об'єкта впливу, використовуючи їх без поліпшення його розуміння ситуації [84, с. 46].

Вважається, що мовленнєві механізми, які керують процесами мовної маніпуляції, виникли спонтанно, оскільки сама мова певною мірою сприяє спотворенню об'єктивної реальності. Це відбувається через використання не лише конкретних позначень, але й неточних, розмитих, неоднозначних деномінацій. Брехня та маніпуляція протиставляються різним типам правди: брехня суперечить «смісловій правді», тоді як маніпуляція протистоїть «прагматичній правді» [16, с. 84].

М. Фаден та Т. Бечамп намагаються класифікувати типи мовної маніпуляції, виділяючи такі категорії:

1. Маніпулювання варіантами: цей тип включає зміну варіантів у середовищі шляхом збільшення або зменшення доступних опцій, а також використання винагород або загроз покарання.

2. Маніпулювання інформацією: тут йдеться про зміну сприйняття людиною можливостей через вплив на її розуміння ситуації непереконливими засобами.

3. Психологічна маніпуляція: цей тип маніпуляції впливає на психічні процеси, що відрізняються від тих, які задіяні в розумінні ситуації [87, с. 70].

Мовна маніпуляція відбувається, коли слухач не може розпізнати приховані наміри мовця. Оскільки одним із ключових аспектів маніпулятивного висловлювання є специфічна інтенціональність, для виявлення маніпуляції необхідно аналізувати такі параметри, як мета вербальної комунікації, комунікативний намір, причина та мотив. Маніпуляція є прагматичною дією, яка досягає своїх цілей без явного вираження комунікативних намірів. Оратор майстерно обирає форму висловлювання, яка не містить прямих сигналів про його справжнє ставлення. Збільшуючи рівень неадекватного сприйняття інформаційного поля, маніпуляція розширює ілюзорну суб'єктивну реальність [16, с. 85].

Мовна маніпуляція може відбуватися як складний, багатоступеневий процес (наприклад, у випадку з інформаційною пропагандою або просуванням проєктів), або ж як відносно простий акт впливу в міжособистісному спілкуванні. Визначити

мовні характеристики маніпулятивного впливу важко, оскільки вони зазвичай не виходять за межі звичайної мовленнєвої практики. Проте аналіз мовних засобів, характерних для маніпулятивних текстів, є важливим для виявлення факту маніпуляції. Маніпулятивність мовлення не зумовлена використанням конкретних лексичних або граматичних одиниць, а залежить від намірів мовця, характеру висловлювання та соціального контексту спілкування. Мова надає широкий арсенал засобів для реалізації маніпулятивних цілей, і мовна маніпуляція створюється за допомогою мовних одиниць різного рівня, що допомагають досягати намірів мовця [16, с. 84].

Механізм маніпулятивного мовленнєвого впливу здійснюється через зміну мовної картини світу, коли реципієнт приймає нові асоціації і замінює первинні значення вторинними в своїй мовній картині світу. При цьому його «стара» особистість пригнічується, а «нова» мова встановлює контроль над його свідомістю [66, с. 158].

До інструментів мовної маніпуляції відносяться тактики, прийоми та вербальні засоби, які використовуються для реалізації стратегій створення ілюзій, генерації емоційної напруги, героїзації, дискредитації або антидискредитації [65, с. 106].

І. Рудик та І. Муратова зазначають найпоширеніші прийоми мовленнєвої маніпуляції, до яких належать: використання чуток, створення контрасту, висміювання, відволікання, недомовленість (контекст), відвертість заяви, інформаційний шум, використання лякаючої тематики, а також спотворення і конструювання фактів [60, с. 188].

Л. Чік виділяє наступні засоби мовного маніпулювання, що відносяться до лінгвістики:

1. Багаторазове, наполегливе повторення одних і тих самих фраз.
2. Заяви та спрощення.
3. Евфемізація мови (евфемізми – це індивідуально-контекстні заміни одних слів іншими для спотворення або маскуванню справжньої сутності того, про що йдеться) [78, с. 122].

В. Посмітна додає до цього списку такі засоби:

4. Використання кліше, штампів, стереотипів.
5. Оцінну лексику.
6. Лексику з емоційними і експресивними конотаціями.
7. Складність визначення термінів.
8. Демонізацію опонента.
9. Підтвердження власного благородства.
10. Посилання на авторитети.
11. Маніпулювання фактичною інформацією.
12. Риторичні прийоми.
13. Використання імпліцитності.
14. Використання жанрової палітри та очікувань риторики жанру [56, с.

249].

Розглядаючи маніпуляції з лінгвістичної точки зору, доцільно звернути увагу на використання власне мовних засобів, які часто взаємодіють із паралінгвістичними засобами для здійснення маніпулятивного впливу на адресата. Водночас, вплив стереотипів і установок сприяє поширенню стратегії побудови комунікативної ситуації або образу партнера, враховуючи елементи анонімності та відсутність невербального спілкування, що може підвищити рівень маніпулятивності комунікативного процесу загалом [90, с. 71].

Таким чином, маніпуляція проявляється в різних аспектах людського життя і передбачає вплив на свідомість та світогляд людини з метою отримання маніпулятором певних переваг. Вона визначається як приховане спонукання адресата до переживання певних емоційних станів, зміни ставлення до чогось та виконання дій, необхідних для досягнення цілей ініціатора впливу. Мовна маніпуляція, своєю чергою, розуміється як використання особливостей мови та принципів її застосування для прихованого впливу на адресата в потрібному для мовця напрямку. Її існування зумовлене тим, що сама мова сприяє спотворенню об'єктивної реальності, пропонуючи не лише конкретні позначення, але й неточні, розмиті, неоднозначні терміни. Механізм мовної маніпуляції полягає у зміні мовної

картини світу, коли реципієнт приймає «надбудовані» асоціації, замінюючи первинні значення вторинними у своїй мовній системі. Інструментарій мовної маніпуляції включає тактики, прийоми та вербальні засоби, що реалізують маніпулятивні стратегії. Основними засобами мовної маніпуляції є вербальні елементи, такі як повтори, спрощення, евфемізми, кліше, штампи, стереотипи, емоційна та оцінна лексика, риторичні прийоми, та невербальні елементи, зокрема паралінгвістичні засоби.

## **1.2. Маніпуляція та її особливості в сучасному медійному дискурсі**

Проблематика дискурсу останнім часом стала однією з найактуальніших і найпопулярніших у гуманітарних дослідженнях. Термін «дискурс» широко використовується в різних науках, таких як лінгвістика, літературознавство, соціологія, філософія, соціальна психологія та інших галузях. Він застосовується при аналізі художніх та нехудожніх текстів і має дуже широкий спектр значень [12, с. 156]. Н. Шерстюк зазначає, що «спроба опису і вивчення мови без врахування самих комунікантів, їх мовленнєвої діяльності, а також різної ролі мовця і слухача, при недостатній увазі до семантичної структури мови, яка відображає особливості розумової діяльності людей, не може бути успішною» [81, с. 52].

В. Андрущенко визначає дискурс як «мову в мові», але представлену у вигляді особливої соціальної даності [1, с. 6].

Одним із перших термін «дискурс» використав З. Харріс, який у 1952 році опублікував статтю «Аналіз дискурсу». Т. Кириченко зазначає, що він застосовував цей термін для позначення дистрибутивного аналізу тексту із залученням до його опису соціокультурної ситуації [30, с. 195]. Сьогодні наука розуміє під терміном «дискурс» практично все, що робить цей термін надзвичайно популярним, оскільки поняття дискурсу настільки ж розпливчате, як поняття мови, суспільства та ідеології. Отже, дискурс – це:

По-перше, «інтерактивна діяльність учасників спілкування, спрямована на встановлення та підтримку контакту» [58, с. 150],

По-друге, дискурс відображає залежність мовного продукту від значної кількості екстралінгвістичних обставин, таких як знання про світ, думки, установки та конкретні цілі мовця [4, с. 31];

По-третє, дискурс є вербалізацією певної ментальності, способом інтерпретації навколишньої дійсності, властивим певному соціуму способом бачення світу. Як зазначає К. Серажим, «дискурс – це мова, занурена в життя» [64, с. 174].

Також важко не погодитися з Д. Шиффріном у тому, що без дискурсу ми не можемо зрозуміти реальність, досвід та нас самих [96]. Дискурс охоплює все, що говориться та пишеться людиною, і тому терміни «мовлення» та «текст» є частинами більш загального поняття «дискурс», яке їх об'єднує. [81, с. 124]. О. Ісаєнко зазначає, що як текст, так і дискурс мають комунікативну природу, але дискурс є ширшим поняттям. Воно включає не лише мовні або письмові вираження, але й сукупність екстралінгвістичних факторів, які у соціальному контексті допомагають зрозуміти текст і умови його функціонування в суспільстві [27, с. 94].

З позицій соціолінгвістики Р. Водак виокремлює два основних типи дискурсу: персональний (орієнтований на особистість) та інституційний. Дослідник справедливо зауважує, що інституційний дискурс є винятком, а не правилом [101, с. 55–57].

Термін «медіа» (від латинського *medium*, *media* «засоби, посередники») у сучасному світі часто використовується як синонім для засобів масової комунікації (ЗМІ), включаючи друк, фотографію, радіо, кінематограф, телебачення, відео та мультимедійні комп'ютерні системи [14, с. 29]. Це поняття глибоко досліджено і висвітлено в роботах Д. Крістела. Автор підкреслює, що «засоби спілкування – книгодрукування, кіно, радіо тощо – є не просто засобами передачі інформації, вони часто самі по собі є повідомленням», і що мова медіа, як і будь-яка інша мова, є технологією. [85, с. 100]. Для більш точного розуміння терміну «медіа» звернемося до визначення А. В. Федорова: «медіа – це технічні засоби для створення, запису,

копіювання, тиражування, зберігання, розповсюдження, сприйняття інформації та обміну нею між суб'єктом (автором медіатексту) і об'єктом (масовою аудиторією)» [63, с. 361].

Поняття «медійний дискурс» походить від загальної концепції дискурсу і включає сукупність процесів і продуктів мовленнєвої діяльності у сфері масової комунікації, з усіма їхніми взаємодіями та складнощами [61, с. 64]. Представники діяльнісного підходу розглядають медійний дискурс як реальність, створену засобами масової комунікації, що забезпечують продукування, зберігання та поширення суспільно важливої інформації [36].

Н. Лютянська зазначає, що в сучасному суспільстві, де інформація відіграє провідну роль, медійний дискурс є ключовим типом дискурсу. Він забезпечує рух соціальної думки та формує концептуальну картину світу людини [44, с. 137].

У сучасній лінгвістиці існують два підходи до визначення медійного дискурсу. Перший підхід розглядає медійний дискурс як специфічний вид мовленнєво-мисленнєвої діяльності, характерний виключно для інформаційного медійного простору. Згідно з цим підходом, медійний дискурс слід відрізняти від інших типів дискурсу, таких як політичний, релігійний, науковий тощо. Відмінності між ними визначаються різницею в параметрах дискурсу, що включає використання різних мовних практик та специфічні комунікативні ситуації його реалізації [77].

Другий підхід розглядає медійний дискурс як будь-який вид дискурсу, що реалізується в медіапросторі та створюється засобами масової інформації [8]. О. Черниш визначає медійний дискурс як «сукупність процесів та продуктів мовленнєвої діяльності у сфері масової комунікації у всьому їхньому різноманітті та складності взаємодії» [77]. Таким чином, можна говорити про політичний, релігійний, науковий медійні дискурси, оскільки ці типи інституційного дискурсу потребують наявності набору відносно стабільних правил формування, інтерпретації та передачі масової інформації для своєї реалізації.

У медійному дискурсі використовуються тексти, створені журналістами або поширювані через пресу, радіо, телебачення та Інтернет. Це особливий вид масової комунікації та соціальне явище, основною метою якого є вплив на масову аудиторію

шляхом передачі смислової й оцінної інформації через канали ЗМІ. Цей процес включає актуалізацію інформації за допомогою різноманітних комунікативних засобів інституту ЗМІ [77].

Виходячи з основних функцій засобів масової інформації в суспільстві, які визначили вітчизняні та західні науковці, можна виділити наступні функції медіадискурсу:

1. Інформативну
2. Соціалізуючу
3. Встановлення «порядку денного»
4. Політичну
5. Вплив на свідомість та формування громадської думки
6. Розважальну [41: 9].

На думку О. О. Хорошун, основними функціями медійного дискурсу є інформативна та маніпулятивна [72].

Маніпулятивна функція медійного дискурсу спрямована на вплив на читача. Автор матеріалу стимулює певну поведінку читача, викликаючи зміни в його системі цінностей. Маніпуляцію в дискурсі здебільшого розуміють як «комунікативну та інтерактивну практику, в якій маніпулятор контролює інших людей, здебільшого проти їхньої волі чи найкращих інтересів» [86, с. 360]. У медійному дискурсі, що часто перетинається з політичним, маніпуляція полягає в нав'язуванні читачеві таких інтерпретацій подій чи ситуацій, які вигідні маніпулятору [28].

Медійний дискурс має ряд передумов для маніпулювання суспільною свідомістю. Його маніпулятивний потенціал обумовлений, насамперед, інтенціональною установкою цього типу дискурсу [54, с. 303]. Основним завданням медійного дискурсу є вплив на формування громадської думки. Ця мета досягається завдяки тому, що медійний дискурс є комунікативним явищем, а будь-яке спілкування – це цілеспрямований вплив [24, с. 83].

У медійному дискурсі журналісти виконують роль посередників. Оскільки населення віддалене від більшості подій і не може безпосередньо спостерігати за

ними, журналісти створюють віртуальну реальність і представляють її як дійсність [54, с. 305]. Таким чином, журналіст у медійному тексті зображує не тільки саму подію, але й її психічний образ, описуючи об'єктивні дані події і водночас підкреслюючи певні аспекти, формуючи таким чином громадську думку про подію [72].

У дискурсі, де один з учасників має більшу владу, ніж інший (або інші), відбувається контроль і обмеження комунікативного внеску слабшої сторони. Н. Ферклау визначає три основних типи таких обмежень:

1. Обмеження на зміст висловлювань.
2. Обмеження на соціальні відносини між учасниками розмови.
3. Обмеження на суб'єктні позиції співрозмовників [88].

Описані обмеження можна спостерігати як у персональному (чи особистісному) дискурсі, наприклад, під час взаємодії ведучого й слухача в ток-шоу на радіо, так і в інституційному дискурсі, як-от у судових засіданнях, взаємодії між лікарем і пацієнтом, або між вчителем і учнем [88, с. 84].

Інша ситуація спостерігається у жанрах медійного дискурсу, де немає переходу мовленнєвого ходу від адресанта до адресата. Це створює можливість для необмеженого контролю з боку мовця або автора, зокрема контролю над змістом висловлювання. За таких умов мовцю надається можливість самотійно визначати, які теми слід висвітлювати, а які – обходити мовчанням. У цьому випадку ми маємо справу з замовчуванням або маніпулятивним мовчанням, яке дає маніпулятору можливість непомітно впливати на формування ментальних моделей адресата. Це означає вплив на індивідуальні, суб'єктивні погляди й емоції, що асоціюються у нього з певним словом, темою або подією. Висвітлюючи певні теми й замовчуючи інші, можна активізувати бажані фрейми і подати інформацію під потрібним кутом. Проте значно масштабніші результати можна досягти, маніпулюючи не індивідуальною, а соціальною свідомістю [59].

Масова (соціальна) свідомість базується на стереотипах, які відображають усталені уявлення людей про різні явища, сформовані під впливом конкретних



соціальних умов та попереднього досвіду. Стереотипи допомагають людям формувати певні норми, цінності, образи поведінки тощо [59].

Соціальні медіа представляють собою новий вид медійного дискурсу, який охоплює різні платформи:

1. Соціальні мережі: Платформи, як-от Facebook, призначені для горизонтального спілкування між зацікавленими користувачами.

2. Блогосфера: Сукупність блогів – вебсторінок, які регулярно оновлюються з датованими записами, а також спільнота блогерів, що читають, коментують та посилаються один на одного, створюючи нову субкультуру.

3. Мікроблогінг: Гібридна форма медіа, яка поєднує властивості служб миттєвих повідомлень, блогів, електронної пошти та соціальних мереж для оперативного спілкування.

4. Відеохостинги: Платформи, на яких користувачі можуть додавати, переглядати і коментувати відеозаписи, а також інші сервіси мережі [92].

Сприйняття інформації, що поширюється через телебачення, часто буває некритичним. Однією з причин цього є величезний потік інформації та швидкість її оновлення: глядачі або сприймають інформацію негайно, або ж вона швидко забувається, потопаючи в нових повідомленнях. Це явище можна порівняти з терміном «серфінг» в англійській мові, який означає швидке переміщення з одного місця на інше, не затримуючись довго на жодному з них.

На сучасному етапі розвитку інформаційних технологій здатність швидко знаходити, осмислювати, оцінювати та використовувати інформацію з усіма її зв'язками стала необхідною навичкою [54, с. 303]. Однак ця здатність часто супроводжується поверховістю сприйняття, коли глядачі зосереджуються на яскравих і привабливих аспектах повідомлень, замість глибокого аналізу чи рефлексії [55].

На телебаченні, де повідомлення швидко змінюються і подаються в стислому форматі, маніпуляція стає особливо ефективною. Глядачі часто приймають інформацію без критичного осмислення, що дозволяє маніпуляторам впливати на їхні думки і поведінку через підбір специфічних кадрів, інтонацій та контексту.

На телебаченні часто бракує не лише часу, а й навичок для глибокого аналізу отриманої інформації. Це частково пояснюється доступністю інформації в інтернет-комунікаціях, де пояснення будь-якого факту можна знайти на будь-якому рівні складності – від енциклопедичних статей до форумів з обговореннями, карикатур, і відеороликів. Така доступність інформації, разом зі зростаючими обсягами контенту, змінює культуру споживання медіаповідомлень.

Телебачення адаптується до цих змін, подаючи інформацію у стислому та візуально привабливому форматі, щоб утримати увагу глядачів, які звикли до швидкого і легкого сприйняття інформації. Це призводить до того, що глядачі частіше віддають перевагу коротким новинам і візуальним образам, ніж довгим аналітичним програмам. У такому контексті маніпуляція стає особливо ефективною, адже поверхове сприйняття дозволяє медіа контролювати наратив, підбираючи специфічні кадри, інтонації та контекст для створення бажаного враження [55].

Потенціал маніпулятивності телевізійного дискурсу значною мірою обумовлений його високою емоційністю. Це пов'язано, з одного боку, із здатністю телебачення створювати індивідуалізований контент, який дозволяє глядачам відчувати себе частиною подій, стати свідками або навіть учасниками віртуальної реальності. Телебачення задовольняє потреби аудиторії у самовираженні та самореалізації, формуючи у глядачів відчуття залученості та персональної значимості.

Ця індивідуалізованість і суб'єктивність у подачі матеріалів робить телевізійний дискурс особливо експресивним. Ведучі та репортери часто висловлюють свою особисту позицію, що підсилює емоційний вплив на аудиторію. Використовуючи візуальні і звукові ефекти, телебачення створює потужний емоційний фон, який може легко маніпулювати свідомістю глядачів, підсилюючи певні аспекти та зменшуючи значення інших.

З іншого боку, впливовість телевізійного дискурсу значною мірою визначається його візуальною привабливістю і видовищністю. Телебачення, завдяки новітнім технологіям, може об'єднувати різні знакові системи в одному потоці інформації, поєднуючи графіку, текст, відео, аудіо, фотографії, анімацію, звукові

ефекти та супровід. Це розширює можливості передачі інформації, змінюючи баланс між статикою і динамікою контенту.

Телебачення дозволяє глядачам переживати події разом, незалежно від їх місця перебування. Вони можуть спостерігати за масовими заходами, такими як спортивні, культурні або політичні події, а також за бойовими діями в режимі реального часу. Такий підхід створює досвід спільного переживання та формує сильні емоційні зв'язки між глядачами.

Висока емоційність і видовищність телевізійного контенту підвищують рівень його експресивності, що робить телебачення потужним інструментом впливу на масову свідомість. Цей вплив посилюється за рахунок можливості передачі багатоканальної інформації, що дозволяє створювати потужні візуальні та емоційні ефекти, здатні маніпулювати сприйняттям і формувати потрібні наративи у глядачів [55].

Отже, медійний дискурс являє собою інституційний тип дискурсу, тобто реальність, яка створюється засобами масової інформації. Вони посередковують виробництво, зберігання та поширення суспільно значущої інформації. Це включає сукупність процесів і продуктів мовленнєвої діяльності у сфері масової комунікації, враховуючи їх різноманітність і складність взаємодії. Телевізійний дискурс – це специфічна форма медійного дискурсу, яка створює реальність через засоби масової комунікації. Він забезпечує виробництво, збереження та поширення важливої суспільної інформації, охоплюючи широкий спектр мовленнєвих процесів і продуктів у сфері телебачення. Як соціальне явище, телевізійний дискурс володіє значним маніпулятивним впливом, що обумовлюється інтенційністю самого дискурсу, його комунікативною спрямованістю, а також роллю журналістів, які виступають посередниками між подіями та глядачами.

Крім того, поява нових форм медійного дискурсу, таких як соціальні медіа, змінює сприйняття мас-медіа. Відсутність критичного аналізу інформації, висока емоційність та візуальна насиченість таких текстів посилюють їх маніпулятивний вплив. Це сприяє створенню контенту, який легко сприймається без глибокого аналізу, збільшуючи його ефективність у формуванні громадської думки.

### 1.3. Лінгвістична сутність експресії у сучасній парадигмі

У сучасному мовознавстві існують різноманітні підходи до визначення понять експресії, експресивності та експресивної лексики, оскільки дослідники мають різні погляди на сутність та значення цих термінів у мовних системах. Важливо підкреслити, що категорія експресії притаманна мовним одиницям на всіх рівнях і має чітко виражені позитивні або негативні конотації, які вивчаються з різних наукових аспектів.

Що стосується поняття експресивності, його природу було досліджено з кількох точок зору: лінгвістичної, лексикологічної, лінгвостилістичної, соціолінгвістичної та психолінгвістичної. Після детального аналізу номінативного лексичного складу мови експресивність стає об'єктом спеціального лінгвістичного аналізу, який включає вивчення мовних одиниць та їх системної семантики. Це дозволяє більш глибоко зрозуміти функціонування експресії в мовленні та її роль у комунікативних процесах.

О. М. Турчак зауважує, що багато науковців вважають поняття експресії та експресивності тотожними. До цієї групи зараховує таких дослідників, як А. Горбунов, Н. Кожевникова та Н. Разінкіна [69, с. 167].

На противагу їм, В. Чабаненко пропонує інше трактування цих термінів. Він стверджує, що експресія – це процес інтенсифікації (збільшення, підсилення) виразності, тоді як експресивність – це вже результат цієї інтенсифікації, тобто сама підсилена виразність [74, с. 251]. В. Чабаненко також звертає увагу на те, що експресія проявляється виключно на рівні мовлення, тоді як експресивність може бути як мовленнєвою, так і мовною категорією. За його словами, мовленнєва експресивність переважає над мовною та є постійним джерелом збагачення останньої [74, с. 252]. Це вказує на важливість дослідження цих понять не тільки з теоретичної, але й з практичної точки зору, оскільки вони відіграють ключову роль у процесах комунікації

І. Волянюк надає своє визначення мовленнєвої експресії, характеризує її як властивість тексту або його частин, яка передає значення з підвищеною

інтенсивністю. Це виражає внутрішній стан мовця і призводить до емоційного або логічного підсилення, яке може бути образним або ні [10].

За словами Г. Колесника, експресія – це те, що протиставляється стандарту, марковане та характерне [34, с. 92.]. Це означає, що експресивні елементи виділяються на тлі стандартних мовних засобів, підкреслюючи особливості та унікальність вираження.

Л. Шевченко стверджує, що експресія – це ті виразні якості мовлення, які відрізняють його від звичайного, нейтрального стилю, і надають йому образності та емоційного забарвлення [80, с. 81].

Дослідники також розрізняють поняття «експресивність», «емоційність», «оцінність» та «образність». Наприклад, Є. Чайковська вважає, що експресивність – це явна невідповідність будь-яких мовних засобів стандартам мови, тоді як емоційність – це психологічна категорія, що виражається за допомогою вигуків, афіксальних утворень та інтонації, роблячи емоційність супровідною ознакою слів. Оцінність, за його словами, – це позитивна чи негативна характеристика, закладена в слові, що стосується людини, предмета або явища, а образність – це суттєва ознака значення та спосіб його представлення. [75, с. 283]. Таким чином, поняття «експресивність», «емоційність», «оцінність» та «образність» можуть бути об'єднані загальним терміном «конотація».

Деякі лінгвісти вважають експресивність і конотацію синонімами. За словами М. Мілової, це пов'язано з тим, що поняття експресивності недостатньо розроблене, і відсутній чіткий опис засобів, які виділяють слово, словосполучення, фразу чи фрагмент тексту [48, с. 106].

Варто зауважити, що в сучасній лінгвістичній парадигмі активно досліджується питання експресивізації мовлення, оскільки експресивність є однією з важливих прагматичних функцій тексту. Мовознавці підкреслюють наявність експресивності в наукових текстах. Вони зазначають, що експресивність зумовлена пізнавально-комунікативними потребами: добираючи відповідні мовні засоби для передачі необхідної інформації у відповідній формі, зміст тексту стає більш переконливим [33, с. 283].

У сучасній українській мові експресивність реалізується завдяки різноманітним мовноструктурним засобам, таким як звуковий склад слова, афікси, семантичні особливості, наголос та частки. Крім того, досягнення експресивності забезпечується за допомогою різних прийомів стилістичної обробки мовних елементів, таких як алітерація, розтягування звуків, поділ слова на склади. Також важливу роль відіграють синтаксичні фігури (приєднання, еліпсис, парцеляція) та тропи (метафори, гіперболи) [74, с. 245].

Н. Бойко переконує, що в науковому мовленні експресивність виражена мінімально, тоді як у художніх, публіцистичних та побутових текстах для вираження експресії використовується широкий спектр мовних засобів. Основну роль у таких текстах зазвичай відіграє емоційно-експресивна лексика [6, с. 82].

Л. Шевченко зазначає, що експресію в найкоротшому визначенні можна розглядати в контексті категорії норми, яка порушена знаком «плюс» або «мінус». Норма визначається як сукупність найбільш підходящих («правильних», «кращих») для обслуговування суспільства мовних засобів, які формуються шляхом відбору мовних елементів з існуючих, новостворюваних чи відновлених з пасивного запасу минулого в процесі соціальної оцінки цих елементів. У цьому контексті експресивність може не відповідати початковій «правильності» або «суспільній схвальності», але все ж таки відповідає використанню, тобто така система, яка вважається прийнятною для мови, дійсно може існувати або існує в певному мовленнєвому середовищі [80, с. 82].

Отже, можна припустити, що експресія є мовною категорією, природа якої складна через зв'язок із системами та нормами. Її реалізація визначається, з одного боку, характеристиками «плюс», такими як доброта, щирість, кохання, щастя, або «мінус», такими як зло, біль, горе, брехня, які є одиницями мови. З іншого боку, це слова, які набувають додаткових характеристик, коли вони функціонують у мові.

Схоже розуміння експресії як явища з додатковим співзначенням входить до конотативного спектру мовних узагальнень і природно розглядається у стилістичних особливостях систем [5, с. 101].

«Експресія пов'язана з різними лінгвістичними моментами, що дозволяє моделювати мовні конструкції на кшталт експресивно-емоційний, експресивно-інтонаційний, експресивно забарвлений, експресивно-модальний, експресивно-образний, експресивно-оказіональний, експресивно-семантичний, експресивно-синтаксичний, експресивно-стилістичний, експресивно-фонетичний». Ця серія слів з першою частиною «експресивно» дозволяє розглянути другу частину цих слів, де «експресивний» виступає лише додатковим значенням. Це додаткове співзначення відображає емоції, інтонації, семантику, синтаксис тощо, відходячи від традиційних мовних норм. Щодо «прояву», то друга частина слів утворює поле, де представлення, реалізація та відтворення можуть бути здійснені [19, с. 181].

Розуміння природи експресії не суперечить тому, що ця область займає «проміжне місце між стилістикою, семантикою та прагматикою мовлення» [17, с. 318]. Водночас, не можна ігнорувати мовний арсенал як потенційний ресурс для вираження експресії.

У сучасній лінгвістиці Н. Бойко також підкреслює, що категорія експресивності в українському та зарубіжному мовознавстві розглядається як психолінгвістична, соціолінгвістична або суто лінгвістична сутність. Вона досліджується з ономасіологічного, семантичного, синтаксичного та лінгвостилістичного аспектів [6, с. 427].

Н. Бойко вважає, що в мовознавстві відсутній єдиний підхід до лінгвістичного осмислення понять «експресія» та «експресивність». Водночас, лінгвісти намагаються знайти об'єктивні підстави для розмежування цих термінів. Проблематика, пов'язана з мовними механізмами створення ефекту експресивності, вимагає виявлення та визначення основ цього феномену, а також ідентифікації та класифікації факторів, що беруть участь у формуванні експресивних значень [6, с. 441].

Експресія та експресивність, які відрізняються між собою як наявність ознаки виразності (експресія) та прояв цієї виразності (експресивність), розглядаються у певних стилях. Однак, О. Мінкова вважає, що експресія є визначальною характеристикою стилю. Він стверджує, що експресія в цілому визначає

фундаментальне поняття стилю. На її думку, експресія є ключовим елементом у визначенні стилю [49, с. 103].

Проте, у сучасній лінгвістиці така позиція не підтримується, оскільки нинішнє розуміння стилю базується на функціональному підході. Стиль вважається функціональним різновидом літературної мови, зумовленим сферою, змістом, завданнями спілкування та типом суспільної свідомості, що впливає на використання мовних одиниць. Таким чином, стиль розглядається як соціально детерміноване мовлення і не визначається лише експресивними характеристиками.

Найчастіше термін експресія застосовується щодо художнього стилю мовлення. Завдяки виразно-зображальним засобам, стилістичній маркованості, емоційності та прояву образності створюється унікальний художній текст [57, с. 55].

Як вже зазначалося, В. Чабаненко розглядає експресію як поєднання різних характеристик і визначає мовленнєву експресію як складну лінгвостилістичну категорію. Вона базується на комплексі внутрішньомовних, психічних та соціальних факторів і проявляється як інтенсифікація виразності повідомлюваного, збільшуючи вражаючу силу вислову [173, с. 128]. Н. Прокопенко також зазначає, що експресія зумовлена емотивною, волонтактивною та естетичною функціями мови [57, с. 56].

Найбільш розповсюдженими в експресивних визначеннях є різні тонкі відтінки оцінки та характеру, які супроводжують і ускладнюють мову, роблячи її більш виразною. Експресія включає смисловий відтінок, який додається до основного значення слів та виразів, дозволяючи автору виразити своє ставлення до описуваного і надати йому відповідну оцінку.

Експресія зазвичай розглядається в межах стилістики, точніше, як частина конотації, що визначає експресію як різні відтінки виразної сили слова. Експресія означає підвищення виразності, зображальності та впливовості висловленого. Все, що робить українську мову більш яскравою, впливовою та вражаючою, можна назвати експресією. Інакше кажучи, експресія є сукупністю виразних якостей мовлення, які відрізняють його від звичайного, стилістично нейтрального мовлення, роблячи мовні засоби яскравими та образними [25, с. 174].



Експресію можна розглядати як відображення особистості мовця, яке виражається в його почуттях, емоціях та оцінках. Така експресія проявляється через мову, знаходячи своє вираження у виборі конкретних лексичних засобів, і може мати додаткову мету – вплинути на реципієнта, тобто слухача чи читача. Експресивність є феноменом мовної особистості, що залежить від її суб'єктивних комунікативних намірів.

Не можна не погодитися з науковцями, які зробили свій внесок у теоретичне або лексикографічне визначення сутності експресії. Вони підкреслюють, що ця категорія розташована на перетині прагматики, конотації, стилістики і пов'язана з поняттями оцінки, образності, національної специфіки та модальності.

Експресія – це буквально «виразність». Вона полягає в тому, що певні мовні засоби не відповідають стандартам мови, що дозволяє досягти максимального впливу на реципієнта при їх використанні [21, с. 176.].

Таким чином, у сучасному мовознавстві існують численні варіанти визначення понять експресії, експресивності та експресивної лексики, адже науковці мають власні погляди щодо функціонування цих термінів. Експресія розглядається дослідниками в різних аспектах, оскільки вона притаманна одиницям усіх рівнів мови і має чітко виражену позитивну або негативну конотацію.

Багато дослідників вважають поняття експресії та експресивності тотожними. Проте В. Чабаненко підкреслює різницю між ними, зазначаючи, що експресія проявляється виключно на мовленнєвому рівні, тоді як експресивність може бути як мовленнєвою, так і мовною.

Експресивність забезпечується завдяки різноманітним структурним засобам мови, таким як семантика, звуковий склад слова, афікси та наголос. Важливу роль у створенні експресивності відіграють також способи та прийоми стилістичної обробки мовних елементів, такі як розтягування звука, алітерація та розбиття слова на склади. Додатково, синтаксичні фігури (парцеляція, приєднання, еліпсис) та тропи (метафори, гіперболи) значно підсилюють експресивність мовлення.

## Висновки до розділу 1

Мовна маніпуляція – це використання особливостей мови для прихованого впливу на адресата у потрібному напрямку. Це досягається зміною мовної картини світу реципієнта, коли він приймає нові асоціації, що замінюють первинні значення. Інструменти мовної маніпуляції включають повтори, спрощення, евфемізми, кліше, емоційну і оцінну лексику, риторичні прийоми та паралінгвістичні засоби.

Сучасний медійний дискурс важливий у формуванні громадської думки та впливі на свідомість людей. Телебачення, як потужний засіб масової комунікації, поєднує текст, зображення, відео та аудіо, створюючи багатоканальний контент, що легко засвоюється аудиторією і має сильний емоційний вплив. Телебачення миттєво передає події в реальному часі, роблячи його особливо впливовим засобом маніпуляції.

Експресія у мовознавстві відображає виразність мовних засобів та їх здатність впливати на реципієнта. Учені по-різному трактують поняття експресії, експресивності та експресивної лексики, що свідчить про складність цих явищ. Категорія експресії розглядається на різних рівнях мовної системи, маючи позитивну або негативну конотацію, і є ключовим елементом у створенні емоційно насичених текстів.

Експресивність забезпечується через семантику, звуковий склад слова, афікси та наголос, стилістичні прийоми, такі як алітерація, розтягування звуку і розбиття слова на склади. Синтаксичні фігури, як парцеляція, приєднання та еліпсис, а також тропи, зокрема метафори та гіперболи, значно підсилюють експресивність мовлення.

## РОЗДІЛ 2. ЗАСОБИ МАНІПУЛЯЦІЇ ТА ЕКСПРЕСІЇ У СУЧАСНОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРС

### 2.1. Лексичний та синтаксичний рівні вираження експресії в телевізійному дискурсі

Виходячи з аналізу матеріалів, наведених у попередньому розділі, можна зробити висновок, що експресія відіграє ключову роль у виразності мовлення. Вона сприяє стилістичній маркованості та передачі емоційного змісту, що дозволяє мовленню передавати складні та нестандартні ідеї. Експресивність, як загально мовна категорія, пронизує всі сфери мови і є властивою для одиниць усіх рівнів мовної системи. Це робить мовлення більш насиченим та здатним передавати багатоплановий зміст, що в свою чергу покращує комунікативну ефективність.

Експресія в мовленні реалізується на семи рівнях, але частота їх використання значно відрізняється. Т. Коваль зазначає, що найпоширенішою є лексична експресивність, тоді як фразеологічна експресія вживається найрідше. На граматичному рівні, що охоплює морфологічну та синтаксичну експресію, також спостерігається неоднорідність, оскільки синтаксичні засоби вираження експресії використовуються значно частіше, ніж морфологічні. Зважаючи на це, а також на особливості вираження експресії в телевізійному дискурсі, де графічний, словотворчий та текстовий рівні представлені менш виразно, доцільно зосередитися переважно на лексичному та синтаксичному рівнях її реалізації. Це дозволить детальніше розглянути найбільш впливові аспекти вираження експресії в телевізійних передачах [32, с. 470].

Експресивна лексика є частиною активного лексичного шару, оскільки постійно збагачується новими словами та лексико-семантичними варіантами. Елементи експресивної мови можуть бути виразними самотійно, а також включати в себе стилістичні прийоми, методи творення слів, морфеми та інші засоби, що підвищують виразність мовних знаків. Ці елементи сприяють збільшенню емоційної насиченості та стилістичної виразності в мовленні [6, с. 284].

З точки зору експресивно-стилістичного забарвлення, мовний елемент може набувати додаткових виражально-зображальних властивостей у певних умовах комунікації. Вирізняють емоційне та оцінне експресивно-стилістичне забарвлення. Емоційне забарвлення може коливатися від пафосного та урочистого до зниженого та фамільярного. Наприклад, урочистий підйом може проявлятися через використання емоційно насичених слів. Це забарвлення може також змінюватися за відтінками. Оцінне забарвлення може бути меліоративним (позитивним) або пейоративним (негативним). Отже, слова зі зниженим забарвленням застосовуються в контекстах, що передбачають іронію, зневагу або осуд, залежно від ситуації [3, с. 260].

Лексична експресивність спирається на різні фактори, зокрема на специфічні денотати (об'єкти чи поняття, на які вказує слово), комунікативні наміри учасників спілкування, а також на індивідуальну образність і стилістичні маркери (системні, стилістичні, культурні, часові та інші) пов'язаних слів. В основі експресивності завжди лежать емоційні переживання комунікантів, які виражаються через вербалізовані почуття-ставлення, почуття-оцінки та афективні стани мовців, спрямовані на об'єкт, адресата або самого себе. Ці емоційні аспекти роблять мовлення більш виразним і багатограним.

Лексична експресивність є суперкатегорією, яка охоплює як статичний аспект (семантичну контрастність), так і динамічний аспект (функціонально-стилістичну контрастність). Залежно від способу реалізації експресивності, лексичні одиниці можуть мати внутрішню (інгерентну) або зовнішню (адгерентну) експресивність [7, с. 43].

Мова телевізійного дискурсу вирізняється суттєвою особливістю – великою різноманітністю стилістичних засобів. У ній застосовується спеціальна термінологія та лексика, що додають тексту емоційного забарвлення, поєднуючи при цьому стандартні та експресивні мовні елементи [70, с. 257]. Як зазначається у дослідженні О. Чайковської, мова теледискурсу охоплює широкий спектр лексичних матеріалів і здатна об'єднувати в одному тексті як художню, так і наукову мову. Часто

використовуються слова з розмовної лексики, що надають висловлюванням особливого емоційного відтінку [76].

Експресивна лексика належить до активного лексичного шару, оскільки вона постійно збагачується новими словами та лексико-семантичними варіантами. Мовленнєва експресія є характерною рисою медійного тексту, що передає думки та ідеї автора з підвищеною інтенсивністю, відображаючи його внутрішній стан. Це значно підсилює емоційне навантаження висловлювання. До експресивних мовних елементів належать як ті, що самі по собі є дуже виразними, так і ті, що виступають підсилювачами виразності, збільшуючи експресивність мовного знака. Сюди входять стилістичні прийоми, методи словотворення, морфеми та інші засоби [6, с. 284].

Якщо розглядати з погляду експресивно-стилістичного забарвлення, то можна виявити додаткову виражально-зображальну властивість мовного елемента в певних умовах комунікації (мовленнєвої діяльності). Відрізняють емоційне та оцінне експресивно-стилістичне забарвлення.

Емоційне забарвлення може змінюватися залежно від умов комунікації. Воно може бути пафосним, урочистим, піднесеним або ж, навпаки, зниженим і фамільярним. Наприклад, урочистий піднесений стиль може проявлятися у використанні емоційно насичених слів. Експресивно-стилістичне забарвлення також може мати різні відтінки. Оцінне забарвлення може бути меліоративним (семантично позитивним) або пейоративним (семантично негативним). Слова зі зниженим забарвленням часто застосовуються в контекстах, що передбачають іронію, зневагу або осуд [3, с. 260].

Однією з ключових особливостей мови засобів масової інформації є її принципова стилістична неоднорідність. Використовується спеціалізована термінологія та емоційно забарвлена лексика, поєднуються стандартні та експресивні мовні засоби. Як зазначалося раніше, мова ЗМІ охоплює широкий спектр лексичного матеріалу і здатна поєднувати в одному тексті як художній стиль, так і науковий.

Часто використовуються слова з розмовної лексики, які додають сказаному особливого експресивного відтінку. Щоб передати реалістичну картину подій, створити емоційне враження, сильно вплинути на аудиторію та підкреслити важливість висловлювання, застосовуються експресивно забарвлені слова, зокрема:

- іменники з абстрактною семантикою (наприклад, *hatred of war, honor, torture*),
- інтенсифікатори (такі як *really, entirely, simply*),
- прикметники з експресивним забарвленням (наприклад, *so important, it's too serious, maximum damage*),
- модальні дієслова (*cannot, have to, must*),
- дієслова, що описують розумову діяльність (*we understand, people realize that, having agreed*) [29, с. 296].

Фразеологізми вирізняються високою експресивністю. Її рівень залежить від походження, стилістичної належності та змісту фразеологізму, а іноді навіть від його форми [35, с. 48]. Одним із найпопулярніших прийомів для посилення виразності фразеологізму є структурна або структурно-семантична трансформація, що руйнує його усталену зовнішню чи внутрішню форму.

Хоча текст засобів масової інформації повинен надавати об'єктивну інформацію та оцінки, автори часто вдаються до використання експресивних слів для впливу на читача та вираження своєї справжньої позиції щодо подій. Наприклад, вони застосовують прикметники у найвищому ступені порівняння, щоб підсилити емоційний ефект.

Окремо варто звернути увагу на інтонаційні засоби, які використовуються для створення експресивності в мові радіо- та телевізійних ЗМІ. Це мовленнєве явище, що спостерігається в усному мовленні, зокрема інтонація, часто застосовується для конкретного вираження смислового змісту речення, предикативних відносин, комунікативного значення та модальності. Інтонація також впливає на лексичне та синтаксичне наповнення, що залежить від характеру реальної чи уявної ситуації спілкування, обумовленої мовленням або контекстом [73, с. 154]. Багато дослідників

зазначають, що інтонація підкреслює ступінь інформативності та важливості окремих частин тексту щодо його основної ідеї [6, с. 45]. Основними інтонаційними засобами є: ритм, темп, пауза, тон [6, с. 47].

Ритм – це періодичне чергування різних за тривалістю структурних одиниць, що формують впорядковану ритміко-мелодійну систему тексту [6, с. 49]. Наявність різноманітних ритмічних одиниць є основою експресивності тексту, як і можливість варіювання самого ритму в межах тексту. Наприклад, плавний ритм може змінюватися на неплавний, монотонний на уривчастий, а швидкий ритм може переходити в повільний.

Темп, як і інші складові інтонації, відіграє важливу роль у передачі інформації, виділяючи найбільш значущі частини висловлювання. Темп мовлення визначається середньою швидкістю мовлення протягом певного відрізка часу [6, с. 56]. Часто швидкість мовлення та його злитість можуть бути зумовлені нелінгвістичними факторами. Таким чином, темп може вказувати не тільки на паралінгвістичну інформацію, що відображає ставлення мовця до ситуації та його емоційний стан, але й на екстралінгвістичну інформацію, що розкриває індивідуальні та особистісні якості мовця [31, с. 139].

Важливою темпоральною характеристикою мовлення є пауза, яка представляє собою тимчасову зупинку звучання, що розриває мовленнєвий потік. Зазвичай пауза – це перерва у звучанні тексту, що має певну тривалість [50, с. 75]. У спеціалізованій літературі можна знайти розширене трактування цього явища, яке враховує його синтагматичні зв'язки з іншими просодичними засобами та їх акустичні характеристики. Відповідно до такого визначення, пауза являє собою припинення фонації, яке підсилюється подовженням попереднього звуку або звуків та супроводжується зміною інтонаційного контуру.

Завдяки паузам автор має можливість акцентувати увагу слухача на певному слові або фрагменті мовлення. Використання пауз і варіювання їх тривалості безпосередньо впливає на виразність та експресивність мови. Тон виділяється на найбільш перцептивно значущому складі синтагми, порушуючи поступовість і плавність руху голосу всередині синтагми. Він є найсильнішим засобом реалізації

інтонаційної категорії, який використовується для вираження експресії у мовленні, підкреслюючи значущість певної інтонаційно-значеннєвої одиниці [31, с. 140].

Також слід звернути увагу на явище соціально-експресивної конотації імен та власних назв у мові засобів масової інформації. Власні назви в медіа часто виступають ідентифікаторами реальності, відіграючи ключову роль у референції, тобто встановленні зв'язків тексту з соціально значущими реаліями. Оними в масмедіа набувають соціальних конотацій, тобто таких відтінків значення, які допомагають висвітлювати соціально важливі факти, явища та процеси, пов'язані з носіями цих імен [68, с. 90].

Хоча в ЗМІ імена та власні назви вже є заздалегідь визначеними і не є результатом авторської уяви, як у художніх творах, вони мають свою експресивну конотацію. Це експресивне навантаження в публіцистичному стилі імена та власні назви отримують завдяки їх тісному зв'язку з їх соціальною роллю, яка зумовлена екстралінгвістичними факторами і впливає з функцій масмедіа. Значення соціального компонента у власних назвах як важливого елемента публіцистичності зростає в періоди суспільно-політичних змін, коли змінюються суспільні цінності та переосмислюється ставлення до подій, осіб та історичних періодів. Різні фінансові та політичні групи, контролюючи ЗМІ, формують різне ставлення до відомих імен. Той самий онім може сприйматися по-різному різними соціальними групами [26, с. 42].

Будь-яка значуща подія надає власним назвам та іменам нове соціальне значення, яке їх ідентифікує. Таким чином, маловідомі власні назви завдяки ЗМІ стають відомими і починають активно використовуватися в суспільстві [23, с. 252]. Функціонування денотата в складній системі суспільних зв'язків часто призводить до виникнення специфічних соціально-експресивних конотацій імен, які потрапили у ЗМІ. Проте саме масмедіа відіграють ключову роль у створенні, закріпленні й поширенні таких конотацій. Це призводить до диверсифікації оніма в межах традиційного значення, розширення семантичного поля та набуття нових відтінків значення [39, с. 278]. Варто зазначити, що соціальна експресія лише доповнює значення власної назви і не заперечує його основного, «нейтрального» значення.



Постійне відтворення стійких соціальних сем призводить до розширення соціальної семантики відомого імені, його символізації, коли ім'я ідентифікує не лише об'єкт, а й саму подію. Часто для підвищення метафоричності імені використовують метонімічне розширення значення. Основні чинники для цього включають:

- Повідомлення про великі аварії, стихійні лиха та катастрофи, в яких денотат, пов'язаний з катастрофою, набуває нових якостей, частково змінюючи своє денотативне значення.
- Соціальні катаклізми, такі як революції, війни, державні перевороти та прояви національного і релігійного екстремізму, стають причиною метонімічних змін у денотативному значенні власних назв, які ідентифікують винуватців, учасників та місця цих подій.
- Соціально-експресивні «мутації» в газетному мовленні часто відбуваються з іменами, пов'язаними з кіно, мистецтвом, спортом, музикою, наукою та сенсаційними досягненнями в різних сферах.
- Розширення семантичного поля оніма у ЗМІ може бути пов'язане з політичними кампаніями, акціями та подіями в соціально-економічному житті.
- Скандальна «слава» також може породжувати експресивно-соціальні конотації імен соціально небезпечних осіб, таких як маніяки, вбивці, шахраї та гвалтівники [26, с. 47].

Зрозуміло, що такий поділ є досить умовним і використовується для кращої демонстрації залежності між значенням імені та його здатністю вживатися в переносному значенні, відображаючи позамовну реальність і виражаючи експресивне ставлення автора. Як видно, соціально-експресивне значення оніма в газетних текстах часто відхиляється від його нейтрального, основного значення.

Будь-яка сучасна мова є надзвичайно складною системою, яку лінгвісти досліджують з різних аспектів, що дозволяє виділяти різні мовні одиниці. Мінімальними самостійними одиницями з власним значенням є слова та деякі морфеми, а мінімальними одиницями – фонемами. Це лежить в основі основного членування сучасної англійської мови. Сміслова та функціональна спрямованість

деяких слів така, що вони найчастіше використовуються в контекстах, які не викликають емоційно-оцінних реакцій у мовців, тоді як інші мовні одиниці, навпаки, схильні до вживання в емоційно-насичених контекстах завдяки своїй семантиці [95].

У деяких описах лексики англійської мови виділяють емоційно-експресивну лексику, до якої лінгвісти зараховують такі слова, як «to love», «to admire», «beautiful», «divine» та інші – «любити», «захоплюватися», «чудовий», «божественний». Л. Єфімов [22, с. 124] визначає цю групу лексики як слова (лексеми), що мають у даній мові стійке емоційне забарвлення, де основним змістом цих слів є вираження почуттів.

З цього визначення видно, що за допомогою цих одиниць люди виражають свої почуття та емоції щодо співрозмовника або об'єктів навколишньої реальності. Варто зазначити, що під враженням маються на увазі відносно короткочасні переживання, такі як радість, смуток, задоволення, тривога, гнів, подив, а під почуттям – більш стійкі емоційні стани, такі як любов, повага, ненависть та інші [46, с. 151].

Вираз емоцій означає їх передачу за допомогою мови, маніфестацію в мовленні, що супроводжується внутрішніми та зовнішніми переживаннями людини. Таким чином, вираз емоцій у мові є безпосередньою комунікацією самих емоцій, а не просто їх позначенням, їх мовним проявом.

Емоційний компонент значення присутній лише тоді, коли слово чи словосполучення виражає певну емоцію. Цей компонент з'являється завдяки предметно-логічному значенню, але, виникнувши, він має властивість і тенденцію витіснити або суттєво змінювати предметно-логічне значення. Емотиви наявні практично у всіх функціональних стилях англійської мови і мають різний ступінь емоційної навантаженості, залежно від семи, семантичної ознаки та семного конкретизатора.

Остаточно визначити експресивне забарвлення будь-якої лексичної одиниці допомагає навколишній контекст. У певних ситуаціях нейтральні слова можуть набувати піднесеного і урочистого звучання, тоді як висока лексика за інших умов

може мати глузливо-іронічний відтінок. Іноді навіть лайливе слово може прозвучати лагідно, тоді як ласкаве слово може передавати презирство [40, с. 75].

В залежності від контексту, лексична одиниця може набувати додаткових експресивних відтінків, що значно розширює образотворчі можливості лексики англійської мови. З точки зору експресивності слід розрізняти такі типи лексики:

- Емоційно-нейтральна лексика, яка виражає тільки поняття без вказівки на ставлення мовця до нього: room, door, woman, top, make, take, end, upper, lower тощо.
- Емоційно забарвлена лексика, яка передає почуття, настрої і ставлення мовця до висловлювання [52, с. 73].

У тлумачних словниках емоційно забарвлені слова мають позначки, такі як diminutive, humorous, ironical, derogatory, rhetorical або high-flown.

Зі списку цих позначок легко зрозуміти, що емоційне забарвлення дуже схоже на стилістичне, але це не одне і те ж. Піднесене мовлення одночасно дає і стилістичну, і експресивну оцінку слова, оскільки всі піднесені слова, якщо вони не вжиті іронічно, виражають шанобливу повагу до об'єкта мови, іноді навіть захоплення ним, що, безумовно, належить до сфери емоцій. Близькість експресивного і стилістичного забарвлення також підтверджується у випадку сленгу, який, з одного боку, визначається як виключно розмовна лексика, неприйнятна в літературній мові, а з іншого – характеризується підвищеною експресивністю і емоційністю. Це можна побачити, порівнюючи сленгові слова та їх нейтральні синоніми: to cram – study, or instruct hard for an examination, crash-fall – failure (from aviation), crib – a translation, especially if used surreptitiously, to cut – pointedly ignore, none so dusty – good [40, с. 76].

В англійській мові в експресивній лексиці емоційне значення, що відображає ставлення мовця до об'єкта думки та його оцінку предметів і явищ реальності, переважає над предметно-логічним значенням. Приклади таких слів включають: perfectly, awfully, terribly, terrific, blessed, а також вигуки: hear! hear! [40, с. 76].

Існують також слова, що мають виключно емоційне значення без предметно-логічного, як-от вигуки: alas! pooh! [40, с. 76].

Однак у більшості експресивної лексики емоційне значення тісно пов'язане з предметно-логічним і навіть впливає з нього. Це стосується оціночних слів, які виражають оцінку явищ з точки зору мовця або цілої соціальної групи: nice, pleasant, grand, comfortable, lovely, silly, foolish, brilliant, fair, unfair, just, unjust, good, bad, wonderful, fine, sweet, delicious, phony, good-for-nothing, never-do-well [40, с. 77].

Особливо багато емоційно забарвленої лексики в розмовній мові, особливо в сімейних розмовах, у школі, в коледжі, на спортивних майданчиках тощо. Передача емоційного забарвлення може здійснюватися за допомогою спеціальних афіксів або напівафіксів:

- Пестливих: darling, tommy, daddy, dearie, sweetie, hubby, kiddy, ducky, birdie, nightie.
- Зневажливих: mobster, gangster, hireling, warmonger, panicmonger, scaremonger, dullard [11, с. 129]

Емоційна забарвленість слів може базуватися на образному їх використанні та асоціаціях, що викликають приємні або неприємні почуття. Наприклад, ласкаві звертання типу honey або kid, грубі вислови, як-от blockhead, shut up! a hell of, rotten; або фамільярно зневажливі вирази, такі як to fiddle замість to play the violin і to jaw замість to speak.

Експресивність також може досягатися через гіперболу: love, adore, be crazy about; pleased, delighted, charmed, enchanted; alarmed, frightened, paralyzed, petrified, scared stiff; angry, enraged, furious (like a Fury) [11, с. 129]

Через часте гіперболічне вживання емоційність стає невід'ємною частиною значення слова, перетворюючись на постійний елемент його сенсу, а переносне значення стає основним. Наприклад, у словах charmed, glamour та enchanted вже не виникає асоціацій з чаклунством. Однак, паралельно відбувається зворотний процес – експресивність слабшає, і слово стає менш виразним.

Емоційна лексика англійської мови загалом вивчена недостатньо, але вона викликає великий інтерес у науковців. Виявлено тенденцію, що слова, які виражають якісну оцінку, є надзвичайно нестабільними і схильними до змін як за

формою, так і за значенням, та протягом своєї історії піддаються численним переосмисленням [99, с. 156]

Через недостатнє вивчення цієї лексики існує різноманіття думок щодо її складу. Деякі автори включають до цієї категорії як оціночні слова, так і слова, що виражають почуття та настрої. Однак більшість лінгвістів, як і А. Вержбицька, вважають емоційними лише ті слова, які передають почуття та містять позитивну або негативну оцінку того, що позначається цими словами. До таких належать пестливі слова, лайки, оціночні слова та вигуки, оскільки тільки вони здатні передати схвалення або несхвалення, презирство, захоплення, глузування, іронію, ніжність тощо [100, с. 586]

Синтаксичний рівень вираження експресії включає різноманітні засоби, спрямовані на створення експресивного мовлення. До цих засобів належать:

- Звертання,
- Вставні конструкції та слова,
- Односкладні та неповні речення,
- Інверсія,
- Повтори,
- Гіпербола,
- Риторичні вигуки,
- Риторичні запитання тощо [6, с. 432].

Звертання мають закличний характер і використовуються для привернення уваги аудиторії. Вставні конструкції та слова відіграють важливу роль у створенні експресивності вислову. Ці фрази синтаксично не пов'язані з реченням і відображають особисте ставлення автора чи мовця, а також його оцінку повідомлення. Вони можуть вказувати на джерело інформації або на зв'язок між частинами повідомлення.

Односкладні та неповні речення створюють відчуття недовершеності та недомовленості. Як зазначалося раніше, висловлювання завжди набувають експресивного відтінку завдяки повторенням, які акцентують або підсилюють

певний сенс. Цей прийом часто використовують автори репортажів, коли хочуть особливо підкреслити написане.

При інверсії мовець висуває на перше місце ту частину або складову висловлювання, яку вважає найважливішою для передачі інформації.

Риторичні вигуки надають особливої експресії, посилюючи емоційну напруженість мовлення. Ці вигуки часто супроводжуються гіперболізацією. Використовуючи гіперболу, автор прагне перебільшити кількісні або якісні аспекти висловлюваного щодо об'єкта мовлення. Риторичні вигуки також часто поєднуються з риторичними запитаннями.

Однією з найбільш поширених стилістичних фігур, що відзначається різноманіттям емоційно-експресивних відтінків і яскравістю, є риторичне запитання. Воно містить заперечення або твердження, оформлене у формі запитання, яке не потребує відповіді [6, с. 145]. Риторичні запитання, хоча й мають граматичну структуру звичайних питальних речень, відрізняються виразною закличною інтонацією, що передає здивування або емоційну напруженість. Тому автори часто використовують знак оклику або комбінацію знаків питання й оклику наприкінці таких речень.

Також варто звернути увагу на роль пунктуації. Завдяки їй автор може передати уривчастість мовлення та несподівані паузи, що відображають емоційність і душевне хвилювання мовця.

Таким чином, експресивність у телевізійному дискурсі забезпечується через емоційно-нейтральну та емоційно забарвлену лексику. Емоційно-нейтральні слова, як «goon» чи «door,» виражають поняття без ставлення мовця, тоді як емоційно забарвлені слова, як «lovely» чи «terrific,» виражають почуття та настрої. Афікси та напівафікси також важливі: ласкаві звертання типу «darling» створюють позитивні емоції, а зневажливі слова, як «mobster,» додають негативну конотацію. Емоційність підсилюється через образне вживання слів, гіперболу, наприклад, у словах «adore» чи «furious.»

Синтаксичний рівень також важливий для експресивності. Звертання привертають увагу аудиторії, а вставні конструкції додають виразності,

відображаючи особисте ставлення автора. Односкладні та неповні речення додають драматизму. Інверсія висуває важливі частини висловлювання на перше місце. Риторичні вигуки та питання, часто супроводжувані гіперболою, підсилюють емоційну напруженість. Пунктуація створює експресивний ефект, передаючи уривчастість мовлення та несподівані паузи, що відображають емоційність мовця.

## **2.2. Лінгвістичні засоби маніпулятивного впливу у сучасному медійному дискурсі**

Серед лінгвістичних засобів, що використовуються для маніпулятивного впливу у сучасному медійному дискурсі, О. Оверчук виділяє наступні:

1) Емоційно-оцінна лексика (експресиви), основне завдання якої – формування потрібного настрою для інтерпретації повідомлення. Такі слова не лише передають своє основне значення, але й зазвичай мають додаткові експресивні, оцінні або асоціативні значення. Наприклад, слова з семантичних полів «війна», «агресія», «страх», «біль», «втрата», «співчуття» і так далі. Ці лексеми створюють емоційний фон, який впливає на сприйняття інформації реципієнтом.

2) Пейоративна та жаргонна лексика, завдяки своїй експресивності та виразності, дозволяє передати ставлення автора до описуваного явища без використання додаткових засобів або позначити поняття, що має негативну оцінку. Особливої уваги у сучасних ЗМІ набувають розмовні слова. Ці терміни допомагають створити виразні та емоційно насичені образи, що впливають на сприйняття інформації.

3) Евфемізми у текстах мас-медіа мають значний маніпулятивний вплив, оскільки використовуються для заміни грубих, непристойних, емоційно неприємних або невігідних слів чи виразів з метою створення позитивної емоційної атмосфери. Вони допомагають висвітлювати факти та події у вигідному світлі, представляючи їх у кращому світлі. Евфемізми допомагають створити більш прийнятне сприйняття інформації у аудиторії.

4) Слова-лозунги використовуються для створення ефекту переконливості та ідеологічного впливу в соціально або політично важливих текстах. Лозунги, оформлені у вигляді коротких, значущих для аудиторії оцінних висловлювань, мають на меті змінити поведінку або цінності адресата. У засобах масової інформації такі лозунги часто використовуються для заголовків, оскільки вони привертають увагу та залишаються у пам'яті читача

5) Неологізми як засіб мовної маніпуляції надають мові мас-медіа сучасного та актуального звучання. Інноваційна лексика в медіатекстах відображає лексико-семантичні процеси в мові і характеризується появою значної кількості нових слів, які описують реалії політичного та суспільного життя, реакції суспільства на війну, а також військові терміни. Ці нові слова допомагають засобам масової інформації залишатися актуальними та відповідати сучасним тенденціям.

6) Багатозначні слова, синоніми, омоніми та okazіоналізми використовуються у текстах мас-медіа для привернення більшої уваги аудиторії та посилення емоційного впливу. Багатозначні слова дозволяють створювати кілька шарів значення, тоді як синоніми і омоніми додають різноманітність та інтерес до тексту. Okazіоналізми, завдяки своїй незвичності, підвищують експресивність тексту та допомагають виділити ключові моменти.

7) Метафори, метонімії та антономазії є одними з тактичних прийомів прихованої маніпуляції. Вони виступають як продуктивні засоби мовної виразності та одночасно є потужним інструментом переконання. Автор медіатексту, використовуючи ці засоби, створює певний художній образ, що впливає на асоціативне мислення адресата. Завдяки цьому, текст стає більш образним і глибоким, що підсилює його впливовість та ефективність у донесенні ідей.

8) Порівняння, гіперболи, антитези, ідіоми, прислів'я та приказки, як засоби мовної маніпуляції, дозволяють передати емоційне ставлення до описуваних явищ, уточнити уявлення про них, посилити аргументацію або показати протилежні позиції. Ці стилістичні прийоми додають тексту виразності та допомагають чіткіше донести авторську думку до аудиторії.



9) Жарти, іронія, цитування, квазіцитування, алюзійні цитати та звернення до відомих текстів використовуються для викликання позитивних або негативних асоціацій, створення несподіваного або гумористичного ефекту, що впливає на сприйняття інформації через приховану оцінку автора. Ці прийоми додають тексту динаміки та допомагають аудиторії легше сприймати та запам'ятовувати інформацію, одночасно передаючи певні авторські настанови [51, с. 149].

Зазначимо, що фонетичні засоби маніпулятивного впливу, що застосовуються у сучасному медійному дискурсі, мають на меті зробити тексти більш привабливими для читача та створити милозвучність, тим самим спонукаючи до їхнього сприйняття. Хоча ці засоби самі по собі не є прямою маніпуляцією, вони підготовлюють адресата до прийняття маніпулятивного впливу через естетичну привабливість тексту.

Асонанс визначається як концентроване повторення голосних звуків у поетичному рядку чи строфі, або навіть у прозовому тексті, що створює ефект милозвуччя. Такий фонетичний прийом підвищує привабливість тексту та полегшує його сприйняття, роблячи його більш емоційно насиченим та запам'ятовуваним [42, с. 66].

Іншим фонетичним засобом маніпуляції у текстах сучасних медіа є алітерація, яка є стилістичним прийомом, що полягає у повторенні подібних приголосних звуків для підвищення інтонаційної виразності та емоційного насичення тексту. Цей прийом допомагає поглибити смислові зв'язки вірша або прози, додаючи тексту ритмічності та музичності [42, с. 26]. Використання алітерації у медійному дискурсі сприяє формуванню зв'язків у тексті, роблячи його більш структурованим і привабливим для читача.

Аналогічну функцію виконує асонанс, підсилюючи загальну милозвучність та естетичну привабливість тексту, що спонукає аудиторію до його більш позитивного сприйняття.

Алітерація в медійному дискурсі часто проявляється через повторення цілих слів або приголосних у них, хоча в деяких випадках використовується також повторення певних звуків. Промови, насичені алітерацією, краще сприймаються

аудиторією та створюють ефект плинності мовлення, який «гіпнотизує» слухача, полегшуючи проникнення маніпулятивного впливу.

Таким чином, на фонетичному рівні головними засобами створення маніпулятивного впливу в текстах сучасного медійного дискурсу є алітерація та асонанс. Вони прикрашають мовлення та сприяють некритичному сприйняттю інформації завдяки привабливій зовнішній формі висловлювання, роблячи текст більш переконливим і привабливим для читача [2, с. 29].

Лексико-стилістичні засоби маніпуляції широко застосовуються в медійному дискурсі для створення впливу на аудиторію. Ці засоби можна умовно поділити на окремі лексичні одиниці, такі як розмовна лексика, неологізми, оцінна лексика, евфемізми, дисфемізми та ідіоми, а також на тропи, такі як епітет, метафора, порівняння, оксюморон та іронія.

Зокрема, розмовна лексика включає слова і вирази, що використовуються в неформальному спілкуванні, наприклад, у невимушених бесідах. Вона є однією з категорій лексичного складу літературної мови, поряд із книжковою та нейтральною лексикою [42, с. 590]. Ці лексичні одиниці часто використовуються у цитатах, щоб підкреслити простоту та доступність мовця, роблячи його висловлювання більш близьким і зрозумілим для широкої аудиторії.

Іншим лексико-стилістичним засобом маніпулятивного впливу в сучасному медійному дискурсі є використання неологізмів, тобто нових слів або виразів, які виникають у відповідь на потреби часу, такі як наукові відкриття, зміни суспільних відносин та розвиток культури [42, с. 491].

Маніпулятивний вплив також підсилюється завдяки використанню оцінних неологізмів [42, с. 601]. Оцінна лексика включає слова, словосполучення або речення, що характеризують предмети, явища або події з точки зору їхньої цінності. Її значення для маніпулятивного впливу у медійних текстах є очевидним – аудиторія повинна прийняти оцінку, яку автор надає об'єкту або явищу. Наприклад, негативна оцінка у медійному дискурсі часто спрямовується на представників інших країн, політика яких суперечить ідеалам, яких дотримується автор тексту.

Оцінна лексика також застосовується авторами медійних текстів для створення негативного образу певної групи людей, яких вони засуджують. Надаючи негативну оцінку явищам, що зазвичай мають негативне сприйняття в суспільстві, автори заробляють авторитет та довіру аудиторії. Оцінювання може бути спрямоване і на ідеї опонентів, тоді як позитивна оцінка використовується для підвищення авторитетності власних поглядів автора. Проте, позитивна оцінка чийось ідей не завжди збільшує їх значимість. В деяких випадках, така оцінка, навпаки, може знизити вагомість опонента. Оцінна лексика також служить авторам медійних текстів для привернення уваги аудиторії до певних явищ, які вони вважають важливими [2, с. 30].

Ефективним засобом створення маніпулятивного впливу в медійному дискурсі є використання евфемізмів. Евфемізми – це благозвучні слова або вирази, які замінюють непристойні, небажані або заборонені терміни. Вони також використовуються авторами медійних текстів для демонстрації політкоректності та толерантності щодо вразливих верств населення [42, с. 216]. Завдяки цьому, автори прагнуть створити позитивний образ себе і своєї позиції в очах аудиторії, підкреслюючи свою повагу та чутливість до суспільних проблем.

На відміну від евфемізмів, дисфемізми полягають у використанні грубих або вульгарних слів замість емоційно та стилістично нейтральних термінів [42, с. 198]. Дисфемізми як засоби маніпулятивного впливу застосовуються авторами медійних текстів для створення негативного образу супротивника, описуючи його дії та результати більш жорсткими і образливими словами. Це допомагає підкреслити негативні аспекти поведінки або позицій супротивника, викликаючи відповідні емоції у аудиторії.

Ідіома є стійким, неподільним та специфічним для певної мови висловом, який передає одне поняття і є своєрідним фразеологічним зворотом [42, с. 293]. Ідіоматичні вирази зрозумілі та близькі читачам, тому вислови, що містять ідіоми, викликають більше довіри.

Одним із засобів створення маніпулятивного впливу серед тропів є епітет. Це поетичний прийом, призначений підкреслити характерну рису або визначальну

якість предмета чи явища. Потрапляючи в нове семантичне поле, епітет збагачує його новими емоційними чи смисловими нюансами [42, с. 238]. Використання епітетів у медійному дискурсі додає текстам експресивності, що призводить до емоційного сприйняття інформації читачем. Епітети також дозволяють підкреслити серйозність наслідків певних дій, апелюючи до тривожності аудиторії, та надавати пряму оцінку діям певних публічних осіб.

Метафора є одним із найпоширеніших засобів маніпуляції в медійному дискурсі. Це поетичний прийом, у якому певні слова та словосполучення розкривають сутність одних явищ та предметів через інші на основі схожості або контрасту [42, с. 444]. Як і інші стилістичні засоби, метафора апелює до емоцій, знижуючи здатність аудиторії критично сприймати інформацію.

Порівняння є тропом, що пояснює одне явище через інше, подібне до нього, за допомогою компаративних зв'язок або сполучників [42, с. 546]. Використання порівнянь у текстах медійного дискурсу спрямоване на передачу оцінних значень, підкреслюючи певні характеристики та викликаючи емоційний відгук у читачів.

Оксюморон – це троп, який поєднує різко контрастні, протилежні за значенням слова, створюючи нову смислову якість і несподіваний експресивний ефект [42, с. 505]. Використання оксюморону насамперед привертає увагу до описуваного явища, викликаючи у адресата певний емоційний відгук.

Іронія – це художній троп, що передає глузливо-критичне ставлення автора до предмета зображення [42, с. 313].

Отже, на лексико-стилістичному рівні основними засобами створення маніпулятивного впливу в текстах сучасного медійного дискурсу є розмовна лексика, неологізми, оцінна лексика, евфемізми, дисфемізми, ідіоми, епітети, метафори, порівняння, оксюморони та іронія. Ці мовні засоби привертають увагу читача до описуваних явищ та викликають у його свідомості емоційний, а не раціональний, відгук на те, що відбувається.

Маніпуляція може здійснюватися також на граматико-синтаксичному рівні за допомогою граматичних засобів, таких як неозначені займенники та модальні

дієслова, а також синтаксичних засобів, що включають інверсію, повтори, протиставлення, вставні конструкції та риторичні питання [53, с. 10].

Модальні дієслова в медійному дискурсі передають значення модальності – функціонально-семантичної категорії, яка виражає ставлення змісту висловлювання до дійсності та мовця до змісту висловлювання. Наприклад, мовець може наполягати на важливості певних дій, позбавляючи читача можливості зробити власний вибір. Заперечення з модальним дієсловом «will (not)» слугує для демонстрації повної неможливості чогось, що змушує адресата самостійно відмовитися від подальшого розгляду проблеми. Те, що потрібно зробити, автори текстів медійного дискурсу виражають за допомогою модального дієслова «need.»

Інверсія – це стилістичний прийом, що полягає в незвичному розташуванні слів у реченні з порушенням звичної синтаксичної конструкції для емоційного та смислового акцентування певного вислову [42, с. 302]. Це дозволяє авторам медійних текстів виділяти ті моменти, на яких вони хочуть зосередити увагу адресата.

Повтор – це стилістичний прийом, що полягає у навмисному повторенні одного і того ж слова або мовної конструкції в межах тексту [42, с. 506]. Повтори використовуються у медійному дискурсі переважно для привернення уваги читача до певних явищ. Використання повторів із займенниками може створювати відчуття солідарності між мовцем і адресатом. Іноді повторення здатні доводити характеристики певного публічного діяча до абсурду, постійно використовуючи одну лексичну одиницю в поєднанні з іншими, що підкреслюють різні аспекти його особистості.

Протиставлення – це стилістичний прийом в художній літературі та ораторському мистецтві, який полягає в драматичному запереченні певної тези або в умотивованому контрастуванні смислових значень бінарних образів [42, с. 48]. Використання антонімів у протиставленні дозволяє безпосередньо оцінювати публічну особу. У текстах медійного дискурсу протиставлення створюють опозиції, такі як «свій / чужий», що дозволяє негативно характеризувати «чужого». Також

протиставлення можуть створювати опозицію «правда / неправда», підкреслюючи контраст між ними.

Вставні конструкції дозволяють чітко виразити ставлення автора до зображуваного. Зокрема, за допомогою таких конструкцій можна передати впевненість. Крім того, важливість певних подій чи явищ також може бути підкреслена вставними конструкціями. Вони можуть служити засобом вираження емоційного ставлення автора до певних подій [3, с. 126].

Риторичне питання є риторичною фігурою, яка полягає у використанні запитання, що вже містить у собі певну відповідь [42, с. 585]. Оскільки відповідь на таке питання є заздалегідь відомою, риторичне питання не закликає до роздумів, а спрямовує мислення адресата в напрямок, вигідний автору. Маніпулятивність сучасного медійного дискурсу також проявляється у використанні риторичних питань, на які автор одразу дає відповідь, не приховуючи своїх намірів.

Таким чином, у текстах медійного дискурсу застосовується широкий спектр граматико-синтаксичних засобів маніпулятивного впливу, таких як неозначені займенники, модальні дієслова, інверсія, повтори, протиставлення, вставні конструкції та риторичні питання. Маніпулятивний потенціал цих засобів реалізується через використання певних граматичних форм або синтаксичних конструкцій, які підкріплюють думку автора або виражають його ставлення до описуваного, що не передбачає критичного сприйняття з боку читача.

Маніпуляція не обмежується лише лінгвістичними засобами; вона також включає логічні прийоми, що сприяють виникненню логічних помилок у свідомості адресата. До таких засобів належать посилення на інші події та факти, безапеляційні твердження, неточні вимірювання та непідтвержені посилення.

Наприклад, посилення на інші події та факти можуть впровадити оманливі ідеї через їх подання в одному контексті з правдою. Посилення на загальновідомі факти дозволяє представити авторську думку як загальновідомий факт. Крім того, автори медійних текстів часто метафорично посиляються на народну мудрість, щоб підтвердити власну думку [62, с. 54].

Автори текстів сучасного медійного дискурсу також застосовують безапеляційні твердження, які позбавляють читача можливості роздумувати. При підтвердженні власної думки вони використовують неточність вимірів – замість точних кількісних показників застосовують слова і фрази, що оцінюють кількісні показники, не називаючи їх конкретно [15, с. 16].

Таким чином, медіа використовують широкий арсенал лексико-стилістичних, граматико-синтаксичних та логічних засобів, щоб створити емоційний вплив на аудиторію та спрямувати її мислення у вигідному для авторів напрямку.

На лексико-стилістичному рівні маніпуляція здійснюється за допомогою розмовної лексики, неологізмів, оцінної лексики, евфемізмів, дисфемізмів, ідіом, епітетів, метафор, порівнянь, оксюморонів та іронії. Граматико-синтаксичні засоби маніпуляції включають неозначені займенники, модальні дієслова, інверсію, повтори, протиставлення, вставні конструкції та риторичні питання. Використання модальних дієслів, таких як «will (not)» та «need,» допомагає авторам нав'язувати свої погляди, позбавляючи аудиторію права на власний вибір. Інверсія та повтори сприяють акцентуванню уваги на ключових моментах, тоді як протиставлення створюють опозиції, що допомагають негативно характеризувати опонентів.

Логічні засоби маніпуляції включають посилення на інші події та факти, безапеляційні твердження, неточні вимірювання та непідтверджені посилення. Автори медійних текстів часто вдаються до подання оманливих ідей через їх контекстуалізацію з правдою, що вводить читача в оману. Безапеляційні твердження позбавляють аудиторію можливості критичного мислення, тоді як неточні вимірювання та завуальовані посилення на «авторитетні джерела» додають тексту псевдонаукового забарвлення.

## Висновки до розділу 2

Експресивна лексика є активною частиною мови, постійно поповнюється новими словами та лексико-семантичними варіантами. Вона включає слова зі стійким емоційним забарвленням, такі як «to love», «beautiful», і слова, що набувають експресивності завдяки контексту. Емоційність базується на образному використанні та асоціаціях, викликаючи приємні або неприємні почуття, і охоплює пестливі звертання та грубі вислови.

Синтаксичний рівень експресії використовує звертання, вставні конструкції, односкладні та неповні речення, інверсію, повтори, гіперболу, риторичні вигуки та запитання. Звертання привертають увагу, вставні конструкції додають особистого ставлення автора, а односкладні та неповні речення створюють відчуття недомовленості. Повтори акцентують увагу, інверсія виділяє важливі частини повідомлення, а риторичні вигуки та запитання додають емоційності. Пунктуація також відіграє важливу роль у передачі емоційності та уривчастості мовлення.

Сучасний медійний дискурс використовує різні лінгвістичні засоби маніпуляції для формування певного сприйняття аудиторією. Це охоплює лексико-стилістичний, граматико-синтаксичний та логічний рівні, впливаючи на емоції та критичне мислення читачів.

Лексико-стилістичні засоби маніпуляції включають розмовну лексику, неологізми, евфемізми, дисфемізми, ідіоми, епітети, метафори, порівняння, оксюмори та іронію. Ці засоби привертають увагу, створюють емоційний відгук та забезпечують некритичне сприйняття інформації.

Граматико-синтаксичні засоби маніпуляції включають неозначені займенники, модальні дієслова, інверсію, повтори, протиставлення, вставні конструкції та риторичні питання. Вони підсилюють аргументацію та роблять висловлювання більш переконливими.

Логічні засоби маніпуляції, такі як посилення на інші події та факти, безапеляційні твердження створюють оманливий вплив.



### РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МОВНИХ ЗАСОБІВ ЕКСПРЕСІЇ ТА МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ В ТОК-ШОУ «TONIGHT SHOW STARRING JIMMY FALLON»

#### 3.1. Дискурсивний аналіз експресивних засобів у ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon»

«Tonight Show Starring Jimmy Fallon» є однією з найпопулярніших і найвпливовіших вечірніх програм в американському телебаченні. Ця програма, яка вперше вийшла в ефір у 2014 році, є спадкоємцем довгої традиції «The Tonight Show», що розпочалася ще у 1954 році. Джиммі Феллон, який став ведучим шоу, приніс свій унікальний стиль, що поєднує в собі гумор, імпровізацію, музичні номери та інтерактивність, що швидко здобуло прихильність глядачів [97].

Джиммі Феллон відомий своїм талантом до створення легкої та невимушеної атмосфери, що робить його гостем популярних знаменитостей. Його здібність до імпровізації та використання експресивних засобів під час інтерв'ю і виконання різних номерів роблять шоу особливо цікавим для лінгвістичного аналізу. Феллон вміє майстерно поєднувати гумор з елементами сатири, іронії та гротеску, що забезпечує багатий матеріал для дослідження експресивних засобів мови.

Формат «Tonight Show Starring Jimmy Fallon» включає різноманітні сегменти, такі як інтерв'ю з відомими особистостями, музичні виступи, комедійні скетчі, ігри та конкурси. Така різноманітність контенту дозволяє дослідити широкий спектр мовних засобів, які використовуються для створення певного настрою та емоційного впливу на аудиторію.

Мій вибір «Tonight Show Starring Jimmy Fallon» для аналізу експресивних засобів у ток-шоу обумовлений тим, що ця програма є яскравим прикладом сучасного медіа-дискурсу, в якому використовуються різноманітні мовні та невербальні засоби для взаємодії з глядачами.

Зупинимось на детальному аналізі синтаксичних засобів вираження експресії в ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon». Синтаксичні засоби

вираження експресії є важливими елементами сучасного медіадискурсу, особливо у форматі ток-шоу, де емоційний вплив на аудиторію є одним із ключових завдань. Односкладні окличні іменні, дієслівні та ад'єктивні речення є типовими прикладами таких засобів, що дозволяють ведучим та гостям ефективно передавати свої емоції та думки.

Іменні окличні речення, також відомі як субстантивні, часто використовуються для характеристики конкретних ситуацій, часу, простору чи середовища за наявності специфічних характеристик. Вони можуть бути як однослівними, так і складатися з декількох слів.

Наведемо приклади з ток-шоу:

«*The Legend!*» [97].

У цьому прикладі Джиммі Феллон звертається до свого гостя, Леонардо Ді Капріо, під час обговорення його нового фільму «Вбивці квіткової повні». Це односкладне іменне окличне речення передає високу ступінь захоплення актором і його досягненнями.

«*Genius!*» [97].

Під час інтерв'ю з науковцем Нілом Деграссом Тайсоном, Джиммі використовує це однослівне окличне речення, щоб підкреслити виняткові розумові здібності та внесок гостя в науку.

«*Hero!*» [97].

Це речення вживається під час розмови з Томом Крузом, коли Феллон відзначає його сміливість та участь у виконанні трюків у фільмах. Це односкладне іменне окличне речення підкреслює геройські якості актора.

Дієслівні окличні речення часто використовуються для вираження дії або стану, що викликає сильні емоції у мовця або слухача. Такі речення можуть бути однослівними, але також можуть включати більше слів. Наведемо приклади з ток-шоу:

«*Run!*» [97].

Під час одного з комедійних скетчів, коли Том Генкс шоу раптово опиняється в ситуації, що потребує швидкої реакції, Феллон виголошує це дієслівне окличне речення, закликаючи до негайної дії.

«*Look!*» [97].

Під час інтерв'ю з популярним музикантом Джастіном Тімберлейком, коли на сцені з'являється несподіваний сюрприз, Джиммі виголошує це речення, привертаючи увагу глядачів до події.

«*Listen!*» [97].

Під час обговорення важливих соціальних питань з Гвінет Пелтроу, Феллон використовує це окличне речення, щоб підкреслити важливість почутого і закликати аудиторію звернути увагу.

Ад'єктивні окличні речення використовуються для вираження характеристик або якостей, які викликають сильні емоції. Вони можуть бути як однослівними, так і складатися з декількох слів. Наприклад:

«*Brilliant!*» [97].

Під час розмови з відомим письменником Джорджем Мартіном, Джиммі використовує це односкладне ад'єктивне окличне речення, щоб виразити захоплення його новою книгою.

«*Unbelievable!*» [97].

Під час інтерв'ю з відомим спортсменом Леброном Джеймсом, коли той розповідає про свої рекордні досягнення, Джиммі використовує це окличне речення, підкреслюючи надзвичайність почутого.

Односкладні окличні іменні, дієслівні та ад'єктивні речення є потужними синтаксичними засобами вираження експресії у медійному дискурсі ток-шоу «*Tonight Show Starring Jimmy Fallon*». Їх використання допомагає ведучому та гостям ефективно передавати емоції, залучати аудиторію та створювати динамічну і захоплюючу атмосферу шоу.

У рамках аналізу синтаксичних засобів вираження експресії в ток-шоу «*Tonight Show Starring Jimmy Fallon*» варто також звернути увагу на особливу групу експресивних речень, які складаються з нейтрального іменника, перед яким стоїть

вказівний займенник. Такі займенники, як «that» та «those,» передають зневажливий відтінок і негативне ставлення до об'єкта висловлювання, тоді як «this» і «these» використовуються для передачі зацікавленості або приємного знайомства.

Іменні речення з вказівними займенниками часто використовуються для підкреслення емоційного ставлення до об'єкта, що згадується. Наприклад:

«The way he betrayed everyone... *That man!*» [97].

У розмові з Леонардо Ді Капріо під час обговорення його ролі у фільмі «Вбивці квіткової повні», Джиммі Феллон вживає це речення для вираження негативного ставлення до персонажа, якого грає Ді Капріо.

«When he looked at his enemies... *Those eyes!*» [97].

Під час інтерв'ю з Томом Гарді про його роль у фільмі «Веном», Феллон використовує це речення, щоб підкреслити загрозливий вигляд його персонажа.

Іменні речення з вказівними займенниками «this» і «these» використовуються для передачі позитивних емоцій та зацікавленості. Наприклад:

«She just lights up the screen! *This lovely girl!*» [97].

Під час інтерв'ю з Еммою Вотсон, Джиммі Феллон використовує це речення, щоб виразити своє захоплення її чарівністю та акторськими здібностями.

«I couldn't put it down! *These amazing stories!*» [97].

Під час розмови з Нілом Гейманом про його нову книгу, Феллон вживає це речення, щоб підкреслити своє захоплення написаними історіями.

Односкладні дієслівні речення, включаючи безособові дієслівні форми (інфінітив чи герундій), використовуються для вираження суб'єктивного засудження або емоційної реакції мовця на підставі мовленнєвої ситуації. Наприклад:

«Every race could be your last... *Living in God's hands!*» [97].

У розмові з Льюїсом Гамільтоном про його небезпечні гонки у Формулі-1, Феллон використовує це речення для вираження захоплення та визнання ризиків, з якими стикається гонщик.

Іменні речення з вказівними займенниками, а також односкладні дієслівні речення є важливими компонентами експресивного синтаксису в ток-шоу «Tonight

Show Starring Jimmy Fallon». Їх використання підвищує комунікативну динамічність висловлювань, дозволяє ведучому та гостям ефективно передавати емоційні реакції та підсилювати вплив на аудиторію.

Також зазначимо, що експресивні структури з питальними словами є важливим засобом підкріплення ознак якості в емоційних конструкціях. У контексті ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon» такі структури використовуються для посилення емоційного значення висловлювань, що сприяє створенню динамічної та захоплюючої атмосфери. Питальні займенники вживаються не для вираження запитань, а для посилення емоційного впливу рематичної частини речення. Клична низхідна інтонація та присутність слів-підсилювачів і оцінних слів є ознаками емоційних конструкцій. Наведемо приклади:

«Your performance in the fight scenes... *Oh, how amazing!*» [97].

Під час інтерв'ю з Галь Гадот про її роль у фільмі «Диво-жінка 1984», Джиммі Феллон використовує це речення, щоб виразити своє захоплення її акторською майстерністю та виконанням.

«Your energy and stage presence... *What a stunning performance!*» [97].

Під час інтерв'ю з Бейонсе після її виступу на церемонії нагородження Grammy, Феллон використовує це речення для вираження свого захоплення її співом і танцями.

«The twist at the end... *How shocking it was!*» [97].

У розмові з Леонардо Ді Капріо про драматичні події у фільмі «Острів проклятих», Феллон вживає це речення для підкреслення емоційного впливу сюжету.

Експресивні структури з питальними словами в контексті ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon» слугують ефективним засобом посилення емоційного впливу на аудиторію.

Експресивні структури, утворені внаслідок перетворення експлікації, є важливим засобом вираження емоцій та підкреслення дій в медіадискурсі. Вони характеризуються повторенням підмета, другорядних членів речення, використанням допоміжних дієслів, а також введенням формальних елементів,

таких як частки, вигуки та звертання. У контексті ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon» такі структури використовуються для посилення емоційного впливу на аудиторію та створення динамічної атмосфери. Наприклад:

«*Oh, Mr. Hand! Clever Mr. Hand! Always finding a way out of trouble*» [97].

Під час розмови з Робертом Дауні-молодшим про його роль у фільмі «Залізна людина», Джиммі Феллон використовує цю фразу для підкреслення винахідливості персонажа Тоні Старка.

«*Even after all the chaos, she does love you. It's hilarious!*» [97].

У розмові з Райаном Рейнольдсом про його роль у фільмі «Дедпул», Феллон використовує це речення, щоб підкреслити іронічне ставлення персонажа до ситуації.

«*So you play a ruthless spy... How cool. And you are kind? Yes, you would be kind*» [97].

Під час інтерв'ю з Дженніфер Лоуренс про її новий фільм, Феллон використовує це речення для вираження підозри та іронії.

Експресивні структури, утворені внаслідок перетворення експлікації, відіграють значну роль у підсиленні емоційного впливу на аудиторію ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon». Використання повторень, допоміжних дієслів, вигуків та звертань створює динамічний та виразний медіадискурс.

Експресивні структури, утворені внаслідок перетворення еліпса, займають особливе місце в англійській мові. Еліпс підмета або допоміжного дієслова надає реченням стилістичного відтінку, підсилюючи їх емоційний вплив у контексті інтимного, невимушеного та неформального спілкування. У ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon» такі структури використовуються для створення близькості між ведучим, гостями та аудиторією. Наприклад:

«*The visuals, the story... Amazing work!*» [97].

Під час інтерв'ю з Крістофером Ноланом про його режисерську роботу у фільмі «Інтерстеллар», Феллон використовує це речення для вираження свого захоплення фільмом.

Експресивні структури, утворені внаслідок перетворення еліпса, є потужними засобами вираження емоцій у медійному дискурсі ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon».

Експресивні структури розділових запитань негативного типу заперечення займають особливе місце у вираженні емоційного ставлення мовця. Такі запитання схильні виражати негативні емоції, що додає висловлюванню додаткову емоційну напругу. У ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon» ці структури використовуються для підсилення емоційного впливу та створення інтригуючої динаміки спілкування. Наприклад:

«So you didn't like the movie, did you? I thought it was fantastic!» [97].

У розмові з Крісом Евансом про його участь у фільмі «Капітан Америка: Громадянська війна», Джиммі Феллон використовує це запитання для вираження свого здивування від негативної реакції актора на певний аспект фільму.

«*You don't believe in ghosts, do you? But your performance was so convincing!*» [97].

У розмові з актрисою Вірою Фармігою про її роль у фільмі «Закляття», Феллон використовує це запитання для підкреслення її скептицизму щодо надприродного.

Експресивні структури розділових запитань негативного типу заперечення відіграють важливу роль у створенні емоційного впливу на аудиторію ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon». Використання таких запитань додає розмові інтриги, підсилює емоційне напруження та робить діалог більш динамічним.

Експресивні структури з проявом перепитування є важливим засобом вираження емоційного ставлення мовця в англійській мові. Такі структури зазвичай виражають здивування, обурення, або підсилюють емоційний вплив попередньої репліки. У контексті ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon» ці структури використовуються для створення динамічного та інтерактивного дискурсу, що залучає глядачів. Наприклад:

«You performed all those songs yourself. *You, sing?* That's incredible!» [97].

Під час інтерв'ю з Бредлі Купером про його роль у фільмі «Зірка народилася», де актор співає, Феллон використовує це перепитування для підкреслення свого здивування його вокальними здібностями.

Експресивні структури з проявом перепитування є ефективним засобом вираження емоційного ставлення в медійному дискурсі ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon». Використання таких структур дозволяє підсилити емоційний вплив висловлювань, створюючи інтерактивний і динамічний діалог між ведучим, гостями та аудиторією.

Стилістична інверсія є одним із засобів виразності, який взаємодіє з інтонацією та використовується для вираження емоційних компонентів у реченні. У контексті ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon» інверсія надає висловлюванням особливої експресивності та емоційного забарвлення. Інверсія досягається шляхом свідомого порушення звичного порядку слів, що дозволяє підкреслити певні частини речення та посилити емоційний вплив на аудиторію. Наведемо приклади з ток-шоу:

«And then, out of nowhere, he receives this letter. *But it's a letter congratulatory!*» [97].

Під час обговорення з Томом Хенксом сцени з фільму «Листи з Іво Джімі», де герой отримує несподіваний лист, Джиммі Феллон використовує інверсію для підкреслення значущості листа.

«At first, they seemed inseparable. *A fine friend she turned out to be*» [97].

Під час інтерв'ю з Дженніфер Лоуренс про її персонажа у фільмі «Голодні ігри», Феллон використовує інверсію для вираження іронії щодо зміни відносин між персонажами. Наприклад:

Експресивні структури, утворені внаслідок інверсії, відіграють важливу роль у створенні емоційного впливу на аудиторію ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon». Використання інверсії дозволяє підкреслити важливі частини висловлювання, надаючи їм особливої емоційної ваги та роблячи дискурс більш динамічним і виразним.



В попередніх розділах ми вже зазначали, що одним із найпоширеніших прийомів досягнення експресивності у мовленні є широке використання синонімії. Синоніми можуть бути як загальномовні, так і контекстуальні, але детальне відображення експресивно-оцінної лексики відбувається за рахунок стилістичних синонімів, які можуть бути як позитивні, так і негативні. У контексті ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon» синонімія відіграє важливу роль у створенні емоційного забарвлення та впливу на аудиторію. Проаналізуємо приклади з ток-шоу:

«You have to hear this story. He was just *talking piffle* the whole time. It was hilarious!» (в значенні «to speak») [97].

Під час обговорення смішних історій з Раяном Рейнольдсом, Джиммі Феллон використовує цей стилістичний синонім, щоб підкреслити безглуздість розповіді.

«That boulder you had to move was *gigantic!* How did you even manage that?» (в значенні «big») [97].

У розмові з Дуейном Джонсоном про його роль у фільмі «Джуманджі», Феллон використовує цей синонім для підкреслення величезних розмірів предмета.

«And then you slipped on a banana peel? That's just *ludicrous!* I can't believe that happened.» (в значенні «ridiculous») [97].

У розмові з Крісом Преттом про смішний випадок на знімальному майданчику, Феллон використовує цей синонім для підкреслення абсурдності ситуації. Наприклад:

Синонімія відіграє важливу роль у створенні експресивного забарвлення в мовленні ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon». Використання стилістичних синонімів дозволяє ведучому та гостям ефективно передавати свої емоції, надаючи висловлюванням додаткового емоційного впливу.

Антоніми, як і синоніми, відіграють важливу роль у створенні експресивного забарвлення мовлення. Використання антонімів допомагає урізноманітнити мову, роблячи її багатшою та більш виразною. У контексті ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon» антоніми допомагають підкреслити контрасти, що сприяє посиленню емоційного впливу на аудиторію. Наприклад:

«Your album explores such a wide range of emotions, from *Love to Hate*. It's truly captivating» [97].

У розмові з Тейлор Свіфт про її новий альбом, Феллон використовує ці антоніми для підкреслення тематики пісень, які описують протилежні почуття.

«The film brilliantly depicts the contrast between the *Rich and the Poor*. Your portrayal of *Gatsby* is iconic» [97].

Під час обговорення з Леонардо Ді Капріо його ролі у фільмі «Великий Гетсбі», Феллон використовує ці антоніми, щоб підкреслити соціальні контрасти, зображені у фільмі.

Антоніми є важливим лексичним засобом, що сприяє реалізації експресивності у мовленні ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon». Використання антонімів дозволяє підкреслити контрасти, створюючи багатогранність висловлювань та посилюючи їх емоційний вплив.

Також ми визначили, що експресивність мовлення у ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon» часто зумовлена використанням розмовно-побутової та розмовно-просторічної лексики. Такі лексичні засоби додають висловлюванням невимушеності, щирості та емоційного забарвлення, що робить спілкування більш живим та автентичним. Аналіз розмовної лексики дозволяє зрозуміти, як створюється динамічна атмосфера ток-шоу та як це впливає на аудиторію. Наведемо приклади речень з розмовно-побутовою та розмовно-просторічною лексикою з ток-шоу:

«I've seen you in so many movies, and I have to say, you're *such a cool dude!*» [97].

Під час розмови з Кіану Рівзом про його культові ролі в кіно, Джиммі Феллон використовує розмовно-просторічну лексику, щоб підкреслити повагу до актора та його образ.

«You wake up at 4 AM every day to work out? *You're kidding me!* That's insane!» [97].

Під час інтерв'ю з Дуейном Джонсоном про його неймовірні тренування, Феллон використовує цей вислів, щоб виразити своє здивування.

«You worked with so many interesting people. Who was the most talkative? *She's a real chatterbox, right?*» [97].

Під час обговорення з Еммою Вотсон її досвіду на знімальному майданчику, Феллон використовує розмовно-побутову лексику для опису балакучого колеги.

Використання розмовно-побутової та розмовно-просторічної лексики є важливим лексичним засобом реалізації експресивності у мовленні ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon». Такі лексичні засоби додають невимушеності та емоційності, що робить спілкування більш живим і природним.

В результаті проведеного дослідження експресивних засобів у ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon» було виявлено, що синтаксичні засоби вираження експресії займають 68% від всіх досліджених нами засобів експресії, а лексичні засоби реалізації експресивності займають 32% (див. рис. 3.1.)

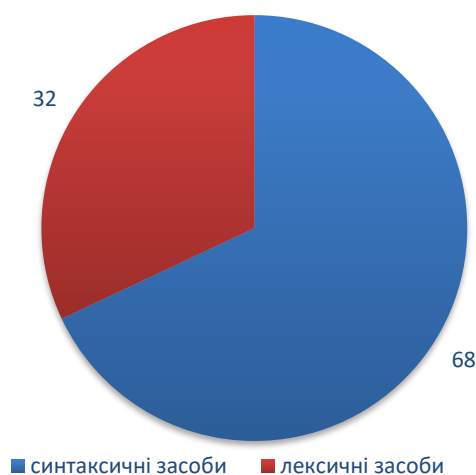


Рис. 3.1. Результати дослідження частотності використання експресивних засобів у ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon»

Серед синтаксичних засобів вираження експресії розподіл відсотків виглядає наступним чином:

1. Односкладні окличні іменні, дієслівні та ад'єктивні речення – 9%
2. Експресивні структури з питальними словами – 12%
3. Експресивні структури, утворені внаслідок перетворення експлікації – 10%

4. Експресивні структури, утворені внаслідок перетворення еліпса – 8%
5. Експресивні структури розділових запитань негативного типу заперечення – 7%
6. Експресивні структури з проявом перепитування – 11%
7. Експресивні структури, які утворилися в результаті інверсії – 11%

Серед лексичних засобів реалізації експресивності розподіл відсотків виглядає наступним чином:

1. Використання синонімії – 15%
2. Антоніми – 10%
3. Використання розмовно-побутової лексики – 7%

Таким чином, ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon» є одним із найвпливовіших медіапроектів сучасності, де експресивні засоби мовлення відіграють ключову роль у створенні емоційної атмосфери та впливу на аудиторію. Синтаксичні засоби вираження експресії, такі як односкладні окличні іменні, дієслівні та ад'єктивні речення, значною мірою сприяють емоційності мовлення. Експресивні структури з питальними словами, допомагають підсилити емоційний вплив висловлювань. Такі структури дозволяють створювати інтенсивні емоційні моменти, залучаючи глядачів до обговорення важливих або захоплюючих тем. Інверсія також є потужним засобом експресивного мовлення..

Лексичні засоби, такі як синоніми та антоніми, також відіграють важливу роль у створенні експресивного забарвлення мовлення. Використання синонімів, таких як «marvelous» замість «good» або «ludicrous» замість «ridiculous», додає висловлюванням додаткової виразності та багатства. Антоніми, як у випадку з фразами «War and Peace» або «Love and Hate», допомагають створювати контрасти, що підсилюють емоційний вплив мовлення.

Розмовно-побутова та розмовно-просторічна лексика, такі як «cool dude» або «this is nuts», надають мовленню невимушеності та природності. Використання таких висловів допомагає створити атмосферу дружнього спілкування, що робить шоу більш доступним та привабливим для широкої аудиторії.

Дослідження показало, що в ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon» домінують синтаксичні засоби вираження експресії, які складають 68% від усіх досліджених засобів експресії. Найбільшу частку серед них займають експресивні структури з питальними словами (12%) та інверсія (12%). Лексичні засоби реалізації експресивності складають 32%, серед яких найчастіше використовуються синонімія (15%) та антоніми (10%). Це свідчить про важливість різноманітних лінгвістичних прийомів у створенні емоційно насиченого і впливового дискурсу в даному ток-шоу.

### **3.2. Методи та прийоми маніпуляції в контексті ток-шоу «Tonight Show Staring Jimmy Fallon»**

В попередньому розділі зазначено, що маніпулятивний вплив у медіа-дискурсі часто досягається через використання різноманітних фонетичних засобів, які здатні підсилити емоційний вплив висловлювань та сприяти залученню аудиторії. У контексті ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon» такі засоби, як асонанс, анафора, епіфора, анепіфора, звуковідтворення використовуються для створення виразного та емоційно насиченого мовлення.

Асонанс, або повторення голосних звуків у словах, підсилює ритмічність і мелодійність висловлювання, роблячи його більш привабливим для слухача. Наприклад:

*«He's a brave, brave man» [97].*

У розмові з Брюсом Віллісом про його персонажа у фільмі «Міцний горішок», Джиммі Феллон використовує асонанс для підсилення емоційного впливу. Повторення звуку «a» у словах «brave» і «man» створює ритмічність і підкреслює мужність героя.

Анафора, або повторення початкових слів чи фраз у кількох послідовних реченнях, надає мовленню структурованості та допомагає акцентувати увагу на певних думках. Наприклад:

*«We need to believe. We need to act. We need to change» [97].*

Під час інтерв'ю з Гретою Тунберг про зміну клімату, Феллон використовує анафору для підкреслення необхідності дій. Повторення фрази «We need to» створює ритмічний ефект і надає висловлюванню переконливості та емоційної насиченості.

Епіфора, або повторення однакових слів чи фраз у кінці послідовних речень, підсилює завершеність висловлювань та акцентує увагу на ключових моментах. Нариклад:

«He's a hero. She's a hero. We're all heroes» [97].

У розмові з медичними працівниками про їхній внесок під час пандемії, Феллон використовує епіфору для підкреслення важливості кожного з них. Повторення слова «hero» в кінці речень створює ритмічний ефект і акцентує увагу на головній ідеї.

Анепіфора, або поєднання анафори та епіфори, створює сильний риторичний ефект, підсилюючи емоційний вплив та структурованість мовлення. Наприклад:

«*Success is what we strive for. Failure is what we learn from*» [97].

Під час обговорення з Ілоном Маском його підприємницького досвіду, Маск використовує анепіфору для підкреслення важливих аспектів успіху та невдач. Повторення початкових і кінцевих частин речень створює ритмічний і структурований ефект.

Звуковідтворення, або використання звуків, що імітують реальні звуки, підсилює образність висловлювань і робить їх більш виразними. Нариклад:

«The engine roared as we sped down the highway» [97].

У розмові з Віном Дізелем про його досвід зйомок у фільмі «Форсаж», Феллон використовує звуковідтворення для підкреслення динамічності сцени. Слово «roared» імітує звук двигуна, створюючи більш яскраве уявлення про подію.

Фонетичні засоби маніпулятивного впливу, такі як асонанс, анафора, епіфора, анепіфора, звуковідтворення відіграють важливу роль у створенні виразного та емоційно насиченого мовлення в ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon». Використання цих засобів дозволяє ведучому та гостям ефективно передавати свої емоції, залучати аудиторію та створювати динамічну атмосферу шоу.

Лексико-стилістичні засоби маніпуляції, такі як розмовна лексика, неологізми, оцінна лексика, евфемізми, дисфемізми, ідіоми, метафори, порівняння, оксюмори та іронія, відіграють важливу роль у створенні впливового та динамічного мовлення в ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon». Ці засоби допомагають ведучому та гостям ефективно передавати свої думки та емоції, залучати аудиторію та створювати захоплюючу атмосферу.

Розмовна лексика додає висловлюванням невимушеності та щирості, що робить мовлення більш живим та автентичним. Наприклад:

«Your performance in the movie was just incredible. *That's awesome, man!*» [97].

У розмові з Джейком Джилленхолом про його новий фільм, Джиммі Феллон використовує розмовну лексику для підкреслення свого захоплення.

Неологізми надають мовленню сучасності та інноваційності, що допомагає привернути увагу молодій аудиторії. Наприклад:

«I've seen your latest videos. *You've been absolutely crushing it with your vlogs!*» [97].

Під час інтерв'ю з популярним ютубером, Феллон використовує неологізм «crushing it» для підкреслення успіху гостя.

Оцінна лексика допомагає виразити ставлення мовця до предмета обговорення, підкреслюючи його позитивні або негативні аспекти. Наприклад:

«Your role in the movie was outstanding. *What an amazing performance!*» [97].

У розмові з Еммою Стоун про її роль у фільмі, Феллон використовує оцінну лексику для вираження захоплення її акторською грою.

Евфемізми використовуються для пом'якшення висловлювань, що можуть бути сприйняті як грубі або неприємні. Наприклад:

«We were all saddened when we heard *he passed away last year*» [97].

Під час обговорення втрати відомого актора, Феллон використовує евфемізм для делікатного вираження факту смерті.

Дисфемізми, навпаки, використовуються для підсилення негативного ставлення до об'єкта обговорення. Наприклад:

«You were telling me about that gig. *That was a total disaster!*» [97].

У розмові з коміком про невдалий виступ, Феллон використовує дисфемізм для підкреслення невдачі.

Ідіоми додають мовленню колоритності та допомагають виразити складні ідеї в стислій формі. Наприклад:

«For you, lifting those weights must be *a piece of cake!*» [97].

Під час обговорення з Двейном Джонсоном його тренувань, Феллон використовує ідіому для підкреслення легкості завдання.

Метафори допомагають створювати яскраві образи та порівняння, роблячи мовлення більш виразним. Під час інтерв'ю з Леонардо Ді Капріо, Феллон використовує метафору для підкреслення його видатних досягнень у кіноіндустрії:

«With all your iconic roles, *you are the shining star of Hollywood!*» [97].

Порівняння дозволяють підкреслити подібність або відмінність між об'єктами, надаючи мовленню ясності та образності. Наприклад:

«When you sing, *her voice is like an angel's*» [97].

У розмові з Адель про її вокальні здібності, Феллон використовує порівняння для підкреслення краси її голосу.

Оксюморон допомагає підкреслити суперечливі якості об'єкта, створюючи парадоксальні образи. Наприклад:

«The way you manage those intense scenes *is like a controlled chaos*» [97].

Під час інтерв'ю з режисером Майклом Беєм про зйомки екшн-сцени, Феллон використовує оксюморон для підкреслення складності процесу.

Іронія допомагає виразити сарказм або приховане значення, додаючи мовленню глибини та багатозначності. Наприклад:

«So you were late again because of traffic? *Oh, great! Another traffic jam!*» [97].

У розмові з гостем про труднощі життя у великому місті, Феллон використовує іронію для вираження свого невдоволення.

Лексико-стилістичні засоби маніпуляції, такі як розмовна лексика, неологізми, оцінна лексика, евфемізми, дисфемізми, ідіоми, епітети, метафори, порівняння, оксюморони та іронія, відіграють ключову роль у створенні виразного та динамічного мовлення в ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon».



Використання цих засобів дозволяє ведучому та гостям ефективно передавати свої думки та емоції, залучати аудиторію та створювати захоплюючу атмосферу шоу.

Маніпуляція у мовленні може створюватися на граматико-синтаксичному рівні за допомогою таких засобів, як неозначені займенники, модальні дієслова, інверсія, повтори, протиставлення, вставні конструкції та риторичні питання. У контексті ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon» ці засоби використовуються для підсилення емоційного впливу на аудиторію та створення інтригуючої атмосфери.

Неозначені займенники надають висловлюванням невизначеності, що може використовуватися для маніпуляції, зменшуючи конкретність та створюючи відчуття загальності. Наприклад:

«Iron Man is such an iconic character. *Everyone knows that*» [97].

У розмові з Робертом Дауні-молодшим про його роль у фільмах Marvel, Джиммі Феллон використовує неозначений займенник «everyone», щоб підкреслити загальновідомість інформації.

Модальні дієслова висловлюють можливість, необхідність або бажаність дій, додаючи висловлюванням різні відтінки значення та підсилюючи маніпулятивний ефект. Наприклад:

«It's an absolute masterpiece. *You must see this movie!*» [97].

Під час інтерв'ю з режисером Квентіном Тарантіно про його новий фільм, Феллон використовує модальне дієслово «must» для підкреслення необхідності перегляду фільму.

Інверсія, або зміна звичного порядку слів, додає висловлюванням виразності та підсилює акцент на певних частинах речення. Наприклад:

«After all these years, *a true legend, he is*» [97].

У розмові з Тому Крузом про його довгу кар'єру в кіно, Феллон використовує інверсію для підкреслення статусу актора.

Повтори підсилюють емоційний вплив висловлювання та акцентують увагу на ключових моментах. Наприклад:

«Winning all those medals, *you did it, you really did it!*» [97].

Під час інтерв'ю з спортсменом Майклом Фелпсом про його досягнення на Олімпійських іграх, Феллон використовує повтор для підкреслення враження від його успіху.

Протиставлення створює контраст між різними частинами висловлювання, що підсилює їх емоційний вплив та надає мовленню динамічності. Наприклад:

«*In your career, you work hard, but you also play hard*» [97].

У розмові з актором Двейном Джонсоном про його роботу та дозвілля, Феллон використовує протиставлення для підкреслення балансу між зусиллями та відпочинком.

Вставні конструкції додають додаткову інформацію або коментар, що може підсилити основне висловлювання або надати йому додаткового значення. Наприклад:

«*The movie, which was directed by you, is fantastic*» [97].

Під час інтерв'ю з режисером Спайком Лі про його новий фільм, Феллон використовує вставну конструкцію для надання додаткової інформації.

Риторичні питання спрямовані на викликання роздумів або емоційної реакції у слухача, а не на отримання відповіді. Наприклад:

«*With all your groundbreaking projects, who wouldn't want to be in your shoes*» [97].

У розмові з успішним підприємцем Ілоном Маском про його останні досягнення, Феллон використовує риторичне питання для підкреслення його успіху.

Граматики-синтаксичні засоби маніпуляції, такі як неозначені займенники, модальні дієслова, інверсія, повтори, протиставлення, вставні конструкції та риторичні питання, відіграють ключову роль у створенні впливового та динамічного мовлення в ток-шоу «*Tonight Show Starring Jimmy Fallon*». Використання цих засобів дозволяє ведучому та гостям ефективно передавати свої думки та емоції, залучати аудиторію та створювати інтригуючу атмосферу шоу.

Раніше вже було зазначено, що маніпулятивний вплив у медійному дискурсі не обмежується суто лінгвістичними засобами, а часто досягається через використання логічних прийомів, які можуть вводити аудиторію в оману. Такі

засоби включають безапеляційні ствердження, неточність мір та непідтверджені посилання. У ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon» ці прийоми використовуються для створення певного настрою, підсилення аргументів та привернення уваги глядачів.

Безапеляційні ствердження подають інформацію як незаперечний факт, що створює враження авторитетності та впевненості. Наприклад:

«From the storyline to the cinematography, *everyone knows that this movie is a masterpiece*» [97].

У розмові з кінокритиком Джастіном Чангпро новий фільм, Феллон використовує безапеляційне твердження для підсилення своєї думки.

Неточність мір використовується для надання висловлюванням більшої ваги або значущості, часто без конкретних даних. Наприклад:

«The fan base keeps growing. *Thousands of people agree that this is the best show on TV*» [97].

Під час інтерв'ю з продюсером популярного серіалу, Феллон використовує неточні міри для підкреслення популярності шоу.

Непідтверджені посилання використовуються для надання висловлюванням більшої правдоподібності, але без конкретних джерел або доказів. Наприклад:

«With all the research available, *experts say that this diet is the healthiest option*» [97].

У розмові з фітнес-тренером Джиллин Майкл про нові дієти, Феллон використовує непідтверджене посилання для надання своїм словам більшої ваги.

Логічні засоби маніпуляції, такі безапеляційні ствердження, неточність мір та непідтверджені посилання, відіграють важливу роль у створенні маніпулятивного впливу в ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon». Використання цих засобів дозволяє ведучому та гостям підсилювати свої аргументи, створювати певний настрій та привертати увагу аудиторії.

В результаті проведеного дослідження засобів створення маніпулятивного впливу у ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon» було виявлено, що фонетичні засоби маніпулятивного впливу займають 39% від всіх досліджених

засобів. Лексико-стилістичні засоби маніпуляції складають 25%, граматико-синтаксичні засоби маніпуляції становлять 20%, а логічні засоби маніпуляції займають 16% (див. рис.3.2.)



Рис. 3.2. Частотність використання засобів створення маніпулятивного впливу у ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon»

Таким чином, дослідження показало, що у ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon» переважають фонетичні засоби маніпулятивного впливу, які становлять майже половину всіх використаних прийомів. Лексико-стилістичні та граматико-синтаксичні засоби також займають значну частину, тоді як логічні засоби складають найменшу частку. Це свідчить про багатогранність підходів до створення маніпулятивного впливу у даному медійному контенті, що забезпечує високу ефективність комунікації з аудиторією.

### Висновки до розділу 3

Експресивність мовлення в ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon» забезпечує емоційний зв'язок між ведучим, гостями та аудиторією. Синтаксичні засоби, такі як односкладні окличні речення, запитання, інверсія та перепитування, відіграють ключову роль у створенні емоційного забарвлення. Односкладні речення передають сильні емоції, інверсія і перепитування додають експресивності через зміну звичного порядку слів.

Лексичні засоби, як синоніми та антоніми, підкреслюють емоційні відтінки та створюють контрасти для підсилення емоційного впливу. Розмовна лексика додає невимушеності, роблячи мовлення живим і доступним. Дослідження показало, що синтаксичні засоби вираження експресії складають 68% від усіх досліджених засобів, з них питальні слова та інверсія займають по 12%. Лексичні засоби складають 32%, серед них синонімія (15%) та антоніми (10%).

Маніпулятивний вплив у ток-шоу досягається через лексико-стилістичні, граматико-синтаксичні та логічні засоби. Лексико-стилістичні прийоми, як розмовна лексика, іронія та метафори, роблять мовлення виразним і емоційно насиченим. Наприклад, фрази типу «That's awesome, man!» підкреслюють захоплення, а «You are the shining star of Hollywood!» створюють яскраві образи.

Граматико-синтаксичні засоби, як повтори та риторичні питання, підсилюють емоційний вплив. Повтори акцентують увагу, а риторичні питання викликають роздуми у слухача. Логічні засоби маніпуляції, як посилення на факти та безапеляційні ствердження, додають висловлюванням ваги. Наприклад, «Everyone knows that this movie is a masterpiece» подає інформацію як факт, а «Thousands of people agree that this is the best show on TV» створює враження значущості.

Дослідження виявило, що фонетичні засоби маніпулятивного впливу займають 39% від усіх досліджених засобів, лексико-стилістичні – 25%, граматико-синтаксичні – 20%, а логічні – 16%.

## ВИСНОВКИ

Результати дослідження засвідчили досягнення мети, розв'язання завдань та слугували підставою для таких висновків:

1) Маніпуляція є багатогранним явищем, що впливає на свідомість та світогляд людини, дозволяючи маніпулятору отримати певні переваги. Вона проявляється через приховане спонукання до емоційних станів, зміни ставлення та виконання дій, необхідних для досягнення цілей ініціатора. Основним механізмом мовної маніпуляції є зміна мовної картини світу реципієнта через прийняття нових асоціацій, що замінюють первинні значення.

Інструментарій маніпуляції включає тактики, прийоми та вербальні засоби, серед яких основними є повтори, спрощення, евфемізми, кліше, стереотипи, емоційна та оцінна лексика, риторичні прийоми, а також невербальні паралінгвістичні засоби. У медійному дискурсі, особливо на телебаченні, маніпуляція відіграє значну роль у формуванні громадської думки, використовуючи емоційність та візуальну привабливість контенту.

Сучасне мовознавство надає численні підходи до визначення експресії та експресивної лексики, що підкреслює різноманітність поглядів науковців. Експресія, як категорія, властива одиницям усіх рівнів мови і має виразну конотацію, підкреслюючи її значення у комунікації.

Експресивність у мові забезпечується структурними засобами, такими як семантика, звуковий склад слова, афікси та наголос. Стилїстичні прийоми, такі як розтягування звуків, алїтерація та розбиття слова на склади, сприяють створенню експресивного ефекту. Синтаксичні фігури, як парцеляція, приєднання та еліпсис, а також тропи, як метафори та гіперболи, додають мові додаткових експресивних відтінків.

2) Телевізійний дискурс відзначається різноманітністю стилїстичних засобів, що створюють виразне та емоційно насичене мовлення. Експресивна лексика, що включає слова з емоційним забарвленням і ті, що набувають експресивності в контексті, взаємодіє з предметно-логічним значенням, створюючи багатопланові

значення. Лексика змінює своє значення через часте вживання в різних контекстах, втрачаючи або набуваючи нових експресивних відтінків.

Синтаксичні засоби, такі як звертання, вставні конструкції, односкладні та неповні речення, інверсія, повтори, гіпербола, риторичні вигуки та запитання, додають емоційної напруги. Пунктуація також відіграє важливу роль, передаючи уривчастість мовлення та емоційність мовця. Разом ці елементи забезпечують глибоке емоційне сприйняття та залучення аудиторії, роблячи телевізійний дискурс ефективним засобом комунікації.

У сучасному медійному дискурсі використовуються різноманітні лінгвістичні засоби маніпулятивного впливу на лексико-стилістичному, граматико-синтаксичному та логічному рівнях. Лексико-стилістичні засоби, такі як розмовна лексика, неологізми, евфемізми, дисфемізми, ідіоми, епітети, метафори, порівняння, оксюмори та іронія, привертають увагу і викликають емоційний відгук. Граматико-синтаксичні засоби, як неозначені займенники, модальні дієслова, інверсія, повтори, протиставлення, вставні конструкції та риторичні питання, підсилюють аргументацію і роблять висловлювання більш переконливими.

Логічні засоби маніпуляції, такі як посилення на інші події та факти, безапеляційні твердження, неточність вимірів та непідтвержені посилення, допомагають впроваджувати оманливі ідеї та створювати враження об'єктивності.

3) Дискурсивний аналіз експресивних засобів у ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon» демонструє складність і багатогранність мовлення, яке використовують ведучий та гості для створення динамічної та захоплюючої атмосфери. Різноманітні лексичні та синтаксичні засоби дозволяють не лише передати емоції та враження, але й ефективно взаємодіяти з аудиторією, підвищуючи її зацікавленість та залученість.

Аналіз лексичних засобів показує важливість синонімії та антонімії у формуванні виразного мовлення. Синоніми додають мовленню багатства, передаючи тонкі відтінки значень та емоцій. Антоніми підкреслюють контрасти та допомагають створювати драматичні ефекти, збагачуючи дискурс. Особливу роль

відіграє розмовно-побутова та просторічна лексика, яка додає невимушеності та щирості, сприяючи тіснішому зв'язку з аудиторією.

Синтаксичні засоби, такі як інверсія, розділові запитання та перепитування, відіграють важливу роль у формуванні дискурсу ток-шоу. Перепитування акцентують увагу на несподіваних або парадоксальних ситуаціях, додаючи мовленню драматизму та динамізму, що сприяє створенню інтерактивного діалогу та утримує увагу аудиторії.

Дослідження показало, що у ток-шоу домінують синтаксичні засоби вираження експресії, які складають 68% від усіх досліджених засобів. Найбільшу частку серед них займають експресивні структури з питальними словами та інверсія (по 12% кожна). Лексичні засоби складають 32%, з них найчастіше використовуються синонімія (15%) та антоніми (10%).

4) Дослідження показало, що ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon» є яскравим прикладом використання різноманітних методів і прийомів маніпуляції для створення захоплюючого та впливового мовлення.

Лексичні засоби маніпуляції, такі як розмовна лексика, неологізми, оцінна лексика, евфемізми, дисфемізми, ідіюми, епітети, метафори, порівняння, оксюмори та іронія, грають важливу роль у створенні виразного та динамічного мовлення. Наприклад, розмовна лексика додає невимушеності та щирості, неологізми надають сучасності, а оцінна лексика допомагає виразити ставлення мовця до обговорюваного предмета. Евфемізми та дисфемізми дозволяють передавати інформацію коректно або грубо, тоді як ідіюми, метафори та порівняння додають образності та глибини.

Фонетичні засоби маніпуляції, такі як асонанс, анафора, епіфора, анепіфора та звуковідтворення, підсилюють емоційний вплив мовлення. Вони створюють ритмічність, мелодійність, структурують висловлювання та додають живості й реалістичності.

Синтаксичні засоби маніпуляції, включаючи інверсію, повтори, протиставлення, вставні конструкції та риторичні питання, допомагають



підсилювати акценти, емоційний вплив та створювати контрасти. Ці засоби також додають динамізму та інтерактивності до діалогу, утримуючи увагу аудиторії.

Логічні засоби маніпуляції, такі як посилення на інші події та факти, безапеляційні ствердження, неточність мір та непідтвержені посилення, створюють маніпулятивний вплив на рівні логіки. Вони допомагають створювати асоціації, додають авторитетності висловлюванням і підсилюють значущість повідомлення.

Використання лексичних, фонетичних, синтаксичних та логічних засобів дозволяє ведучому та гостям ефективно передавати свої думки та емоції, залучати аудиторію та створювати захоплюючу атмосферу.

Згідно з дослідженням, фонетичні засоби маніпуляції становлять 39% від усіх досліджених засобів, лексико-стилістичні засоби – 25%, граматико-синтаксичні засоби – 20%, а логічні засоби – 16%. Це свідчить про важливість різноманітних лінгвістичних прийомів у створенні впливового медіадискурсу ток-шоу «Tonight Show Starring Jimmy Fallon».

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрущенко В. Поняття педагогічного дискурсу в сучасних наукових дослідженнях. *Вища освіта*. 2018. Вип. 1. С. 5–10
2. Арешенкова О. Маніпулятивні технології як мовознавча проблема. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 8 : Філологічні науки (мовознавство і літературознавство)*. 2012. Вип. 4. С. 28–33.
3. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ: Академія. 2004. 344 с.
4. Бацевич Ф. Термінологія комунікативної лінгвістики: аспекти дискурсивного підходу. *Вісник національного університету «Львівська політехніка». Проблеми української термінології*. 2002. № 453. С. 30–34.
5. Бойко Н. І. Критерії виділення експресивної лексики. *Гуманітарний вісн. Сер. Іноземна філологія: Проблеми сучасн. світ. літ. та лінгвістики*. Черкаси : ЧІТІ, 2000. Вип. 4. С. 100–105.
6. Бойко Н. І. Українська експресивна лексика: семантичний, лексикографічний і функціональний аспекти : монографія. Ніжин : ТОВ «Видавництво АспектПоліграф», 2005. 552 с.
7. Бойко Н. Семантична основа лексичної експресивності. *Лінгвостилістичні студії*. 2016. С. 39–54.
8. Бойко С. Т. Медіа-освіта як складова професійної компетентності психолога в інформаційному суспільстві. URL: [http://www.psyh.kiev.ua/Бойко\\_С.\\_Т.\\_Медіа-освіта\\_як\\_складова\\_професійної\\_компетентності\\_психолога\\_в\\_інформаційноому\\_суспільстві](http://www.psyh.kiev.ua/Бойко_С._Т._Медіа-освіта_як_складова_професійної_компетентності_психолога_в_інформаційноому_суспільстві) (дата звернення: 10.07.2024).
9. Волинець П. П. Критерії прихованого психологічного впливу. *Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць. Том 7. Екологічна психологія*. 2010 № 22. С. 15–20.
10. Волянчук І. О. Категорія експресивності в лінгвістиці URL: <http://catalog.liha-pres.eu/index.php/liha-pres/catalog/view/177/3075/7157-1> (дата звернення: 15.07.2024).

11. Воронова З. Ю. Відтворення в українських перекладах емоційно забарвлених англомовних лексичних одиниць та граматичних конструкцій. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія*. Одеса, 2018. Т. 2, № 36. С. 128–130.
12. Вороновська Л. Універсальні та специфічні особливості визначення ознак художнього дискурсу. *Теоретична і дидактична філологія*. 2015. № 20. С. 155–166.
13. Генералюк І. І. Метафора як засіб маніпулювання у політичному дискурсі. *Проблеми сучасної психології*. 2009. Вип. 6. С. 86–95.
14. Голованова Н. В. Медіапростір як важливий чинник побудови інформаційного суспільства. *Актуальні проблеми державного управління*. 2017. № 1 (51). С. 27–34.
15. Голубовська І. О., Левко О. В., Поліщук А. С. Маніпулятивний дискурс як інституціональний: сучасність vs античність. *Мовознавство*, 2019, № 1. С. 9–30.
16. Гребінь Н. В. Зміст маніпуляції як різновиду прихованого психологічного впливу. *Збірник наукових праць КПНУ імені Івана Огієнка, Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. Проблеми сучасної психології*. 2013. № 21. С. 80–93.
17. Дащенко Н. Експресивні засоби газетного дискурсу. *Лінгвостилістика: об'єкт – стиль, мета – оцінка* : зб. наук. праць, присвяч. 70-річчю від дня народж. проф. С. Я. Єрмоленко / Відп. ред. акад. НАН України В. Г. Скляренко. Київ, 2007. С. 316–323.
18. Дмитрук О.В. Маніпулятивні стратегії в сучасній англомовній комунікації (на матеріалі текстів друкованих та Інтернет-видань 2000-2005 рр.): автореф. дис.канд. філол. наук: 10.02.04 / Нац. ун-т ім. Т.Шевченка. Київ, 2006. 19 с.
19. Дорогович Н. О. Експресивна наснага поезії українського резистансу (лексико-семантичний аспект). *Вісник Прикарпат. нац. ун-ту. Філол. (Мовознавство)*. Випуск XXI – XXII. ІваноФранківськ : Прикарпат. нац. ун-т ім. В. Стефаника, 2009. С. 179–183.

20. Дубинець З. О. Евфемізми в українській мові (на матеріалі преси) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова». Ялта, 2011. 19 с.
21. Єрмоленко С. Я. Експресивність. „Українська мова». Енциклопедія. 3-є вид., зі зм. і доп. Київ : Вид-во „Укр. енцикл.» ім. М. П. Бажана, 2007. С 176–177.
22. Єфімов Л. П. Стилїстика англійської мови і дискурсивний аналіз. Вінниця: Нова книга, 2004. 240 с.
23. Зимовець Г. В. Семантичні особливості власних назв. *Наукові записки. Сер. Філологія*. 2010. Вип. 13. С. 250–256.
24. Зінчина О. Б., Токар В. С. Медіапростір сучасного суспільства: проблеми дефініції. *Матеріали VII Міжнародної науково-теоретичної інтернет-конференції «Місто. Культура. Цивілізація»*. Харків, 2017. С. 82–85.
25. Ідзьо М. В. Засоби експресивізації текстів сучасного мас-медійного дискурсу. *Польські студії*. 2014. № 7. С. 172–180.
26. Ільченко В. І. Експресія імені в засобах масової інформації. Київ, 2003. 64 с.
27. Ісаєнко О. В. Текст і медіатекст як категорії кіно дискурсу. *Лінгвістичні дослідження: Зб. наук. праць ХНПУ ім. Г. С. Сковороди*. 2015. № 39. С. 93–96.
28. Кам'янець А. Б. Мовні засоби маніпуляції в медійному дискурсі та їх відтворення в перекладі. URL: [http://lnu.edu.ua/faculty/inomov.new/Foreign\\_Philology/Foreign\\_Philology/Foreign\\_Philology\\_123/articles/Kamianets](http://lnu.edu.ua/faculty/inomov.new/Foreign_Philology/Foreign_Philology/Foreign_Philology_123/articles/Kamianets). Pdf (дата звернення: 10.07.2024).
29. Карабан В.І. Переклад англійської наукової та технічної літератури. Частина 2. Лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні. Вінниця: Нова книга, 2001. 304 с.
30. Кириченко Т. С. Тракткування терміну «дискурс» в сучасній лінгвістиці. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія» Серія : Філологічна*. 2014. Вип. 48. С. 195–197.
31. Ковалинська І. В. Невербальна комунікація. Київ : Вид-во «Освіта України», 2014. 289 с.

32. Коваль Т. Л. Експресиви як безпосередній засіб репрезентації експресивної функції мови. *Актуальні проблеми слов'янської філології. Серія: Лінгвістика і літературознавство*. 2011. Вип. XXIV, ч. 2. С. 468–476.
33. Ковальська Н. А. Окличні речення як вищий прояв емоційної експресії в українському економічному дискурсі. *Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. 2015. Вип. 13. С. 280–286.
34. Колесник Г. М. Мова газети в епоху НТР. Науково-технічний прогрес і мова. Київ: Наукова думка, 1978. С. 91–109.
35. Коновець С. П. Комунікативно-прагматичні особливості актуалізації фразеологізмів у дискурсі сучасної преси (за матеріалами іспанських періодичних видань): дис. ... канд. філол. наук: 10.02.05. Київ, 2002. 167 с.
36. Коритнік Д. Ю., Баранова С. В. Медіадискурс як різнопланове явище сучасних медіадосліджень. *Collection of scientific papers «New Philology»*. 2020. № 80. Vol. I. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/84965/1/Media%20discourse%20as%20a%20diverse%20phenomenon%20of%20modern%20media%20researches.pdf;jsessionid=5D2FDF63146E1041A83EB-57C4D347C52> (дата звернення: 10.07.2024).
37. Корнійчук Ю. Р. Маніпулятивний вплив у політичному англomовному дискурсі. *Студентські наукові записки. Серія «Філологічна»*. 2009. № 2. С. 83–87.
38. Корольчук В. В. Маніпуляція з кримінологічної точки зору як один із засобів учинення злочинів. *Юридична психологія та педагогіка*. 2013. № 1. С. 218–226.
39. Крейг Р. Інтернет-журналістика : робота журналіста і редактора у нових ЗМІ / Ричард Крейг ; пер. з англ. А. Іщенка. Київ : Вид. дім «КиєвоМогилянська академія», 2007. 324 с.
40. Куц М. О. Порівняльна лексикологія англійської та української мов: Навчальний посібник. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2021. 197 с.
41. Кучерова О. О. Плани змісту та повідомлення британського газетного новинного дискурсу (початок ХХІ століття): автореф. дис. на здоб. наук. ступеня

канд. філол. наук: 10.01.08 «Журналістика» / Львівський національний ун-т ім. Івана Франка. Львів, 2005. 20 с.

42. Літературознавчий словник-довідник. За ред. Р. Т. Гром'яка, Ю. І. Коваліва, В. І. Теремка. Київ: ВЦ «Академія», 2007. 752 с

43. Лозниця С. Маніпуляція свідомістю: історико-культурні засади. *Філософська думка*. 2008. №1. С. 142–155.

44. Лютянська Н. І. Мас-медійний дискурс: типологічні та структурно-організаційні особливості. *Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя*. 2014. Кн. 2: Філологічні науки. С. 136–141.

45. Лютянська Н. І. Мовні засоби вербалізації етноцентричної інформації в англomовному масмедійному дискурсі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2017. Випуск 31. Т. 2. С. 158–160.

46. Мелещенко О. К. Інтернет-технології в сучасній журналістиці: моделі та практика : навч. посіб. Київ : КиМУ, 2005. 385 с.

47. Мельничук О. Д., Зубілевич М. І., Фінчук Г. В. Роль мови в пізнанні світу: семантико-філософський підхід *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського*. Том 31 (70), № 1 2020. Частина 3. Київ: Видавничий дім «Гельветика», 2020. С. 41–45

48. Мілова М. М. «Експресивність» та «емотивність» у мові та мовленні. Рівні передачі емоцій у художньому англomовному тексті. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2014. Вип. 9. С. 104–107.

49. Мінкова О. Експресивний потенціал засобів вторинної номінації в мові новітньої української публіцистики: монографія. Мелітополь : Вид. будинок ММД, 2012. 176 с.

50. Навроцький В. В. Логічні теорії діалогу і дискурсу: когнітивний підхід. Київ.: Філософська думка, 2001. 123 с.

51. Оверчук О. Б. Лінгвістичні засоби маніпулятивного впливу в сучасних медіатекстах. *Сучасні проблеми правового, економічного та соціального розвитку держави : тези доп. XII Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Вінниця, 1 груд. 2023 р.) /*

МВС України, Харків. нац. ун-т внутр. справ, Наук. парк «Наука та безпека» ; Консультат. місія Європейського Союзу. Вінниця : ХНУВС, 2023. С. 148–150.

52. Остроушко О. А. Лексичні трансформації при перекладі англійських інформаційних текстів українською мовою Київ: Філологічні студії, 2010. 208 с.

53. Подшивайлова Г. М. Мовні засоби маніпулятивного впливу в політичному дискурсі (на матеріалі друкованих російськомовних ЗМІ України) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.02 «Російська мова» .К., 2009. 20 с.

54. Поліщук Ю., Гнатюк С., Сейлова Н. Мас медіа як канал маніпулятивного впливу на суспільство. *Безпека інформації*. 2015. Т.21. Вип.3. С. 301–308.

55. Половинчак Ю. Мобілізаційний та маніпулятивний потенціал дискурсу соціальних медіа в умовах перехідного суспільства. URL: [http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1083:mobilizatsijnij-ta-manipulyativnij-potentsial-diskursu-sotsialnikh-media-v-umovakhperekhidnogo-suspilstva&catid=127&Itemid=460](http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1083:mobilizatsijnij-ta-manipulyativnij-potentsial-diskursu-sotsialnikh-media-v-umovakhperekhidnogo-suspilstva&catid=127&Itemid=460) (дата звернення: 13.07.2024).

56. Посмітна, В. В. Особливості маніпулятивного мовного впливу у військових і правоохоронних періодичних виданнях України. *Філологічні студії*. 2012. Вип. 7. С. 245–257.

57. Прокопенко Н. М. До питання про лінгвістичну сутність експресії. *Філологічні трактати*. 2015. № 4. С. 54-58.

58. Романюк О. С. Дискурс як інтерактивна комунікативна діяльність. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2016. С. 149–152.

59. Рудик І. М. Зловживання ідеологією в медійному дискурсі. URL: <http://www.nniif.org.ua/File/14rimziv.pdf> (дата звернення: 10.07.2024).

60. Рудик І. М., Муратова І. С. Мовні знаки як інструменти маніпуляції й вербальної агресії в політичному дискурсі. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2008. Вип. 40. С. 186–189.

61. Рябокiнь Н. О., Капіталова Т. І. Медійний дискурс як сфера суспільної комунікації. *Нова філологія*. 2023. Вип. 87. С. 62–66.
62. Свінціцька О. І. Естетичний дискурс сучасних мас-медійних текстів. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 56. С. 52–56.
63. Селезньова О. Термін «медіа-простір»: теоретичний підхід. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Право*. 2022. №. 70. С. 359–363.
64. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність на матеріалах сучасної газетної публіцистики : монографія. Київ : КНУ, 2002. 392 с
65. Сіденко Н. Г. Інструменти мовленнєвої маніпуляції в англomовній «жовтій» пресі. *Записки з романо-германської філології*. 2014. № 2 (33). С. 105–113.
66. Сорокіна Л. Є. Мовленнєва маніпуляція та інші види мовленнєвого впливу: термінологічне розмежування понять. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія*. 2014. Вип. 8(2). С. 157–159.
67. Станкевич Б. Інформаційні маніпуляції та їхній вплив на електоральну свідомість. *Studia politologica Ucraino-Polona*. 2011. Вип. 1. С. 78–81.
68. Стишов О. А. Семантична модифікація власних назв. Українська мова. 2005. № 2. С. 88–97.
69. Турчак О. М. Експресія та експресивність як складові функціональної характеристики okazіоналізмів (на матеріалі преси кінця ХХ ст.). *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія : Філологічні науки*. 2015. № 1. С. 164–169.
70. Форманова С. В., Боєва Е. В. Лінгвальні особливості теледискурсу: прагматичний аспект. *Журналістика. Філологія. Медіаосвіта*. 2014. С. 256–260.
71. Чайковська О.Ю. Особливості сучасного медіа тексту. Київ, 2014. URL: [http://www.irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe](http://www.irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe) (дата звернення: 12.07.2024).



72. Хорошун О. О. Дискурс засобів масової інформації : характерні особливості. URL: [http://eprints.zu.edu.ua/11424/1/дискурс засобів масової інформації характерні особливості.pdf](http://eprints.zu.edu.ua/11424/1/дискурс_засобів_масової_інформації_характерні_особливості.pdf) (дата звернення: 13.07.2024).
73. Чабаненко В. А. Основи мовної експресії. Київ : Вища школа, 1984. 165 с.
74. Чабаненко В. А. Стилїстика експресивних засобів української мови. Запоріжжя : Вид-во ЗДУ, 2002. 351 с.
75. Чайковська Є. Ю. Поняття «емотивність» та «експресивність» у мові науки. *Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи*. Київ, 2010. С. 279–287.
76. Чайковська О.Ю Особливості сучасного медіа тексту. Київ, 2014. URL: [http://www.irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe](http://www.irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe) (дата звернення: 14.07.2024).
77. Черниш О. Сутнісні характеристики понять «медіадискурс» та «медіатекст» у сучасній медіалінгвістиці. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/9782/1/13coashp.pdf> (дата звернення: 11.07.2024).
78. Чік Л. Засоби мовного маніпулювання у сучасних ЗМІ. *Літературний процес: методологія, імена, тенденції. Філологічні науки*. 2015. № 5. С. 121–123.
79. Шапар В. Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків: Прапор, 2007. 640 с.
80. Шевченко Л. І. Взаємозв'язок мовних засобів експресії та стандарту. *Мовознавство*. Вип. 6., 1979. С. 80–84.
81. Шерстюк Н. В. Дискурс: від становлення поняття до соціально-конструкціоністських теорій дискурс-аналізу. *Нова парадигма*. 2013. Вип. 114. С. 50–58.
82. Янкович М. В. Поняття дискурсу в гуманітарних науках та визначення терміна «дискурс» в лінгвістиці. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2015. С. 123–126.

83. Al-hindawi F.-H. The Pragmatic Nature Of Manipulation. URL: [https://www.researchgate.net/publication/321051665\\_The\\_Pragmatic\\_Nature\\_Of\\_Manipulation](https://www.researchgate.net/publication/321051665_The_Pragmatic_Nature_Of_Manipulation) (date of access: 07.07.2024).
84. Coons C., Weber M. Manipulation: Theory and Practice. Oxford: Oxford University Press, 2014. 248 p.
85. Crystal D. Language and the Internet. Cambridge University Press, 2012. 260 p.
86. Dijk T. A. van. Discourse and manipulation. *Discourse & Society*. 2006. Vol. 17(2). P. 359–383.
87. Faden M. S., Beauchamp T. L. A History and Theory of Informed Consent. New York: Oxford University Press, 2014. 365 p.
88. Fairclough N. Language and Power. Harlow: Pearson Education Limited, 2001. 226 p.
89. Goodin R. E. Manipulatory Politics. New Haven and London: Yale University Press, 1980. 234 p.
90. Hargittai E., Gallo J., Kane M. Cross-Ideological Discussions Among Conservative and Liberal Bloggers. *Public Choice*. 2008. Vol. 134. P. 67–86.
91. Hossain M. Language as the Device for Psychological Manipulation in George Orwell's Nineteen Eighty-Four: a psycholinguistic analysis. *European Journal of English Language and Linguistics Research*. 2017. Vol. 5. No. 8. P. 25–31.
92. Keren M. Blogosphere: The new political arena. URL: <http://www.lexingtonbooks.com/Catalog/SingleBook.shtml> (date of access: 07.07.2024).
93. Maillat D., Oswald S. Defining Manipulative Discourse: The Pragmatics of Cognitive Illusions. *International Review of Pragmatics*. 2009. Vol. 1. P. 348–370.
94. Makaruk L. Paralinguistic Devices as Mechanisms of Influence and Manipulation in Modern English Multimodal Advertising Discourse. *Psycholinguistics*. 2018. Vol. 23 (2). P. 148–164.
95. Potter J.W. Arguing for a General Framework for Mass Media Scholarship. 2009. DOI: 10.4135/9781483329864.

96. Schiffrin D. Approaches to discourse. Cambridge, MA & Oxford : Blackwell, 1994. 470 p.
97. Tonight Show Starring Jimmy Fallon. URL: <https://www.nbc.com/the-tonight-show> (date of access: 27.07.2024).
98. Ware A. The Concept of Manipulation: Its Relation to Democracy and Power. New York: Cambridge University Press, 1981. 228 p.
99. Wierzbicka, A. Emotions Across Languages and Culture. Cambridge : Cambridge University Press, 1999. 349 p.
100. Wierzbicka, A. Human emotions: universal or culture specific? *American Anthropologist*. 1989. № 88. P. 584–94.
101. Wodak R. Disorders of discourse. London: Addison Wesley Publishing Company, 1996. 216 p.