

ПИТАННЯ ДИСКУРСОЛОГІЇ ТА МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇDOI: <https://doi.org/10.18524/2307-4558.2025.44.343837>

УДК 802.0-801.561.3

МОРОЗОВА Ірина Борисівна,

доктор філологічних наук, професор кафедри граматики англійської мови Одеського національного університету імені І. І. Мечникова;

вул. Змієнка Всеволода, 2, Одеса, Одеська область, 65082

e-mail: morpo@ukr.net<https://orcid.org/0000-0002-1905-7563>**АНДРАСЯН Тамара Едуардівна,**

бакалавр кафедри граматики англійської мови Одеського національного університету імені І. І. Мечникова;

вул. Змієнка Всеволода, 2, Одеса, Одеська область, 65082

e-mail: tamara_andrasyan@ukr.net<https://orcid.org/0009-0001-3934-7197>**ВЕРБАЛЬНІ ТА НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ ДОСЯГНЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СПІЛКУВАННЯ В АНГЛОМОВНОМУ ДІАЛОЗІ**

Анотація. Мета статі – визначення найбільш продуктивних засобів персуазивності у мовленнєвому вузлі з урахуванням гендерної особливості мовця. **Об'єктом** розгляду виступає мовленнєва партія головної героїні, Келлі Джонс, у кінодискурсі фільму «Fly Me to the Moon» (2024), а **предметом** є лексичні, граматичні та невербальні шляхи досягнення результативності мовленнєвого впливу у діалозі. У роботі використано холістичний підхід до вивчення фактичного матеріалу, а саме поєднання наступних **методів дослідження**: загальнонаукового підходу, а також суто лінгвістичних методів аналізу: спостереження, критичний аналіз теоретичних здобутків дослідників зазначеної проблеми, дескриптивний аналіз виявлених закономірностей, комунікативно-інтерпретаційний метод (аналіз смислових значень реплік і невербальних елементів у діалогах, з урахуванням їхньої художньої функції у фільмі), метод гендерного аналізу (вивчення специфіки використання мовленнєвих засобів у мовленні героїні з урахуванням її гендерних характеристик), а також метод систематизації та структурування мовленнєвих стратегій і тактик комунікації, задіяних головною героїнею. Отримані результати дослідження уможливають дійти до **висновків**, згідно з якими ефективність мовленнєвого впливу героїні забезпечується гармонійним поєднанням маніпулятивної аргументації, емоційної насиченості та невербальних засобів комунікації. Визначено, що Келлі Джонс у своїй комунікативній поведінці поєднує мовленнєві стратегії, залежно від мети й типу адресата. До найпоширеніших мовленнєвих тактик віднесено апеляцію до авторитету, персоналізацію звертань, імітацію емоцій та використання позитивної самопрезентації. Невербальні засоби (міміка, жести, погляд, інтонація) виступають ключовим компонентом створення емоційного фону і підсилюють персуазивний ефект висловлювань. Показано, що ефективна комунікація у художньому дискурсі ґрунтується на здатності мовця інтегрувати вербальні й невербальні елементи у єдину систему, яка забезпечує досягнення комунікативної мети. Отримані результати підкреслюють важливість аналізу гендерного аспекту мовленнєвого впливу в художньому діалозі, а **перспективами** роботи є подальше вивчення лексичних і синтаксичних засобів реалізації персуазивності у сучасному кінодискурсі.

Ключові слова: діалог, кінодискурс, мовленнєва тактика, звертання, мовленнєва стратегія, гендер, маніпуляція.

Постановка проблеми. Сучасна лінгвістика активно досліджує питання ефективності мовленнєвого спілкування, особливо в контексті гуманітарних технік переконання, які знаходять застосування в найрізноманітніших сферах життя людини. Вибір теми представленого дослідження мотивовано зростаючим інтересом до гуманітарних технік переконання у різних сферах життя людини.

Попри вагомий внесок сучасних науковців, (як-то: Абрамовича С. Д., Бацевича Ф. С., Мельник І. В., Морозової І. Б., Сидоренко І. А. та інших), проблеми досягненні результативності або ефективності мовленнєвого спілкування багатьох аспектів цього питання залишилися недостатньо висвітленими. Зокрема, це стосується аналізу мовленнєвих стратегій у художньому дискурсі, де вербальні та невербальні елементи часто працюють у єдиному комплексі.

Актуальність проведеного дослідження випливає із лінгвогносеологічної значущості, організації, продуктивної мовленнєвої комунікації, а також мотивовано практичною потребою виокремлення продуктивних засобів реалізації мовцем своєї комунікативної інтенції.

Формулювання завдань. Головною метою наукової розвідки є визначення найбільш продуктивних засобів персуазивності у мовленнєвому вузлі з урахуванням гендерної особливості мовця. Реалізація поставленої мети передбачає розв'язання низки **завдань**, а саме: проаналізувати діалогічне мовлення головної героїні як приклад успішної комунікації; вивчити мовленнєві стратегії, їхні основні типи та способи застосування; провести огляд контексту створення фільму; виявити та систематизувати мовні тактики переконання на кількох рівнях

аналізу; розглянути вербальні та невербальні засоби комунікації; виявити найбільш продуктивні засоби переконання у діалозі.

Об'єктом розгляду виступає мовленнєва партія головної героїні кінострічки «Fly Me to the Moon» (2024) Келлі Джонс, а **предметом** є лексичні, граматичні та невербальні шляхи досягнення результативності мовленнєвого впливу.

Опис джерельної бази, фактичного матеріалу та методів. Матеріалом дослідження є скрипт фільму «Fly Me to the Moon» (2024), режисер – Грег Берланті, зокрема мовленнєва партія головної героїні Келлі, 400 реплік.

У роботі використано холістичний підхід до вивчення фактичного матеріалу, а саме поєднання наступних **методів дослідження**: загальнонаукового підходу, а також суто лінгвістичних методів аналізу, а саме: спостереження, критичний аналіз теоретичних здобутків дослідників зазначеної проблеми, дескриптивний аналіз виявлених закономірностей, комунікативно-інтерпретаційний метод (аналіз смислових значень реплік і невербальних елементів у діалогах, з урахуванням їхньої художньої функції у фільмі), метод гендерного аналізу (вивчення специфіки використання мовних засобів у мовленні героїні з урахуванням її гендерних характеристик), а також метод систематизації та структурування мовленнєвих стратегій і тактик комунікації, задіяних головною героїнею.

Виклад основного матеріалу дослідження. Найважливішою якістю сучасного мовлення є його ефективність в аспекті можливості комунікативного впливу на співрозмовника. Під мовленнєвою ефективністю розуміють мовлення, за допомогою якого автор домагається поставленої цілі [7, с. 1].

У будь-якій комунікативній ситуації учасники спілкування прагнуть досягти певної комунікативної мети. Однак для людини, яка живе в цивілізованому суспільстві, важливо розуміти, що в процесі взаємодії необхідно враховувати не лише власні інтереси, але й цілі та потреби співрозмовника [8, с. 16]. Сам факт обміну інформацією ще не гарантує її успішного сприйняття і досягнення поставлених цілей. Ефективність мовленнєвої комунікації залежить від безлічі чинників, таких як ясність висловлювання, врахування потреб адресата, належний вибір мовних і невербальних засобів, а також здатність адаптуватися до комунікативної ситуації. Саме ефективність комунікації дає змогу мінімізувати непорозуміння, встановити довіру та досягти поставлених цілей.

Завдяки вдало підібраним засобам комунікації можна ефективно реалізувати поставлені завдання у певній мовленнєвій інтеракції. Водночас важливо навчитися грамотно підбирати мовні засоби, зважаючи на конкретний контекст кожної комунікативної ситуації. На думку В. Посмітної, ефективність комунікації розглядається як досягнення комунікативної мети за умови збереження комунікативної рівноваги учасників процесу [8, с. 16].

Ефективність мовленнєвої комунікації є ключовим аспектом взаємодії в різних сферах людської діяльності. У сучасному світі, де інформація передається з неймовірною швидкістю, здатність чітко і ясно висловлювати думки стає особливо важливою. Ефективна комунікація не тільки сприяє кращому розумінню між співрозмовниками, а й відіграє вирішальну роль у досягненні спільних цілей, чи то в бізнесі, чи то в освіті, чи то в особистих стосунках.

Отже, основна мета мовленнєвого спілкування – обмін інформацією та можливість реалізації комунікативної інтенції.

Ефективне спілкування починається з уміння уважно слухати і правильно інтерпретувати інформацію, що надходить від співрозмовника. Це передбачає не тільки розуміння змісту повідомлення, а й урахування контексту, емоційного настрою, а також прихованих мотивів, які можуть бути виражені невербальними засобами. Уміння правильно сприймати інформацію дає змогу уникнути непорозуміння, забезпечити точне розуміння посилу і створити підґрунтя для взаєморозуміння. Зазначимо головні принципи цього процесу:

1) якісна і точна передача своїх думок і даних: спираючись на той факт, що основною метою мовленнєвого спілкування є обмін інформацією, можемо дійти висновку, що передача інформації – це ключовий аспект мовленнєвої комунікації, який потребує ясності, структурованості та доступності викладу; людина має вміти висловлювати свої думки так, щоб вони були зрозумілі та правильно витлумачені співрозмовником;

2) створення позитивного враження про себе в очах співрозмовника, тобто ефективна самопрезентація: позитивна самопрезентація означає здатність справити гарне враження на співрозмовника і передбачає володіння основами культури мовлення, що містить і знання норм мови, і вміння "виконати" свою промову в приємній для співрозмовника манері, продемонструвавши свої позитивні якості; самопрезентація – це процес демонстрації своїх найкращих якостей, здібностей і компетенцій для формування сприятливого враження; це особливо важливо в ситуаціях, де необхідно завоювати довіру, встановити контакт або домогтися визнання, наприклад, у професійному середовищі, на переговорах;

3) досягнення певних цілей через переконання співрозмовника і спонукання його до конкретних дій: однією з важливих функцій спілкування є вплив на співрозмовника з метою зміни його думки, переконань чи поведінки; для цього людина використовує аргументацію, логічні доводи, емоційний вплив або особистий приклад; ефективне переконання вимагає не тільки знання теми, а й уміння враховувати потреби, інтереси та цінності співрозмовника; лише в цьому випадку можна домогтися згоди та спонукати партнера до необхідних дій.

На закінчення можна узагальнити, що мовленнєва комунікація є складним і багатоаспектним процесом, який відіграє ключову роль у людській взаємодії. Вона не тільки забезпечує обмін інформацією, ідеями та емоціями, а й слугує основою для побудови соціальних зв'язків, досягнення взаєморозуміння та реалізації поставлених цілей.

Ефективність мовленнєвої комунікації безпосередньо залежить від навичок правильно добирати мовні та невербальні засоби, враховувати контекст та інтереси співрозмовника, а також адаптуватися до різних комунікативних ситуацій.

Комунікативні здібності людини в процесі мовленнєвого спілкування, такі як сприйняття та передача інформації, переконання, самопрезентація, віддзеркалюють її практичну значущість. Уміння гармонійно використовувати ці аспекти дає змогу досягти високої результативності спілкування, мінімізувати непорозуміння та зміцнити міжособистісні й професійні стосунки.

Теорія мовленнєвого впливу, як наука ефективного спілкування, бере свій початок з античної риторики, яка вчила ораторів ефективно публічно виступати, вести суперечку та отримувати перемогу у дискусії [3, с. 2].

Відомо, що слово "персуазивність" (лат. *persuasio*, англ. *persuasion*, нім. *Persuasion* – "переконання", "вмовляння") увійшло в науковий обіг лінгвістики відносно давно. Цей термін трактується лінгвістами по-різному.

На думку Т. Левандовскі, у найзагальнішому розумінні термін "персуазивність" означає процес або метод впливати на людину згідно з певною думкою, позицією або діями за допомогою вербальних засобів [13, с. 790].

За В. Є. Чернявською, персуазивність – це здійснення впливу адресанта на думку, враження, ставлення, почуття, емоції адресата [10, с. 25].

Персуазивність передбачає використання різноманітних мовних і невербальних засобів, які сприяють зміні сприйняття, формуванню нових поглядів або спонуканню до певних дій. Сучасні реалії підсилюють актуальність цієї проблеми: в умовах глобалізації, розвитку комунікаційних технологій і високої конкуренції. Вміння переконувати у процесі розмови стає невід'ємним елементом ефективного спілкування.

Таким чином, дослідження феномена персуазивності дає змогу глибше зрозуміти, яким чином мовленнєва комунікація стає інструментом впливу, здатним не лише досягати поставлених цілей, а й зберігати баланс інтересів між учасниками спілкування.

Персуазивна комунікація являє собою цілеспрямований вплив на адресата, під час якого автор повідомлення використовує різні мовленнєві стратегії й тактики для досягнення своїх цілей. Цей вплив здійснюється не тільки на рівні логічного сприйняття, а й через емоційну та соціальну сферу, що робить процес впливу глибшим та ефективнішим.

Головним аспектом персуазивної комунікації є вибір мовних засобів, які не лише інформують реципієнта, а й впливають на його сприйняття, установки та поведінку. Це може включати використання риторичних прийомів, емоційно забарвленої лексики, метафор, порівнянь та інших виразних засобів, що посилюють переконливість мовлення.

На думку В. І. Дударя, у процесі персуазивного спілкування є місце спробам та намаганням переконати адресата засобами мовленнєвого впливу, спонукати співрозмовника до критичного мислення та спрямувати його в потрібне для мовця русло [3, с. 6].

Отже, персуазивна комунікація – це складний і багатовимірний процес, у якому мовленнєві та психологічні аспекти взаємодіють задля досягнення поставленої мовцем мети.

Персуазивність, або здатність вербально переконувати і впливати на аудиторію, реалізується через різноманітні мовленнєві та риторичні техніки. До основних способів реалізації персуазивності належать наступні. Використання тропів і фігур мовлення: метафори, метонімії, гіперболи та інші виразні засоби посилюють емоційний вплив на реципієнта, роблячи повідомлення більш запам'ятовуваним і переконливим. Апеляція до авторитетів: посилання на визнаних експертів або авторитетні джерела підвищують довіру до повідомлення і посилюють його персуазивний ефект. Емоційний вплив: використання емоційно забарвленої лексики та описів здатне викликати в реципієнта певні почуття, сприяючи глибшому сприйняттю та прийняттю повідомлення.

У контексті мовленнєвої діяльності комунікативна стратегія набуває особливого значення, визначаючи, яким чином мовець вибудовує свої дії для досягнення комунікативної мети. Мовленнєва стратегія стає інструментом, за допомогою якого учасники спілкування обирають

оптимальний шлях для впливу на адресата, чи то переконання, чи то інформування, чи то створення певного емоційного стану.

Термін «мовленнєва стратегія» інтерпретується лінгвістами по-різному. Наприклад, Ф. С. Бадєвич зауважує, що «комунікативна стратегія є оптимальним втіленням інтенцій мовця з метою досягнення конкретних цілей спілкування, що реалізується через вибір дієвих кроків спілкування, їх гнучкою видозміною в кожній конкретній ситуації» [2, с. 133].

Вказане тут відображає суть комунікативної стратегії як важливого інструменту ефективного спілкування. Автор приділяє увагу ідеї, що стратегія будується на основі інтенцій (намірів) мовця і спрямована на досягнення конкретних цілей у комунікації.

Автор зосереджується на тому, що комунікативна стратегія являє собою ідеальний спосіб вираження намірів мовця. Це підкреслює, що стратегія має бути осмисленою і відповідати завданням спілкування.

Зрозуміло, що центральним елементом стратегії є досягнення мовцем його комунікативної мети. Такий підхід логічний, оскільки будь-яке спілкування спрямоване на реалізацію певних завдань, чи то передання інформації, переконання, чи то встановлення контакту.

На думку Т. А. ван Дейка, комунікативна стратегія інтерпретується як «ознака когнітивних планів, які являють собою загальну організацію певної послідовності комунікативних дій і включають ціль або цілі взаємодії, реалізація яких передбачає декілька способів, вибір яких регулюється комунікативною стратегією» [12, с. 272].

У наведених вище точці зору мовленнєва стратегія подається як комплексний і варіативний процес, пов'язаний із когнітивним плануванням та організацією комунікативної взаємодії. Звідси випливає, що стратегія не тільки визначена метою взаємодії, а й сама регулює вибір способів її досягнення.

Науковець трактує комунікативну стратегію як відображення когнітивних планів, що відображає її інтелектуальну природу. Це свідчить про те, що мовленнєва стратегія потребує усвідомленого планування, що ґрунтується на аналізі ситуації та прогнозуванні можливих реакцій співрозмовників.

Підсумуюмо, що мовленнєві стратегії є ключовим інструментом управління комунікацією, забезпечуючи досягнення цілей взаємодії завдяки усвідомленому плануванню й організації мовленнєвих дій. Вони уможливають адаптування до різних комунікативних ситуацій, підлаштовуючи вибір засобів і методів під конкретні завдання спілкування. З огляду на різноманітність цілей і контекстів комунікації, мовленнєві стратегії поділяються на різні типи, кожен з яких характеризується своїми особливостями і функціональним призначенням.

За Д. Хаймсом розрізняються три основні типи стратегій: жорсткі, м'які та гнучкі, кожна з яких має свої особливості й характерні риси, що визначають спосіб комунікативної взаємодії залежно від ситуації, мети спілкування та ступеня необхідної адаптивності.

Під жорсткою стратегією розуміється така мовленнєва поведінка особистості, що передбачає свідоме порушення принципів, норм, конвенцій спілкування заради досягнення мети в найкоротший термін.

М'яка стратегія мовленнєвої поведінки притаманна особистості, яка в будь-якій комунікативній ситуації для досягнення мети прагне дотримуватися принципів, норм, конвенцій спілкування.

Під гнучкою стратегією розуміють мовленнєву поведінку особистості, яка залежно від комунікативної ситуації або порушує принципи, норми і конвенції спілкування, або прагне дотримуватись їх.

Таким чином, зрозуміло, що обраний тип комунікативної стратегії є важливим інструментом досягнення співрозмовником своєї комунікативної мети та здійснення вербального впливу на слухача у процесі діалогічного спілкування. Зазвичай діалог є найтиповішою формою взаємодії між людьми. Він відіграє ключову роль, виконуючи одразу кілька завдань: допомагає розкрити характери героїв, розвиває сюжетну лінію, передає атмосферу і задуми. У процесі спілкування створюється унікальне динамічне середовище, в якому мовленнєві акти взаємно доповнюють і уточнюють один одного. Крім того, діалог виконує важливе соціальне призначення: через нього встановлюються і зміцнюються міжособистісні зв'язки. Це робить діалог не тільки засобом комунікації, а й інструментом соціалізації та потужним знаряддям ментального впливу на свідомість слухача. Художній діалог не лише розкриває характери персонажів та рух сюжету, але й дозволяє автору висловити свої думки, ідеї та емоції через уста своїх героїв. Композиційні особливості й засоби вираження художнього діалогу визначають його роль та значення у структурі тексту та впливають на сприйняття реципієнта [9, с. 19-20].

Через художні діалоги митець може передавати свої ідеї та погляди, використовуючи репліки персонажів для вираження певних думок чи філософських концепцій. Саме через діалог передаються індивідуальні особливості мовлення героїв, їхній соціальний статус, освіта

та емоційний стан. Саме діалог уможливорює партнерам по комунікації психологічно впливати один на одного, маніпулювати ідеями та перекичувати усталені поняття. Під маніпуляцією, на відміну від переконання, розуміємо разом з Девідом Ремпеном вербальну тактику мовця, яку він застосовує в межах обраної комунікативної стратегії, задля з свідомого досягнення певних корисливих цілей [11].

Таким чином, художній діалог є невід'ємним елементом художнього тексту, виконуючим різноманітні функції, як впливу на віртуальних учасників художньої комунікації, так і інструментом вербального впливу на читача або глядача.

У діалогічному спілкуванні комунікативні позиції мовців «конвергуються». По ходу діалогу здійснюється корекція цілей, вербального коду, задумів, і відповідно, вживається поверхнево-синтаксична форма породжуваних ними речень [6, с. 84].

Також зазначимо нелінійність і часто фрагментарність діалогічного мовлення. На відміну від монологу, де структура висловлювання суворо вибудована, у діалозі можуть з'являтися перебивання, паузи, повтори і незавершені фрази, що надає йому природності.

Український лінгвіст А. П. Загнітко вважає, що діалогічне мовлення складається із взаємних спонтанних реакцій двох індивідів, що спілкуються між собою та є обумовленими конкретною ситуацією або висловлюваннями співрозмовника [4, с. 76].

Діалоги, голос за кадром, написи на екрані – все це формує вербальний рівень фільму, в той час як операторська робота, монтаж, колірна гама і мізансцени створюють його візуальний ряд. Їхнє поєднання визначає тональність виступу, посилює емоційний вплив на глядача та допомагає глибше розкрити сюжет і образи персонажів. Кінофільм завжди спрямований на створення певного емоційного стану глядача, а експресивність кінодискурсу полягає в його здатності передавати певні почуття і викликати емоції у глядачів [5, с. 4].

Ключовим аспектом кінодискурсу є його візуально-емоційний вплив на глядача. Саме експресивність кінодискурсу відіграє в цьому вирішальну роль. Через міміку, жести, вербальні техніки персонажів у побудові діалогу здійснюється маніпулювання свідомістю кіногероїв та глядачів. Як зазначалося раніше у фокусі нашого дослідження знаходяться мовленнєві партії головної героїні кінострічки «Fly Me to the Moon» Келлі Джонс.

Фільм «Fly Me to the Moon» – комедійна драма 2024 року, режисером якої виступив Грег Берланті. Він, відомий своїми роботами в жанрі романтичних комедій, вирішив зняти цей фільм, щоб об'єднати елементи романтики та історичного контексту. Берланті прагнув створити ностальгічну історію кохання, вплетену в одну з найбільш значущих подій в історії людства.

На нашу думку, назва фільму також є невід'ємною частиною історії його створення. Назва фільму звучить як «Fly Me to the Moon», що є відсиланням до популярної американської пісні, написаної 1954 року Бартом Говардом. Композиція, яка стала культовою завдяки виконанню Френка Сінатра, присвячена романтичному кохання «Fly Me to the Moon» – «Підійми мене у небо». Інакше кажучи, у назві фільму поєднується казковість романтичного кохання та нездійсненність польоту на місяць.

Головні ролі виконали Скарлетт Йоханссон і Ченнінг Татум. Сюжет розгортається на тлі космічної гонки 1960-х років і розповідає про маркетолога Келлі Джонс, яка отримує завдання організувати постановочну зйомку висадки на Місяць на випадок невдачі реальної місії «Аполлон-11».

Прем'єра фільму була присвячена 55-річчю історичної події - першого кроку людини на Місяць, зробленого 21 липня 1969 року. Слова Ніла Армстронга: «That's one small step for a man, one giant leap for mankind», які перекладаються як «Маленький крок для людини – величезний стрибок для людства», прозвучали як символ наукового і культурного тріумфу. Фільм одночасно відзначає цей ювілей, прославляє велич США, розповідає романтичну історію в дусі 60-х і з сатирою порушує питання про теорію змови, згідно з якою висадка на Місяць могла бути інсценуванням. Вибір цієї теми дозволив режисерові не тільки розповісти романтичну історію, а й торкнутися питання впливу медіа та маркетингу на сприйняття історичних подій. Таким чином, Берланті вдалося поєднати свої інтереси в царині романтичних сюжетів з бажанням досліджувати глибші соціальні та історичні теми.

Отже, ідея полягає в тому, що США, тоді в розпал Холодної війни з Радянським Союзом, не можуть дозволити собі зазнати невдачі. Білий дім хоче, щоб американський народ побачив перемогу, і тому йде повним ходом уперед у своїх перегонах за те, щоб стати першою країною, яка відправила людину на Місяць за понад десять років відтоді, як комуністична нація відправила перший штучний супутник на орбіту 1957 року.

Фільм будується навколо взаємодії двох головних персонажів – Келлі Джонс і Коула Девіса, які представляють протилежні погляди на роль маркетингу, науки і соціальної думки. Динаміка їхніх взаємовідносин рухає сюжетом фільму.

Келлі Джонс – центральна фігура фільму, що втілює в собі образ сучасної маркетологині, здатної переконувати оточуючих в умовах ділового середовища. Вона – досвідчений фахівець у сфері маркетингу, жінка, яка досягла успіху в переважно чоловічому світі 1960-х років. Вона впевнена в собі, приваблива і цілеспрямована, що дає їй змогу посідати лідируючі позиції в переважно чоловічому світі того часу. Її характер і професійні навички демонструють, як за допомогою вправного поєднання вербальних і невербальних засобів можна впливати на ухвалення рішень у бізнесі, політиці та суспільному житті.

У своїй роботі Келлі використовує тактики переконання. З погляду вербальної комунікації, вона адаптує свої промови до цінностей аудиторії. Її аргументація побудована на логічних доводах, емоційних закликах і використанні соціального доказу, що робить її послання максимально переконливим. При цьому вона вміло контролює хід діалогу, спрямовуючи бесіду так, щоб співрозмовники несвідомо приймали її точку зору.

Фільм є яскравим прикладом того, як кінодискурс будується на взаємодії візуального та вербального компонентів. Фільмова стрічка поєднує елементи історичної реконструкції, сатири та романтичної комедії, а її оповідь будується на тонкому балансі між реальними фактами та художнім вимислом.

Візуальний ряд фільму включає детально відтворену атмосферу 1960-х років, а вербальний ряд – діалоги, монологи і закадровий текст, які не тільки просувають сюжет, а й формують ставлення глядача до того, що відбувається.

У центрі фільму «Fly Me to the Moon» є головна героїня Келлі Джонс, майстриня маркетингових стратегій. Розглянемо, як в її мовленнєвих партіях об'єктивуються різноманітні засоби переконання.

Головна героїня фільму Келлі Джонс – це молода, приваблива жінка, майстер маніпуляції, яка свідомо перевертає комунікативний зміст своїх реплік шляхом перенесення акцентів, апелювання до авторитетів, перевертання фактів для досягнення певних корисних цілей.

Під час перегляду фільму ми можемо помітити такі вербальні засоби переконання Келлі, як наприклад, гнучкість аргументації, коли вона адаптує свою промову під аудиторію, розуміючи, що керівників Ford цікавлять продажі. Замість стандартної презентації вона використовує персоналізований підхід.

Також хочемо відзначити її вміння маніпулювати контекстом. Це дає їй змогу зробити своє мовлення максимально персоналізованим, звертаючись до кожного персонажу із прикладами, які їм близькі. На кшталт, можна зазначити імітацію вагітності, яка є не просто кумедним обманом, а витонченим стратегічним ходом, який демонструє, як вербальні та невербальні засоби переконання впливають на свідомість аудиторії у фільмі.

Візуальний образ вагітної жінки робить Келлі Джонс центром уваги. Вона використовує цей контраст: з одного боку – демонструє професіоналізм, впевненість і компетентність, а з іншого – транслює м'якість, вразливість і турботу про майбутнє покоління. У цій сцені головна героїня вміло задіє емоційний вплив на співрозмовника.

Іншим прикладом є зустріч Келлі з сенатором, який вагається, чи підтримувати фінансування місячної програми. Вона розповідає особисту історію про те, як у коледжі ледь не кинула навчання, але саме його промова надихнула її продовжити і закінчити освіту з відзнакою. Насправді Келлі не вчилася в цьому коледжі, але історія звучить широко і зворушує сенатора. Вона нагадує йому власні слова про те, що не можна здаватися, навіть коли важко. «*Commitment means staying loyal to a cause.*» Вона пов'язує це з важливістю не кидати проєкт Аполлон. Сенатор проникається її промовою і погоджується підтримати місію.

Не менш важливу роль відіграють невербальні засоби, якими Келлі досягає свого ефекту. Келлі Джонс підтримує зоровий контакт із кожним із керівників компанії Ford, що створює ефект особистого спілкування і підвищує довіру. Прямий погляд без уникнення показує її впевненість у своїх словах. У потрібні моменти вона злегка посміхається, коли говорить про сімейні цінності, і робить більш серйозний вираз обличчя, коли підкреслює безпеку автомобіля. Це допомагає керувати емоційним фоном зустрічі.

Також хочемо навести випадок розмови з сенатором про вигадане навчання в коледжі. Келлі під час своєї промови починає плакати. Сльози з'являються в той момент, коли вона розповідає про труднощі і про те, як була натхненна словами сенатора. Емоції підсилюють її історію і роблять її більш переконливою, тому що вона виглядає вразливою і щирою. Для сенатора це стає підтвердженням того, що його слова дійсно вплинули на долю іншої людини. Таким чином, слези стають інструментом маніпуляції, який допомагає їй остаточно схилити сенатора на свій бік.

Висновки та перспективи дослідження. Таким чином, Келлі Джонс у фільмі «Fly Me to the Moon» являє собою не просто маркетолога, а й вправного та уважного маніпулятора, здатного змінити сприйняття реальності. Головна героїня використовує весь арсенал мовленнєвих і візуальних інструментів для переконання своїх співрозмовників. Інструментом вербальної

маніпуляції Келлі є застосування мовленнєвої тактики – апеляції до авторитету і особистої значущості співрозмовника. Її комунікативна партія не просто логічна, а й емоційно заряджена. Вона грає на цінностях, які є особливо важливими для її співрозмовників, які приймають рішення. Келлі створює емоційний зв'язок, показуючи, що сенатор особисто змінив її життя, і тим самим підштовхує його діяти так, щоб відповідати своїм власним цінностям і колишнім словам. Вона майстерно використовує мову тіла, відкриті жести і впевнений зоровий контакт, що підкреслює її професіоналізм маніпулятора. Її персонаж демонструє, як через комбінацію вербальних і візуальних засобів можна переконати людину. **Перспективою** проведеного дослідження вбачаємо вивчення лексичних засобів переконання, які вживає у своїх мовленнєвих інтеракціях Келлі, а також аналіз специфіки синтаксичної побудови речень – реплік у мовленнєвих партіях Келлі, задіяних задля мети реалізації своєї комунікативної інтенції.

Література

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. 2-ге вид., доп. К.: ВЦ «Академія», 2009. 376 с.
2. Екшмілт В. Р. Мовленнєва маніпуляція: персуазивність та сугестія. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2015. Вип. 1. С. 275 – 281. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks_2015_1_31
3. Загнітко А. П. Сучасні лінгвістичні теорії монографія. Донецьк: ДонНУ, 2006. 338 с.
4. Крисанова Т. А. Основні підходи до розуміння поняття «кінодискурс». *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2014. 4. С. 98 – 102.
5. Морозова І. Б. Парадигматичний аналіз структури і семантики елементарних комунікативних одиниць у світлі гештальт-теорії в сучасній англійській мові: монографія. Одеса: Друкарський дім, 2009. 384 с.
6. Посмітна В. В. Мовна комунікація у професійній діяльності: навчальний посібник. Київ: Київський ін-т НГУ, 2023. 188 с.
7. Сидоренко І. А. Архітектоніка та композиція художнього твору як елементи авторського ідіостилу. *Вісник університету імені А. Нобеля. Серія «Філологічні науки»*, 2019. No 1 (17). С. 19 – 24.
8. Chernyavska V. E. Discourse of Power and Discourse Power: Issues of Speech Influence, 2006. P. 136.
9. Fly Me to the Moon. Directed by Greg Berlanti, Columbia Pictures, 2024.
10. D. Rampton The Art of Being Heard, - London, Ldn. Univ. Press, 2016 – 245 p. P 78.
11. Dijk T. A. Discourse and Manipulation. *Discourse & Society*. London: SAGE Publications, 2006. Vol. 17. P. 359 – 383.
12. Lewandowski T., 1994, *Linguistisches Wörterbuch*, Heidelberg; Wiesbaden, Band I–III.

References

1. Batsevyeh, F. S. (2009), *Basics of communicative linguistics: textbook* [Osnovy komunikativnoi linhvistyky: pidruchnyk], 2-he vyd., dop. Kyiv.: VTs «Akademiiia».
2. Ekshmidt, V. R. (2015), *Speech manipulation: persuasion and suggestion* [Movlennieva manipuliatsiia: persuvazvynist ta suhestiia], Taras Shevchenko Kyiv National University Institute of Philology, Kyiv, Iss. 1, pp. 275 – 281. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks_2015_1_31
3. Zahnitko, A. P. (2006), *Modern linguistic theories monograph* [Suchasni linhvistychni teorii monohrafiia], Donetsk National University, Donetsk. 338 p.
4. Krysanova, T. A. (2014), *The main approaches to understanding the concept of «cinematic discourse»* [Osnovni pidkhody do rozuminnia poniattia «kinodyskurs»], Lesia Ukrainka East European National University, 4, pp. 98 – 102.
5. Morozova, I. B. (2009), *Paradigmatic analysis of the structure and semantics of elementary communicative units in the light of gestalt theory in modern English: monograph* [Paradyhmatychnyi analiz struktury i semantyky elementarnykh komunikativnykh odynts u svitli heshtalt-teorii v suchasni anhliskii movi: monohrafiia], Drukarskyi dim, Odesa. 384 p.
6. Posmitna, V. V. (2023), *Language communication in professional activities: a study guide* [Movna komunikatsiia u profesiinii diialnosti: navchalnyi posibnyk], Kyiv Institute of the National Guard of Ukraine, Kyiv, 188 p.
7. Sydorenko, I. A. (2019), *Architecture and composition of an artistic work as elements of the author's idiosyle*. *Bulletin of the A. Nobel University. Series "Philological Sciences"* [Arkhitektonika ta kompozytsiia khudozhnoho tvoruv yak elementy avtorskoho idiostyliu. Visnyk universytetu imeni A. Nobelia. Seriiia «Filolohichni nauky», No 1 (17). pp. 19 – 24.
8. Chernyavska, V. E. (2006), Discourse of Power and Discourse Power: Issues of Speech Influence, p. 136.
9. Fly Me to the Moon (2024), Directed by Greg Berlanti, Columbia Pictures.
10. D. Rampton (2016) The Art of Being Heard, - London, University of London Press, p. 78.
11. Dijk, T. A. (2006), Discourse and Manipulation. *Discourse & Society*. London: SAGE Publications, Vol. 17. pp. 359-383.
12. Lewandowski, T. (1994), *Linguistisches Wörterbuch*, Heidelberg; Wiesbaden, Band I–III.

MOROZOVA I.,

Doctor of Philological Sciences (Grand PhD), Full Professor, English Grammar Department;

Odesa I. I. Mechnikov National University

e-mail: morpo@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-1905-7563>

ANDRASYAN T.,

BA, English Grammar Department;

Odesa I. I. Mechnikov National University

e-mail: tamara_andrasyan@ukr.net

<https://orcid.org/0009-0001-3934-7197>

VERBAL AND NON-VERBAL MEANS OF ACHIEVING EFFECTIVE COMMUNICATION IN THE ENGLISH-LANGUAGE DIALOGUE

Abstract. The **objective** of the article is to identify the most effective means of persuasion in speech, taking into account the gender characteristics of the speaker. The **object** of consideration is the speech of the main character, Kelly Jones, in the film discourse *Fly Me to the Moon* (2024), and the **subject** is her lexical, grammatical and non-verbal ways of achieving effective speech influence in the dialogue. The work uses a **holistic approach** to the study of the actual material, namely a combination of the following research methods: a general scientific approach, as well as purely linguistic methods of analysis, like: observation, critical analysis of the theoretical achievements of researchers of the specified problem, descriptive analysis of the identified patterns, communicative-interpretative method (analysis of the semantic meanings of the characters' remarks and the non-verbal elements in their dialogues, taking into account their artistic function in the film), the method of gender analysis (studying the specifics of use of linguistic means in the heroine's speech with due consideration for her gender characteristics), as well as the method of systematisation and structuring of speech strategies and communication tactics used by the main heroine. **The results of the study** allow us to conclude that the effectiveness of the heroine's speech impact is ensured by a harmonious combination of manipulative argumentation, emotional intensity, and non-verbal means of communication. It has been found out that Kelly Jones combines speech strategies in her communicative behaviour, depending on the goal and type of her addressee. The most common speech tactics include appealing to the authority, personalising direct addresses, imitating emotions, and using positive self-presentation. Non-verbal means (facial expressions, gestures, eyes expression, intonation) are key components in creating an emotional background and, thus, enhance the persuasive effect of her statements. The article shows that effective communication in artistic discourse is based on the speaker's ability to integrate verbal and non-verbal elements into a single system that ensures the speaker's achieving their communicative goal. The results obtained emphasise the importance of analysing the gender aspect of the speech impact in the artistic dialogue. The **perspectives** of our further work include the study of lexical and syntactic means of achieving persuasiveness in contemporary film discourse.

Keywords: dialogue, film discourse, speech tactics, direct address, speech strategy, gender, manipulation.

Статтю отримано 11.10.2025