

## МЕДІАСТИЛІСТИКА

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2021: 49; 179–186 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2021.49.11072>

УДК 070.49 (477.83-25)"192/193": [323.28(470-52)"19/201"]

### СОЦІАЛЬНА ЕКСПРЕСІЯ В МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ТЕКСТАХ

**Марія Яцимірська**

*Львівський національний університет імені Івана Франка  
вул. Генерала Чупринки, 49, 79001, Львів, Україна  
e-mail: [yatsymirska2019@gmail.com](mailto:yatsymirska2019@gmail.com)  
<https://orcid.org/0000-0003-3214-9611>*

У статті досліджено функціональні техніки соціальної експресії в мультимедійних текстах; показано ефективність образних висловів як реакцію на сучасні події в Україні та їх вплив на формування суспільної думки. Проаналізовано публікації журналістів, мовлення медіарезонерів, експертів, громадських діячів, політиків, читачів.

*Ключові слова:* експресія; соціальна експресія, експресивна інформація; мовленнєва мімікрія; персвазія; імпресивна мова в ЗМІ.

**Вступ.** Головним критерієм оцінки медійного мовлення є глибина думки та ефективні засоби переконування. Сенека Луцій Анней свого часу зауважив, що «освіта людей повинна починатися прислів'ями й закінчуватися думками». Засоби вираження в мультимедійних текстах – сфера найбільш інтенсивних творчих зусиль журналіста. Свобода слова, суспільне чуття визначають тематичний вибір експресивних засобів мови, властивих подіям ХХІ-го століття. З'явилися нові лексичні комплекси в ролі емоційно-впливових чинників, мобілізовані образні ресурси української мови для реалізації креативної, персвазивної та інших функцій мови в ЗМІ. Науковий аналіз медійної експресії, дослідження специфічних технік її творення й характер впливу на читача, пошук найбільш ефективних способів впливу на суспільну думку мають перспективу широкого практичного застосування.

**Актуальність і постановка проблеми.** Мова ЗМІ відіграє ключову роль у формуванні світогляду насамперед молодшої політичної еліти та активних громадян. У суті кожного вислову сфокусована думка, яка реагує на події у світі чи власній країні. Найпопулярнішою платформою масового інформування та соціальних взаємодій є мережева журналістика, для якої характерна мобільність й необмеженість у часі та просторі. Автори мають повну свободу висловлювати свої погляди прямою мовою, у тому числі власним словотвором. Експресивне вираження тексту творять фонетичні, лексичні, фразеологічні та стилістичні засоби мови. Слово, вжите в пере-

носному значенні, вдалий афоризм чи прислів'я, перефразований вислів тощо підсилюють ефективність мультимедійного тексту. Особливо це важливо для заголовків, які одночасно інформують і впливають на погляди мільйонів читачів. З огляду на широкий спектр проблем, які порушує інтернет як медіум, дослідження в цій галузі мають міждисциплінарний характер. Наука інформаціологія, об'єднавши мову та соціальні комунікації, перебуває на вершині глобальних взаємовпливів. Інтернет є ефективним джерелом знань та форумом вільних думок. Нелінійні тексти (гіпертексти) – «тексти, які розгалужуються, або тексти, які виконують дії відповідно до запиту», мультимедіатексти змінюють засади збору інформації, її збереження та поширення, залучаючи мільярди читачів до обговорення глобальних проблем.

Майстерно володіти словом – не проста справа, якщо автор публікації не є начитаний, не є глибоко в темі, не знає психології аудиторії, для якої пише. У зв'язку з цим, вивчення медійного мовлення є важливим компонентом професійної підготовки майбутнього журналіста. Функції мови ЗМІ вимагають від авторів правильних висловлювань та переконливих аргументів у тексті. Журналістська освіта – це не тільки знання імперативних та диспозитивних норм, але й аподиктичних. На практиці це означає, що в медійній творчості є правила, які базуються на логічній необхідності. Саме аподиктичність є першою ознакою імпресивної мови на платформі друкованих чи електронних ЗМІ.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Мистецтво аргументації та мовні засоби переконування (персвазії) в ЗМІ зазнали суттєвих змін у новому тисячолітті. По-перше, у світі активно відбувається перерозподіл пріоритетів унаслідок не тільки міжнародного співробітництва, інформаційного взаємовпливу, але й гібридних війн, агресії, тиску, маніпулювання тощо. По-друге, кожна вагома подія внаслідок процесу медіасприйняття, медіааналізу та медіарезонансу породжує нові текстові різновиди, промотором яких є професійна діяльність журналістів, блогерів, лідерів громадської думки. По-третє, політика глобалізації в електронну епоху зумовила потребу в новій мові для впливу на маси із сучасними метафорами, емоційними оцінками дійсності на основі «...фактів, доказів і висновків, покликаних показати позитивні наслідки рекомендованого спрямування дій» (Ф. Зімбардо, М. Ляйппе). Дослідження Л. Мановича «Мова нових медіа» (2001) зберігає свою актуальність через «інтелектуальний виклик тим, хто готовий визнати, що світ, який ми бачимо навколо, не той, який нам видається, хоч би тому, що тепер у ньому править код – концептуальна і смислова природа теперішніх цифрових об'єктів, нова метамова сучасності – гарантія цифрової «кіншості». До компонентів сучасної освіти автор відносить: креативність, критичне мислення (мистецтво аналізувати), комунікацію, колаборацію (спільну діяльність чи спільну працю для досягнення мети). «Я вперше дав світові книжку про магію переконливих текстів...» – написав В. Зінсер у вступі до своєї книжки «Текст-пекс-шмекс. Магія переконливих текстів»<sup>1</sup>. Мистецтву усного мовлення в ЗМІ присвячена книга О. Сербенської «Голос і звуки рідної мови»<sup>2</sup>.

**Методологічна основа статті.** Існує кілька класифікацій методів дослідження. З філософського погляду методи можна поділити на загальнонаукові та спеціальні. До загальнонаукових методів належать: спостереження, порівняння, експеримент,

<sup>1</sup> Зінсер, В. (2019), Текст-пекс-шмекс. Магія переконливих текстів, Наш формат, Київ, с. 8.

<sup>2</sup> Сербенська, О. (2020), Голос і звуки рідної мови, Априорі, Львів, 280 с.

узагальнення, абстрагування, формалізація, аналіз, синтез, індукція, дедукція, аналогія, моделювання та ін. Спеціальні методи – ті, які застосовують у певній галузі науки. Наприклад, до спеціальних методів філологічних наук належить контент-аналіз текстів. Ще одним підходом до класифікації наукових методів є поділ їх на емпіричні (дослідні) і теоретичні. В основі такого методу – ступінь абстракції. Емпіричні методи – конкретніші, теоретичні – абстрактніші. Крім того, всі методи умовно можна поділити на дві великі групи: перші з них використовують для збирання емпіричних даних – спостереження, експеримент, опитування тощо, а другі – для кількісного та якісного аналізу отриманих даних – статистичне опрацювання даних, класифікація, групування, типологізація тощо (В. Різун). Метод аналізу та синтезу є основним у цій статті. Спостереження за мовними процесами в ЗМІ під впливом соціальних чинників проведені в 2019-2020-х роках в українському сегменті мережевої журналістики. Це мультимедійні тексти в інтернет-ЗМІ, які з метою ефективного впливу на читача використовували прагматично-комунікативні можливості експресивних ресурсів мови: емотивну експресивність, експресивність раціонального характеру чи експресивність функціональну. Методом контент-аналізу з'ясовано змістове наповнення соціальної експресії в мультимедійних текстах. Філософський смисл контент-аналізу як методу дослідження полягає «у сходженні від розмаїття текстового матеріалу до абстрактної моделі змісту тексту».

**Виклад основного матеріалу.** Експресія (expression – вислів, мовний зворот, виразність) є переважно мовознавчим поняттям і трактується у функціонально-стилістичному контексті. Це означає, що експресивність, увиразнення мови повинні визначатися та оцінюватися в конкретній ситуації спілкування. За Словником української мови, «експресія – це сила вираження, вияву яких-небудь почуттів, переживань і т. ін.; виразність»<sup>3</sup>. Наприклад, експресивними є заголовки в мережевих ЗМІ: «Податково-митні гойдалки: то злука, то розлука!»; «Перепис людей чи підрахунок поголів'я?»; «У Києві відбувається акція «Червоні лінії для ЗЕ»; «Українці, читайте! Книжки вбивають у нас бидло!»; «Розумне, добре, бритоголове... Зупинімо!». Ці експресивні імперативи передбачають моральне веління в легкій і доброзичливій формі. Метою таких висловлювань є переконування до чогось позитивного (персвазія), а не маніпулювання.

У медіамовленні маркерами експресії є переважно соціальні чинники. «Соціальний (лат., товариський, громадський): 1. Пов'язаний із життям і взаєминами людей у суспільстві; суспільний. 2. Який має на меті зміну суспільних виробничих відносин»<sup>4</sup>. Академічний тлумачний словник в 11-ти томах (1970-1980) подає докладніше визначення: «Соціальний – 1. Пов'язаний із життям і стосунками людей у суспільстві; суспільний; /Породжений умовами суспільного життя, певного середовища, ладу; /Існуючий у певному суспільстві; /Здійснюваний у суспільстві; /Зумовлений поділом суспільства на класи»<sup>5</sup>. Таким чином, соціальна експресія в її розмаїтті твориться в контексті канви суспільного і політичного життя.

<sup>3</sup> Словник української мови (1970-1980), (в 11-ти т.), т. 2, Наукова думка, Київ. URL: <http://sum.in.ua/p/2/464/1>

<sup>4</sup> Словник іншомовних слів. URL: <https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Qry=%D1%EE%F6%B3%E0%EB%FC%ED%E8%E9>

<sup>5</sup> Словник української мови (1970-1980), (в 11-ти т.), т. 2, Київ, Наукова думка. URL: <http://sum.in.ua/s/socialjnyj>

Відома громадська діячка, депутат Верховної Ради України Інна Совсун, відгукуючись на спротив частини суспільства підвищенню балів для вступу на медичні спеціальності, назвала свій коментар на ФБ «Дилеми масифікації вищої освіти»: «...у дискусії про вступ на вкрай конкурентні медичні факультети окремі країни пілотують застосування додаткових елементів вступу, як-то тести на емпатію, оцінювання та вмотивованість і здатність до постійного самовдосконалення (self-regulated learning) тощо. Такі ідеї виходять з того, що хороший лікар – це не лишень людина, котра володіє фаховими знаннями та навичками, але й людина, здатна до постійного професійного зростання, має емпатію та комунікаційні здібності. Щоправда, наразі немає достатньої кількості доказів про результативність застосування некогнітивних здібностей...»<sup>6</sup>. У вислові «масифікація вищої освіти» експресивність у виразно суспільну проблему й спонукає читачів до поважного обговорення.

Експресивні вислови є одним із чинників мистецтва мовлення. Майстерне поєднання творчого мислення та переконливої аргументації в поєднанні з умілим використанням риторичних фігур досягають максимального інформаційного впливу. У ЗМІ експресивні засоби в текстах здебільшого є емоційним відгуком на певні суспільні явища. Наприклад: «Іншого виходу зелена дилетантура не має» (ФБ. Юрій Луценко); «Новий матюк ця влада затягла в українське суспільство. Локдаун» (YouTube-канал. Ірина Фаріон); «Новоросія – міф під назвою Мордор» (Петро Порошенко); «Роз'єднані Штати Америки. Барак Обама про політичну культуру і Путіна»<sup>7</sup>; «Розділені суспільства та оптика гідності»<sup>8</sup>.

Окремий пласт експресивної медійної мови творять лідери громадської думки, які мають назву ЛОМі (від рос. – лидеры общественного мнения). До них належать «незалежні» журналісти, блогери, політологи та ін. Нове слово «порохоботи» стало предметом аналізу і спроб класифікації ботів – прихильників політика Петра Порошенка. Серед них «боти» – особи, які створюють фейкові акаунти, щоб забезпечити значне охоплення необхідним постами, перегляди, вподобання (лайки), коментарі. Блогер Данило Яковлев, який не є прихильником колишнього Президента України, розповідає про порохоботів так: «порохоботи працюють за відпрацьованою схемою. ЛОМі продукують ідею, а боти розвивають її і поширюють: просувають пости спікерів, створюють видимість підтримки». Більшість журналістів трактують «порохоботів» як однодумців лідера «Європейської солідарності», які спільно з ним висловлюють відповідну громадянську позицію.

Слово «мімікрія» здебільшого вживають у переносному значенні: безпринципне пристосування до навколишніх суспільних умов. Незліченні потоки інформації від хамелеонів є водночас джерелом маніпулятивного впливу на поведінку людей. Медійна мімікрія найвиразніше виявляє себе під час виборів. Справжні наміри маскуються, а солодкі експресивні вислови прикривають їхню сутність. «Мімікрія» походить від грецького мімікос, що дослівно означає «наслідувальний». Медійна

<sup>6</sup> Совсун, І. «Дилеми масифікації вищої освіти», доступно за адресою: [https://medium.com/@inna\\_sovsun/](https://medium.com/@inna_sovsun/) (дата перегляду 27 лютого 2019).

<sup>7</sup> Абарінов, В. «Роз'єднані Штати Америки. Барак Обама про політичну культуру і Путіна», доступно за адресою: <https://www.radiosvoboda.org/a/spohady-obamy-pro-putina/30960810.html> (дата перегляду 20 листопада 2020).

<sup>8</sup> Лівий берег (2020), «Розділені суспільства та оптика гідності», доступно за адресою: [https://lb.ua/culture/2020/12/25/473875\\_rozdileni\\_suspilstva\\_optika.html](https://lb.ua/culture/2020/12/25/473875_rozdileni_suspilstva_optika.html) (дата перегляду 25 грудня 2020).

мімікрія, політична мімікрія, соціальна мімікрія, мовленнєва мімікрія асоціюються в ЗМІ з такими поняттями, як обман, брехня, нещирість, маніпуляція, підміна істинних намірів. У статті «Мовленнєва мімікрія» І. Морозова використовує термін «мімікрія» як «специфічний спосіб пристосування та моделювання мовлення згідно з бажанням мовця створити певний імідж в очах співрозмовника задля втілення власної комунікативної мети»<sup>9</sup>. Під час виборчої ЗЕ-кампанії з'явилися гасла: «Кінець епосі бідності!», «Усе вирішуєш Ти!», «Зробимо їх разом!» та ін., але створити довіру та сформувати образ невідчуженого й патріотичного політика допомогла політична, мовленнєва і соціальна мімікрія. Насамперед у серіалі «Слуга народу», виступах 95 кварталу, відеоканалів YouTube та Instagram.

**Результати і перспективи подальших досліджень.** Науки про мову ґрунтуються на важливій тезі: людина – істота суспільна. І як істота суспільна, вона має природну потребу в контактах з іншими особами. Ці контакти вимагають насамперед уміння висловлювати свої думки й переказувати їх іншим. У перші десятиліття ХІХ ст. В. Гумбольдт започаткував напрям досліджень, який вивчав питання зв'язку мови з внутрішнім світом людини. У науці він отримав назву *антропоцентричного*, що підкреслювало пріоритет етносоціологічного та психологічного елементів у його розбудові та концентрацію уваги на особистості як носієві та творцеві мовної картини світу. *Антропоморфізм* (грец. *anthropos* – людина, *morphe* – вид, образ, форма) охоплює всі текстові явища й віддзеркалює цілісне бачення світу крізь призму чуттєвого сприймання людини. Отже, *креативна функція* (лат. *creatio* – творення, створення) – одна з фундаментальних функцій мови. Соціальна експресія – це поєднання креативних здібностей і лінгвістичних компетенцій, які журналіст реалізує у своїй діяльності. Творче самовираження реалізується в сукупності багатьох важливих чинників у ЗМІ: виборі теми, переконливих аргументів, логічного викладу думок і глибокої філологічної освіти. Мовленнєве мистецтво, на відміну від живопису, музики, скульптури, акумулює всі зорові, слухові, дотикові та емпатичні відчуття в універсальному знакові – слові. Вибір слова щодо відтворення чуттєвих і змістових сенсів, його грамотне використання у відповідному контексті виділяє журналіста-інтелектуала з-поміж інших учасників форумів, круглих столів, аналітичних чи розважальних програм.

Експресивне мовлення в ЗМІ є продуктом інтелекту (здатності мислити) усіх, хто пише на суспільно-політичні чи інші теми. В одній площині з ним – інтелігентність (обізнаність, розсудливість), першою ознакою якої є добре знання мови. Інтелектуальна мова виступає важливим засобом організації журналістського тексту. Вона, з одного боку, логічно передає думки автора, а з іншого – спонукає читача до роздумів та осмислення прочитаного. Багатство мови накопичується завдяки безперервній самоосвіті і цікавому спілкуванню. Дослідження соціальної експресії як вагомого чинника впливу на формування суспільної свідомості повинні відкрити нові грані раціонального та емоційного медіамовлення; простежити фізичні та психологічні реакції на комунікативну мімікрію в ЗМІ.

**Висновки.** 1. Мультимедійні тексти – це поєднання тексту, аудіо, відео, анімації, нерухомих образів (малюнки, фото, діаграми тощо); взаємодія візуальних і аудіо-

<sup>9</sup> Морозова, І. (2015), «Речевая мимикрия как коммуникативная игра: гештальт-анализ», Записки з романо-германської філології, вип.1, с. 96-107. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/zrgf\\_2015\\_1\\_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/zrgf_2015_1_17)

оефектів з інтерактивним програмним забезпеченням. У таких формах найповніше виявляє себе соціальна експресія як інтенсивна виразність тексту, що створюється фонетичними, лексичними та стилістичними засобами мови. 2. Соціальні експресія в ЗМІ тісно пов'язана з емпатією, яка передбачає розуміння почуттів і потреб інших; глибоко й чутливо сприймає події; відчуває стан іншої особи чи груп людей. 3. В усному мовленні засобом експресивності часто виступає емфаза – інтонаційне виділення, підсилене повторення певної думки. Емфатичні вислови – особливо яскраві (велемовні висловлення). 4. Без експресії немає імпресивної мови в медіатекстах, тобто такої мови, що справляє сильне враження від сказаного чи написаного. 5. Деякі політики використовують інклюзив як експресивний засіб впливу на виборців, виступають від імені того, до кого говорять (обов'язково включають його в поняття «ми»): «ми переможемо!». 6. Експресивне мовлення – це майстерне поєднання творчого мислення, переконливої аргументації та культури мови з метою ефективного інформаційного впливу. Воно інтегрує в собі комплекс якісних рис професіоналізму журналіста: глибокі знання з теорії масової комунікації, логіки, риторики, психології та інших наук. 7. Мовленнєва мімікрія як один з прийомів маскуванню дедалі частіше стає небезпечним чинником маніпулювання в ЗМІ. Мімікрія – це безпринципне пристосування до навколишніх суспільних умов; одним із найвідоміших прикладів тварини, якій властива мімікрія (зміна захисного кольору і форми) – хамелеон. У переносному значенні хамелеонами називають журналістів-пристосуванців. Як показують спостереження, мімікрія в політиці до певної міри є видом гри, яка, як і кожна гра, завжди є умовною та штучною.

#### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Абарінов, В. «Роз'єднані Штати Америки. Барак Обама про політичну культуру і Путіна», доступно за адресою: <https://www.radiosvoboda.org/a/spohady-obamy-putina/30960810.html> (дата перегляду 20 листопада 2020).
2. Зінсер, В. (2019), Текст-пекс-шмекс. Магія переконливих текстів, Наш формат, Київ, 288 с.
3. Лівий берег (2020), «Розділені суспільства та оптика гідності», доступно за адресою: [https://lb.ua/culture/2020/12/25/473875\\_rozdileni\\_suspilstva\\_optika.html](https://lb.ua/culture/2020/12/25/473875_rozdileni_suspilstva_optika.html) (дата перегляду 25 грудня 2020).
4. Морозова, И. (2015), «Речевая мимикрия как коммуникативная игра: гештальт-анализ», Записки з романо-германської філології, вип.1, с. 96-107. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/zrgf\\_2015\\_1\\_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/zrgf_2015_1_17)
5. Сербенська, О. (2020), Голос і звуки рідної мови, Апріорі, Львів, 280 с.
6. Словник української мови (1970-1980), (в 11-ти т.), т. 2, Наукова думка, Київ. URL: <http://sum.in.ua/p/2/464/1>
7. Словник іншомовних слів. URL: <https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Qry=%D1%EE%F6%B3%E0%EB%FC%ED%E8%E9>
8. Словник української мови (1970-1980), (в 11-ти т.), т. 2, Наукова думка, Київ. URL: <http://sum.in.ua/s/socialjnyj>
9. Совсун, І. «Дилеми масифікації вищої освіти», доступно за адресою: <https://medium.com/@inna.sovsun/> (дата перегляду 27 лютого 2019).

## REFERENCES

1. Abarinov, V. «Rozyednani Shtaty Ameryky. Barak Obama pro politychnu kulturu i Putina». URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/spohady-obamy-pro-putina/30960810.html> (accessed 20 November 2020).
2. Livyy bereg (2020), «Rozdileni suspilstva ta optyka hidnosti». URL: [https://lb.ua/culture/2020/12/25/473875\\_rozdileni\\_suspilstva\\_optika.html](https://lb.ua/culture/2020/12/25/473875_rozdileni_suspilstva_optika.html) (accessed 25 December 2020).
3. Morozova, I. (2015), «Rechevaya mimikriya kak komunikatyvnaya igra: geshtalt-analiz», *Zapysky z romano-germanskoj filologii*, vyp.1, p. 96-107. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/zrgf\\_2015\\_1\\_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/zrgf_2015_1_17) (accessed 10 December 2020).
4. Serbenska, A. (2020), *Holos i zvuky ridnoi movy*, Lviv, Apriori, 280 p.
5. *Slovyk ukrainskoj movy (1970-1980)*, (v 11 t.), Nauk. Dumka, Kyiv, t. 2, 1971. URL: <http://sum.in.ua/p/2/464/1>
6. *Slovyk ukrainskoj movy (1970-1980)*, (v 11 t.), Nauk. Dumka, Kyiv, t. 2, 1971. URL: <http://sum.in.ua/s/socialjnyj>
7. *Slovyk inshomovnych sliv*. URL: <https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Qry=%D1%EE%F6%B3%E0%EB%FC%ED%E8%E9>
8. Sovsun, I. «Dylemy masyfikatsyi vyshchoi osvity». URL: <https://medium.com/@inna.sovsun/> (accessed 27 February 2019).
9. Zinsser, W. (2019), *Tekst-peks-shmeks. Mahiia perekonlyvykh tekstiv*, Nash format, Kyiv, 288 s.

## SOCIAL EXPRESSION IN MULTIMEDIA TEXTS

**Mariya Yatsymirska**

*Lviv Ivan Franko National University,  
Generala Chuprynky Street 49, 79044. Lviv, Ukraine  
e-mail: [yatsymirska2019@gmail.com](mailto:yatsymirska2019@gmail.com)  
<https://orcid.org/0000-0003-3214-9611>*

The article investigates functional techniques of extralinguistic expression in multimedia texts; the effectiveness of figurative expressions as a reaction to modern events in Ukraine and their influence on the formation of public opinion is shown. Publications of journalists, broadcasts of media resonators, experts, public figures, politicians, readers are analyzed.

The language of the media plays a key role in shaping the worldview of the young political elite in the first place. The essence of each statement is a focused thought that reacts to events in the world or in one's own country. The most popular platform for mass information and social interaction is, first of all, network journalism, which is characterized by mobility and unlimited time and space. Authors have complete freedom to express their views in direct language, including their own word formation. Phonetic, lexical, phraseological and stylistic means of speech create expression of the text. A figurative word, a good aphorism or proverb, a paraphrased expression, etc. enhance the effectiveness of a multimedia text. This is especially important for headlines that simultaneously inform and influence the views of millions of readers. Given the wide range of issues raised by the Internet as a medium, research in this area is

interdisciplinary. The science of information, combining language and social communication, is at the forefront of global interactions. The Internet is an effective source of knowledge and a forum for free thought. Nonlinear texts (hypertexts) – «branching texts or texts that perform actions on request», multimedia texts change the principles of information collection, storage and dissemination, involving billions of readers in the discussion of global issues.

Mastering the word is not an easy task if the author of the publication is not well-read, is not deep in the topic, does not know the psychology of the audience for which he writes. Therefore, the study of media broadcasting is an important component of the professional training of future journalists. The functions of the language of the media require the authors to make the right statements and convincing arguments in the text. Journalism education is not only knowledge of imperative and dispositive norms, but also apodictic ones. In practice, this means that there are rules in media creativity that are based on logical necessity. Apodicticity is the first sign of impressive language on the platform of print or electronic media.

Social expression is a combination of creative abilities and linguistic competencies that a journalist realizes in his activity. Creative self-expression is realized in a set of many important factors in the media: the choice of topic, convincing arguments, logical presentation of ideas and deep philological education. Linguistic art, in contrast to painting, music, sculpture, accumulates all visual, auditory, tactile and empathic sensations in a universal sign – the word. The choice of the word for the reproduction of sensory and semantic meanings, its competent use in the appropriate context distinguishes the journalist-intellectual from other participants in forums, round tables, analytical or entertainment programs.

Expressive speech in the media is a product of the intellect (ability to think) of all those who write on socio-political or economic topics. In the same plane with him – intelligence (awareness, prudence), the first sign of which (according to Ivan Ogienko) is a good knowledge of the language. Intellectual language is an important means of organizing a journalistic text. It, on the one hand, logically conveys the author's thoughts, and on the other – encourages the reader to reflect and comprehend what is read. The richness of language is accumulated through continuous self-education and interesting communication. Studies of social expression as an important factor influencing the formation of public consciousness should open up new facets of rational and emotional media broadcasting; to trace physical and psychological reactions to communicative mimicry in the media.

Speech mimicry as one of the methods of disguise is increasingly becoming a dangerous factor in manipulating the media. Mimicry is an unprincipled adaptation to the surrounding social conditions; one of the most famous examples of an animal characterized by mimicry (change of protective color and shape) is a chameleon. In a figurative sense, chameleons are called adaptive journalists. Observations show that mimicry in politics is to some extent a kind of game that, like every game, is always conditional and artificial.

*Keywords:* expression; social expression, expressive information; speech mimicry; persuasion; impressive language in the media.