

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Філологічний факультет
Кафедра загального та прикладного мовознавства

До захисту

Завідувач кафедри

_____ Володимир ГУТОРОВ

(підпис)

(ініціали, прізвище)

“ 23 ” листопада 2023 р.

**Вербальні та невербальні засоби актуалізації експресивності в
англомовних телевізійних новинах
(на матеріалі теленовін Fox News Channel)**

Кваліфікаційна робота
здобувача 2 курсу
другого (магістерського) рівня
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.10 прикладна
лінгвістика
освітньо-професійна програма –
Прикладна лінгвістика та англійська
мова
ПОЛЯКОВА Данила Андрійовича

Керівник
Тетяна КРИСАНОВА, докт. філол.
наук,
професор кафедри загального
та прикладного мовознавства

Оцінка
за національною шкалою _____

Кількість балів: _____

Голова комісії

_____ (підпис)

_____ (прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| ВСТУП | 3 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ЗАСОБІВ ЕКСПРЕСИВНОСТІ В АНГЛОМОВНИХ ТЕЛЕНОВИНАХ | 7 |
| 1.1. Поняття експресивності у сучасній лінгвістиці..... | 8 |
| 1.2. Лінгвальні характеристики експресивності | 11 |
| 1.3. Дискурс сучасних англomовних новин | 15 |
| 1.4. Мультиmodalність як характеристика медіа-дискурсу..... | 18 |
| 1.5. Конструювання дихотомії «Свій-Чужий» як функція медіа-дискурсу..... | 22 |
| Висновки до Розділу 1 | 26 |
| РОЗДІЛ 2. ВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ ЕКСПРЕСИВНОСТІ У ТЕЛЕНОВИНАХ FOX NEWS CHANNEL | 29 |
| 2.1. Вербальні засоби експресивності морфемного рівня..... | 29 |
| 2.1.1. Ступені порівняння прикметників | 29 |
| 2.1.2. Дієслова тривалого часу..... | 31 |
| 2.1.3. Оператор емпатичності до..... | 32 |
| 2.1.4. Афікси | 33 |
| 2.2. Вербальні засоби експресивності лексико-семантичного рівня | 35 |
| 2.2.1. Прикметники із експресивним значення..... | 35 |
| 2.2.2. Експресивні дієслова | 36 |
| 2.2.3. Підсилювальні прислівники | 38 |
| 2.2.4. Квантифікатори..... | 39 |
| 2.2.5 Фразеологізми та ідіоматичні фрази..... | 41 |
| Висновки до Розділу 2 | 43 |
| РОЗДІЛ 3. НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ ЕКСПРЕСИВНОСТІ У ТЕЛЕНОВИНАХ FOX NEWS CHANNEL | 44 |

| | |
|---|----|
| 3.1. Жести як невербальні засоби експресивності..... | 45 |
| 3.1.1. Жести головою | 45 |
| 3.1.2. Жести рук..... | 49 |
| 3.2. Використання міміки як засобу експресивності..... | 53 |
| 3.2.1. Радісний вираз обличчя..... | 54 |
| 3.2.2. Підняття брів | 55 |
| 3.2.3. Вираз страху | 57 |
| 3.2.4. Вираз несхвалення | 58 |
| 3.3. Просодичні ресурси як засоби експресивності..... | 59 |
| 3.3.1. Емфатичний наголос..... | 59 |
| 3.3.2. Логічні паузи | 60 |
| 3.4. Використання візуальних матеріалів як засобу експресивності..... | 63 |
| 3.4.1. Візуальні зображення осіб | 64 |
| 3.4.2. Інфографіки | 68 |
| 3.4.3. Заставки..... | 70 |
| Висновки до Розділу 3 | 72 |
| | |
| ВИСНОВКИ..... | 74 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ | 78 |
| СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ | 88 |

ВСТУП

Актуальність теми зумовлена необхідністю визначення особливостей мови сучасних англомовних ЗМІ, а також вивчення проблеми впливу на глядачів шляхом застосування засобів експресивності. Зокрема недостатньо вивченим питанням у науці є проблема впливу експресивності на формування поглядів адресата в рамках медіа-дискурсу. Актуальною для сучасної лінгвістики залишається проблема мультимодальної природи засобів експресивності.

Дипломну роботу виконано на науковому семінарі на кафедрі загального та прикладного мовознавства Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна відповідно до тематичного плану її наукових досліджень: «Лінгвокогнітивні дослідження комунікативної діяльності людини».

Мета роботи полягає у визначенні вербальних та невербальних засобів експресивності, характерних для англомовних теленовін.

Для реалізації цієї мети необхідно вирішити такі **завдання**:

1. Проаналізувати поняття експресивності в сучасній лінгвістиці та уточнити визначення цього поняття в рамках цієї роботи;
2. Класифікувати вербальні та невербальні засоби конструювання експресивності в англомовних теленовінах.
3. Проаналізувати вербальні та невербальні засоби конструювання експресивності в англомовних теленовінах;
4. Охарактеризувати особливості функціонування засобів експресивності у рамках англомовних теленовін.

Об'єктом дослідження є експресивність як категорія мови та мовлення.

Предметом дослідження є вербальні та невербальні засоби експресивності в англомовних теленовінах.

Матеріалом дослідження слугували випуски теленовін Fox News Channel. Усі приклади було взято із офіційного вебсайту FNC

(<https://www.foxnews.com/transcript>) та офіційного каналу на платформі Youtube (<https://www.youtube.com/@FoxNews>).

Методи дослідження зумовлені сформульованими метою та завданнями, а також специфікою аналізованого матеріалу. Було застосовано такі методи: описовий метод (для класифікації та інтерпретації засобів експресивності), контекстний аналіз (для з'ясування особливостей функціонування засобів експресивності у зв'язку із контекстним оточенням), концептуально-інтерпретаційний аналіз тексту (із метою виявлення смислової єдності текстів сучасних англомовних теленовин та для інтерпретації вербальних та невербальних засобів експресивності).

Теоретичною основою стали праці вчених, які вивчали особливості категорії експресивність (М. Апресян [42], Ш. Баллі [44], М. Порроче Бальєстерос [79] тощо); праці, присвячені вивченню функціонування засобів експресивності у сучасних засобах масової інформації (Л. Архипенко [1], О. Балаклеєць [2], М. Ідзьо [13]); наукові роботи, у яких досліджували особливості стилістики засобів експресивності (В. Чабаненко [38], І. Холявко [35]). Також було використано праці зарубіжних та українських вчених із типології дискурсу (Т. ван Дейк [6], І. Фролова [32]); праці, присвячені дослідженню особливостей медіа-дискурсу (М. Талбот [89], А. О'Кіффі [75]), а також праці присвячені дослідженню конструювання емоцій у дискурсі (Т. Крисанова, А. Вербицька [19]). Було застосовано теоретичні дослідження мультимодальної природи дискурсу (Г. Кресс, Т. ван Льовен [62]); дослідження мультимодальних засобів конструювання емоцій (Р. Коваленко [14], Т. Крисанова, О. Гережун [18]). Теоретичну основу дослідження також складають дослідження особливостей невербальної комунікації (Л. Герреро, К. Флойд [49], І. Ковалинська [15], Л. Солощук [87]). Актуальними для нашої роботи стали праці, у яких досліджували особливості та характеристики дихотомії «Свій-Чужий» (Т. Семашко [30], М. Маккаліон [67]); дослідження присвячені впливу мови на формування дихотомії «Свій-Чужий» (Дж. Бакстер [46], С. Нолл [74]); роботи,

у яких вчені досліджували роль засобів масової інформації у формуванні згаданої дихотомії (Д. Мутц, С. Голдман [73], С. Нолл [74]).

Наукова новизна одержаних результатів. Виявлено вербальні та невербальні засоби експресивності у сучасних англомовних теленовинах та визначено їхню функційну спрямованість. Також було доведено, що засоби експресивності залучено із метою конструювання дихотомії «Свій-Чужий». Було доповнено наукову картину про мультимодальну природу експресивності.

Теоретичне значення роботи зумовлено її внеском в стилістику англійської мови, прагматику та медіа-лінгвістику. Із точки зору стилістики та медіа-лінгвістики, результати дослідження розкривають стилістичні особливості функціонування засобів експресивності у рамках сучасних теленовін. Із точки зору прагматики, розкрито роль засобів експресивності для конструювання смислів у рамках дискурсу телевізійних новин.

Практична значущість цього дослідження полягає в тому, що матеріали роботи можуть бути використані в курсі лекцій зі стилістики англійської мови, лексикології тощо. Одержані результатом можна застосувати і для підготовки майбутніх журналістів у рамках курсів медіаграмотності, критичного аналізу медіа-контенту, ефективної комунікації тощо. Вважаємо, що ця робота може стати підґрунтям для подальшого дослідження експресивності та її функціонування як складової медіа-дискурсу.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (що становить 131 позицію). Загальний обсяг роботи – 92 сторінки, із яких – 77 сторінок основного тексту.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження обговорювалися на науковому семінарі «Лінгвокогнітивні дослідження комунікативної діяльності людини», на ІХ Міжнародній науково-практичній конференції «Теорія і практика сучасної науки та освіти» (9-10 листопада 2023 р., Львівський науковий форум, Львів), на Всеукраїнській науковій інтернет-конференції «Вітчизняна наука на зламі епох: проблеми та перспективи

розвитку» (17 листопада 2023 р., Університет Григорія Сковороди в Переяславі, Переяслав).

Результати дослідження оприлюднено в таких публікаціях:

- 1) Поляков Д. А. Класифікація вербальних та невербальних засобів експресивності в англomовних теленовинах. *Теорія і практика сучасної науки та освіти: матеріали ІХ міжн. наук.-практ. конф.* (Львів, 9-10 листопада 2023 р.). Львів, 2023. С. 76—77.

Автор представляє також результати досліджень, що є предметом неопублікованої статті, яку на даний момент було прийнято до публікації та яка готується до друку:

- 2) Поляков Д. А. Візуальні засоби конструювання експресивності в англomовних теленовинах (на матеріалі теленовин Fox News Channel). *Вітчизняна наука на зламі епох: проблеми та перспективи розвитку*. 2023. №92.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ЗАСОБІВ ЕКСПРЕСИВНОСТІ В АНГЛОМОВНИХ ТЕЛЕНОВИНАХ

Останнім часом роль мас-медіа (радіо, телебачення, Інтернету) у житті суспільства суттєво зросла. Таким чином, можна казати про те, що сучасні медіа формують новітній інформаційний простір.

Із одного боку, сучасні мас-медіа відображають наявні суспільні норми та цінності. Із іншого боку, ЗМІ активно залучають для впливу на громадську думку. У рамках медіа-дискурсу вербальні та невербальні елементи комунікації застосовують як інструменти влади, переконання та маніпуляцій. Медіа-дискурс також активно впливає на інші види дискурсу (наприклад, політичний чи публічний) через формулювання різних наративів.

Вивчення медіа-дискурсу з лінгвістичної точки зору є важливим для розуміння складних відносин та впливів між мовою, культурою, владою та суспільством. Шляхом вивчення медіа-дискурсу можна зрозуміти, яким чином мова функціонує у сучасних мас-медіа, впливає на суспільну думку; визначити комунікаційні стратегії та роль ЗМІ у конструюванні інших типів дискурсу. Це може сприяти глибшому розумінню мови як соціального та культурного феномену.

Останнім часом дослідження явища актуалізації емоцій як у гуманітарних науках загалом, так і в лінгвістиці зокрема, набувають нового осмислення у межах зміни парадигм. Питання експресивності вивчають не тільки в межах лінгвістики, але також антропології, філософії, соціології, психології тощо, що робить експресивність та експресивність об'єктом міждисциплінарних досліджень. При цьому, наразі не існує повної теорії емоцій у сучасній науці [21, с. 79].

Незважаючи на те, що експресивності як функції мови та якості мовлення присвячено доволі багато досліджень, вважаємо необхідним розглянути детальніше експресивність як об'єкт лінгвістичних досліджень, а також надати

визначення експресивності у зв'язку із найактуальнішими досягненнями лінгвістики. Для кращого розуміння теми роботи слід також визначити основні характеристики експресивності.

1.1. Поняття експресивності у сучасній лінгвістиці

Зважаючи на те, що експресивність є одним із важливих аспектів людської комунікації, вивчення експресивності як лінгвістичного явища розпочалося ще в другій половині XIX ст., коли дослідники зацікавилися проблематикою ролі індивідуальності, її впливу на психіку, а відтак і мову (мовлення). Таким чином, вивчення експресивності нерозривно пов'язане із розвитком психологічного напрямку у лінгвістиці [13, с. 13]. При цьому, слід зауважити, що експресивність як окреме явище на цьому етапі не виділяють. Втім, дослідження емоцій, почуттів, відчуттів та вольових процесів у мові роблять значний вклад для майбутніх теоретичних доробків на тему експресивності. Експресивність як категорія мови та мовлення, нерозривно пов'язана із конструюванням емоцій. Як вказують, навіть на сучасному етапі розвитку науки відсутнє єдине трактування емоційного компоненту, що зумовлює актуальність визначення цього поняття [20, с. 75].

Ми вважаємо, що експресивність – це сукупність ознак мови та мовлення, що дозволяє реалізувати мовцю суб'єктивне ставлення до довколишньої дійсності та/або висловлювання. Маємо вказати, що експресивне значення за своєю природою є неописовим, оціночним та суб'єктивним [79, с. 190]. Стверджують, що експресивність є «прагматичним механізмом оптимізації комунікативного процесу» [35, с. 186]. Таким чином, експресивність виконує не тільки стилістичні функції, але також і прагматичні. Основною метою експресивності у мовленні є реалізація особистого ставлення комуніканта до тої чи іншої ситуації, а не її описання. Тож застосування засобів експресивності спрямовано на здійснення впливу на емоційну сферу співрозмовника за

допомогою вербальних та невербальних засобів. Деякі мовознавці навіть ототожнюють прагматичну функцію із експресивністю [34, с. 197–198]. Тому ми будемо розглядати експресивність як комунікативно-прагматичне явище мови та мовлення.

Деякі дослідники, зокрема В. Чабаненко, розрізняють експресію та експресивність за ознаками статичності / динамічності. Відтак експресію можна розглядати як процес інтенсифікації виразності, а експресивність — як результат. Також експресія виникає на мовному рівні, а експресивність — на мовленнєвому [38, с. 7–8]. Слід зауважити, що в рамках цієї роботи ми будемо послуговуватися поняттям експресивність, оскільки через специфіку обраного предмету дослідження ця розвідка буде зосереджена на питанні вияву експресивності.

Складність експресивності зумовила появу цілком різних, часом навіть суперечних один одному підходів у мовознавстві у вивченні цього явища: когнітивного, психолінгвістичного, комунікативного, стилістичного, лінгвокультурологічного, семасіологічного та прагматичного.

У рамках стилістичного підходу вважають, що експресивність є, перш за все, стилістичним явищем. Вчені-дослідники вказують, що експресивність може виявлятися в окремих стилях мовлення, а тому відрізняють функціональні та експресивні стилі. Зокрема у рамках стилістичного підходу розрізняють експресивне та стилістичне значення, а також вивчають їхні взаємозв'язки [13, с. 15, 24].

Започаткування семасіологічного напрямку вивчення експресивності пов'язують із іменем К. Ердмана, який виявив наявність експресивності у лексичних значеннях слів. У рамках цього підходу експресивність вивчають як конотаційну складову слова; деякі вчені стверджують, що експресивність може виявлятися як на конотативному рівні значення слова, так і на денотативному, тобто вчені вказують на наявність адгерентної та інгерентної експресивності відповідно. Зокрема представники цього підходу вивчають вплив

контекстуальних елементів на експресивне значення, уточнюючи, що експресивність слів пов'язана із полісемією, а також із застосуванням синонімів для описання тої чи іншої ситуації [13, с. 38].

Погляд на експресивність як прагматичну властивість тексту (мовлення) сформувався під впливом прагматичного підходу. Представники згаданого підходу вважають, що експресивність є механізмом передачі емоцій мовця. Вчені розглядають експресивність як продукт вираження ставлення мовця до дійсності. Іншими словами, із точки зору прагматичного підходу, експресивність виконує важливу функцію передачі емоційного та психологічного стану мовця, а також експресивність є продуктом інтерпретації цих станів комунікантом.

Із точки зору когнітивного підходу, експресивність вербалізує знання про навколишню дійсність і концептуалізує їх. У рамках цього підходу експресивність ґрунтується на когнітивних намірах мовця, оцінці мовцем позамовної реальності, а також психоемоційному стані комунікантів. Із цього погляду, експресивна складова може бути інтерпретована різними комунікантами по-різному, оскільки інтерпретація експресивних інтенцій ґрунтується на знаннях комуніканта про ситуацію, його морально-етичних цінностях тощо [13, с. 39—40].

У рамках комунікативного підходу розрізняють осмислену та неосмислену експресивність. Осмислена експресивність є усвідомленим актом актуалізації емоцій, коли людина керує мовними засобами із метою у тій чи іншій ситуації сконструювати свій емоційний стан. Іншими словами, осмислена експресивність тісно пов'язана із екстралінгвальними факторами комунікації. Із цього погляду, вербальні та невербальні засоби застосовано мовцем із метою інтенсифікувати сказане, за умови, що експресивність «проходить» крізь соціальні, культурні тощо фільтри [17, с. 24].

Представники комунікативного підходу розглядають експресивність як засіб впливу на свідомість співрозмовника із певною комунікативною метою. Із

точки зору комунікативного підходу, експресивність має на меті формування у свідомості співрозмовника (слухача / читача / глядача) певного негативного чи позитивного образу про предмет комунікації та його відповідну оцінку. Важливо зазначити, що експресивність спирається на емоційно-психологічну сферу комунікантів, застосовуючи різноманітні засоби із метою впливу на всі сенсорні канали співрозмовника [36, с. 241—242]. Вчені вказують, що експресивність є видом психічної діяльності комуніканта, у результаті якого він може виразити свої емоції, суб'єктивну оцінку, а це, у свою чергу, впливає на емоційний стан адресата [7, с. 22].

У нашому дослідженні ми розглядатимемо експресивність не тільки як стилістичну властивість тексту, оскільки було доведено, що експресивне значення залежне, перш за все, від жанру мови та комунікативної ситуації [13, с. 38]. Ми послуговуватимемося саме комунікативним підходом для аналізу засобів експресивності у теленовинах, оскільки саме він допомагає краще зрозуміти прагматичні функції експресивних засобів на формування емоцій та поглядів глядачів.

Можна зробити висновок, що експресивність є складною лінгвістичною категорією, що реалізується на всіх рівнях мовної системи. Метою застосування експресивності є вплив на емоційно-психологічну сферу співрозмовника із метою формування у нього того чи іншого образу про предмет розмови.

1.2. Лінгвальні характеристики експресивності

Для кращого розуміння комплексності експресивності як лінгвістичного поняття пропонуємо обговорити її взаємозв'язок зі складовими експресивного значення, а саме із такими поняттями: «емотивність», «оцінність», «метафоричність», «напруженість», «стилістичне забарвлення», «кількісне навантаження», «образність» [42, с. 8].

Важливим питанням у вивченні експресивності є також її зв'язок із емотивністю. Хоча часто ці терміни вживаються як тотожні, ми вважаємо, що слід розмежувати їх. Емотивність, на нашу думку, є складовою експресивності. Емотивність можна вважати складовою смислу слова, що ґрунтується на ставленні мовця до сказаного [42, с. 10]. Емотивність є усвідомленою демонстрацією емоцій, яка спрямована на адресата [78, с. 215]. У свою чергу, як було вже зазначено, експресивність це інтенсифікована виразність, яка виявляється на всіх рівнях мови. Таким чином, вважаємо, що експресивність є ширшою категорією, ніж емотивність.

Крім цього, слід обговорити питання взаємозв'язку експресивності та оцінності. Хоча деякі дослідники і дотримуються думки про те, що оцінні судження не завжди вказують на те, що висловлювання є експресивним [17, с. 28], ми вважаємо, що наявність категорії оцінки робить висловлення експресивним. Це можна пояснити тим, що оцінка є завжди суб'єктивним поняттям, оскільки ми оцінюємо явища, осіб, предмети тощо із власної точки зору, сформованої нашою мораллю, емоційно-психологічним станом, навколишньою дійсністю, досвідом тощо [42, с. 10—11]. Таким чином, будь-яке висловлення, що містить у собі категорії оцінки є експресивним за своєю природою, навіть у випадку, коли мовець намагається «висловлювати об'єктивну оцінку».

На думку дослідників, метафора завжди є експресивно маркованим поняттям, емоційним та стилістично забарвленим [5, с. 184]. Таким чином, метафора може нести за собою також такі категорії як образність, оцінність, емотивність тощо. Ми вважаємо, що за будь-якого процесу комунікації наше мовлення є метафоричним, оскільки комуніканти дуже часто вдаються до вживання різноманітних зворотів, що несуть функцію передачі емоційного стану, інтенсифікації сказаного (написаного).

У зв'язку із питаннями метафоричності та образності як складових експресивності, слід також розглянути питання впливу стилістичних

особливостей тексту (акту комунікації). Засоби емоційності та експресивності найяскравіше представлено у художніх текстах, розмовному мовленні, меншою мірою – у публіцистиці. Тим не менш, як вже було зазначено, мова є експресивною за своєю природою, а вираження емоцій є однією із найважливіших функцій мови та мовлення. Певною мірою, експресивність притаманна навіть науковим текстам, оскільки вони містять «логічні міркування зі схвильованістю емоційно-суб'єктивної оцінки» [8, с. 167—168]. Втім, ми вважаємо, що інтенсивність експресивності того чи іншого акту комунікації залежить від багатьох чинників та стилістичної специфіки. Слід мати на увазі, що через зазначене засоби вираження експресивності у текстах різної стилістичної спрямованості також будуть різними. Тим більше, засоби вираження експресивності наукового мовлення не будуть засобами вираження тексту публіцистичного стилю [8, с. 168].

Як було вказано, експресивність вирізняється своєю інтенсивністю від тексту до тексту (акту комунікації), через що необхідно розглядати експресивність у взаємозв'язку із поняттям кількісного навантаження. Ще Ш. Баллі та Б. де Куртене пов'язували напруженість із певним типом категорії числа. Вчені розглядали експресивність у зв'язку із певною «кількістю» та «ступенем» напруженості [50, с. 313]. Власне ступінь напруженості є однією із характеристик експресивності. Аналізуючи експресивність акту комунікації слід зважати на кількісне навантаження, тобто на кількість вжитих емоційно-забарвлених слів, граматичних конструкцій, а також на напруженість мовних та позамовних засобів.

Уважають, що категорія експресивності пов'язана із поняттям напруженості. Б. де Куртене вказує, що напруженість – це категорія мови, що пов'язана одночасно із логічним мисленням та чуттєвим сприйняттям [50, с. 323]. Проблему напруженості розглядав також і Ш. Баллі, уточнюючи, що наслідком застосування напруженості є поява «числа, кількості, величини та інших категорій, незалежно від того, чи це стосується матеріальних образів чи

абстрактних ідей» [44, с. 202]. Таким чином, згадані дослідники розглядали експресивність скоріше як особливий вид категорії числа. Наприклад, напруженими за своєю природою можуть бути лексичні одиниці або граматичні конструкції (наприклад, ступені порівняння прикметників). Напруженість не завжди корелює із емотивністю, а також деякі мовні знаки містять у собі як категорії напруженості, так і емотивності. При чому, обидві категорії можна чітко вирізнити [42, с. 11].

Тож можна зробити висновок, що експресивність та напруженість це нерозривно пов'язані поняття, оскільки експресивні мовні знаки завжди мають додаткове значення «над» або «вищих рівнів». Дослідники підкреслюють, що напруженість є кількісним описом якісного аспекту мови (мовлення) – експресивності [42, с. 11].

Ми дотримуємося думки про те, що експресивне значення виникає зазвичай лише у контексті, оскільки ставлення мовця до описуваного явища можна реалізувати за допомогою стилістичних, синтаксичних, паралінгвальних тощо засобів. Саме це вказує на нетиповість та розмаїтість експресивного значення. Проблематичним із цієї точки зору є визначення смислу сказаного, якщо ви не володієте контекстом. Наприклад, одна і та сама фраза в залежності від контексту та паралінгвальних особливостей може виражати часом навіть протилежні за своєю суттю емоції. Таким чином, експресивність фіксується на особі мовця і його емоціях. Через свою суб'єктивну природу експресивність характеризується нетиповими, розмаїтими значеннями.

Отже, експресивність пов'язана із такими категоріями, як емотивність, образність, напруженість, кількісне навантаження, метафоричність тощо, які і визначають ступінь експресивного значення. На нашу думку, найдоречнішим підходом за аналізу експресивності того чи іншого акту комунікації є також аналіз супутніх до експресивності ознак, описаних вище.

1.3. Дискурс сучасних англомовних новин

Дискурс є складним комунікативним явищем, яке одночасно визначає та актуалізує наявні вірування та цінності учасників комунікації, застосовуючи когнітивні, лінгвальні та соціальні фактори. Дискурс є цілісною формацією, конструйованою у межах певного каналу комунікації. При чому, дискурс визначає спосіб організації інформації, обмеження та дозволи за процесу комунікації.

Дослідники також вказують, що дискурс є інтегральним явищем, яке відбувається у соціокультурному контексті. Для дискурсу характерні континуальність та діалогічність [39, с. 26].

Згідно із Т. ван Дейком, дискурс є складним та багатофункціональним комунікативним явищем, яке має дві складові: лінгвальну та соціолінгвальну (знання про світ, цілі мовця, ціннісні установки). Комунікацію у рамках дискурсу може бути реалізовано як у письмовому/усному вигляді, так вербально/невербально [6, с. 8]. Тож Т. ван Дейк розглядає дискурс як складне явище комунікації, пов'язане із соціолінгвістичними чинниками. Завдяки працям Т. ван Дейка дискурс у лінгвістиці можна розглядати через призму соціальних особливостей процесу комунікації: професійної діяльності учасників комунікації, їхніх поглядів на суспільні події, психоемоційного стану у момент комунікації, суспільного стану тощо.

Із точки зору М. Фуко, дискурс є «способом організації знання, який структурує соціальні відносини шляхом колективного розуміння логіки дискурсу та прийняття його як звершеного соціального факту» [68]. Основою дискурсу за М. Фуко є те, що він назвав «дискурсивними подіями», вони формують концепцію висловлення, а відтак — дискурс. Також дослідник застосовує поняття «дискурсні формації», які він характеризує як «певні висловлювання, які мають за основу характерні послідовності та формули, завдяки яким і утворюються» [33, с. 28]. Отже, М. Фуко інтерпретує поняття

дискурсу як певну цілісність подібних висловлювань, які утворюють однакову дискурсивну формацію.

Важливим для розуміння дискурсу є поняття, що лежать в основі дискурсу, а саме: правди (truths), влада (power), знання (knowledge). Центральним поняттям дискурсивної теорії М. Фуко є влада. Поняття влади передбачає наявність наступних елементів: когось або щось, що застосовує владу; властивості, які дозволяють комусь або чомусь застосувати владу; предмет, по відношенню до якого здійснюється влада; наявність інших типів взаємодії, які не передбачають відносини влади [71].

Знання та влада є нерозривно пов'язаними поняттями: із одного боку, знання є реалізацією влади, а з іншого — влада завжди є функцією знання [52]. У момент комунікації створюється т. зв. єдиний «пул (фонд) знань» (pool of knowledge). За теорією М. Фуко, певні люди або групи людей, що володіють владою, можуть впливати на «пул знань». Дискурс фокусується на відносинах влади у суспільстві через соціальні практики та мову. Особи та інституції, наділені владою, реалізуючи її, конструюють поняття «правди» та «знання».

Концепція М. Фуко дає можливість для аналізу експресивності в контексті дослідження дискурсу. Експресивність із цієї перспективи є засобом для конструювання смислів та актуалізації емоційних реакцій у суспільстві. У контексті дослідження різних типів дискурсу вивчення експресивності може допомогти зрозуміти, яким чином певні «дискурсні формації» відображають особистісні відносини та актуалізують/конструюють емоції, впливаючи на сприйняття та інтерпретацію тої чи іншої події.

Основним критерієм для виділення певного типу дискурсу є змістова та смислова спільність текстів [22, с. 190]. Важливими для диверсифікації типів дискурсу є також такі критерії: інституційність / неінституційність, діалогічна чи монологічна форма дискурсу, канал зв'язку, сфера комунікації [32, с. 167]. Зокрема для відокремлення типу дискурсу необхідно зважати на контекст та ситуацію [39, с. 313-315].

Як вже зазначалося, центральним поняттям для дискурсу за М. Фуко є влада. Незважаючи на те, що М. Фуко розглядає ЗМІ як «простір» для дискурсу [70], ми вважаємо, що на сучасному етапі розвитку суспільства можна стверджувати, що мас-медіа є не тільки простором, але й також реалізують владу. ЗМІ формують пул знань для своєї аудиторії та конструюють правду, оскільки володіють функціями інформування та впливу на глядача.

Т. ван Дейк розглядає владу як систему контролю. Відповідно до цього він розробляє свою типологію дискурсу, до якої включає медіа-дискурс [51]. На думку дослідника, сучасні мас-медіа є інституціями влади, тому що:

Журналісти контролюють контекст (коли має відбуватися комунікативна подія; хто включений до неї, а хто — ні; які думки мають транслюватися, тощо);

1. У рамках медіа-дискурсу журналісти (редактори) можуть визначити як зміст комунікативної події (вирішувати, про що і як повідомляти глядачів), так і жанри, які вони застосовують;

2. Мас-медіа можуть формувати та контролювати думки та погляди своєї аудиторії [51].

Таким чином, можна стверджувати, що сучасні мас-медіа конструюють новий вид дискурсу — медіа-дискурс. Медіа-дискурс — це такий вид дискурсу, який транслює реальність через засоби мас-медіа (газети, журнали, радіо, телебачення тощо). Медіа-дискурс передбачає наявність аудиторії, яка залучена до акту комунікації лише як слухачі (глядачі), орієнтацією на масового глядача, представник медіа зазвичай має більше влади, ніж інші учасники комунікації, оскільки він може впливати на хід акту комунікації [75, с. 1]. Він є «публічною, записаною, неспонтанною формою комунікації» [76, с. 31].

Медіа-дискурс зорієнтований на адресата повідомлення, він враховує особливості сприйняття ним інформації згідно із віком, професією, етнічністю, гендером адресата тощо, втім аудиторія як учасник комунікації сприймається неіндивідуалізовано, а як демографічні одиниці [89, с. 198]. Він є чутливим до

соціального контексту та спрямований на формування суспільної думки [4, с. 25].

Отже, характерними рисами медіа-дискурсу є: публічність, групова кореляція (автор тексту інформує свою аудиторію, конструюючи погляд на події); масова спрямованість (вплив на декілька груп суспільства), дісенсна орієнтованість (конструювання конфліктних думок із метою подальшого обговорення) [10, с. 27].

Через свою орієнтацію не на індивідуальні риси глядача, а на групові, тексти медіа-дискурсу є логічними, зв'язними, простими для засвоєння. При чому, у текстах медіа-дискурсу наявна авторська позиція, оцінність, емоційність тощо [2, с. 22].

Медіа-дискурс має виконувати дві основні функції: інформування та регулювання [41, с. 305]. Тому ми можемо говорити про наявність двох взаємопов'язаних компонентів будь-якого тексту у рамках медіа-дискурсу: інформаційного та регулюючого. Інформаційний компонент теленовин виконує функцію повідомлення, інформування, а регулюючий — інтерпретування та ретрансляції повідомлення із метою формування тої чи іншої думки в аудиторії.

Можна зробити висновок, що сучасний медіа-дискурс тяжіє до поєднання експресивності та «стандарту». Сучасні ЗМІ намагаються одночасно поінформувати глядача про останні події та сформувати його думку про них. Засобом емоційного впливу як механізму емоційного впливу та формування думки виступає експресивність.

1.4. Мультимодальність як характеристика медіа-дискурсу

На нашу думку, однією із найважливіших ознак медіа-дискурсу є мультимодальність. У рамках цього дослідження ми розглядаємо «мультимодальність» як конструювання смислів у процесі комунікації шляхом залучення різних сенсорних каналів інформації (аудіовізуального, текстового

тощо) [43]. Іншими словами, застосування мультимодальності має на меті активізацію різних модусів. Втім, слід зважати на те, що для мультимодальності характерна взаємодія та інтеграція різних модусів.

У широкому розумінні, будь-який акт комунікації є мультимодальним, оскільки навіть текст передбачає застосування різних шрифтів, символів тощо, а розмова між друзями передбачає також використання жестів, міміки тощо [85]. Подібної думки дотримуються Г. Кресс і Т. ван Льовен, які вказують на те, що будь-який дискурс є мультимодальним явищем [62].

Центральним поняттям мультимодальності є модус. Модус — це такий набір соціально та культурно сформованих ресурсів, які застосовують для конструювання смислів. Жоден модус не є фіксованим та універсальним, оскільки будь-який модус є соціально сформованим феноменом [72]. Головною ознакою модусу є «можливість зберігати й передавати значення». Існують різні види модусів: звукові, текстові, відео тощо [90, с. 146].

Отже, мультимодальність — це така ознака акту комунікації, за якої смисли конструюють та актуалізують через застосування різних комунікативних ресурсів, таких як зображення, текст, аудіо та відео. При цьому, із метою найбільш повного розуміння сконструйованого смислу, необхідно аналізувати як вербальні засоби, так й інші комунікативні ресурси.

Також у нашій роботі ми будемо послуговуватися поняттям мультимодального тексту. Під мультимодальним текстом ми розуміємо будь-який текст, смисли якого конструюють за допомогою двох або більше модусів [63, с. 177]. Ми вважаємо, що будь-який медійний текст є мультимодальним за своєю природою.

Деякі дослідники навіть вказують на те, що смисл медійного тексту може втрачатися при акцентуванні уваги лише на його лінгвальних особливостях та ігноруванні інших модусів. Тому необхідно аналізувати тексти медіа-дискурсу, зважаючи на їхню мультимодальність. [68, с. 597]. Також слід зважати на те, що смислотворення у рамках медіа-дискурсу є складним процесом, за якого

жодний семіотичний ресурс не є головним. У цьому разі смисл є гештальтом, який конструюють не тільки через застосування різних семіотичних ресурсів, але також через соціальний контекст, особистий досвід реципієнта тощо [86].

Вважаємо, що будь-яка телевізійна програма активно залучає мультимодальність через специфіку телебачення як каналу комунікації. Проаналізувавши різноманітні випуски новин телеканалу FNC, ми прийшли до висновку, що основними елементами мультимодальності у рамках медіа-дискурсу можна вважати:

1. Текстовий супровід новини;
2. Невербальні засоби комунікації репортерів (жести, міміка, просодика тощо);
3. Зображення (іронічного чи сатиричного змісту);
4. Відеоряд (виконує як інформаційну, так й емоційну функцію, зображуючи перебіг подій);
5. Аудіоряд (найчастіше виконує емоційну функцію).

Наприклад, для телевізійних прогнозів погоди характерне використання таких засобів, як мовлення ведучих, текст та візуальні матеріали (специфічні символи, мапа тощо).

Текстовий супровід новин, як було помічено, виконує одночасно дві основні функції медіа-дискурсу: інформативну та регулятивну. З одного боку, телеведучі мають на меті проінформувати глядача про останню подію, але, як було продемонстровано, при цьому активно залучають вербальні засоби експресивності із метою актуалізації емоцій глядача.

Жести, міміку, просодичні ресурси, застосовані учасниками комунікації, ми умовно називаємо невербальними засобами комунікації із метою їхнього вирізнення від інших елементів мультимодальності. Невербальні засоби комунікації журналісти застосовують разом із іншими засобами. Основною функцією цих засобів є акцентування уваги на певній інформації та/або конструювання експресивних смислів.

У свою чергу, зображення має актуалізувати у глядача окремі аспекти смислу. Зображення не є основним елементом у конструюванні смислу. Найчастіше зображення має конструювати та актуалізувати емоції, лише зрідка зображення використовують із метою інформування.

Відеоряд зазвичай є ілюстрацією текстового супроводу. Наприклад, під час мовлення ведучих про судове засідання можуть показувати кадри із нього. Таким чином, відеоряд зазвичай виконує функцію інформування та, меншою мірою, емоційну функцію.

Аудіоряд у випадку, коли він не є оригінальною складовою відеоряду (наприклад, сумна музика під час демонстрації кадрів автомобільної аварії), має на меті актуалізувати емоції глядача шляхом підкреслення комічності, трагічності, драматичності тощо подій. Також короткі аудіоефекти (звук вибуху, сплеску, брязкання тощо) можуть застосовувати для виділення структурних елементів сюжету або випуску теленовин.

Слід уточнити, що в рамках телевізійних новин із точки зору конструювання експресивності, головними є такі модуси: текстовий супровід новин, невербальні засоби комунікації та візуальні матеріали (зображення). Тому ми зосередимося на аналізі взаємодії саме цих ресурсів у цій роботі. Відповідно до Р. Барта, під час взаємодії вербального та візуального (невербального) модусів комунікації існують два різні типи зв'язків: доповнення (relay) та закріплення (anchorage) [43]. Доповнення — це такий тип взаємодії модусів у мультимодальному тексті, за якого візуальні матеріали мають на меті доповнювати та уточнювати смисл сказаного. У разі зв'язку доповнення текстуальна та візуальна складові висловлювання спільно конструюють смисл. У свою чергу, за зв'язку закріплення значення візуальних символів контрольоване. Іншими словами, текстуальна складова мультимодального тексту вказує на те, як він має інтерпретуватися мовцем. За такого зв'язку, вербальна та візуальна інформація пов'язані нерозривно [81]. Таким чином, за зв'язку закріплення саме текстуальна частина конструює смисли.

Отже, мультимодальність є важливою складовою медіа-дискурсу. У рамках медіа-дискурсу застосовують різні канали (модуси) інформації із метою впливу на глядача. Усі модуси за мультимодальності інтегровані та взаємодіють. Таким чином, зрозуміти конструйований смисл можливо, лише аналізуючи усі модуси інформації, залучені до акту комунікації. Для аналізу зв'язків візуальної та вербальної інформації у мультимодальному тексті застосовують теорію Р. Барта, яка передбачає наявність двох зв'язків у текстах такого типу: доповнення (візуальна інформація відкрита до інтерпретацій та «доповнює» вербальну) та закріплення (вербальна інформація чітко визначає значення візуальної). Для телевізійних новин характерна наявність таких модусів: лінгвального (текстовий супровід новин), візуального (зображення та відео), а також аудіального (звуковий супровід).

1.5. Конструювання дихотомії «Свій-Чужий» як функція медіа-дискурсу

Відповідно до характеристик та особливостей медіа-дискурсу можна казати про те, що він представляє собою цілісну формацію, яка має на меті актуалізувати вже наявні цінності та вірування цільової аудиторії. У рамках теленовин як складової медіа-дискурсу конструюють концепцію «Свій-Чужий», одну із найважливіших концепцій, яка впливає на погляди людей, у тому числі політичні.

Група «Своїх» — це така соціальна група, до якої себе відносить особа. Іншими словами, людина постійно взаємодіє із представниками цієї групи, має спільні цінності та поділяє загальні для групи ідеї, має відчуття своєї належності до цієї групи та може визначати її як умовне поняття «ми» [67].

У свою чергу, група «Чужих» сприймається як відокремлена від особи соціальна група. Особа, таким чином, не ідентифікує себе із представниками цієї групи, сприймає їхні погляди як ворожі або ті, що не відповідають її картині світу [82].

Для сучасної науки характерний погляд на дихотомічне протиставлення «Свій-Чужий» як необхідну умову для становлення поглядів особистості, бо саме наявність «Чужого» дозволяє особі пізнати себе, визначити до якої групи вона належить та яких поглядів дотримується [30, с. 239].

Отже, ми вважаємо, що система «Свій-Чужий» — це система сприйняття та категоризації світу, за якої формується за якої індивід виділяє групу «Своїх» та «Чужих», на основі чого і формується його ідентичність. Доволі часто поняття «Свої» та «Чужі» розглядають як антонімічні.

Оскільки людина може мати спектр різних ідентичностей, можуть формуватися різні дихотомічні моделі «Свій-Чужий»: за расовою, гендерною, віковою, релігійною ознаками тощо. Не менш важливою ознакою для поляризації є також політичні погляди [59]. Безумовно, за «Своїх» люди сприймають представників того ж політичного руху (партії), до якого належить особа. «Чужими» вважають представників інших рухів. Особливо яскравою є поляризація в умовах двопартійної системи (як у США чи Великій Британії) [64]. Дихотомія «Свій-Чужий» є важливою складовою сучасних англомовних теленовин. Ця система сприйняття та категоризації світу може виражатися у рамках теленовин через особливості відбору інформації для випуску, політичної чи ідеологічної спрямованості, а також особливостей зображення представників різних груп.

Із точки зору впливу дискурсу на погляди адресата, формування дихотомічної моделі «Свій-Чужий» є одним із найважливіших завдань. Для того, щоб сформуванню цю концепцію у свідомості глядача, у рамках медіа-дискурсу застосовують такі прийоми:

- демонізація «Чужого» (сучасні ЗМІ акцентують увагу на позитивних характеристиках «Своїх» групи, підкреслюючи негативні якості групи «інших»);
- виключення «Чужого» як учасника дискурсу [46];
- конструювання «межі» (акцентування уваги на різниці світогляду групи

«Своїх» та «Чужих» [30, с. 239—240]).

Дихотомія «Свій-Чужий» є важливою складовою сучасних англомовних теленовин. Ця система сприйняття та категоризації світу може виражатися у рамках теленовин через особливості відбору інформації для випуску, політичної чи ідеологічної спрямованості, а також особливостей зображення представників різних груп.

Для теленовин характерна орієнтація на масового неіндивідуалізованого глядача, при цьому глядачів сприймають як демографічну одиницю (соціальну групу, виділену за певними ознаками). Таким чином, у теленовинах висвітлюють такі події, які відповідають інтересам та наявним упередженням визначеної аудиторії. При чому, події, що стосуються групи «Чужих» та можуть позитивно її характеризувати, висвітлюють із іншою перспективи. Також теленовини можуть бути політично або ідеологічно спрямованими, вони зображують події, орієнтуючись на інтереси політичної чи ідеологічної групи.

Групу «Своїх» у теленовинах описують із використанням позитивних характеристик, а увагу акцентовано на позитивних характеристиках цієї групи. При чому, «Чужих» описують за допомогою вже сформованих упереджень та применшуючи їхні позитивні сторони.

Експериментальним шляхом науковці з'ясували, що різні телепрограми можуть конструювати позитивні та негативні упередження по відношенню до «Своїх» та «Чужих» [73]. Втім, вказується, що наразі упередження не можуть бути висловлені напряму через зміну соціальних норм [74]. Наприклад, неприховано расистське висловлювання буде сприйнято негативно більшістю глядачів у США. Із іншого боку, вербальні засоби є невід'ємним засобом для вираження свого ставлення до тої чи іншої події. Саме тому мовці у рамках медіа-дискурсу вимушені конструювати негативні упередження до «Чужих» шляхом емоційного впливу на глядача, без прямого висловлення свого переважно негативного ставлення до групи «Чужих».

Внаслідок цього виникає груповий фаворитизм [88]. Таким чином,

представник певної групи має позитивні упередження із приводу представників його ж групи. Навпроти, у людини виникають негативні емоції, ставлення та поведінкові практики по відношенню до представників «Чужих» [64].

Міжгрупові упередження виражаються не тільки у вигляді применшення позитивних якостей та перебільшення негативних групи «Чужих», але також і заподіянням шкоди групі «Чужих» (наприклад, репутаційній), і утриманням від допомоги іншій групі (наприклад, невизнання неминучості певного політичного рішення) [92]. Характерно, що група «Чужих», сприймається як загроза групі «Своїх» [77].

Цікаво, що для представників консервативних рухів характерними є тенденції до вищої групової лояльності, аніж у представників ліберальних рухів, картина світу яких будується на ідеї про індивідуальну відповідальність [56]. Тим більше, представники консервативних рухів, частиною яких традиційно вважають й Республіканську партію США, є більш схильними до внутрішньогрупової гомогенності та «непроникного» міжгрупового кордону [61].

Для дихотомії «Свій-Чужий», заснованої на поляризації за політичною (партійною) приналежністю характерні вищі рівні несприйняття групи «Чужих», ніж, наприклад, у випадку конструювання дихотомії на основі расової приналежності [60].

Оскільки апеляція до емоцій глядача є основним засобом впливу на погляди глядача, експресивність є важливим способом для конструювання дихотомії «Свій-Чужий» у рамках медіа-дискурсу. Пропонуємо розглянути вербальні та невербальні засоби експресивності як спосіб актуалізації емоцій глядача у наступних розділах на матеріалі теленовін Fox News Channel (далі: FNC – прим. автора).

FNC — це американський новинний та політичний кабельний телеканал, заснований у 1996 році. Він входить до медіа-концерну fox Entertainment Group. Із самого свого заснування канал позиціонував себе як альтернативу до інших

американських телеканалів, які «мають ліберальні упередження». Уважають, що FNC афілійований із діячами Республіканської партії США [80]. Цей телеканал орієнтований на консервативну аудиторію, підтримує Республіканську партію, критикує Демократичну партію США.

FNC застосовує традиційну для консервативних кіл риторику. Як зазначають дослідники, для правих консервативних ЗМІ характерним є використання емоційного впливу, який є центральним для їхньої риторики. Критикуючи імміграційну політику, одностатеві шлюби, гендерну рівність тощо, вони прищеплюють та активно експлуатують такі емоції як страх, занепокоєння, злість із метою мобілізації цільової аудиторії [84]. FNC активно залучає емоційну складову глядачів у своїх сюжетах [47]. Згідно із дослідженням Г. Мартіна та А. Юрукоглу, в містах, де цей телеканал транслювався, спостерігається зростання кількості голосів за Республіканську партію від 3.59% до 6.34% [66]. Ці дані можуть свідчити про те, що ця стратегія застосування негативного емоційного впливу на глядача є успішною. Втім, дослідники не прийшли однозначного висновку про те, чи FNC міг сформувати погляди глядачів, які до цього не визначилися, чи мобілізувати глядачів із консервативними поглядами [47]. Так чи інакше, можна зробити висновок, що експресивний вплив на глядача є ефективним засобом мобілізації глядачів та/або маніпулювання їхніми поглядами. Порівнюючи частотність звертання трьох телеканалів (FNC, CNN, MSNBC) до негативних емоцій глядача, дослідники роблять висновок, що FNC частіше за інші телеканали намагається сформувати в глядача емоцій страху, злості, відрази тощо [47].

Висновки до Розділу 1

Отже, експресивність – це сукупність ознак мови та мовлення, що дозволяє мовцю конструювати своє суб'єктивне ставлення до певних явищ та актуалізувати емоції. Експресивність за своєю природою неописова, оціночна

та суб'єктивна. Категорія експресивності пов'язана із емотивністю, образністю, метафоричністю, стилістичними особливостями тексту тощо. Розуміння взаємозв'язків згаданих вище категорій із експресивністю може допомогти дослідникам у розуміння специфічних функцій експресивності, її інтенсивності, особливостей застосування засобів експресивності тощо.

У нашому дослідженні ми розглядатимемо експресивність через призму комунікативного підходу, оскільки в рамках комунікативного підходу розглядаються особливості застосування експресивності залежно від комунікативної ситуації, а також вплив засобів експресивності на формування в комуніканта позитивного чи негативного образу до явищ навколишньої дійсності, події, особи тощо, що є актуальним із точки зору дослідження медіа-дискурсу. Медіа-дискурс можна вважати окремим специфічним типом дискурсу. Вважаємо, що сучасні теленовини є частиною медіа-дискурсу. Він складається із двох основних компонентів: емоційного (експресивного) та інформативного. Дискурс мас-медіа є соціально-когнітивним та комунікативним феноменом, який звертається до адресата із метою його інформування та формування у нього певної думки про ту чи іншу подію, явище, особу за допомогою застосування експресивного компоненту. Із цього можна зробити висновок, що експресивність у дискурсі мас-медіа виконує прагмалінгвістичну функцію.

Мультимодальність є однією із важливих ознак медіа-дискурсу. Мультимодальність є інтегральним застосуванням різних модусів (тексту, зображення, звуку, відео тощо) із метою досягнення певної комунікативної мети. Для сучасних мас-медіа мультимодальна комунікація є основною. Через це із метою повнішого розуміння смислів, конструйованих у рамках медіа-дискурсу, слід досліджувати медіа-дискурс із перспективи його мультимодальної природи. Дослідження особливостей взаємодії тексту, відео, аудіо, зображень тощо як складових висловлювання може допомогти зрозуміти, яким чином ЗМІ впливають на адресата та формують суспільну думку.

У рамках медіа-дискурсу формують концепцію «Свій-Чужий», окреслюють межі пролягання цієї дихотомії тощо. Таким чином, медіа, афілійоване із конкретною політичною групою, застосовує засоби комунікації із метою конструювання такого феномену, як груповий фаворитизм; політичні супротивники, при цьому, «демонізовані» та виключені із дискурсу.

Важливим засобом у конструюванні згаданих вище явищ є експресивність, яка виконує регулятивну (емоційну) функцію у медіа-дискурсі, а відтак — впливає на адресатів. Емоції глядачів, у свою чергу, актуалізують та конструюють шляхом залучення різних засобів експресивності. Особливо важливим із цієї точки зору є погляд на текст у рамках медіа-дискурсу як мультимодальне явище, найповніший смисл якого розкривається шляхом залучення різних модусів інформації. Застосування різних модусів у комунікації дозволяє досягти вищого рівня емоційного впливу; модуси доповнюють, підкреслюють або уточнюють смисли, сконструйовані іншим модусом. Розглянемо засоби експресивності, характерні для мови медіа-дискурсу у наступному розділі.

РОЗДІЛ 2. ВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ ЕКСПРЕСИВНОСТІ У ТЕЛЕНОВИНАХ FOX NEWS CHANNEL

Оскільки серед численних функцій засобів масової інформації присутні функції редагування, оцінювання, артикуляції, контролю тощо [26, с. 207], експресивність є одним із найважливіших складників мови сучасних ЗМІ. Особливу роль експресивність відіграє із точки зору формування суспільної думки, оскільки без неї ЗМІ загалом, так і новинні телеканали, не можуть впливати на емоції глядачів / слухачів / читачів [1, с. 7].

Мова засобів масової інформації характеризується застосуванням як «стандартного» стилю, який має виражати журналістську об'єктивність, так і експресивними засобами («нестандартним»), які мають впливати на споживача інформації [1, с. 7]. Із цього погляду, експресивність є «відхиленням» від мовних норм публіцистичного стилю.

На нашу думку, експресивність є однією із ознак мови засобів масової інформації. За допомогою емоційно-психологічного впливу експресивних засобів, журналісти здійснюють вплив на споживача інформації, непрямо оцінюючи те чи інше явище.

Конструювання експресивності у рамках медіа-дискурсу є складним процесом, до якого залучено ситуативні, когнітивні, соціально-культурні чинники. Для цього залучають лексичні одиниці, що мають емотивно-оцінний компонент на рівні семантики, синтаксичні засоби, морфеми тощо [21, с. 59]. Одними із найважливіших засобів експресивності є вербальні засоби.

2.1. Вербальні засоби експресивності морфемного рівня

2.1.1. Ступені порівняння прикметників.

Експресивність у рамках медіа-дискурсу конструюють на декількох рівнях мови. Одним із перших рівнів є морфологічний рівень. На цьому рівні експресивність конструюється шляхом застосування ступенів порівняння,

дієслів подовженого виду, емпатичного оператора *do*, застосування афіксів.

Варто сказати, що ступені порівняння прикметників та прислівників конструюють експресивність лише, якщо сама порівнювана ознака є суб'єктивним, емотивно навантаженим поняттям. Ступені порівняння прикметників та прислівників можуть виконувати дві функції: кількісну характеристику ознаки предмета та суб'єктивну, емоційну оцінку. Розглянемо деякі приклади:

(1) *And the issue of - trans issues polling higher is people are more worried, voters are, about attacks on trans families than they are about trans people competing in sports [124].*

Варто зазначити, що приклад взято із дискусії про виборців Демократичної партії. Зокрема мовець висловлює своє несхвалення ідеї про те, що фокус дискусії на тему трансексуальності змістився із питання участі трансексуальних спортсменів у спортивних змаганнях на проблему атак на сім'ї трансексуалів. Також мовець акцентує увагу, що останнім часом проблеми трансексуальних людей стали важливішою темою у сучасній політичній дискусії у США. Як можна помітити, у прикладі вищий ступінь порівняння прислівника *higher* має значення лише кількісної оцінки. У свою чергу, вищий ступінь порівняння *more worried* не тільки виконує функцію кількісного порівняння, але також є засобом емоційної оцінки, яка акцентує увагу на неординарності подій. Розглянемо ще один приклад:

(2) *As evidenced, mounts of an even broader censorship effort by the Biden administration, the Democrats attacks have become more unhinged and unscrupulous [129].*

У цьому прикладі вжито одночасно три прикметники у вищому ступені порівняння. Характеризуючи політику адміністрації президента Дж. Байдена, мовець вдається до застосування прикметника *broad* у вищому ступені порівняння, що можна охарактеризувати як кількісну характеристику. Втім, у поєднанні словосполучення *broader censorship* набуває емотивного значення

саме через компонент *ensorship*, який має негативні конотації. У свою чергу, *unhinged and unscrupulous*, є емотивно маркованими словами за своєю природою. Застосовуючи ці засоби, мовець критикує політику адміністрації президента Дж. Байдена та Демократичної партії США. Таким чином, формується негативна думка по відношенню до політичного керівництва країни. Мовець розглядає дії Демократичної партії із цензурування інформації як неетичні. Таким чином, ця фраза є політичним аргументом та критикою на адресу чинного президента та політичних опонентів.

Як було продемонстровано, ступені порівняння конструюють експресивність лише у випадку, коли наявна суб'єктивна оцінка. Із цієї точки зору, ступені порівняння прикметників та прислівників є лише засобом підсилення вже наявної емотивності, яка існує на рівні певної лексеми.

2.1.2. Дієслова тривалого часу.

Не менш важливим на цьому рівні засобом експресивності є вживання дієслів тривало часу. Такі дієслова також можуть застосовуватися для конструювання експресивності. Ця форма дієслів може виражати стан або підкреслювати, що дія відбувається саме у момент мовлення. Як і у випадку із ступенями порівняння, конструкція набуває експресивності лише у випадку, коли вживається у поєднанні із іншими засобами. Розглянемо приклади:

(3) *Look at Greta Thunberg, she was asked to leave a Chuck E. Cheese on her fifth birthday because she was bumming out the other customers [124].*

Цей приклад було взято із розмови про сучасний екоактивізм. За допомогою іронії, автор привертає увагу до того, що активізм Г. Тунберг є незрозумілим багатьом, а важливість її діяльності — недоречною та перебільшеною. Незважаючи на те, що вживання дієслова продовженого виду зазвичай вказує на процесуальність дії, воно виконує також і функцію підсилення сказаного. Фраза *was bumming out* характеризує стан, підсилюючи вже наявну емоційну та оцінну характеристику, що її має фразове дієслово *to bum out*. У цьому прикладі

також вказують на контраст між суспільною думкою, яка не вважає екологічні проблеми важливими, та закликами екоактивістів.

(4) *After shredding any fealty to free speech, they are now attacking journalists, demanding their sources and claiming their reporting is a public threat* [129].

У прикладі 4, обговорюючи ставлення представників Демократичної партії до свободи слова, мовець вживає дієслово тривалого часу для позначення того, що подія є неординарною і приблизно співпадає із моментом мовлення. Слово *to attack* у цьому контексті означає «жорстко критикувати когось», відтак наявні емотивні конотації цього слова актуалізують шляхом застосування дієслово тривалого часу. Таким чином, мовець висловлює занепокоєння політикою та діяльністю Демократичної партії США. Ми вважаємо, що в цьому прикладі також конструюють емоцію страху в глядачів, оскільки поняття свободи слова є традиційним концептом для американських глядачів, а будь-які обмеження свободи слова можуть сприйматися лише негативно та загрозово.

Узагальнюючи, маємо сказати, що застосування дієслів тривалого часу зазвичай пов'язане із необхідністю інтенсифікувати наявні емотивні значення, описати стан. Вживання дієслів тривалого часу не завжди має на меті підкреслити, що дія відбувається саме в момент мовлення, а акцентувати увагу на її неординарності.

2.1.3. Оператор емпатичності *do*.

Ще одним засобом експресивності морфологічного рівня, яким активно послуговуються ведучі Fox News є оператор емпатичності *do*. Зазвичай саме на оператор *do* падає логічний наголос, який має надати висловлюванню більш інтенсивного емотивного значення. Розглянемо декілька прикладів:

(5) *But to get to the bottom of this, you actually do need a former lefty* [124].

(6) *And again, it's making sure we get at the root problems, and I do agree with the governor* [127].

У всіх прикладах оператор *do* виконує функцію підсилення. При чому, часто

оператор *do* було вживано із метою акцентувати свої погляди на те чи інше явище, що насамперед підтверджується вживанням таких фраз як: “I think”, “I believe”, “I guess”, “actually” тощо. Під час мовлення ведучих/гостей наголос падає саме на оператор *do*.

У прикладі 5 мовець вказує на відмінності у світосприйнятті прихильників Республіканської та Демократичної партії. Таким чином, конструюють межу між цими двома соціальними групами. Також представників Демократичної партії виключено із дискурсу, на що вказує фраза “*a former lefty*”.

У свою чергу, у прикладі 6 обговорюють масову стрілянину, що сталася 24 травня 2023 року у Техасі. Журналістка вказує на те, що проблема масової стрілянина пов’язана не з правом вільного носіння зброї, яке активно захищає Республіканська партія. Мовці таким чином зміщують фокус уваги глядачів. Зокрема журналістка також висловлює підтримку стратегії губернатора-республіканця Г. Еббота, який вважає, що проблемою є не вільне носіння зброї, а недостатнє і неефективне фінансування програм психологічної підтримки. Можна навіть сказати, що через важливість новини для американського глядача її неможливо не висвітлити, а тому журналісти висвітлюють її із особливої перспективи, яка не є негативною для прихильників Республіканської партії та їхніх цінностей.

2.1.4. Афікси.

Однією із цілей застосування афіксів як засобів словотвору є створення слова з експресивним значенням. Як вважають, афікси із конотаціями позитивної чи негативної оцінки мають прагматичний суб’єктивний характер, таким чином одночасно визнаючи, що явище існує, і вказуючи на ставлення мовця до нього [37].

Серед експресивних суфіксів сучасної англійської мови можна виділити такі групи: суфікси негативної оцінки (-ish, -ard, -ster, -aster, -eer, -o); зменшувально-пестливі суфікси, які можуть виражати як позитивну, так і негативну оцінку

залежно від контексту (-kin, -let, -ling, -y, -ie). Варто зазначити, що застосування суфіксів як складових експресивного значення не є характерним для теленовин FNC. Іноді репортери та гості застосовують префікси зі значенням «прирощування» та «збільшення» (over-, super-, hyper- тощо), що інтенсифікують сказане. Найчастіше вживаним був префікс over-:

(7) *And, finally, the Democrats overwhelmingly supported welfare to work in '96. President Bill Clinton signed it. And we're saying we have a labor shortage, we have to come out of recession and we don't want to trap people in dependency on the government* [127].

(8) *America will officially become a country like Bolivia or the Philippines where prosecutors of one political party arrest leaders of a rival political party. Trey, I'll bring you in here. Is that overstating it?* [125]

Як можна помітити, слова із префіксом over- у теленовинах FNC конструюють експресивне негативне значення. В обох випадках одиниці, створені за допомогою додавання цього префіксу, відносяться до діяльності уряду Демократичної партії та критикують її.

Зокрема у прикладі 7 журналіст критикує бюджетну соціальну політику Демократичної партії. Також у своїй промові мовець апелює до проблеми залежності населення від уряду. Водночас політика Демократичної партії протиставляється поглядам прихильників Республіканської партії, наголошуючи на таких проблемах, як нестача робочої сили та самозабезпечення. Таким чином, актуалізують думку про неефективність соціальної політики Демократичної партії та про необхідність меншого державного втручання у соціальні питання, що є важливою частиною політичної програми Республіканської партії.

У прикладі 8 обговорюють відкриття кримінальних справ на колишнього президента США Д. Трампа. Журналіст апелює до негативних емоцій глядача, зокрема до емоції страху. За допомогою риторичного питання “*Is that overstating it?*” мовець акцентує увагу на тому, що попереднє твердження є

вірним.

Як висновок, ведучі теленовин застосовують засоби експресивності морфемного рівня у комбінації із іншими засобами. Таким чином, журналісти досягають емоційного впливу на глядача, а також можуть конструювати думки про об'єктивну реальність шляхом емоційного підсилення своїх тез морфемними засобами.

2.2. Вербальні засоби експресивності лексико-семантичного рівня

Наступним рівнем експресивності є лексико-семантичний рівень. Серед лексичних засобів конструювання експресивності можна виділити наступні: прикметники із експресивним значенням, експресивні синоніми до нейтральних дієслів, прислівники-інтенсифікатори, квантори, фразеологізми.

2.2.1. Прикметники із експресивним значенням.

Прикметники із експресивним значенням мають на меті передати як особливу якість, так і актуалізувати емоції мовця по відношенню до описуваного. Деякі прикметники є більш нейтральними за свої синоніми. Саме тому вибір певного прикметника мовцем залежить від його інтенцій та контексту із точки зору актуалізації емоцій. Пропонуємо розглянути такий приклад:

(9) But, Shannon, we need to recognize the reality, that what we've seen across the United States over the past year or two, and that is an increased number of shootings in both red states and blue states (...) And so, one thing that we can observe very easily and that is there has been a dramatic increase in the amount of anger and violence that's taking place in America [127].

У цьому прикладі вжито емотивно марковане слово *dramatic* замість більш нейтральних синонімів “*considerable*”, “*substantial*” тощо. Таке вживання має на меті не тільки передати об'єктивну інформацію глядачам, але також апелює

до їхніх страхів та емоцій. Обговорюючи проблему масової стрілянини у США, мовець апелює до негативних емоцій глядачів, описують проблему емоційно. Таким чином, сконструйовано емоцію страху. Актуальним із точки зору конструювання дихотомії «Свій-Чужий» є визначення того, що ця проблема стосується не тільки більш прихильних до Республіканської партії штатів, які мають ліберальні закони із носіння та володіння зброєю: “...*in both red states and blue states*”. Також характерним є вживання дієприкметників із метафоричним непрямим значенням:

(10) *The immigration system is broken. Yes, we do need to have immigration reform.* [127].

У прикладі 10 журналісти обговорюють т. зв. «міграційну кризу». Як ми бачимо, слово *broken* вжито у значенні «той, що вже не працює». При чому, цей варіант є експресивним, він звертає увагу на те, що імміграційна політика США не працює «правильним» чином. Вважаємо, що подібне вживання має на меті все ж таки апеляцію до негативних емоцій, більш нейтральний варіант міг би виглядати так: “*The immigration system doesn't work in a proper way*”. У цьому прикладі актуалізовано вже наявні упередження по відношенню до міграційної політики Демократичної партії США. Таким чином, журналісти пропонують розглядати будь-які проблеми, пов'язані із міграцією чи мігрантами, через призму невдалої політики демократів.

Отже, експресивність, конструйована за допомогою прикметників пов'язана, перш за все, із інтенціями мовця, який замість нейтральних та не маркованих емоційно слів обирає прикметники, які несуть також метафоричне, образне, оцінне значення. Нами було помічено, що в цьому випадку та актуалізують переважно негативні емоції по відношенню до Демократичної партії США.

2.2.2. Експресивні дієслова.

Подібно до прикметників функціонують експресивні дієслова у рамках медіа-дискурсу. Під експресивними дієсловами ми розуміємо такі дієслова, які

мовці використовують для конструювання емоцій. Зазвичай експресивні дієслова мають більш нейтральні синоніми. Кожне експресивне дієслово має одночасно дві семи: «об'єктивну» (передає основне значення) та «суб'єктивну» (конструює експресивне значення). Вибір того чи іншого експресивного дієслова залежить від прагматичних намірів мовця.

(11) *I have been screaming at Democrats too for a year-and-a-half to pass a tax cut [98].*

Обговорюючи проблему високих податків у США, журналістами було застосовано дієслово *to scream*, яке є емотивно забарвленим. Подібне застосування пов'язано із бажанням мовця вербалізувати свій емоційний стан шляхом використання експресивного дієслова. Мовець намагається актуалізувати думку про термінову необхідність зниження податкового навантаження на населення та про перевагу політики скорочення податків. Зокрема експресивне дієслово має підкреслювати фрустрацію та розчарування мовця.

(12) *We need to crack down on it [125].*

У прикладі 12 наявний заклик до суворішого антимонопольного регулювання. Критикуючи політику адміністрації Байдена по відношенню до нафтових компаній, ведучий застосовує емотивно марковане фразове дієслово *to crack down*. Більш нейтральний варіант міг би бути сконструйований шляхом застосування інших фраз, наприклад “*to put a stop*”, “*to subdue*”, “*to quell*” тощо. Таким чином, вибір одного синонімічного дієслова із наявними у ньому експресивними конотаціями замість більш нейтральних слів, є дієвим засобом актуалізації емоцій у рамках медіа-дискурсу. Ця фраза також вказує на занепокоєння станом справ у відповідній галузі. Вказана цитата резонує із цінностями прихильників Республіканської партії, зокрема у питанні вільного ринку.

2.2.3. Підсилювальні прислівники.

Ще одним засобом експресивності на лексичному рівні є підсилювальні прислівники. Умовно прислівники-інтенсифікатори можна поділити на дві групи: прислівники «емоційного стану» та прислівники оцінки. Безумовно, експресивність на рівні прислівників пов'язана із їхньою здатністю до інтенсифікації, а також вони створюють певну градацію, зменшуючи або збільшуючи ступінь вияву ознак [24, с. 247-248]. Розглянемо такі приклади:

(13) *But, obviously, critics say, have you ever seen something that you tax that you get more of it?* [130].

(14) *I'm not here to sort of say, look, we made a lot of mistakes the last couple of years, all of us agree with that* [127].

(15) *If that was a republican, I would -- I would absolutely condemn it* [98].

У прикладі 13 продемонстровано аргумент на користь зниження податкової ставки. Використання високих податкових ставок критикують, оскільки вони не є ефективним засобом заохочення економічної діяльності. У прикладі вжито прислівник *obviously*, який передбачає високий ступінь вірогідності, що, у свою чергу, сприяє конструюванню експресивності. Метою вживання таких прислівників-емфатайзерів, як *obviously*, *actually*, *certainly* тощо, є, у першу чергу, конструювання емпатичності із загальним ефектом підсилення сказаного. Цікаво, що, окрім згаданої функції, такі прислівники мають переконати глядача у вірності твердження. Цей засіб експресивності є одним із найчастотніших у теленовинах FNC.

У свою чергу, у прикладі 14 мовець визнає попередні невдачі та помилки у політиці Республіканської партії. Смысл, який сконструйовано у висловлюванні, є частиною ширшого політичного нарративу про взяття на себе відповідальності Республіканською партією за помилки та роботу над їхнім покращенням чи виправленням. Це твердження можна навіть розглядати як готовність до більшої прозорості та підзвітності. Таким чином, у цьому прикладі втілено один із важливих принципів у конструюванні дихотомії «Свій-

Чужий», а саме у зміні перспективи та применшенні негативних сторін групи «Своїх». Значення згаданих помилок нівелюється, оскільки було вжито прислівник зі значенням применшення. Примітно, що подібні засоби репортери та гості найчастіше застосовують по відношенню до діяльності Республіканської партії у контексті визнання її невдач. Тож метою вживання прислівників зі значенням применшення є, перш за все, визнати негативні аспекти політики підтримуваної партії.

Особливо цікавим є застосування прислівника *absolutely* у прикладі 15. Цей прислівник можна віднести до категорії ампліфієрів, які вказують на певну градацію дії у сторону збільшення. Обговорюючи поведінку представника Демократичної партії, гість намагається підкреслити свою неупередженість із метою створення в глядача враження, що критикується особа не через політичні переконання, а саме через дії. Незважаючи на те, що ведучий вказує на свою готовність оратора розкритикувати або засудити дії членів Республіканської партії, у фразі також чітко можна визначити, що реакція мовця на одну й саму подію може відрізнятися залежно від політичної приналежності.

Отже, прислівники є ефективним засобом конструювання експресивності та актуалізації емоцій. У сучасних теленовинах цей засіб є одним із найчастотніших і застосовується як для актуалізації негативних (по відношенню до опонентів), так і позитивних емоцій (по відношенню до підтримуваної партії та політиків).

2.2.4. Квантифікатори.

Не менш важливим засобом є застосування квантифікаторів. Під квантифікаторами ми розуміємо такі слова, що «допомагають людині описувати навколишній світ та лексеми другого рівня абстракції на позначення кольору, розміру, якості, співвіднесеності параметрів, кількості та оцінки» [24, с. 248]. Квантифікатори виражають градуальність ознаки та можуть мати різні емоційні відтінки залежно від контексту. Розглянемо деякі приклади:

(16) *Record numbers of migrants flood the southern border now that three years of Title 42 restrictions are over* [131].

(17) *But why are we wasting our time politicizing this in Congress? He's a Trump appointee. He has full authority* [131].

У прикладі 16 можна помітити одночасно використання декількох засобів для конструювання гіперболічного значення. Такі слова, як *record* та *numbers* є квантифікаторами, які виражають невизначену кількісну характеристику описуваного предмета. Втім, таке вираження кількості пов'язане насамперед із метою експресивізації висловлювання та контекстуально гіперболізує сказане. У цьому конкретному випадку *record numbers of migrants* також має на меті розкритикувати політику Дж. Байдена, актуалізуючи вже наявні негативні емоції та погляди глядачів по відношенню до міграційної політики. Застосовуючи такі слова як *record*, *numbers*, *flood* мовець підкреслює, що ситуація із міграцією є неординарною та вимагає швидких дій. Зокрема застосування таких слів підкреслює негативне ставлення мовця до мігрантів, оскільки мовець описує ситуацію не тільки як критичну, але загрозливу.

У свою чергу, приклад 17 підкреслює довіру мовця до прокурора США, призначеного президентом Трампом для розслідування справи. Також мовець виступає проти політизації питання в Конгресі. У цьому випадку одночасно критикується політика Конгресу США, оскільки вказують, що замість вирішення питання, про нього лише дискутують, а з іншого — підкреслюються законні домагання влади від особи, призначеної Трампом. У прикладі застосовано прикметник *full*, який характеризує ступінь повноважень. Таким чином, приклад демонструє застосування групового фаворитизму по відношенню до групи «Своїх». У своїй промові журналіст також підкреслює позитивне ставлення до призначеного прокурора та негативне ставлення до прихильників Демократичної партії, які ставлять під сумнів його повноваження.

Вважаємо, що квантифікатори, хоч і мають на меті передати кількісні

характеристики описуваного, втім через їхню абстрактну природу вони, перш за все, є засобами експресивності, які можуть конструювати цілком різні зі своєю природою емоції.

2.2.5 Фразеологізми та ідіоматичні фрази.

Також на лексичному рівні як засіб експресивності застосовують фразеологізми та ідіоматичні фрази. За використання фразеологізмів мовець свідомо або ні може висловлювати свою оцінку та емоції за допомогою фразеологічних одиниць, бо фразеологізми застосовують не для об'єктивного називання предмету, а саме для його оцінки. Розглянемо наступні приклади:

(18) *Many Senate Democrats now agree, saying it's time for the president to get real about a deal to avoid default [128].*

(19) *The White House calling on Congress to provide funding not only for Israel but also for Ukraine (...) The call for action faces an uphill battle as Republicans' support for funding the Ukraine war ebbs, and the House remains paralyzed without a speaker [96].*

У прикладі 18 обговорено необхідність дійти згоди із Республіканською партією, щоб уникнути загрози дефолту. Тут застосовано ідіому *to get real about*, що може означати «зважати на реальні факти, а не сподіватися на нездійснене» та може бути передано українською як «спуститися на землю». Таким чином, мовець вказує на нібито неадекватність поведінки Дж. Байдена, тобто відбувається «демонізація» президента через підкреслення його негативних сторін. Незважаючи на те, що у цьому прикладі згадано демократів (*Senate Democrats*), вони не є включеними до дискурсу. Згідно із цією фразою представники Демократичної партії у Сенаті США нібито закликають президента застосувати більш прагматичний підхід для досягнення угоди із метою запобігання дефолту. У цьому прикладі активно апелюють до терміновості такого рішення.

У прикладі 19 обговорюють можливість надання військової допомоги для

Ізраїлю та України. Запит від Білого дому на фінансування стикнувся із серйозними труднощами. Фраза “*faces an uphill battle*” означає, що існують перешкоди, які необхідно подолати. Важливо зазначити, що журналістка пояснює проблему не тільки меншою підтримкою такої ініціативи із боку Республіканської партії, але також тим, що досі не обрали Співкеру Палати представників. Далі журналістка та запрошений гість вказують на необхідності згуртуватися, про що можна стверджувати, враховуючи їхні слова: “*I hope they can get a speaker sometime soon*” та “... *Republicans struggle to unite behind a new leader*”. Таким чином, ми вважаємо, що в прикладі використано ідіому із метою підкреслити проблемну ситуацію, яка склалася внаслідок неможливості Республіканською партією обрати нового Співкеру. Слова ведучої програми та гостя також закликають групу «Своїх» до швидкого вирішення проблеми.

Як було помічено за аналізу новин, ідіоми не є активно застосованим способом конструювання експресивності. Втім, контекстуально експресивність у цьому випадку виникає зазвичай під час критики діяльності Демократичної партії. Іншими словами, застосування фразеологічних одиниць, як й інших засобів експресивності, має на меті критику опонентів.

Отже, розглянувши вербальні засоби експресивності, ми можемо зробити висновок, що їх залучають із метою формування впливу на глядача. Також засоби експресивності приймають активну участь у формуванні меж дихотомії «Свій-Чужий». Для визначення концепту «Чужий» за допомогою експресивності конструюють негативні емоції, а для означення категорії «Своїх» засоби зазвичай мають конструювати позитивні емоції або нівелювати наявні негативні по відношенню до категорії «Свої». Таким чином, засоби експресивності «демонізують» «Чужого», виключають його із дискурсу та сприяють конструюванню межі між «Своїми» та «Чужими» через поляризацію суспільних думок.

Висновки до Розділу 2

Отже, сучасні теленовини активно залучають вербальні експресивні засоби різних рівнів, які мають шляхом актуалізації емоцій вплинути на погляди глядача. Слід вказати, що експресивність вербальних засобів, як ми з'ясували, пов'язана, перш за все, із потенціалом того чи іншого засобу до інтенсифікації, а також доволі часто є контекстуально залежною.

Вербальні засоби експресивності, які використовують у сучасних англійських теленовинах, реалізуються на двох основних рівнях: морфемному та лексико-семантичному. На морфемному рівні засоби експресивності у теленовинах представлено ступенями порівняння прикметників та прислівників, дієсловами тривалого часу, оператором емпатичності до та афіксами. Засоби цього рівня застосовують для акцентування вже наявних емоційних реакцій, сконструйованих за допомогою емоційно маркованих слів.

У свою чергу, засоби експресивності лексико-семантичного рівня представлено прикметниками із експресивним значенням, дієсловами з експресивним значенням, підсилювальними прислівниками та квантифікаторами. Експресивність на цьому рівні конструюють переважно завдяки застосуванню емоційно маркованих слів, які є синонімами більш нейтральних слів.

Різні вербальні засоби експресивності залучено до конструювання смислів та актуалізації емоцій. Також ці засоби приймають участь у формуванні системи категоризації світу, відомої як дихотомія «Свій-Чужий». Таким чином, вербальні засоби експресивності активніше застосовують для критики своїх політичних опонентів (Демократичної партії США), підкреслення їхніх негативних якостей тощо.

РОЗДІЛ 3. НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ ЕКСПРЕСІВНОСТІ У ТЕЛЕНОВИНАХ FOX NEWS CHANNEL

Невербальна комунікація є важливим аспектом соціального життя людей. Втім, визначення невербальної комунікації у сучасній науці є дискусійним питанням. Як вказують, невербальна комунікація — це такий вид комунікації, за якого активно застосовують жести, міміку, рухи тіла тощо [15, с. 17]. При цьому, маємо також застерегти, що розуміння невербальної комунікації як будь-яких засобів комунікації, крім слів, є суттєвим спрощенням. Варто зазначити, що невербальний та вербальний аспекти спілкування зазвичай створюють систему комунікації, метою якої є найбільш повне конструювання певного смислу.

Деякі дослідники також підкреслюють, що усунення вербального або невербального компонента із висловлювання може порушити комунікативну цілісність та призвести до інформаційного дисонансу, оскільки смисли конструюють частково вербальними, а частково невербальними засобами [87]. Таким чином, невербальні засоби доповнюють вербальні і навпаки. У нашій роботі ми дотримуємося такого визначення: «Невербальна комунікація — це позамовні, інформативні аспекти поведінки та вигляду, включно із особливостями тіла чи рухів, дотиками, міжособистісною дистанцією та парамовою» [49].

Можна стверджувати, що до невербальних засобів комунікації можна зараховувати також висоту голосу, зовнішній вигляд комуніканта, фізичне оточення тощо [49]. Дослідники вказують, що найбільше інформації від мовця ми отримуємо шляхом аналізу невербальних знаків (до 93%) [23, с. 148]. Саме тому актуальним є аналіз ресурсів невербальної комунікації як засобів експресивності у контексті телевізійних новин.

Зокрема у теленовинах смисли не можуть бути передані напряму глядачу за допомогою запахів, тактильної комунікації, фізичної дистанції. При цьому,

значну роль як засіб невербальної комунікації у теленовинах відіграє мультимодальність.

Оскільки у нашому дослідженні ми зосереджуємося на аналізі телевізійних новин, пропонуємо розглянути детальніше саме особливості невербальної комунікації у рамках англomовних телевізійних новин. Коли процес комунікації є опосередкованим, як у випадку із теленовинами, багато важливих особливостей невербальної комунікації втрачається [49]. Серед невербальних засобів комунікації у рамках цього дослідження ми розглянемо жести, міміку, просодичні ресурси та візуальні матеріали (фотографії, інфографіки тощо).

3.1. Жести як невербальні засоби експресивності

Одним із найважливіших ресурсів невербальної комунікації у теленовинах FNC є жести. Жестами вважають рухи рук, тіла чи голови, які супроводжують мовлення [23]. Науковці прийшли до висновку, що жести найчастіше пов'язані зі сказаним та утворюють певну «цілість» [48]. Іншими словами, жести зазвичай підкреслюють сказане.

3.1.1. Жести головою.

Для того щоб проілюструвати сказане, репортери часто застосовують рухи головою. Оскільки форматом деяких програм та сюжетів передбачено, що видно тільки верхню частину тіла репортера (голову та тулуб), жести головою стають одним із незамінних засобів експресивності.

Одним із активно застосованих жестів головою є її хитання справа-наліво та/або нахилання в одну сторону. Такий жест зазвичай має на меті невербально висловити заперечення. Варто зазначити, що нами було помічено тенденцію використання згаданого жесту саме у випадку, коли в реченні є декілька заперечних частин та/або слів. Наприклад, підкреслюючи ці фрази, кореспонденти та гості хитають головою на кожне слово, що висловлює

заперечення (рис. 1):

(20) *And we're prepared to go forward with subpoenas to get to the bottom, because these Gold Star families that you just showed deserve the truth as to what happened to make sure this never happens again. But this was not a clean operation, this was not a successful evacuation by any stretch of the imagination [94].*



Рис. 1 Читання головою як засіб вираження заперечення (а) [94]

У прикладі вище обговорюють наслідки воєнної операції з евакуації американських військових з Афганістану. Внаслідок підриву бомби терористом-смертником в аеропорті Кабулу, загинуло 13 американських військових. Як можна помітити, у прикладі мовець критикує воєнну операцію, наголошуючи на необхідності підзвітності як вищого воєнного, так і політичного керівництва. У цьому уривку промови підкреслено, що операція не була успішною. Можна казати про те, що невербальний засіб (жест хитання головою) тут залучено із метою акцентувати увагу мовця на конструйованих смислах. Слід зазначити, що виведення американського контингенту із Афганістану пов'язано із рішенням Адміністрації Дж. Байдена. Також цей уривок є частиною ширших політичних дискусій та дебатів із приводу згаданого рішення та його наслідків. Вважаємо, що в цьому випадку засоби

експресивності актуалізують у реципієнта вже наявні упередження із приводу події, а також акцентують увагу на точці зору мовця.

(21) - *61% of Americans say they're living paycheck to paycheck.*

- I think that's a challenge. the economy does need to improve. (...) When they look at what the Republicans have to offer, they're voting No against infrastructure bills and No against green factories in the South and in Ohio [122].



Рис. 2. Хитання головою як засіб вираження заперечення (b) [122]

У свою чергу, у прикладі 21 мовці обговорюють, як економічні проблеми та економічна політика впливають на настрої виборців. Оскільки Закон про інвестиції в інфраструктуру та робочі місця (“*infrastructure bills*”) та програма інвестицій у низьковуглецеві виробництва (“*green factories*”) є пріоритетними аспектами економічної політики адміністрації Дж. Байдена, журналістка у цьому випадку протиставляє бажання виборців чинній політиці. Зокрема тут наголошено на тому, що програма економічної політики від Республіканської партії більше відповідає інтересам виборців (“*When they look at what the Republicans have to offer*”). Програма Демократичної партії протиставляється потребам населення. Із точки зору конструювання дихотомії «Свій-Чужий», можна казати про зміщення фокусу уваги із метою применшення позитивних характеристик згаданих програм, а відтак — із метою дискредитації групи «Чужих». Хитання головою у цьому випадку як акцентує увагу на лінгвальній

інформації, так і висловлює незгоду.

Також хитання головою може висловлювати невербальне несхвалення. Розглянемо такий приклад (рис. 2):

(22) *Qatar will write the check for that, themselves, the grain will go to Iran*
[94].



Рис. 3. Хитання головою як засіб несхвалення [94].

У прикладі вище обговорено санкційну політику по відношенню до Ірану, а саме у питанні розморожування деяких іранських активів в обмін на звільнення заручників-американців. Цей уривок промови мовця підкреслює занепокоєння через можливі труднощі у зв'язку із угодою про розморожування активів та занепокоєння із приводу прозорості та дієвості санкційної політики. Як можна помітити, наведена у прикладі фраза є іронічною за своїм змістом, але несхвальний тон підкреслюється невербальним засобом — хитанням головою. Нами було помічено, що подібні жести застосовують по відношенню до критики дій Демократичної партії США та її лідерів. Таким чином, хитання головою є важливим засобом експресивності, який активно залучають для критики опонентів із метою актуалізацій емоцій занепокоєння та недовіри до політичних опонентів.

3.1.2. Жести рук.

Незважаючи на те, що формат аналізованих програм не передбачає того, щоб було видно руки репортера, все ж доволі часто журналісти вдаються до застосування жестів руками. Жести руками можуть використовуватися для наголошення на таких займенниках, як *I/we/they*. У випадку із займенниками *I* та *we* рука зазвичай направлена на мовця. Розглянемо такий приклад:

(23) *They don't think that we need to be supplying them, the U.S., to Ukraine* [95].

У прикладі вище (рис. 4) репортерка на слові *we* вказує на себе, підкреслюючи, що вона є частиною спільноти (громадян США). Таким чином, мовець окреслює групу «Своїх» і вказує, що він є її невід'ємною частиною.



Рис. 4. Жест руки, направленої на себе [95]

У свою чергу, по відношенню до групи «Чужих» руки зазвичай направлено в іншу від мовця сторону:

(24) *Only people happy with his policy is radical left* [96].



Рис. 5. Жест руки, направленої наліво [101]

Оскільки репортер говорить про «радикальний лівий рух» він вказує наліво від себе. Цей приклад наочно демонструє, що репортери та журналісти схильні невербальними засобами підкреслювати свою відчуженість від «Чужих», створюючи таким чином межу дихотомії «Свій-Чужий». Тому особливо ефективним засобом тут виявляється застосування як вербальних засобів та невербальних.

Також жести руками застосовують для акцентування на кількісних показниках. У випадку із великими розмірами описуваного предмету руки зазвичай розводять у сторони, а з метою демонстрації висоти як фізичного показника руку підіймають перпендикулярно. Подібна жестикуляція зазвичай формує цілісне висловлення із такими прикметниками та прислівниками, як *large, big, huge, high, tall* тощо та квантифікаторами на кшталт *many* та *much*. Розглянемо такий приклад:

(25) *But I am saying that in a nation this large, with this many types of people with skills, can't we get people in office who bring some energy, and some youth and some vibrancy [97].*



Рис. 6. Жест розведених рук [97]

Щоразу наголошуючи на кількісних характеристиках описуваної групи, мовець розводить руки у широкому жесті. Можна сказати, що словосполучення *this large* та *this many* є експресивними через застосування вказівного займеннику *this*. У цьому випадку він виконує роль інтенсифікатора ознаки та може бути переданий українськими відповідниками «настільки», «аж такий», «отакий». За допомогою жестів мовець ще активніше акцентує увагу на інтенсифікованій ознаці.

У свою чергу, наступний приклад демонструє використання жесту піднятої руки (рис. 7):

(26) *The big headline is age, 73% saying that Joe Biden is simply too old [120].*

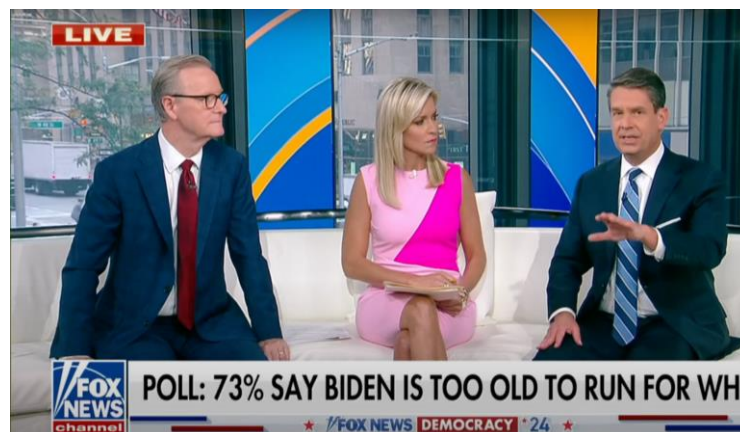


Рис. 7. Жест піднятої руки [120]

Мовець протягом свого виступу наголошує на цій інформації, невербально акцентуючи увагу одразу на декількох аспектах сказаного: на віці Джо Байдена

та відсотку опитаних. Частотним є застосування жесту піднятої руки під час обговорення результатів певного опитування. Зазвичай цей жест використовують у негативному контексті (описуючи кількість незгодних у тому чи іншому питанні із політикою Джо Байдена та Демократичної партії або описуючи негативні наслідки якоїсь ініціативи своїх політичних опонентів.

Можна зробити висновок, що жести розведення та підняття рук на позначення кількісних ознак формують «єдність» із вербальним текстом. Таким чином, можна казати про те, що жести та вербальний текст залучають з метою конструювання смислів та актуалізації вже наявних цінностей, упереджень та емоційних реакцій глядача.

Із метою акцентування уваги на певній інформації журналісти вдаються до жесту піднятого угору пальця:

(27) *It is a lesson for each party* [100].



Рис. 8. Піднятий угору палець [100]

Перш за все, цей жест звертає увагу глядача на найважливішу частину у мовленні ведучого чи кореспондента. Піднятий вгору палець акцентує увагу на словах, на які в реченні падає логічний наголос. Втім, іноді мовці можуть акцентувати увагу на цілому висловлюванні, тримаючи палець піднятим увесь час.

Актуальним із точки зору конструювання емоцій є жест прикривання

обличчя рукою. Цей жест учасники комунікації застосовують для висловлення свого іронічного ставлення до сказаного іншим мовцем. У контексті телевізійних новин FNC, згаданий жест використовують зазвичай ведучі менш формальних програм, як-от ведучий ранкової новинної програми Fox & Friends First Тодд Піро. Розглянемо такий приклад:

(28) *No. I'm not homeless, I have one home, a beautiful home down here for the day because I can't go home home* [103].

У прикладі 28 (рис. 9) ведучий так зреагував на слова Джо Байдена в інтерв'ю. Таким чином, ведучий висловлює як свою недовіру сказаному, так й іронічне ставлення до президента США. Метою цього жесту є висміювання Джо Байдена та невербальне заперечення того, що останній казав. Цей жест є експресивним за своєю природою та ретранслює подібні емоції глядачам.



Рис. 9. Жест прикривання обличчя рукою [103]

3.2. Використання міміки як засобу експресивності

Одним із найважливіших невербальних засобів експресивності на телебаченні є міміка, оскільки на телевізійних формат програм часто передбачає, що глядач бачить лише верхню частину тіл кореспондентів, ведучих та гостей. Міміка — це «рух мускулатури обличчя» [15, с. 148].

Деякі вчені вважають, що існують т. зв. «вроджені» вирази обличчя.

Дослідники стверджують, що вони є лише логічною реакцією на певну емоцію, яку переживає людина [53, 54].

Із іншого боку, А. Фрідланд стверджує, що застосування того чи іншого виразу обличчя насправді має комунікативні інтенції [55]. У рамках нашої роботи ми розглядатимемо рухи обличчя не як мимовільний прояв емоцій, а як невербальний ресурс, що має на меті актуалізувати певні емоційні стани глядача. Безумовно, ми не стверджуємо, що усі розгляну рухи обличчям є довільними, а не мимовільними. Втім, вони виконують емоційну функцію у рамках медіа-дискурсу, а відтак — їх можна вважати цілком прийнятним засобом експресивності.

3.2.1. Радісний вираз обличчя.

Одним із найчастотніших експресивних засобів, використаних у теленовинах FNC, є радісний вираз обличчя (широка посмішка, широко розплющені очі тощо). Ця мімічна практика має на меті передати глядачеві такі повідомлення: «привітність», «добродушність», «пропозицію встановити контакт», «доброзичливе ставлення до адресата» [15, с. 150]. Цей вираз зазвичай використовують гості та репортери під час представлення їх ведучими:

(29) *Former White House press secretary Kayleigh McEnany joins us now* [111].



Рис. 10. Привітання К. Макенані [111]

(30) *Nikki Haley joins us along with Moms for Liberty cofounder Tiffany Justice* [106].



Рис. 11. Привітання Н. Хейлі та Т. Джастіс [106]

Можна казати про те, що цей засіб невербального спілкування має викликати в адресата відповідні доброзичливі почуття та довіру. Тобто доброзичливий вираз обличчя виконує чітку прагматичну мету — встановити контакт із глядачем.

3.2.2. Підняття брів.

Для висловлення здивування журналісти часто піднімають брови угору. Згідно з А. Вежбіцькою, цей вираз може мати більш універсальне значення: «Я хочу знати про це більше» [93]. Розглянемо приклади:

- (31) *Crazy to have President Biden say he has no home when Americans do not have a home* [111]



Рис. 12. Зображення піднятих брів для актуалізації емоції нерозуміння та презирства [111]

- (32) *If you're a Democrat, trying to understand why would Republicans vote more for Donald Trump after an indictment and after a mug shot than I think they thought was going to be a fatal blow to Donald Trump's campaign. What's in the mindset of the republican voter that more of them are flocking to Trump?*
[110]



Рис. 13. Зображення піднятих брів для актуалізації емоції здивування [110]

У прикладі 31 журналістки обговорюють інтерв'ю Джо Байдена із приводу сходження потяга із рейок в Іст-Палестін та наслідків урагану Ідалія. Як можна помітити на рис. 12, підняті брови демонструють емоцію здивування. У цьому випадку, окрім емоції здивування, журналістка також актуалізує емоції нерозуміння, презирства тощо, акцентуючи увагу на начебто невлучних словах Джозефа Байдена, його нечутливості та відсутності співчуття до постраждалих. Таким чином, експресивність досягається саме через використання міміки (піднятих брів). На нашу думку, журналістка апелює до емоцій глядачів із метою демонізації чинного Президента.

У свою чергу, у прикладі 32 (рис. 13) підняті брови одночасно висловлюють як здивування, так і ретранслюють бажання дізнатися про ситуацію більше, про що може свідчити питання, задане наприкінці репліки. У цьому прикладі вираз обличчя журналістки змінюється відразу після слів *“they [Democrats — прим. авт.] thought”*. Це може свідчити про бажання ведучої висловити ідею, що подібні думки є абсурдними. У такому разі, ведуча невербальними засобами критикує політичних опонентів (Демократів). Також сама фраза журналістки

побудована таким чином, що прихильники Демократичної партії протиставляються Республіканській. Ми вважаємо, що так ведуча окреслила «межу» між «Своїми» та «Чужими», зацентрувавши увагу на розбіжностях поглядів і навіть розумінні світу між ними.

3.2.3. Вираз страху.

Одним із важливих мімічних засобів експресивності є обличчя, що виражає страх. Для такого виразу обличчя характерні горизонтальні складки на чолі, привідкритий рот, припідняті зведені разом брови. Слід зазначити, що подібні мімічні рухи характерні зокрема і для таких емоцій, як презирство та гнів [28, с. 3, 11, 16]. Іншими словами, вираз, який ми далі називатимемо виразом страху, транслює більший спектр емоцій. Пропонуємо розглянути деякі приклади:

(33) *So what's the deal? They got 433 migrants at an airport. An airport doesn't have really good bathrooms. I don't know about showers. What are they going to eat? This seems like a dumb idea [114].*

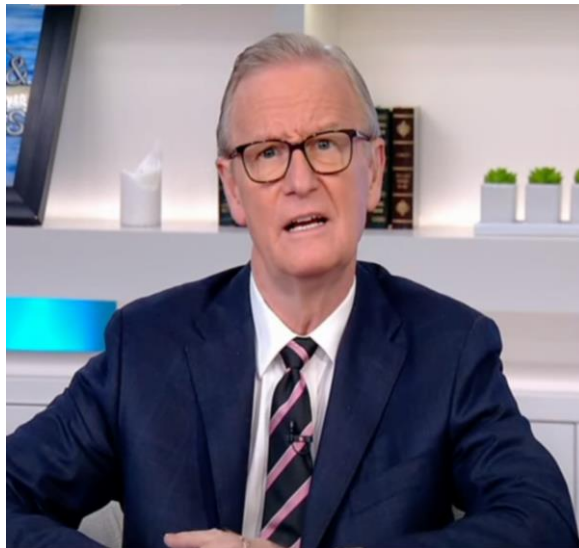


Рис. 14. Зображення мімічного виразу страху [114]

У прикладі 33 журналіст критикує ідею розміщення іммігрантів в аеропорті. Як можна помітити, на рис. 14 вираз обличчя ведучого виражає страх. Перш за все, вираз страху має на меті привернути увагу адресата до сказаного [91]. Незважаючи на те, що зазвичай згадки про іммігрантів у рамках програм FNC є

переважно негативними, а політика адміністрації Джо Байдена по відношенню до мігрантів критикується через її м'якість, можна все ж таки сказати, що цей приклад також демонструє емпатію та співпереживання [83].

Таким чином, ведучий не просто критикує політику опонентів, але й також постає у більш вигідному світлі — як людина, що співпереживає та турбується про інших. Тож ми вважаємо, що ведучий невербально підкреслює позитивні характеристики групи «Своїх», критикуючи негативні кроки «Чужих».

3.2.4. Вираз несхвалення.

Для вираження несхвалення, антипатії тощо також використовують такий мімічний вираз: горизонтально зморщене чоло, опущені куточки рота, напружені трохи припідняті нахилені брови [28, с. 4, 17]. Наприклад:

(34) *We are talking about tens of millions of dollars* [117].



Рис. 15. Зображення мімічного несхвалення [117]

На нашу думку, у цьому прикладі саме міміка актуалізує емоції ведучого, а також апелює до емоцій глядача, трансляючи ідею «Це погано. Я цього не схвалюю». Безумовно, згаданий приклад стосується критики поведінки Хантера Байдена та коментарів із приводу звинувачень останнього у незаконному володінні зброєю.

3.3. Просодичні ресурси як засоби експресивності

Одним із важливих невербальних засобів експресивності є просодичні ресурси. Просодичні ресурси комунікації включають у себе такі ритмічно-інтонаційні особливості голосу, як висота, наголошення на тих чи інших словах, гучність голосу тощо. Шляхом залучення просодичних ресурсів мовець може надавати своє висловленню аксіологічного та експресивного забарвлень [15, с. 59-60].

3.3.1. Емфатичний наголос.

Одним із найчастіше застосовуваних просодичних ресурсів, як було помічено нами, на телеканалі FNC є емфатичний наголос, який ведучі застосовують для емоційного виділення одного чи декількох елементів у реченні чи фразі. Таким чином, емфатичний наголос не тільки акцентує увагу на певному слові, але також може демонструвати емоційний стан мовця та апелювати до емоцій співрозмовника. Розглянемо деякі приклади:

(35) *What is your reaction as a doctor and, but really more, as a scientist who believes in robust debate to get to an answer to help your patients? [121].*

(36) *Those comments from the President in Alaska yesterday are getting a lot of attention since his own records indicate he did not visit Ground Zero the day after the attack [104].*

У прикладі 35 ведучий, обговорюючи т. зв. «ковідну» політику чинної Адміністрації Президента США, наголошує на таких словах: *reaction*, *doctor* та *scientist*. Варто зазначити, що таким чином ведучий програми починає інтерв'ювати запрошеного експерта. Ми вважаємо, що наголошення слів *doctor* та *scientist* має на меті акцентувати увагу глядачів на експертності особи. Таким чином, журналісти вказують на те, що таким особам можна довіряти, а відтак — будь-яка їхня думка є не просто особистим поглядом, а «експертним висновком».

У свою чергу, приклад 36 демонструє наголошення таких слів у реченні: *attention, not* та *attack*. Розмова ведучих стосується питання терористичних атак 11 вересня 2001 року. Безумовно, як і в попередньому прикладі, емпатичний наголос виконує функцію привернення уваги (наголос на слові *attention*). При цьому, сама тема розмови є чутливою для американського суспільства і досі, саме тому наголос слова *attack* пов'язаний із апеляцією до негативних емоцій глядачів. Не менш цікавим є і наголос на частці *not*. Таким чином, ведучі акцентують увагу на брехні Джо Байдена.

Також активно застосовують вербальні засоби експресивності (ступені порівняння, прислівники-інтенсифікатори, емоційно марковану лексику, дієслова тривалого часу тощо): *really more, robust, are getting* тощо. Отже, ми можемо говорити про те, що вищий ступінь експресивності у висловлюванні ведучих досягають не тільки завдяки поєднанню просодичних ресурсів та вербальних засобів, які є емпатично наголошеним компонентом висловлювання.

3.3.2. Логічні паузи.

Ще одним важливим просодичним ресурсом експресивності є логічні паузи [16]. Логічні паузи — це паузи у мовленні, які застосовують із метою увиразнення тексту. Найчастіше логічні паузи збігаються із розділовими знаками у реченні [9]. Ми вважаємо, що логічні паузи можуть застосовувати також із метою експресивізації тексту. У рамках цієї роботи ми використовуватимемо такі символи для графічної репрезентації пауз мовлення: «/» для визначення короткої паузи мовлення та «//» для визначення довгої паузи мовлення. Наприклад:

(37) *What is worse, / the deal itself / or that Congress was notified // on // 9/11? [102].*

(38) *The next five families / are going to be affected / because this // because taking hostages / pays [105].*

Окрім того, що приклад 37 демонструє застосування логічних пауз після розділових знаків, у ньому також логічні паузи застосовано для членування речення на значущі частини (до прикладу, складові альтернативного питання було розділено на дві частини). Такий спосіб членування інформації у реченні утримує увагу глядача та акцентує увагу на найважливіших елементах висловлювання. Із цієї точки зору, найбільш експресивним ми можемо вважати застосування довгої логічної паузи, яка виділяє обставину часу *on 9/11*. Як вже зазначалося, тема терористичних атак 11 вересня лишається чутливою темою для американців, саме тому таке наголошення на цій даті актуалізує негативні емоції глядача у зв'язку із цією темою. Враховуючи контекст, у якому було сказано цю фразу, можна також казати і про те, що вона застосована для підкреслення негативних аспектів політики Адміністрації Байдена.

Критикуючи угоду, досягнуту із Іраном, ведучий (приклад 38) використовує логічні паузи між підметом та присудком, а також між частинами складного підрядного речення. У цьому реченні застосовано паузи напруження (із метою підсилення сказаного). Цікаво, що разом із тим тут застосовано паузу роздумів, про що може свідчити сама структура висловлення: “...*because this // because...*”

Такі неочікувані паузи привертають увагу та дозволяють досягнути більшого за інтенсивність експресивного ефекту на глядача, оскільки саме емоційні компоненти виділено логічними паузами (зокрема можна казати про те, що слова *9/11, families, hostages, pays* є важливими емоційно маркованими словами у цьому контексті). Тому можна казати, що логічні паузи є засобом не тільки логічного наголошення у реченні, але й способом утримання уваги глядачів, шляхом залучення експресивного компоненту.

3.3.3. Висота голосу.

Інший просодичний ресурс — висота голосу — також актуалізує певні емоційні реакції у глядачів. Наприклад, високий голос ведучі застосовують із

чіткими іронічними конотаціями або також для того, щоб висловити недовіру чи обурення [15, с. 60—62]:

(39) — *Saw the memo go out to the press.*

— *It's unbelievable!* [113]

(40) *When will the media ramp up their scrutiny of Joe, of Hunter, of these payments, of these associations, of the whistleblowers?* [113]

У прикладі 39, ведучий підвищує свій голос на слові *unbelievable*. Таким чином, він одночасно іронізує та висловлює своє обурення. Характерно, що журналісти підвищують свій голос саме на іменних присудках, виражених у реченні такими прикметниками, як *amazing, fantastic, unbelievable, horrible* тощо. Зважаючи на те, що згадані прикметники є емоційно маркованими, можна казати про застосування вербального та невербального компонентів як певної цілісності у подібних фразах. Іншими словами, вербальний засіб експресивності застосовується одночасно із невербальним.

Як було помічено, також висоту голосу підвищують для акцентування уваги на однорідних членах речення. Зазвичай подібний прийом застосовано для критики політичних опонентів. Зокрема у прикладі 40 критикують політику певних медіа-ресурсів Демократичної партії США. Ми вважаємо, що підвищення голосу у такому контексті слугує не тільки для актуалізації емоцій недовіри та обурення в глядачів, але також і для відвернення їхньої уваги від негативних аспектів та скандальних питань, асоційованих із Республіканською партією США. Таким чином, на нашу думку, ведучі сприяють зміцненню групової лояльності на основі політичних уподобань серед глядачів телеканалу FNC, оскільки будь-яке критичне зауваження убік Республіканської партії відкидається.

У свою чергу, нижчим голосом можуть апелювати до таких емоцій, як втома, горе, сум, страх, обурення. При цьому, характерно, що пониження голосу відбувається наприкінці фрази або синтагми. Для такого застосування характерні також такі ознаки: низька ритмічність голосу, повільна вимова та

приглушеність [15, с. 64]. Розглянемо приклади:

(41) *Pennsylvania Congressman Scott Perry laying into a reporter who claims there is no evidence of any Biden family corruption and that this is just political revenge* [99].

(42) *Lastly, in New York, which is a national issue, the Governor is looking to find a provision that allows our 65,000 minimum illegal immigrants living amongst us, who really don't belong here, a right to work. Would you be in support of that or would that be an additional magnet for everybody to come to New York?* [118]

У прикладі 41 кореспондентка висловлює своє обурення звинуваченнями іншого журналіста у безпідставності вимоги імпічмента Джо Байдена, повільно промовляючи низьким приглушеним голосом слово *revenge*. Вочевидь зниження голосу тут також виконує функцію іронізування.

У свою чергу, у прикладі 42 актуалізовано доволі різні емоції шляхом залучення нижчого неритмічного приглушеного голосу: страх, горе, обурення. Наприклад, *national issue* та *provision*, акцентують увагу на важливості теми та привертають увагу зміною ритміки та висоти голосу журналіста; нижча висота голосу на словах *amongst us* та *don't belong here* актуалізує страхи по відношенню до мігрантів (у тому числі на фоні втечі з-під варти засудженого за вбивство нелегального мігранта Данело Кавальканте); приглушення голосу на словах *to work* та *magnet for everybody to come* конструюють емоцію обурення.

Цікаво також, що в обох прикладах ритміка та висота голосу можуть різко змінюватися від швидкого ритму та вищості голосу до більш повільного ритму та нижчого голосу. Таким чином, можна стверджувати, що голос допомагає актуалізувати різні емоційні стани шляхом зміни ритміки та висоти.

3.4. Використання візуальних матеріалів як засобу експресивності

Не менш важливим є застосування візуальних матеріал (фото, малюнки,

графіки тощо). Важливо вказати, що, крім інформаційної функції, вони виконують також емоційну [11]. Як вказують, зображення конструюють різноманітні смисли шляхом залучення кольорової палітри, стилю тощо. Також візуальні матеріали можуть слугувати засобами метафоричності чи порівняння [14].

3.4.1. Візуальні зображення осіб.

У сюжетах телевізійних новин FNC активно застосовують зображення осіб, про яких йде мова. Зазвичай такі сюжети складаються із текстового супроводу (те, що говорить ведучий) та низки різноманітних фотографій героїв сюжетів. Демонстровані фото, якщо і виконують інформаційну функцію, то лише опосередковано. Основною функцією цих зображень, на нашу думку, є саме емоційна. Метою таких зображень є актуалізувати певні емоції глядачів та/або приховані смисли. Розглянемо приклади:

(43) *They should be concerned that the President's family is in these foreign business dealings where — that they're profiting off of their relationship to him, off of the brand, according to Devin Archer [116].*



Рис. 16. Зображення Дж. Байдена та Х. Байдена [116]

У новинному сюжеті, із якого взято приклад 43 (рис. 16), обговорюють звинувачення проти Хантера Байдена. Цікаво, що більшість демонстрованих фото зображують не тільки Хантера Байдена, але також і Джо Байдена. Таким

чином, репортери актуалізують думку про те, що Джо та Хантер Байден є батьком та сином, а відтак — Джо Байдена також можна звинуватити у злочинах сина. Втім, слід зазначити, що зображення із цього прикладу є допоміжним засобом акцентування уваги. Все ж, в основному, емоційну функцію у цьому прикладі виконують інші засоби експресивності: емоційна лексика, міміка та просодичні ресурси мовців. У цьому випадку ми можемо казати навіть про те, що підбір фото може бути використано із маніпулятивною метою.

(44) *Is she kidding me? Because Biden sucks up to people about their kids, he is definitely fit for office. You can go into any nursing home and find people who can do family chip chat* [112]



Рис. 17. Зображення Дж. Байдена [112]

У прикладі 44 (рис. 17) використано фото Джо Байдена. У цьому випадку фотографія є важливим елементом у конструюванні емоційних смислів. За контекстом, ведуча програми постійно натякає на вік Джо Байдена, що стало одним із важливих питань у передвиборчих перегонах. Увагу також привертає словосполучення *nursing home* («будинок престарілих»), яке лише сильніше підкреслює вік чинного Президента. Ми вважаємо, що вибір фото для демонстрації у цьому сюжеті теж було не випадковим. Фотографія має доповнювати зміст вербального (натяків на тому, що Джо Байден є застарим).

Отже, можна казати про те, що фотографії, які використовують у новинних

сюжетах можуть як акцентувати увагу глядачів та актуалізувати певні приховані змісти, але також разом із іншими вербальними та невербальними засобами конструюють емоційні смисли. Вибір фотографій для сюжету зазвичай не є випадковим та слугує прагматичній меті.

Використання візуальних матеріалів іронічного чи сатиричного змісту є більш характерним для менш формальних новинних програм (наприклад, Jesse Watters Primetime, Hannity, Gutfeld!), які випускають на телеканалі FNC. Найчастіше візуальні матеріали гумористичного змісту представлено мемами та карикатурами. Характерно, що зв'язок таких зображень із лінгвальними засобами, можна описати як зв'язок закріплення (anchorage), згідно із теорією Р. Барта. Іншими словами, лінгвальні засоби контролюють смисли у рамках цього зв'язку, що є, на нашу думку, актуальним засобом експресивності. Розглянемо приклади:



Рис. 18 Зображення “MARCHING ORDERS” [107]



Рис. 19. Зображення “IN THE HOT SEAT” [109]

На рис. 18 справа від ведучого зображено зображення гумористичного змісту. Головним героєм цього зображення є Джо Байден, воно має підпис *MARCHING ORDERS* та декілька словесних бульбашок (speech balloons) із фразою *NO EVIDENCE*. Безумовно, це зображення висміює відповідь Джо Байдена на звинувачення його сина Хантера Байдена. Цікаво, що словосполучення *marching orders* можна передати українською як «накази», так і «звільнення» [64]. На нашу думку, це зображення разом із написами утворюють єдність, метою якої є актуалізувати емоцію обурення у глядачів та висміяти чинного Президента США.

У свою чергу, на рис. 19 зображено віцепрезидентку США Камалу Гарріс, що сидить у кріслі. Під фотографією можна бачити підпис *IN THE HOT SEAT* що можна передати українською двома способами: «знаходитися у складній позиції» та «на електричному стільці» [58]. За допомогою цього зображення ілюструють думку про те, що Камалу Гарріс не буде обрано кандидаткою у Віцепрезиденти на наступних виборах Демократичної партії. Експресивний ефект досягається також фразою ведучого: “*We might have to get the super delegates to stick a knife in Kamala Harris at the convention in Chicago*” [104]. Таким чином, у програмі намагаються актуалізувати думки глядачів про те, що представники Демократичної партії можуть із легкістю зрадити своїх кандидатів.

Тож візуальні матеріали, умовно об’єднані нами як гумористичні, включають у себе різні жанри зображень, які найчастіше висміюють представників Демократичної партії. Найпопулярнішими героями цих зображень є Джо Байден, Камала Гарріс, Хантер Байден. Також для таких візуальних засобів характерним є застосування двозначних слів та словосполучень. У цьому випадку лінгвальні та візуальні засоби активно взаємодіють, конструюючи експресивні смисли.

3.4.2. Інфографіки.

Одними із найпопулярніших візуальних засобів, використаних на телеканалі FNC, є графіки, діаграм, відсоткової розбивки тощо. Ці засоби застосовують із метою проілюструвати результати певного опитування. Втім, вони також можуть виконувати й емоційну функцію. Розглянемо деякі приклади:

(45) *67% want a different democratic candidate in 2024. This was the democratic poll. Talking about it earlier and you said anybody, but Biden [119].*

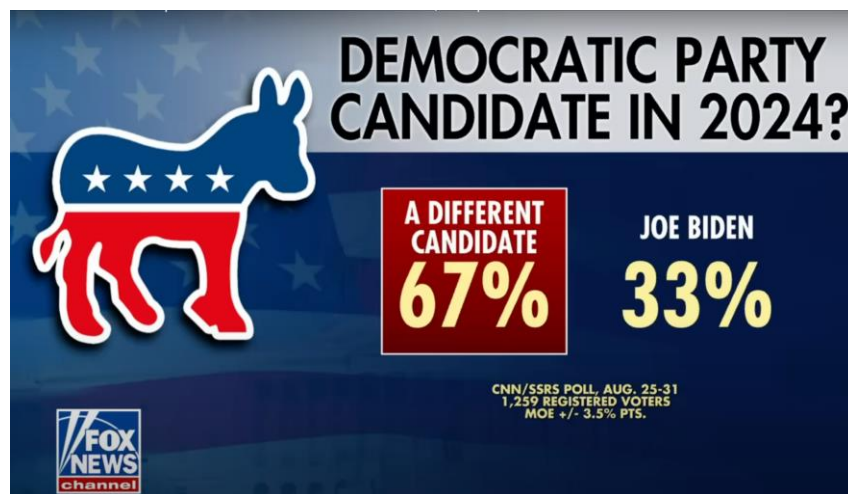


Рис. 20. Опитування “DEMOCRATIC PARTY CANDIDATE IN 2024” [119]

На рис. 20 проілюстровано у вигляді процентної розбивки результати опитування серед виборців на питання «За якого кандидата від Демократичної партії ви голосуватимете?». Також можна помітити, що результат, описаний словами “*A DIFFERENT CANDIDATE*”, виділено за допомогою червоного квадрата. Цей засіб використано з метою активізації уваги глядача саме на цьому результаті. Також це підкреслюється і вербальними засобами у протиставленні *anybody, but Biden*.

Подібний до попереднього засіб застосовано у цьому прикладі:

(46) *I think the numbers would be even higher if all of the media outlets were really covering this the way that they should. There is so much evidence [115].*

Під час обговорення опитування було продемонстровано на екрані його

результати (рис. 21). Як і в попередньому прикладі, на одному із результатів (“*SOMETHING ILLEGAL*”) зацентовано увагу через використання червоного квадрату. Емоційний ефект на глядача досягають шляхом використання як візуального засобу, так і вербального через застосування прислівника-інтенсифікатора, прикметника у вищому ступені тощо (приклад 46). Зокрема на екрані було показано фото Джо Байдена та його сина Хантера. Ми вважаємо, що таким чином актуалізують асоціацію у свідомості глядачів Джо Байдена із його сином. На нашу, думку це може бути зроблено із метою маніпуляції суспільною свідомості (створюючи логічний ланцюжок: «Хантер Байден син Джо Байдена—Хантер Байден вчинив щось протизаконне—Джо Байден вчинив щось протизаконне/покриває злочини сина»).

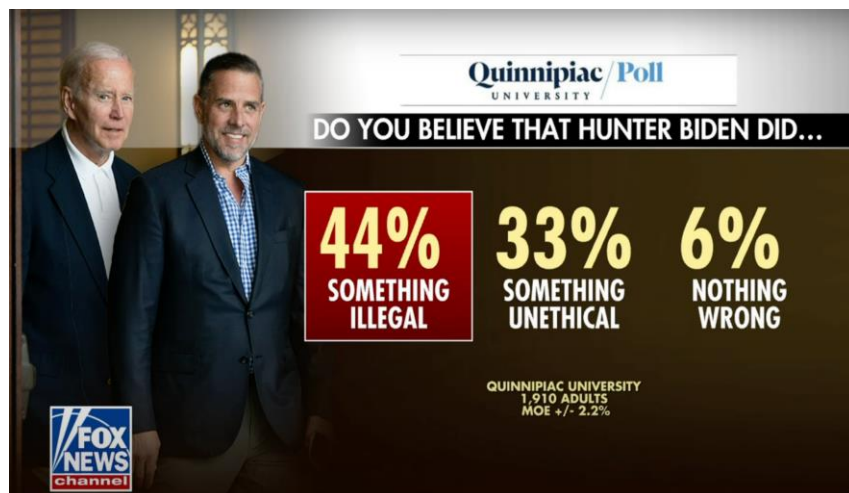


Рис. 21. Інфографіка “DO YOU BELIEVE THAT HUNTER BIDEN DID...”

[115]

Використання інфографік є подібним за своїми функціями до графіків. Як ми помітили, інфографіка зазвичай містить коротку інформацію про певну подію. Таким чином, інфографіки акцентують увагу глядачів на певних конкретних аспектах новини та, перш за все, має виконувати інформаційну функцію. Втім, деякі елементи інфографіки (як вербальні, так і невербальні) також виконують емоційну функцію. Інфографіка може застосовувати такі експресивні засоби: емоційно марковану лексику, фотографії тощо.

На рис. 22 використано інфографіку, яка ілюструє звинувачення, висунуті

проти Хантера Байдена. Безумовно, основною функцією цієї інфографіки є інформування глядачів. Втім, ми вважаємо, що вона також містить у собі експресивні компоненти та має на меті «демонізувати» політичних противників. На нашу думку, між вербальною інформацією та фотографією Хантера Байдена існує зв'язок закріплення (anchorage) [45]. Тож ця інфографіка також має на меті «закріпити» у свідомості глядачів образ сина Президента як злочинця.

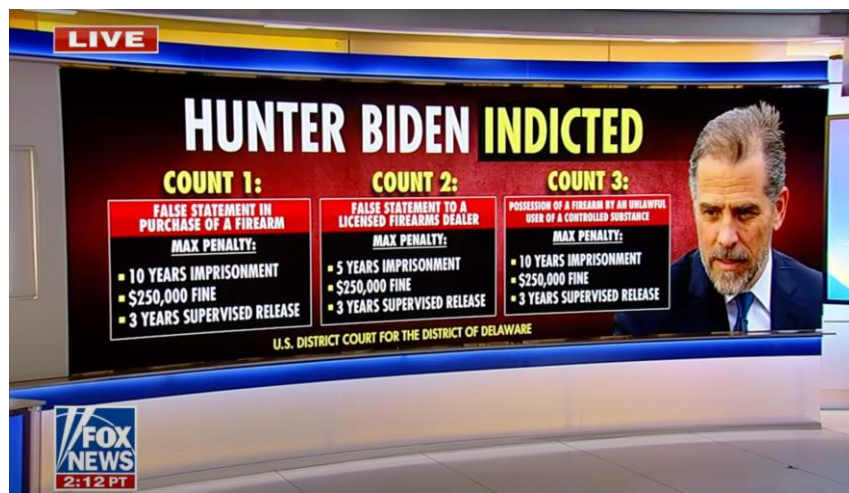


Рис. 22. Інфографіка “HUNTER BIDEN INDICTED” [108]

Отже, зазвичай результати різноманітних опитувань у вигляді графіків, відсоткової розбивки, діаграм є допоміжним засобом у сюжетах телевізійних новин FNC для реалізації прагматичної мети комунікації — викликати емоційні реакції у глядачів та акцентувати їхню увагу на певній інформації. Такі ж функції мають й інфографіки.

3.4.3. Заставки.

У випусках телевізійних новин FNC застосовують заставки. Заставки є важливою складовою композиції сюжету. Варто уточнити, що ми розглядає лише такі заставки, які не є назвою програми, а є заставками-заголовками. Зазвичай заставки йдуть після короткого інформаційного повідомлення та перед детальним обговоренням цього повідомлення із гостями чи між ведучими. Заставка зазвичай складається із одного-трьох слів, які мають точно

або іронічно описати новину.

На рис. 23 заставка до сюжету про розкол у Демократичній партії США складається із трьох слів: “*the BREAKING story*”. Експресивність, у цьому випадку, досягається шляхом гри слів, оскільки словосполучення “*breaking story*” можна передати українською як «головна історія», втім складове слово *breaking* можна передати також як «руйнівний», що також відповідає контексту сюжету. На нашу думку, двозначність також підкреслено через зміну регістру, оскільки лише слово *breaking* написано великими літерами.



Рис. 23. Заголовок “*the BREAKING story*” [116]

У свою чергу, на рис. 24 заставка складається із кількох важливих елементів: заголовку “*BIDEN’S BORDER CRISIS*”, прапора США на фоні, фото колючого дроту та червоної віньетки. Лінгвальний елемент цієї заставки (“*BIDEN’S BORDER CRISIS*”) застосовує емоційно марковану лексику (“*CRISIS*”), а також актуалізує думку про те, що винуватцем кризи є саме Президент США через застосування його прізвища у присвійному відмінку (“*BIDEN’S*”). Крім цього, експресивними елементами є також фото колючого дроту та червона віньетка. Ми вважаємо, що ці елементи актуалізують як емоції глядачів, так і конструюють нові смисли. Наприклад, традиційно червону віньетку використовують у відеоіграх та кінофільмах із метою вказати на те, що щось загрожує життю або здоров’ю гравця/героя.

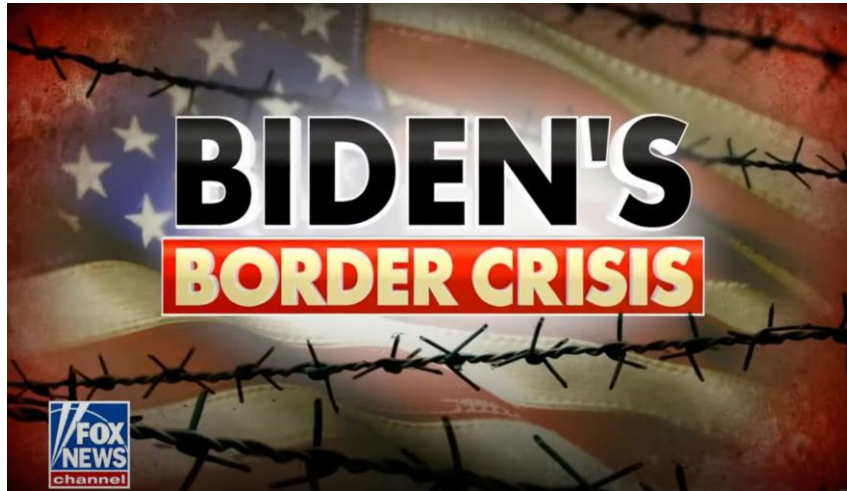


Рис. 24. Заголовок “BIDEN’S BORDER CRISIS” [123]

Таким чином, заставки є важливим елементом новинного сюжету, який переважно виконує емоційну функцію. Заставки можуть складатися із лінгвального експресивного елементу та певних візуальних елементів. Загалом експресивний смисл конструюється шляхом поєднання цих елементів у заставках.

Отже, проаналізувавши невербальні засоби експресивності різних рівнів можна зробити висновок, що вони можуть виконувати регулятивну (емоційну) функцію як окремо від вербальних засобів, так і в поєднанні із ними. Тим не менш, найчастіше за все у рамках медіа-дискурсу вербальні та невербальні засоби експресивності складають єдність. Іншими словами, ведучі активно залучають різні модуси комунікації із метою конструювання експресивного (емоційного) смислу.

Висновки до Розділу 3

Оскільки сучасні теленовини є мультимодальними за своєю природою, важливого значення для конструювання емоційного впливу на глядачів є невербальні засоби експресивності. Переважно невербальні засоби комунікації у теленовинах представлено жестами, мімікою, просодичними ресурсами та візуальними матеріалами (фото, графіки тощо). Найчастіше невербальні засоби

застосовують для акцентування уваги глядачів на певній вербальній інформації, що має актуалізувати певні емоційні реакції.

Невербальні засоби є багатозначними. Їхній смисл розкривається переважно у поєднанні із вербальними. Таким чином, можна вважати, що вербальні та невербальні засоби експресивності у рамках медіа-дискурсу формують певну єдність шляхом залучення різних модусів комунікації.

У рамках англомовних теленовин використовують різні невербальні засоби експресивності: жести, міміку, просодичні ресурси, візуальні зображення. Ці засоби активно залучають для формування експресивних смислі та актуалізації емоційних реакції.

Оскільки різні засоби експресивності конструюють та актуалізують емоції глядачів, їх застосовують із метою формування концепції «Свій-Чужий». Активно засоби експресивності залучено для «демонізації» «Чужих» (політичних супротивників) та для окреслення межі пролягання дихотомії «Свій-Чужий».

ВИСНОВКИ

Експресивність можна вважати такою категорією мови та мовлення, що дозволяє мовцю сконструювати своє ставлення до предмету розмови та актуалізувати вже наявні емоції. Експресивність є важливою складовою будь-якого акту комунікації, оскільки саме вона дозволяє здійснити вплив на співрозмовника шляхом залучення різних засобів мови та мовлення. Тому ми вважаємо найдоцільнішим підходом до вивчення експресивності комунікативний підхід, оскільки за його допомогою можна визначити ступінь реалізації прагматичних інтенцій мовця.

Медіа-дискурс є типом дискурсу, що реалізується в рамках каналу комунікації мас-медіа. При цьому, за цього типу дискурсу контекст контрольований саме журналістами як адресантами, таким чином, вони володіють більшою владою, аніж адресат. У рамках медіа-дискурсу формують та контролюють думки та емоції глядачів. Можна стверджувати, що дискурс сучасних англійських теленовін є одним із підтипів медіа-дискурсу.

Особливостями медіа-дискурсу є поєднання експресивності та «стандарту», публічність, масовість, орієнтація на масового глядача. Медіа-дискурс виконує функції інформування та регулювання. Функція інформування передбачає повідомлення останніх подій глядачу, а функція регуляції – інтерпретування повідомлення із метою формування тої чи іншої думки в аудиторії. За своєю природою, медіа-дискурс є мультимодальним явищем, оскільки сучасні мас-медіа активно залучають різноманітні модуси із метою конструювання смислу.

Емоційні реакції та наявні упередження актуалізують шляхом залучення експресивності. Експресивність має актуалізувати наявні вірування та конструювати певні емоції.

Було виявлено, що в теленовінах вербальні засоби експресивності застосовують на морфемному та лексико-семантичному рівнях. На морфемному рівні застосовують ступені порівняння прикметників та

прислівників. Ці засоби застосовують для емоційної оцінки тої чи іншої події чи особи.

Дієслова тривалого часу використовують для актуалізації наявних емоційних оцінок та значень. Таким чином, мовці акцентують увагу на неординарності події.

На морфемному рівні також застосовують емпатичний оператор *do*. Зазвичай саме на емпатичний оператор *do* падає логічний наголос у висловлюванні. Його використання зумовлено необхідністю акцентувати увагу на певній інформації.

Афікси не є активно застосованим засобом експресивності. Переважно у рамках теленовін застосовують префікси та суфікси негативної оцінки. Такі засоби зазвичай використовують у теленовінах FNC, описуючи діяльність Демократичної партії США.

Для лексичного рівня характерне використання емотивно маркованих слів замість більш нейтральних синонімів. На цьому рівні активно застосовують прикметники, дієслова із експресивним значенням, підсилювальні прислівники, квантифікатори та фразеологізми.

Прикметники та дієслова із експресивним значенням мають одночасно дві семи «об'єктивну» та «суб'єктивну». «Об'єктивну» сему застосовують для передавання основного значення, а «суб'єктивну» із метою конструювання та актуалізації експресивних смислів.

Підсилювальні прислівники, у свою чергу, поділяються на прислівники оцінки та прислівники «емоційного стану». Зазвичай прислівники використовують для створення градації емоційної ознаки. Цей засіб використано для актуалізації негативних емоцій по відношенню до політичних опонентів та актуалізації позитивних емоцій по відношенню до Республіканської партії США та її прихильників.

Квантифікатори застосовують для вираження градуальності певної ознаки та емоційної оцінки. Цей засіб конструює негативні смисли по відношенню до

Демократичної партії США, актуалізуючи наявні негативні емоції та упередження глядачів.

У свою чергу, фразеологізми не є активно застосованим засобом експресивності у теленовинах. Застосування фразеологізмів передбачає саме емоційне оцінювання предмету розмови, а не його об'єктивне називання. Характерно, що фразеологізми застосовують переважно для критики ідеологічних опонентів.

Невербальні засоби експресивності в аналізованих теленовинах представлено на рівнях жестів, міміки, просодичних ресурсів та візуальних матеріалів. На рівні жестів застосовують різні жести рук та жести головою. Найбільш активно застосованим жестом головою є хитання головою, який використовують для висловлення обурення або заперечення.

На рівні засобів міміки використовують радісний вираз обличчя для встановлення контакту із глядачем, підняття брів для висловлення здивування, вираз страху для актуалізації негативних емоцій та вираз несхвалення.

Просодичні засоби (емфатичний наголос, логічні паузи та зміну висоти голосу) використовують переважно для наголошення певної інформації у висловлюванні. Ці засоби активно застосовують у поєднанні із вербальними засобами експресивності. Таким чином, мовці досягають більшого рівня експресивності.

Також у теленовинах застосовують візуальні матеріали (зображення, інфографіки та заставки) для актуалізації певних емоцій та упереджень. Візуальні засоби виконують як інформаційну, так і емоційну функції.

Експресивність у теленовинах конструюють шляхом поєднання вербальних та невербальних засобів. Таким чином, вербальні та невербальні засоби експресивності у рамках дискурсу теленовин використовують із метою впливу на адресата. Невербальні засоби найчастіше вживають із метою підкреслення (акцентування) інформації, переданої вербальними засобами.

Засоби експресивності активно залучають із метою конструювання дихотомії «Свій-Чужий». Засоби експресивності дозволяють журналістам та гостям створити образ «Чужого», який зазвичай має викликати негативні емоції. Для цього журналісти актуалізують наявні упередження глядачів шляхом емоційного впливу. Засоби експресивності застосовують одночасно на декількох рівнях, через що вдається досягти вищого ступеня інтенсивності. На телеканалі Fox News Channel негативні емоції конструювали за допомогою засобів експресивності, у першу чергу, по відношенню до Демократичної партії США, Дж. Байдена. Характерно, що по відношенню до Республіканської партії та консервативних цінностей конструювали позитивні або нейтральні емоції.

Вважаємо, що ця робота може бути використана у подальших дослідженнях експресивності. Актуальним залишається питання застосування засобів експресивності для конструювання дихотомії «Свій-Чужий» на підґрунті таких ознак, як расова, релігійна, гендерна тощо приналежність. Ще одним напрямом дослідження може стати вивчення застосування експресивності як мультимодального засобу впливу в рамках інших дискурсів. Також теоретичний наробок цього дослідження може бути використано на лекціях зі стилістики англійської мови, порівняльної граматики тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Архипенко Л. М. Мовна експресія в українських ЗМІ (на матеріалі економічної публіцистики). *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2018. № 18. Т. 3. С. 7—10.
2. Балаклеєць О. В. Засоби експресивізації новинного дискурсу (на матеріалі англомовних та українських сайтів новин). Київ, 2021. С. 113.
3. Баранник Д. Х. До питання про «інформаційний стиль» мови. *Мовознавство*. 1967. № 6. С. 3—10.
4. Васкул Х., Печеранський І. Сучасний медійний дискурс та роль у ньому журналістського розслідування. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. 2018. Вип. 2. С. 22—29.
5. Голубовська І. О. Етноспецифічні константи мовної свідомості: дис. ... докт. філ. наук : 10.02.15. Київ, 2004. 344 с.
6. Дейк ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация: пер. с англ. Благовещенск: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. 308 с.
7. Дорогович Н. О. Мовна експресія в художніх текстах українського резистансу 40 — 50-х років ХХ століття: 10.02.01. Івано-Франківськ, 2013. 282 с.
8. Дядюра М. В., Колесник Д. М. Засоби експресивності в наукових текстах. *Мовознавчий вісник*. 2021. № 22—23. С. 164—172.
9. Єлісовенко Ю. Логічні паузи в тексті та мовленні. Електронна бібліотека Інституту журналістики. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2077> (Дата звернення: 12.11.2023).
10. Желтухіна М. Р. Про зміст медіа-дискурсу. *Вісн. Луганського пед. ун-ту ім. Т. Шевченка. Серія «Філологічні науки»*. Луганськ, 2007. № 14. С. 27—40.
11. Івасишин М. Р. Мультиmodalність англомовного коміксу: лінгвальний і екстралінгвальний виміри: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Львів, 2019.

- 404 с. URL: https://www.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/09/dis_ivasyshyn.pdf (дата звернення: 27.09.2023).
12. Івкова Н. М. Традиційний та сучасний погляди на форми реалізації публіцистичного мовлення. *Наукові праці. Філологія. Мовознавство*. Вип. 240. Т. 252. С. 41—46.
 13. Ідзьо М. В. Мовні засоби експресивізації в текстах сучасних польських ЗМІ: дис. ... канд. філ. наук: 10.02.03. Київ, 2016. 222 с.
 14. Коваленко Р. Мультиmodalьні засоби втілення емоційних концептів у сучасній англomовній дитячій літературі. *Studia Linguistica*. 2022. № 20. С. 45—56. DOI: <https://doi.org/10.17721/studling2022.20.45-56>.
 15. Ковалинська І. Невербальна комунікація. Київ: Освіта України, 2014. 289 с.
 16. Коваль Т. Експресиви як безпосередній засіб репрезентації експресивної функції мови. *Актуальні проблеми слов'янської філології*. 2011. Вип. XXIV. С. 468—476. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/71681/60-Koval.pdf?sequence=1> (Дата звернення: 12.11.2023).
 17. Козліцька М. В. Прагмалінгвістичні особливості відтворення мовних засобів експресії сучасних англomовних промов у галузі інформаційних технологій: маг. дис. Київ, 2020. 120 с.
 18. Крисанова Т., Гережун О. Мультиmodalьне смислотворення агресії в англomовному пісенному наративі: когнітивно-прагматичний аспект. *Cognition, communication, discourse*. 2023. № 26. Р. 83—108. DOI: <http://doi.org/10.26565/2218-2926-2023-26-05>.
 19. Крисанова Т. А., Вербицька А. Е. Принципи лінгвістичного конструювання емоцій у дискурсі. *Лінгвістичні студії*. 2018. Вип. 38. С. 55—60.
 20. Крисанова Т. А. Емоційний концепт: лінгвістичні підходи до вивчення. *Наукові записки. Серія “Філологічна”*. 2012. Вип. 33. С. 74—75.
 21. Крисанова Т. А. Сучасний стан розвитку лінгвістики емоцій. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія*

- «Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов». 2014. № 1125. Вип. 79. С. 78—84.
22. Крисанова Т. А. Функціональний стиль VS дискурс. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*. 2016. № 62. С. 188—190.
23. Лужецька Л. Невербальні засоби спілкування як складник мовленнєвої культури особистості. *Рідне слово в етнокультурному вимірі*. 2014. С. 145—150.
24. Лупина О. В. Особливості вживання прислівників-інтенсифікаторів у англомовних новинах. *Література та культура Полісся. Серія "Філологічні науки"*. 2018. № 11. С. 245—255.
25. Мелкумова Т. В. Сильова та жанрова диференціація мовлення засобів масової інформації в сучасному мовознавстві. *Філологічні студії*. 2008. Вип. 2. С. 46—54.
26. Мороз Н. О. Роль засобів масової інформації у формуванні громадянського суспільства України. *Гуманітарний журнал*. 2012. № 19. С. 205—210.
27. Проблема виділення інформаційного стилю. Vuzlit — архив студенческих работ. URL: https://vuzlit.com/870521/problema_vidilennya_informatsinogo_stilyu (дата звернення: 03.05.2023).
28. Рибалка С. Мова міміки, поглядів, жестів. Донецьк: ТОВ ВКФ «БАО», 2006. 224 с.
29. Савчук Р. Л. Мова засобів масової інформації: хрест. Івано-Франківськ: ПНУ, 2017. С. 135.
30. Семашко Т. Межі дихотомії «Свій» – «Чужий» в аспекті етнічної стереотипізації. *Наукові записки ТНПУ. Серія: Мовознавство*. 2014. Вип. II(24). С. 238—242.
31. Стишов О. А. Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мови засобів масової інформації). Київ: Пугач, 2003. С. 387.

32. Фролова І. Є. Типологія дискурсів: проблеми і перспективи. *Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація*: мат. XVII наук. конф. з міжнар. уч. (Харків, 2 лют. 2018). Харків, 2018. С. 166—168.
33. Фуко М. Археологія знання: пер. з фр. Київ, 2003. 326 с.
34. Функції мови та мовлення. *VII студентська конференція «Перший крок у науку»*: мат. студ. наук. конф. (Суми, 20 груд. 2015). Суми, 2015. С. 197—198. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/44199/1/Lazutkina_language.pdf (дата звернення: 27.09.2023).
35. Холявко І. В. Засоби експресивності в українських мовознавчих наукових статтях. *Львівський філологічний часопис*. 2020. № 8. С. 185—190.
36. Хіміч Р. С. Експресивна комунікація як об'єкт лінгвістичного дослідження. *Національна ідентичність в мові і культурі*: зб. наук. праць. Київ, 2018. С. 241—242.
37. Цибаровська М. В. Експресивний потенціал словотворчих моделей англійської мови. Сучасна іншомовна освіта очима студентів: зб. матер. студ. наук. конф. (Київ, 26 лют. 2014 р.). Суми: Вісник психології і педагогіки, 2015. URL: https://www.psyh.kiev.ua/Цибаровська_Н.В._Експресивний_потенціал_словотворчих_моделей_англійської_мови/ (дата звернення: 15.05.2023).
38. Чабаненко В. А. Стилїстика експресивних засобів української мови: моногр. Запоріжжя: ЗДУ, 2002. 351 с.
39. Шевченко І. С., Морозова Е. І. Дискурс как когнитивно-коммуникативная деятельность. *Дискурс как когнитивно-коммуникативный феномен*: кол. моногр. Харків: Константа, 2005. С. 20—26.
40. Шевченко І. С. Дискурс и стиль: проблемы эвристики. *Функциональная лингвистика*. 2012. № 4. С. 313—315.
41. Шепіль Ю. Медіа-дискурс як засіб маніпулятивного впливу на читача. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі*

- Українки. Дискурсознавство. Текстологія. Літературознавство. 2017. № 3. С. 302—307.
42. Apresyan M. On The Concept of “Expressiveness” In Modern Linguistics. *Annals of Language and Literature*. 2018. Vol. 2. № 4. P. 8—12.
43. A survey of identity recognition via data fusion and feature learning. *Information Fusion*. 2023. Vol. 91. P. 694—712. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.inffus.2022.10.032>.
44. Bally Ch. *Le Langage Et La Vie* (Troisième Édition Augmentée). Genève, 1977. 238 p.
45. Barthes R. Rhetoric of the Image. *Visual Culture: the reader*. London: Sage Publications, 1964. URL: <https://williamwolff.org/wp-content/uploads/2014/08/Barthes-Rhetoric-of-the-image-ex.pdf> (Last accessed: 27.09.2023).
46. Baxter J., Kieran W. Outside In-Group and out-Group Identities? Constructing Male Solidarity and Female Exclusion in UK Builders’ Talk. *Discourse & Society*. 2009. Vol. 20. № 4. P. 411—29. URL: <http://www.jstor.org/stable/42889271> (Last accessed: 04.04.2023).
47. Berding J. Appeal to negative emotions in US corporate media. Fox News and its counterparts. URL: <https://www.grin.com/document/958283> (Last accessed: 04.05.2023).
48. Brain function overlaps when people observe emblems, speech, and grasping. *Neuropsychologia*. 2013. Vol. 51. № 8. P. 1619—1629. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.neuropsychologia.2013.03.022>
49. Burgoon J. K., Guerrero L. K., Floyd, K. *Nonverbal Communication*. New York: Routledge, 2016. 480 p.
50. Courtenay B. *Selected Writings in Linguistics*. Moscow: Акад. наук СРСР, 1963. P. 391.
51. Dijk van T. Critical Discourse Analysis. *The Handbook of Discourse Analysis*. Oxford: Blackwell Publishers, 2001. P. 352—371. URL:

- https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4966482/mod_resource/content/1/van%20DIJK%20Critical%20Discourse%20Analysis.pdf (Last accessed: 10.05.2023).
52. Discourse. *Social Theory Re-wired*. Routledge, 2016. URL: <https://routledgesoc.com/category/profile-tags/discourse> (Last accessed: 11.05.2023).
53. Ekman P. About brows: emotional and conversational signals. *Human Ethology*. Cambridge: Cambridge University Press, 1979. P. 169—202. URL: <https://www.paulekman.com/wp-content/uploads/2013/07/About-Brows-Emotional-And-Conversational-Signals.pdf> (Last accessed: 27.09.2023).
54. Ekman P. An argument for basic emotions. *Cognition and Emotion*. 1992. Vol. 6. № 3. P. 169—200. URL: <https://www.paulekman.com/wp-content/uploads/2013/07/An-Argument-For-Basic-Emotions.pdf> (Last accessed: 27.09.2023).
55. Fridlund A. J. The new ethology of human facial expressions. *The Psychology of Facial Expression*. Cambridge: Cambridge University Press, 1997. P. 103—129. DOI: <https://doi.org/10.1017/CBO9780511659911.007>.
56. Graham J., Haidt J., Nosek B. A. Liberals and conservatives rely on different sets of moral foundations. *Journal of Personality and Social Psychology*. 2009. Vol. 96. № 5. P. 1029—1046. DOI: <https://doi.org/10.1037/a0015141>.
57. Hall J. A., Horgan T. G., Murphy N. A. Nonverbal Communication. *Annual Review of Psychology*. 2019. Vol. 70. № 1. P. 271—294. DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010418-103145>.
58. Hot seat. *Collins English Dictionary*. URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/hot-seat> (Last accessed: 27.09.2023).
59. Ingroups and Outgroups: How Social Identity Influences People. *Effectiviology — Psychology and philosophy you can use*. URL: <https://effectiviology.com/ingroup-outgroup/> (Last accessed: 23.09.2023).

60. Iyengar S., Westwood S. J. Fear and loathing across party lines: new evidence on group polarization. *American Journal of Political Science*. 2014. Vol. 59. № 3. P. 690—707. DOI: <https://doi.org/10.1111/ajps.12152>.
61. Janoff-Bulman R., Carnes N. C. Surveying the moral landscape: Moral motives and intergroup moralities. *Personality and Social Psychology Review*. 2013. Vol. 17. № 3. P. 219—236. DOI: <https://doi.org/10.1177/108886831348027>.
62. Kress G., van Leeuwen T. *Multimodal Discourse*. Bloomsbury: Academic, 2001. 152 p.
63. Kress G., van Leeuwen T. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Routledge, 2006. 291 p.
64. Left threatened by right: political intergroup bias in the contemporary Italian context. *Frontiers*. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00026>.
65. Marching orders. *Cambridge Dictionary | English Dictionary, Translations & Thesaurus*. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/marching-orders> (Last accessed: 22.09.2023).
66. Martin G., Yurukoglu A. Bias in Cable News: Persuasion and Polarization. *American Economic Review*. 2017. Vol. 107. № 9. P. 2565—2599. DOI: [10.1257/aer.20160812](https://doi.org/10.1257/aer.20160812).
67. McCallion M. J. In-Groups and Out-Groups. *Blackwood Encyclopedia of Sociology*. Wiley-Blackwell, 2007. DOI: <https://doi.org/10.1002/9781405165518.wbeosi046>.
68. McKay S. Media and Language: Overview. *Encyclopedia of language and linguistics*. Oxford: Elsevier, 2006. Vol. 8. P. 597—602.
69. Michel Foucault: Discourse. *Critical Legal Thinking*. URL: <https://criticallegalthinking.com/2017/11/17/michel-foucault-discourse/> (Last accessed: 17.05.2023).
70. Michel Foucault Discourse Theory. *Study Smarter*. URL: <https://www.studysmarter.us/explanations/english/key-concepts-in-language-and-linguistics/michel-foucault-discourse-theory/> (Last accessed: 17.05.2023).

71. Miller S. Foucault on Discourse and Power. *Theoria: A Journal of Social and Political Theory*. 1989. № 76, P. 115—125.
72. Mode. Glossary of Multimodal Terms. URL: <https://multimodalityglossary.wordpress.com/mode-2/> (Last accessed: 12.11.2023).
73. Mutz D., Goldman S. Mass Media. *The SAGE Handbook of Prejudice, Stereotyping and Discrimination*. P. 241—258. DOI: <https://doi.org/10.4135/9781446200919.n15>.
74. Noll S. The Effect of Language on Perception of Ingroups and Outgroups. Oshkosh, Wisconsin, 2018. URI: <http://digital.library.wisc.edu/1793/79928> (Last accessed: 28.09.2023).
75. O'Keeffe A. Investigating Media Discourse. London: Routledge, 2006. P. 192.
76. O'Keeffe A. Media and Discourse Analysis. *The Routledge Handbook of Discourse Analysis*. London: Routledge, 2011. P. 441—454.
77. Parker M. T., Janoff-Bulman R. Lessons from morality-based social identity: the power of outgroup “hate”. *Social Justice Research*. 2013. Vol. 26. № 1. P. 81—96. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11211-012-0175-6>.
78. Pikalova A. The distinction of the concepts «emotionality», «expressiveness», and «emotiveness» in modern linguistics. *Innovation in science: global trends and regional aspect: Proceedings of the Conference (Riga, 12—13 Mar. 2021)*. Riga, 2021. P. 213—216.
79. Porroche Ballesteros M. Sobre la manifestación del significado expresivo en español. *Aspectos de la subjetividad en el lenguaje*. Zaragoza, 2015. P. 187—206.
80. Ray M. Fox News Channel. *Britannica*. URL: <https://www.britannica.com/topic/Fox-News-Channel> (Last accessed: 13.05.2023).
81. Rinnert G., Lane M. On Barthes Rhetoric of the image. *English 1311: Expository English Composition*. URL: <http://utep1311.pbworks.com/f/Rinnert+and+Lane++On+Barthes+Rhetoric+of+the+Image.pdf> (Last accessed: 27.09.2023).

82. Ruffle B. J., Sosis R. Cooperation and the in-group-out-group bias: A field-test on Israeli kibbutz members and city residents. *Journal of Economic Behavior & Organization*. 2006. Vol. 60. № 2. P. 147—163. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2004.07.007>.
83. Rymarczyk K., Żurawski Ł., Jankowiak-Siuda K., Szatkowska I. Empathy in Facial Mimicry of Fear and Disgust: Simultaneous EMG-fMRI Recordings During Observation of Static and Dynamic Facial Expressions. *Frontiers in Psychology*. 2019. Vol. 10. URL: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00701>.
84. Salmela M., von Scheve C. Emotional roots of right-wing political populism. *Social Science Information*. 2017. Vol. 56. № 4. P. 567—595. DOI: <https://doi.org/10.1177/0539018417734419>.
85. Serafini F., Clausen J. Typography as semiotic resource. *Journal of Visual Literacy*. 2012. Vol. 31. № 2. P. 1—16. URL: <https://doi.org/10.1080/23796529.2012.11674697>.
86. Shevchenko I. American social media on the Russia-Ukraine war: A multimodal analysis. *Cognition, Communication, Discourse*. 2022. № 25. P. 65—79. URL: <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2022-25-05> (Last accessed: 26.09.2023).
87. Soloshchuk L. The process of diversification of the non-verbal communicative components in the modern English discourse. *Cognition, Communication, Discourse*. 2020. № 21. DOI: <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2020-21-04> (Last accessed: 26.09.2023).
88. Tajfel H., Turner J. An integrative theory of intergroup conflict. *The Social Psychology on Intergroup Relations*. Monterey: Brooks/Cole, 1979. P. 33—37.
89. Talbot M. *Media Discourse: Representation and Interaction*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2007. 198 p.
90. Thomas B. Gains and Losses? Writing it All Down: Fanfiction and Multimodality. *New Perspectives on Narrative and Multimodality* / ed. by Page R. E. New York: Routledge, 2010. P. 142—154.

91. Warnick B., Davis B., Allison T., Anglin A. Express yourself: Facial expression of happiness, anger, fear, and sadness in funding pitches. *Journal of Business Venturing*. 2021. Vol. 36. № 4. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2021.106109>.
92. Weisel O., Böhm R. “Ingroup love” and “outgroup hate” in intergroup conflict between natural groups. *Journal of Experimental Social Psychology*. 2015. Vol. 60. P. 110—120. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2015.04.008>.
93. Wierzbicka A. Emotions across Languages and Cultures: Diversity and Universals (Studies in Emotion and Social Interaction). Cambridge University Press, 1999. 361 p.

СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

94. 'Fox News Sunday' on August 13, 2023. *Fox News Channel*. 2023. URL: <https://www.foxnews.com/transcript/fox-news-sunday-august-13-2023> (Last accessed: 27.09.2023).
95. 'Fox News Sunday' on July 9, 2023. *Fox News Channel*. 2023. URL: <https://www.foxnews.com/transcript/fox-news-sunday-july-9-2023> (Last accessed: 27.09.2023).
96. 'Fox News Sunday' on October 22, 2023. *Fox News Channel*. URL: <https://www.foxnews.com/transcript/fox-news-sunday-october-22-2023> (Last accessed: 12.11.2023).
97. 'Fox News Sunday' on September 3, 2023. *Fox News Channel*. 2023. URL: <https://www.foxnews.com/transcript/fox-news-sunday-september-3-2023> (Last accessed: 27.09.2023).
98. 'Special Report' Ohio town hall with Senate candidates Tim Ryan, JD Vance. *Fox News Channel*. 2023. URL: <https://www.foxnews.com/transcript/special-report-ohio-town-hall-senate-candidates-tim-ryan-jd-vance> (Last accessed: 17.05.2023).
99. Fox News. 'SON OF A B****': Republican torches reporter over Biden scandals. *YouTube*. 2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=AAVsmloUNd8> (Last accessed: 22.09.2023).
100. Fox News. BAD NEWS FOR BIDEN: These issues could cost him the White House. *YouTube*. 2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=JwCI5EIJkm4> (Last accessed: 22.09.2023).
101. Fox News. Biden admin is 'happy to play along' with border lies: Former DHS official. *YouTube*. 2023. URL:

- <https://www.youtube.com/watch?v=qwyEtkoBQp8> (Last accessed: 22.09.2023).
102. Fox News. Biden eviscerated for 'terrible timing' of prisoner swap deal on 9/11. *YouTube*. 2023. URL: https://www.youtube.com/watch?v=ic73a78pC_A (Last accessed: 22.09.2023).
103. Fox News. Biden insists he's not on vacation during 'tone-deaf' interaction with reporters. *YouTube*. 2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ZN7vs1KTM4o> (Last accessed: 22.09.2023).
104. Fox News. Biden tells another tall tale enraging 9/11 families. *YouTube*. 2023. URL: https://www.youtube.com/watch?v=OIEs_FACES8 (Last accessed: 22.09.2023).
105. Fox News. Brian Kilmeade: Please tell me how this is a good strategy. *YouTube*. 2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=hGXSXXOkPh4> (Last accessed: 22.09.2023).
106. Fox News. Charlamagne tha God applauds unexpected 2024 Republican. *YouTube*. 2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=8HTh84R45yc> (Last accessed: 22.09.2023).
107. Fox News. Hannity: The Hunter Biden gun charges were never supposed to happen. *YouTube*. 2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=KkFazONwdxQ> (Last accessed: 22.09.2023).
108. Fox News. Hunter Biden's attorney blames 'MAGA crazies' for indictment. *YouTube*. 2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=TEw7BOHjDCg> (Last accessed: 22.09.2023).

109. Fox News. Jesse Watters: Will Democrats sacrifice Kamala Harris? *YouTube*. 2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=zz5tUViBICQ> (Last accessed: 22.09.2023).
110. Fox News. Joe Biden will not be president by the 'end of the calendar year': Jason Chaffetz. *YouTube*. 2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=R7ebbLSloQ0> (Last accessed: 22.09.2023).
111. Fox News. Kayleigh McEnany: Biden is desperate. *YouTube*. 2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=mg3GH3izOe4> (Last accessed: 22.09.2023).
112. Fox News. Laura Ingraham: This makes Biden look more decrepit. *YouTube*. 2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=6YqQPJ5fcbU> (Last accessed: 22.09.2023).
113. Fox News. Liberal outlet makes stunning admission on Biden. *YouTube*. 2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9SdCxZMBkbbk> (Last accessed: 22.09.2023).
114. Fox News. One of America's busiest airports overrun by migrants. *YouTube*. 2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=66iu7l6Qx18> (Last accessed: 22.09.2023).
115. Fox News. Pelosi makes astonishing admission on VP Harris. *YouTube*. 2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=GU4trKpLUL8> (Last accessed: 22.09.2023).
116. Fox News. Rep. Jason Smith: Democrats are only united by their hatred for Trump. *YouTube*. 2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=jSiRMb8FT6w> (Last accessed: 22.09.2023).
117. Fox News. The Bidens are LYING: Jonathan Turley. *YouTube*. 2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ubtmKTCKi0I> (Last accessed: 22.09.2023).

118. Fox News. This is the biggest political corruption scandal of our lifetime: Elise Stefanik. *YouTube*. 2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=UfL7hqGBLAQ> (Last accessed: 22.09.2023).
119. Fox News. This is the ONLY Republican who can beat Biden in 2024, new poll shows. *YouTube*. 2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=u1cQjX9BGhM> (Last accessed: 22.09.2023).
120. Fox News. Trump goes after 'Crooked Joe,' issues warning to workers. *YouTube*. 2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=hdUQy4ugueA> (Last accessed: 22.09.2023).
121. Fox News. WE DIDN'T KNOW: Gavin Newsom shirks blame on COVID hypocrisy. *YouTube*. 2023. URL: https://www.youtube.com/watch?v=ZwAWvwt_EWw (Last accessed: 22.09.2023).
122. Fox News. Will the economy be a key issue in the 2024 race? *YouTube*. 2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5wetrHVrwpM> (Last accessed: 22.09.2023).
123. Fox News. 'ABSOLUTE NEGLIGENCE': Taxpayers are 'paying the price' for migrant crisis. *YouTube*. 2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=-ZzI5cwFRDg> (Last accessed: 22.09.2023).
124. GREG GUTFELD: Why so sad, liberals? Study shows young liberals more depressed than conservatives. *Fox News Channel*. URL: <https://www.foxnews.com/opinion/greg-gutfeld-sad-liberals-study-young-liberals-depressed-conservatives> (Last accessed: 17.05.2023).
125. White House outlines push to crack down on fentanyl flow, amid tensions with Mexico. *Fox News Channel*. URL:

<https://www.foxnews.com/politics/white-house-outlines-push-crack-down-fentanyl-flow-tensions-mexico> (Last accessed: 17.05.2023).

126. 'Fox News Sunday' on April 9, 2023. *Fox News Channel*. URL: <https://www.foxnews.com/transcript/fox-news-sunday-april-9-2023> (Last accessed: 17.05.2023).
127. 'Fox News Sunday' on December 4, 2022. *Fox News Channel*. URL: <https://www.foxnews.com/transcript/fox-news-sunday-december-4-2022> (Last accessed: 17.05.2023).
128. 'Fox News Sunday' on March 12, 2023. *Fox News Channel*. URL: <https://www.foxnews.com/transcript/fox-news-sunday-march-12-2023> (Last accessed: 17.05.2023).
129. 'Fox News Sunday' on March 26, 2023. *Fox News Channel*. URL: <https://www.foxnews.com/transcript/fox-news-sunday-march-26-2023> (Last accessed: 17.05.2023).
130. 'Fox News Sunday' on May 14, 2023. *Fox News Channel*. URL: <https://www.foxnews.com/transcript/fox-news-sunday-may-14-2023> (Last accessed: 17.05.2023).
131. 'Fox News Sunday' on May 7, 2023. *Fox News Channel*. URL: <https://www.foxnews.com/transcript/fox-news-sunday-may-7-2023> (Last accessed: 17.05.2023).



Анотація

Поляков Д. А. Вербальні та невербальні засоби актуалізації експресивності в англомовних телевізійних новинах (на матеріалі теленовин Fox News Channel)

Роботу присвячено темі вербальних та невербальних засобів експресивності сучасних англомовних теленовин. Об'єктом дослідження стала експресивність як категорія мови та мовлення. У свою чергу, предметом дослідження були вербальні та невербальні засоби конструювання експресивності в англомовних теленовинах. Дослідження здійснено на матеріалі англомовних теленовин Fox News Channel. Метою роботи було визначити вербальні та невербальні засоби експресивності, характерні для сучасних англомовних теленовин. Було проаналізовано теоретичні нароби на тему експресивності, її характеристик та особливостей функціонування у рамках медіа-дискурсу. Також було описано особливості медіа-дискурсу і формування концепції «Свій-Чужий». Було охарактеризовано основні вербальні засоби експресивності, які залучено до конструювання смислів у рамках дискурсу сучасних теленовин. Вербальні засоби експресивності сучасних теленовин поділяються на засоби морфемного (ступені порівняння прикметників та прислівників, дієслова тривалого часу, оператор емпатичності до та афікси) та лексико-семантичного рівнів (прикметники та дієслова із експресивним значенням, підсилювальні прислівники, квантифікатори та фразеологізми). У свою чергу, невербальні засоби представлено на чотирьох основних рівнях: жести, міміка, просодичні ресурси та візуальні матеріали. Було визначено, що засоби експресивності шляхом емоційного впливу на глядача можуть формувати його погляди на суспільно важливі події, актуалізувати цінності та вже наявні емоції, також окреслювати

рамки дихотомії «Свій-Чужий». Причому, репортери та гості застосовують усі доступні їм засоби експресивності тою чи іншою мірою. Ми визначили, що експресивність у рамках медіа-дискурсу є мультимодальним явищем; експресивність актуалізують шляхом використання вербальних та невербальних засобів, які, у свою чергу, формують певну смислову єдність. Одні й ті ж засоби експресивності можуть застосовуватися у різних контекстах, як для формування поняття «Свій», так і для визначення «Чужого».

Ключові слова: експресивність, медіа-дискурс, концепція «Свій-Чужий»

Summary

Poliakov D. A. Verbal and non-verbal means of actualization of expressiveness used in English-speaking television news (based on Fox News Channel)

This work addresses the problem of verbal and non-verbal means of expressiveness of modern English-language television news. The object of the study is expressiveness as a category of language and speech. The subject of research is verbal and non-verbal means of constructing expressiveness in English-speaking TV news. The research was carried out on the material of the English-speaking TV news of the Fox News Channel. The aim of the work was to determine the verbal and non-verbal means of expressiveness typical for modern English-speaking TV news. Theoretical developments on the subject of expressiveness, its characteristics and peculiarities of functioning within the framework of media discourse were analyzed. The features of the media discourse and the formation of the concept of “In-groups” and “Out-groups” were also analyzed. The main verbal means of expressiveness, which are involved in the construction of meanings within the discourse of modern television news, were characterized. Verbal means of expressiveness of modern TV news are divided into means of morphemic (degrees of comparison of adjectives and adverbs, extended verbs, emphatic operator do and affixes) and lexical-semantic levels (adjectives and verbs with expressive meaning, reinforcing adverbs, quantifiers and phraseological units). In turn, non-verbal means are presented on four main levels: gestures, facial expressions, prosodic resources and visual materials. It was determined that the means of expressiveness through an emotional impact on the viewer can shape his views on socially important events, actualize values and already existing emotions, as well as outline the framework of the “In-groups” and “Out-groups” dichotomy. Moreover, reporters and guests use all means of expressiveness available to them to one degree or another. We determined that expressiveness within media

discourse is a multimodal phenomenon; expressiveness is realized through the use of verbal and non-verbal means, which, in turn, form a certain semantic unity. It was also noticed that the same means of expressiveness can be used in different contexts, both to form the concept of “In-groups” and to define the “Out-groups”.

Key words: expressiveness, media discourse, the concept of “In-group” and “Out-group”