

- Київ : Обереги, 1994. 424 с.
5. Чхан М. Легенда про народження Івана Сірка. *Прапор Юності*. 1990. 2 серп. № 90. С. 1–2.
 6. Яворницький Д. Історія запорозьких козаків: У 3 т. Київ : Наук. думка, 1994. Т. II. 560 с.

Ірина Таран

ВИКОРИСТАННЯ РИТОРИЧНИХ ПРИЙОМІВ В АНГЛОМОВНОМУ МЕДІЙНОМУ ІНТЕРВ'Ю

У сучасному світі, насиченому інформацією та взаємодією, спілкування стає ключовим елементом успіху бізнесу. Інтенсивний розвиток медіа та глобальних комунікаційних платформ надають бізнесменам можливість спілкуватися з широкою аудиторією через медіа-інтерв'ю. Проте якісна комунікативна взаємодія потребує розуміння не лише технічних аспектів комунікації, а й урахування лінгвопрагматичних особливостей, які визначають ефективність повідомлення та його сприйняття аудиторією.

Ключові концепції та методологічні принципи нашого дослідження ґрунтуються на працях видатних лінгвістів та комунікаторів. Дж. Остін у «Speech acts» вводить поняття «мовленнєвих актів» й стверджує, що мова здатна викликати зміни в соціальному середовищі. Е. Гідденс у праці «Social Structures of Behavior» вивчає «фрейми» як структури, що визначають інтерпретацію ситуацій. А. Лутц в «Rhetoric in Business Communication», розкриває роль риторики в комунікації, особливо в контексті бізнесу.

До більш сучасних досліджень можна віднести «Communication: Inferring speaker intentions or perceiving the world? Insights from developmental research», опубліковане у науковому журналі «Journal of Pragmatics» 2023 року Д. Мацарелло та Е. Ваккарджіу. Вони визначають комунікацію як ефективний та багатий інструмент передачі інформації. У дослідженні А. Дієпєвен «The suspect's statement in interaction: Responding to «formulations» in the investigative interview» вивчається реакція підозрюваних на «формулювання» та перекази поліцейськими того, що підозрюваний сказав під час слідчих інтерв'ю. Воно зосереджено на перевагах відповіді та формах опору у відповідях підозрюваних на такі формулювання.

Як бачимо, було проведено чимало досліджень, що розкривають лінгвопрагматичні аспекти поведінки, проте питання комунікативної поведінки бізнесменів в англomовному медійному інтерв'ю досі не було детально досліджено. Тому ми ставимо за мету визначити риторичні

прийоми та шляхи їх використання в англomовному медійному інтерв'ю. Саме риторичні прийоми додають вислову емоційності та переконливості, що здійснює вплив на слухача.

Риторичні прийоми – це мовні засоби, що використовуються з метою зробити текст більш ефективним, переконливим та зрозумілим для слухачів. Риторичні засоби включають в себе такі елементи, як метафори, іронію, гіперболи, сарказм, повторення та ритміку [2].

Дослідження було проведено на матеріалах 10-ти медійних інтерв'ю бізнесменів, які відбулися у період з 2017 по 2024 роки. Під час аналізу було виділено наступні риторичні прийоми: риторичні запитання, епітети та метафори, аналогії та порівняння, гіперболи, повтори та іронія.

Риторичні запитання – це запитання, на які вже передбачається відповідь, і вони використовуються для емоційного забарвлення, активізації думок слухачів та залучення їх уваги [2].

Виділяємо два шляхи використання риторичних запитань бізнесменами під час проведення медіа-інтерв'ю, а саме «запитання до себе» та «запитання до аудиторії». Перший шлях дозволяє респонденту зосередитись на побудові логічного викладу інформації. Другий спосіб залучає читачів до активних роздумів над темою розмови, дозволяє їм відчути себе учасником дискусії. Наприклад: «*What do you see are the opportunities for 2022 ahead?*» [3], «*What is too much?*» [4].

Епітет є лексичним прийомом, що полягає в додаванні характеристик або опису до певного об'єкта чи особи [1]. Він додає емоційного забарвлення та виразності до висловлювання. Було визначено, що переважає використання саме логічних епітетів, тобто таких, що є звичайними означеннями. Причиною цьому є їх загальнозживаність та зрозумілість, що сприяє легшому засвоєнню ідей аудиторією. Наприклад: «*semi-skilled staff*», «*competitive business*», «*new technologies*» [3; 4].

Метафора – використання образної мови для передачі змісту [2]. У проаналізованих інтерв'ю зустрічаємо цитування загальновідомих метафор. Наприклад, «*out of every crisis comes opportunity*» [3] було використано в інтерв'ю австралійським бізнесменом Джері Райаном, авторство ж метафори належить Альберту Ейнштейну.

Аналогії та порівняння – це художні засоби, в яких один предмет, подія зіставляються з іншими, у яких ці особливості виявлені різко, яскраво [1]. Наприклад: «*like trying to find a needle in a haystack*» (Summit, 2017), «*We are animals with a prefrontal cortex*» [4].

Гіпербола – це цілеспрямоване перебільшення рис для привернення уваги та надання емоційного забарвлення предмету [2]. Наприклад: «*more lockdowns than everywhere else*» [3].

Повтор – це риторичний прийом, що полягає в повторенні певного слова, фрази або ідеї з метою підкреслення її важливості та запам'ятовуваності. Вони створюють ритмічність та ефектність у мовному

виразі [1]. Наприклад, повтор емпатичних конструкцій: «*It's all about people. It's all about communication*» (підкреслено нами – І. О.) [3].

Іронія – це риторичний прийом, що передає суперечливість між висловлюванням та його фактичним значенням [1]. Вона використовується для підкреслення суперечливості, критики або гумору. Наприклад: «*Well, I grew up in a family of nine children, very humble beginnings. But you know, we didn't have a lot, but we had encouraging, loving parents. And it was a lot of fun*» [3], «*If that one goes viral, I think I've given up on your algorithm, actually*» [4].

Отже, можемо зробити висновок, що в англomовному медійному інтерв'ю активно використовуються такі риторичні прийоми, як риторичні запитання, епітети та метафори, аналогії та порівняння, гіперболи, повтори та іронія.

Список використаних джерел

1. Білошенко Л. Л., Лисенко Н. О. Риторичні прийоми як вид лесичних засобів. *Collection of scientific papers «ЛОГОΣ»*. 2023. URL: <https://archive.logos-science.com/index.php/conference-proceedings/article/view/828/848> (дата звернення: 06.03.2024).
2. Колтакова В. Г., Кравченко Н. К. Прагматичні і риторичні засоби у інаугураційних промовах українською і англійською мовами у зіставному аспекті. URL: http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/787878787/4801/Колтакова_Вікторія_3курс_курсова_rev.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата звернення: 06.03.2024).
3. Summit. Amazon CEO Jeff Bezos and brother Mark give a rare interview about growing up and secrets to success [Video]. *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Hq89wYzOjfs> (date of access: 06.03.2024).
4. The Interview Australia. The interview – Gerry Ryan OAM, Jayco Corporation [Video]. *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=01OTR9jRwHs> (date of access: 06.03.2024).

Єлизавета Тараната

РОЛЬ ЕКСПРЕСИВНОГО СИНТАКСИСУ У ФОРМУВАННІ ГРАМАТИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ І ЛІТЕРАТУРИ

Експресивний синтаксис – невід’ємна частина мовної системи, яка відповідає за виразність, емоційність та стильові особливості мовлення. Експресивний синтаксис охоплює різні мовні конструкції, використовувані з метою підсилення емоційного висловлення мовця, підкреслення важливих інтонаційних моментів та створення певного емоційного тону в