

Лагодзінська О. А.,

аспірант

Київського національного лінгвістичного університету

ДИСКУРСИВНА МАНІПУЛЯТИВНА СТРАТЕГІЯ «СХИЛЕННЯ ДО ВІДВЕРТОСТІ» В АНГЛОМОВНОМУ ТОК-ШОУ ТА ВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ (НА МАТЕРІАЛІ ТЕЛЕВІЗІЙНОЇ ПЕРЕДАЧІ СТІВЕНА САКЕРА «ВІДВЕРТА РОЗМОВА» HARDTALK)

Анотація. Стаття присвячена розгляду особливостей вербальної реалізації дискурсивної маніпулятивної стратегії «схилення до відвертості» в англomовному ток-шоу, а також виявленню та опису когнітивно-прагматичних тактичних прийомів, що сприяють досягненню комунікативної мети за допомогою зазначеної стратегії.

Ключові слова: теледискурс, дискурс ток-шоу, дискурсивні стратегії, мовленнєвий вплив, маніпулятивна стратегія, мікростратегія «схилення до відвертості», дискурсивні тактики.

Глобальні соціальні трансформації впливають не лише на розвиток інформаційно-комунікативного простору, а й сприяють змінам наукових парадигм та підходів у дослідженні.

Нові лінгвістичні напрями дослідження зорієнтовані на вивчення мови у функціональному аспекті з урахуванням *діяльнісного підходу* (А.В. Кравченко, А.П. Мартинюк, С.І. Потапенко, Т.А. ван Дейк, С. Sinha, N. Fairclough), згідно з яким мова розглядається як діяльність людини, що базується на комунікативно-когнітивному обміні [5, 63].

Дослідженню дискурсу в когнітивно-дискурсивній парадигмі та особливостям його функціонування з урахуванням людського фактору присвячена значна кількість наукових праць таких відомих лінгвістів, як Н. Арутюнова, М. Бахтін, Ф. Бацевич, Е. Бенвеніст, Дейк Т.А. ван, В. Дем'янков, В. Карасик, Ю. Караулов, М. Макаров, Ю.В. Матюхіна, В.Г. Ніконова, Г. Почепцов, О.О. Селіванова, Дж. Серль, І. Стернін, І. Фролова, І. Шевченко, С. Шейгал, Д. Шифрін та інші.

Проблемами мас-медійного дискурсу займалися низка вітчизняних та зарубіжних вчених: О.О. Анісімова, Г. Горнмоєн, Т.Г. Добросклонська, М.Н. Володіна, П.Б. Паршин, Дж. Річардсон, К. Спарк, Р. Фаулер та інші. У рамках розвитку сучасної наукової парадигми дослідження мас-медійного дискурсу здійснюється з позицій когнітивної лінгвістики, включаючи комунікативно-когнітивний та прагматико-когнітивний підходи (Г. Горнмоєн, Р. Фаулер, С.В. Заборовська, Г.Л. Рябоконт, М.О. Столярова, Л.Г. Трельбіцька).

Проблема телевізійного дискурсу є маловивченою, але на сьогодні є певні наукові розвідки в цій сфері, зокрема, присвячені особливостям жанрів: ток-шоу (А.Р. Залегдінова, О.В. Каптюрова, О.Г. Ларіна), теле-

інтерв'ю (Л.В. Ухова, Г.О. Денискіна), розважальної програми (М.А. Канчер), теледебатів (Ю.М. Іванова, М.Л. Ільченко, І.М. Кукса).

Вивченню дискурсивних стратегій і тактик присвячені напрацювання Є.М.Верещагіна і В.Г.Костомарова, Т.А. ван Дейк, О.В. Дмитрук, Л.Л. Ільницької, О.С. Ісерс, С.В. Козак, І.В. Мельник, І.Є. Фролової.

Існує велика кількість наукових праць, пов'язаних із вивченням стратегій і тактик мовленнєвого впливу, але дослідження стратегії «схилення до відвертості» у дискурсі ток-шоу та респонсивних реакцій, що співвідносяться з нею, носить експериментальний характер. Даний аспект зустрічається в роботах закордонних лінгвістів (D. Davidson, G.L. Halett, C. Travis), а також російських та вітчизняних (Є.М. Верещагіна, А.Р. Залегдінової, С.Н. Плотникової, М.Г. Лук'янець, М.З. Марціш, І.М. Місягіної, Л.В. Павліченко). Окремо варто згадати теорію достовірності Ю. Хабермаса (Habermas's Theory of Truth and Knowledge), яка ґрунтується на раціонально-логічному, об'єктивістському підході щодо вивчення «відвертого дискурсу».

Таким чином, **актуальність** дослідження полягає у розгляді телевізійного дискурсу ток-шоу з огляду на лінгвокогнітивний аспект. Актуальність теми також визначається необхідністю вивчення вербальної реалізації дискурсивних стратегій мовленнєвого впливу, що сприяють об'єктивації комунікативної інтенції «схилення до відвертості» та формуванню відповідних респонсивних тактик у процесі інтеракції.

Мета статті полягає у розгляді особливостей вербальної реалізації дискурсивної маніпулятивної стратегії «схилення до відвертості» в англomовному ток-шоу, а також виявленні та описі прагматико-когнітивних тактичних прийомів, що сприяють досягненню комунікативної мети за допомогою зазначеної стратегії.

Досягненню поставленої мети сприяє виконання таких **завдань**: розглянути дискурс англomовного ток-шоу як простір для реалізації дискурсивної маніпулятивної стратегії «схилення до відвертості»; визначити характерні ознаки дискурсивної стратегії «схилення до відвертості» з огляду на показник мовленнєвого впливу; виявити та систематизувати основні тактики, що сприяють реалізації дискурсивної маніпулятивної стратегії та досягненню комунікативної мети; виявити та систематизувати основні тактики, що сприяють формуванню відповідної респонсивної реакції в процесі комунікативної взаємодії;

виявити та проаналізувати вербальні засоби реалізації дискурсивної маніпулятивної стратегії «схилення до відвертості».

Об'єктом дослідження є дискурсивна маніпулятивна стратегія «схилення до відвертості».

Предметом дослідження є лінгвостилістичні та комунікативно-прагматичні особливості реалізації дискурсивної маніпулятивної стратегії «схилення до відвертості».

Зважаючи на велику кількість визначень поняття «дискурс», на нашу думку, актуальним буде дослідження дискурсу з точки зору діяльнісного (когнітивного) підходу.

Отже, у зазначеному аспекті дискурс виступає як інтегральне, інтерактивне явище, спрямоване на реалізацію когнітивно-комунікативної діяльності, що ґрунтується на лінгвальних та позалінгвальних чинниках [10, с. 105–106].

Мас-медійний дискурс із позицій діяльнісного підходу розглядається як процес та результат лінгвокогнітивної діяльності мовної особистості, що відображає реальність, створену засобами масової комунікації [9, с. 402].

Телевізійний дискурс належить до мас-медійного виду дискурсу й уособлює ознаки, характерні для дискурсу як лінгвального явища, що включає мовленнєву діяльність комунікантів (процес) і текст (її продукт), та дискурсу як позалінгвального явища, що включає соціально-дискурсивний контекст [3, с. 12], у рамках якого реалізуються стратегії і тактики мовленнєвого впливу, до яких вдаються учасники комунікації в інтерактивному дискурсі.

Розглядаючи *теледискурс*, виокремлюємо жанр **ток-шоу** як один із відносно нових та популярних різновидів мас-медійного дискурсу. *Ток-шоу* належить до діалогічного типу дискурсу і представляє динамічний процес комунікативної взаємодії, що характеризується семантичною та прагматичною когерентністю, комунікативною ініціативою адресанта (ведучого) та комунікативною респонсивною реакцією адресата (респондента), набором комунікативних стратегій і тактик, спрямованих на реалізацію комунікативного наміру та мети [7, с. 296].

Зауважимо, що ток-шоу є максимально персоніфікованою формою екранного продукту [1, с. 5; 4, с. 74], де найважливішою є роль ведучого, який повинен не лише бути модератором, а й володіти якостями яскравої мовної особистості: розумом, дотепністю, привабливістю, гумором, умінням уважно слухати, створювати сприятливу атмосферу для комунікативної взаємодії тощо [8, 189].

Важливо, що ведучий-професіонал повинен володіти набором принципів мовленнєвого впливу, що включає основні комунікативні макро та мікро стратегії, які актуалізуються в англomовному дискурсі ток-шоу.

Залежно від різновиду ток-шоу (наприклад, гостра дискусія), часових рамок, визначених для ефіру телеканалом, та чіткої композиційної структури програми формується набір або відбувається вибір стратегічних та тактичних комунікативних прийомів, найбільш актуальних для досягнення адресантом (ведучим) комунікативної мети та адресатом (респондентом) – для реалізації власних комунікативних намірів.

Отже, розглядаючи жанр ток-шоу та його різновид – гостру дискусію, звертаємось до англomовного ток-шоу «Відверта розмова» HARDtalk та, зокрема, до маніпулятивних дискурсивних особливостей мікстратегії «схилення до відвертості» респондента в студії, його респон-

сивних комунікативних ходів та вербальних засобів їх реалізації.

Програма «Відверта розмова» HARDtalk – популярне суспільно-політичне ток-шоу на каналі BBCWorldNews та BBCNewsChannel. Уперше з'явилося на телеекранах англійських телеканалів у 1997 році і швидко набуло всесвітньої популярності. До 2005 року ведучим ток-шоу був Тім Себастьян, а з 2006 року його змінив Стівен Сакер – колишній привілейований іноземний кореспондент BBC у Вашингтоні та Брюсселі. Ведучий Стівен Сакер зустрічається з відомими особистостями з усього світу, які належать до різних соціальних сфер, і забезпечує високопрофесійний рівень дискусії.

Англomовне ток-шоу «Відверта розмова» HARDtalk має чітко визначену структуру, що включає такі параметри:

– **місце проведення:** радіотелевізійний центр Бі-бі-сі, Лондон (Великобританія);

– **час проведення:** чотири дні на тиждень (з понеділка по четвер о 12:30, 19:30 та 23:30);

– **канал телевізійної трансляції:** BBCWorldNews, BBCNewsChannel;

– **формат:** 25 хвилин; кількість запитань та реплік ведучого в середньому коливається від 25 до 43;

– **ведучий:** Стівен Сакер;

– **респондент:** запрошений гість у студію.

Загально-тематична характеристика англomовного ток-шоу «Відверта розмова» HARDtalk включає такі параметри:

– **проходить у формі діалогу;**

– **належить до «дискурсивного жанру»** (М.М. Бахтін, В.В. Дементьев та ін.)

– **гостра дискусія;**

– **присутня мікротематична розгалуженість у рамках макротемати;**

– **структура та тематика запитань спрямовані на досягнення комунікативної мети.**

Змістова структура дискурсу англomовного ток-шоу визначається дискурсивними стратегіями, які використовуються для реалізації когнітивно-діяльнісного стратегічного підходу.

Сучасна лінгвістика демонструє чимало визначень поняття дискурсивної стратегії – зупинимось на одному з найбільш повних трактувань даного поняття.

Отже, дискурсивна або комунікативна стратегія визначається як «оптимальна реалізація інтенцій мовця для досягнення конкретної мети спілкування, узгоджена з особистісними, ментальними та психологічними характеристиками учасників комунікативного процесу, що зумовлено мисленнєво-комунікативним досвідом, який передбачає осмислення вербалізованого наміру учасниками інтеракції, відповідність законам і нормам у певній сфері комунікації та конкретно змодельованій ситуації спілкування» [11, с. 6].

Дискурсивні стратегії реалізуються у мовленнєвих тактиках, під якими розуміємо систему послідовних мовленнєвих дій учасників інтеракції, що сприяє досягненню стратегічної мети в конкретній комунікативній ситуації [6, с. 378].

У даній статті спробуємо проаналізувати особливості реалізації мікстратегії «схилення до відвертості» через макстратегію маніпулювання свідомістю, справжня

мета якої прихована від адресата (респондента) і полягає в захопленні адресантом (ведучим) смислового комунікативного простору [2, с. 7].

Макростратегія маніпулювання свідомістю керується певним набором раціональних/аргументативних тактик, що сприяють або не сприяють досягненню комунікативної мети «схилення до відвертості».

До аргументативних/раціональних тактик мовленнєвого впливу належать тактики: доведення, переконання, ствердження або констатації факту, прохання, вимоги, провокаційного запитання, звинувачення.

Раціональна аргументація (J. Habermas, В.З. Дем'янков, А.П. Мартинюк) досягається висловленнями, які актуалізуються в рамках семантико-синтаксичних конструкцій у вигляді стилістично нейтральних прийомів, що сприяють їх логічно-аргументативній реалізації.

Стилістично нейтральні прийоми позбавлені експресивності й охоплюють мовні одиниці нейтрального характеру. До стилістично нейтральних прийомів належать: риторичне запитання, іронія, порівняння, повтор, синонімічний повтор, уточнення, протиставлення, цитування.

Респонсивна реакція адресата залежить від емпатичних, тобто когнітивно-комунікативних вмінь ведучого, який повинен розпізнати емоційний стан респондента та правильно зрозуміти те, як він сприймає ситуацію [12, р. 12–13].

Респонсивні тактики (М.Г. Лук'янець), які реалізує адресат, є реакцією на застосування адресантом (ведучим) стратегічного маніпулятивного прийому «схилення до відвертості».

Отже, адресат (респондент) використовує основні респонсивні тактики: пряме/непряме ухилення від прямої відповіді, надання непрямої відвертої відповіді, надання прямої відвертої відповіді – та респонсивні субтактики: замовчування деяких фактів, зміщення фокусу уваги, зміни теми, заперечення, оспорування інформації, виправдання, звинувачення, згоди/незгоди, наполягання на власній правоті, зведення на жарт. Позитивна налаштованість адресата (респондента) на відверту розмову при застосуванні адресантом (ведучим) стратегії маніпулятивного мовленнєвого впливу зустрічається не часто, саме тому свідомо маніпуляція зазвичай закінчується комунікативною невдачею або у кращому випадку – непрямую відвертою відповіддю.

Вищезгадані респонсивні тактичні прийоми реалізуються у мовленні за допомогою вербальних засобів, які мають стилістично-нейтральний або стилістично-маркований характер.

Розглянемо приклад, в якому реалізується стратегія маніпулятивного мовленнєвого впливу, що включає раціональну тактику провокаційного запитання з відтінком іронії:

S.S. Well, it seems to me that you'd rat her en joy being ahead-of-the-curve but right now, in global economic terms, you are a sort-of-in-the-middle-of-the-curve, because everybody agree shat Asia is a place to be, does that make you feel, a little uncomfortable?

Раціональна тактика провокаційного запитання актуалізується в стилістичному прийомі протиставлення, який використовує адресант (ведучий) в ініціальному комунікативному ході. Через протиставлення понять to-be-ahead-

of-the-curve – займати передові позиції та to-be-a sort-of-in-the-middle-of-the-curve – втрачати передові позиції, а іншими словами, через протиставлення концептів позитивної та не дуже позитивної оцінки глобальної економічної ситуації та тих, хто задіяний у міжнародних економічних спекуляціях, адресант (ведучий) намагається схилити адресата (респондента) до відвертості, підсилюючи власну стратегію застосуванням тактики провокаційного запитання з імпліцитним відтінком іронії. Провокаційне запитання *does that make you feel, a little uncomfortable*, що виникає одразу на початку дискусії, може вплинути на підсвідомість респондента і залежно від характеру мовної особистості та її психологічного стану змусити проявити відвертість або ухилитися від відвертої відповіді.

У респонсивній реакції на застосування адресантом (ведучим) стратегії маніпулятивного мовленнєвого впливу виокремлюємо тактику часткового зміщення фокусу уваги, що надає несприятливій інформації другорядності та реалізується через стилістичний прийом – інверсію.

J.R. Well, everybody agrees with most people acting on that, it's something they talk about but until everybody, until the flood of immigrants into Asia, it's still early.

Так, адресат (респондент) використовує респонсивний прийом непрямого ухилення від прямої відповіді, тим самим нівелюючи маніпулятивну мовленнєву стратегію адресанта (ведучого).

Розглянемо приклад, в якому реалізується стратегія маніпулятивного мовленнєвого впливу, що включає раціональну тактику звинувачення, яка актуалізується в стилістичному прийомі уточнення за допомогою цитування.

S. S. You had a couple of meetings with Saddam Hussein and they lasted for several hours, you shook his hand very happily and saluted his courage and strength, indefatigability. I have read a long passage which reported to be speech on the Internet which included this line: «So, I salute your courage, strength and indefatigability».

Відомо, що використовуючи раціональну тактику звинувачення, адресант (ведучий) навряд чи досягне комунікативної мети «виведення на відвертість» адресата (респондента), тому він вдається до стилістичного прийому цитування. Цитування – важливий інструмент маніпулятивної дії, який надає мові достовірності та переконливості, адже висловлення комуніканта, вжите за межами дискурсивного контексту і використане як пряма мова у рамках дискурсивного контексту, – більш об'єктивне.

Свідоме застосування адресантом (ведучим) стилістичного прийому цитування уточнює та підсилює прагмалінгвістичний ефект вище наданої інформації і схиляє адресата (респондента) до прямої/непрямої відвертої відповіді.

Відповідь адресата (респондента) складається з двох етапів. У першому респонсивному ході він намагається ухилитися від відвертої відповіді, використовуючи тактику заперечення або оспорування інформації, оскільки для адресанта (респондента) як політичного діяча важливими є успішна самопрезентація та збереження позитивного іміджу, а саме іміджу борця проти несправедливості, насилля, вбивств.

G. G. Actually quite a few things you have said are wrong: I didn't meet him for several hours; secondly I did not salute his courage, strength and indefatigability, I saluted the Iraqi

people with courage, strength and indefatigability; but you actually haven't, nobody's read the speech because it doesn't exist in any written form...

У другому респонсивному ході адресат (респондент) змінює тактику ухилення від прямої відповіді на тактику надання непрямої відвертої відповіді, наголошуючи на факті події двадцятилітньої давнини, та одночасно акцентує на тому, що він насправді хвилюється не за дії Саддама Хусейна, а за дії керівництва власної країни, за яку і він теж несе відповідальність.

G. G. However, now it was twelve years ago and a million dead people, so let's come up –to– date. I am not responsible for Saddam Hussein, I am not responsible for his actions I am responsible for the actions of my own Prime Minister; I am responsible for the actions of my own country.

Наголосимо, що непряма відверта відповідь реалізується через зміну тональності висловлення адресата (респондента) та застосування стилістичних прийомів повтору та уточнення, які актуалізуються у виразах I am not responsible for... та I am responsible for....

Отже, адресанту (ведучому) вдалося вивести адресата (респондента) на відвертість за допомогою стратегії маніпулятивного впливу та тактики звинувачення, що актуалізується в стилістичному прийомі цитування.

Розглянемо приклад, в якому реалізується стратегія маніпулятивного мовленнєвого впливу, що включає раціональну тактику ствердження або констатації факту, яка актуалізується в стилістичному прийомі синонімічного повтору та протиставлення:

S.S. You were pretty insecure, quite shy, didn't have a whole lot of friends and yet something clicked with you, you found the way of reaching out the people in becoming popular and it seemed to revolve around making people laugh.

Використовуючи раціональну тактику ствердження або констатації факту, адресант (ведучий) демонструє власну впевненість та обізнаність і розраховує на вдалу реалізацію комунікативної інтенції «схилення до відвертості». Стилiстичні прийоми синонімічного повтору you were pretty in secure, quite shy, didn't have a whole lot of friends та протиставлення and yet you found the way of reaching out the people in becoming popular (мова йде про посаду ведучої розважального шоу) підсилюють дію тактики і схиляють адресата (респондента) до відвертої відповіді, акцентуючи на його позитивній зміні.

Реакція учасника комунікативної взаємодії ґрунтується на респонсивній тактиці згоди, яка пов'язана зі складним минулим адресата (респондента) і негативним ставленням до нього:

R.W: Yeah, that's a safety net, because with my background, I would have either ended up a comedian or a serial killer...

Висновки. Отже, застосовуючи маніпулятивну стратегію мовленнєвого впливу, що актуалізується в раціональній тактиці ствердження або констатації факту, та підсилюючи дію тактики лінгвостилістичними засобами, адресант (ведучий) отримує пряму відверту відповідь адресата (респондента).

У наведених прикладах ми проаналізували особливості вербальної реалізації адресантом (ведучим) дискурсивної маніпулятивної стратегії «схилення до відвертості» в англомовному ток-шоу «Відверта розмова» HARDtalk та респонсивні реакції адресата (респондента), пов'язані

з прямим/непрямим ухиленням від прямої відповіді, наданням непрямої відвертої відповіді та прямої відвертої відповіді.

Перспективу подальшої розвідки становить дослідження методів виявлення стратегій і тактик на дискурсивному рівні та принципів реалізації дискурсивної стратегії «схилення до відвертості» в різних типах контекстів англомовного ток-шоу.

Література:

1. Бабенко В.В. Видовищні комунікації: методи та форми взаємодії, естетична норма видовищності // Вісник Львівського ун-ту ім. І. Франка. Серія журналістика. – 2011. – Вип. 34, Ч. 2. – С. 4–13.
2. Бабенко В.В. Семіотичний інструментарій у комунікативній стратегії українського телебачення [Електронний ресурс]: автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. філолог. Наук : спец. 27.00.06 / В.В. Бабенко. – Київ, 2008. – 16 с. – Режим доступу: www.irbis-nbuv.gov.ua/.../cgirbis_64.exe?
3. Безугла Л.Р. Когнітивно-прагматичні характеристики імпліцитних смислів у німецькомовному дискурсі: автореф. дис. на здобуття наукового ступеня доктора філол. Наук : спец. 10.02.04 / Л.Р. Безугла. – Київ, 2009. – 28 с.
4. Каптіурова О.В. Використання методик лінгвістичного програмування поведінки людини в мас-медійній комунікації // Мовні та концептуальні картини світу: наукове видання [збірник] / Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка, Б-ка інституту філології. – Київ, 2013. – Вип. 46. – Ч. 2. – С. 72–82.
5. Кравченко А.В. О традициях, языкознании и когнитивном подходе / А.В. Кравченко // Горизонты современной лингвистики : традиции и новаторство : сб. в честь Е.С. Кубряковой. – М. : Языки славянских культур, 2009. – С. 51–65.
6. Мельник І.В. Типи комунікативних стратегій // Studia Linguistica: наукове видання [збірник] / Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. – Київ, 2011. – Вип. 5. – Ч. 2. – С. 377–380.
7. Проблеми та перспективи розвитку науки на початку третього тисячоліття у країнах СНД: зб. наук. праць за матеріалами 7-ої Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., Переяслав-Хмельницький, 29–31 січня 2013 р. / Мін-во освіти і науки, молоді та спорту, Переяслав-Хмельницький держ. педагогічний ун-тет ім. Григорія Сковороди [та ін.]. – Переяслав-Хмельницький, 2013. – 348 с.
8. Телевизионная журналистика: [учебник] / редколлегия: Георгий Кузнецов, Валерий Цвик, Александр Юровский. – М.: Изд-во МГУ, Изд-во «Высшая школа», 2002. – 304 с.
9. Черниш О.А. Принципи організації та структура мас-медійного дискурсу як процесу і результату діяльності мовної особистості у соціокультурному просторі // Наукові записки. Сер.: «Філологічна», 2013. – Вип. № 35. – С. 402–405.
10. Шевченко І.С. Когнітивно-прагматичне дослідження дискурсу / І.С. Шевченко // Дискурс як комунікативно-когнітивний феномен [підзаг. ред. І.С. Шевченко]. – Х.: Константа, 2005. – С. 105–117.
11. Юшковець І.А. Комунікативні стратегії і тактики в політичному дискурсі канцлерів ФРН (на матеріалі урядових заяв і політичних виступів): автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 \ І.А. Юшковець. – Донецьк, 2008. – 23 с.
12. Hayashi R. Cognition, Empathy and Interaction: Floor Management of English and Japanese Conversation \ Reiko Hayashi. – Norwood (NJ): Greenwood Publishing Group, 1996. – 252 p.

Джерела ілюстративного матеріалу:

1. Steven Sacker – Jim Rogers; May 17, 2011, (Part 1/2). [Electronic resource]. – Access: <https://www.youtube.com/watch?v=FVPt04ySYRE>
2. Steven Sacker – George Galloway; January 26, 2007, (Part 2/3). [Electronic resource]. – Access: https://www.youtube.com/watch?v=M_BPTUd6_m4
3. Steven Sacker – Ruby Wax; November 20, 2013, (Part 1/1). [Electronic resource]. – Access: <https://www.youtube.com/watch?v=v9j4TWbkMGs>

Лагодзинская О. А. Дискурсивная манипулятивная стратегия «склонение к откровенности» в англоязычном ток-шоу и вербальные средства ее реализации (на материалетелевизионной передачи Стивена Сакера «Откровенный разговор» HARDtalk)

Анотация. Статья посвящена рассмотрению особенностей вербальной реализации дискурсивной манипулятивной стратегии «склонение к откровенности» в англоязычном ток-шоу, а также определению и описанию когнитивно-прагматических тактических приемов, которые способствуют достижению коммуникативной цели с помощью указанной стратегии.

Ключевые слова: теледискурс, дискурс ток-шоу, дискурсивные стратегии, речевое воздействие, манипулятивная стратегия, микростратегия «склонение к откровенности», дискурсивные тактики.

Lahodzins'ka O. Communicative manipulative strategy of inducing to frankness in the English talk show and its verbal realization (on the material of TV program of Steven Sucker HARDtalk)

Summary. The article deals with the peculiarities of the communicative manipulative strategy of inducing to frankness in the English talk show. It elicits and describes cognitive and pragmatic tactical properties, which provide the communicative goal achievement with the help of defined strategy.

Key words: television discourse, discourse of talk show, communicative strategies, linguistic influence, manipulative strategy, communicative micro strategy of inducing to frankness, communicative tactics.