

МОВНІ ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ФОРМУВАННЯ ЕМОЦІЙНОГО СТАНУ В СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ ПРОПАГАНДИ

Коваленко Андрій Миколайович,

кандидат філологічних наук,
доцент кафедри англійської філології та лінгводидактики
Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
ORCID ID: 0000-0001-6439-5089

Прядка Артем Олексійович,

магістрант факультету іноземної та слов'янської філології
Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
ORCID ID: 0009-0004-6682-654X

Стаття присвячена аналізу мовних засобів реалізації стратегії формування емоційного стану в сучасному англomовному дискурсі пропаганди. Було визначено, що пропаганда – це цілеспрямоване, систематичне намагання формувати сприйняття, маніпулювати пізнавальною діяльністю та впливати на поведінку індивіда для досягнення бажаного результату. Відповідно, дискурс пропаганди – це інформаційний простір, в якому пропаганда реалізується та проявляє свої властивості завдяки соціальної та комунікативній взаємодії індивідів чи соціальних груп. Для дискурсу пропаганди характерне використання комунікативних стратегій та тактик їх реалізації, які справляють свій вплив на аудиторію. Для аналізу було обрано дві комунікативні тактики, які сприяють реалізації вищенаведеної стратегії, а саме: тактика нагнітання страху та тактика позитивних асоціацій. Ілюстративним матеріалом дослідження послуговували англomовні новинні статті, присвячені проблематиці глобалізації та її негативному впливу на суспільство. У ході дослідження було встановлено, що тактика нагнітання страху навіює аудиторії почуття тривоги та стурбованості тим, що дії глобалістів становить загрозу демократії; а тактика позитивних асоціацій використовується для створення позитивного образу консерватизму, як протидії глобалізації. Аналіз мовних засобів показав, що лексико-фразеологічні мовні засоби загалом використовуються для фокусування та акцентуації уваги читачів на проблематиці новинної статті, але деякі з них несуть приховану імпліцитну інформацію; стилістичні мовні засоби в більшості своїй є джерелом емоційності та експресивності новинного тексту; граматичні мовні засоби, що охоплюють морфологічні та синтаксичні, виконують різноманітні функції, зокрема, акцентують увагу на певних аспектах статті, сприяють структурній організації поданого матеріалу, а також надають додаткову інформацію читачам. Таким чином, було доведено, що проаналізовані тактики здійснюють значний вплив на аудиторію, мають маніпулятивний характер та дають широкий спектр можливостей для здійснення пропаганди.

Ключові слова: засоби масової інформації (ЗМІ), пропаганда, сучасний англomовний дискурс пропаганди, глобалізація, комунікативні стратегії та тактики, мовні засоби.

Kovalenko Andrii, Priadka Artem. Language means of implementing the formation of emotional state strategy in the modern English discourse of propaganda

The article is devoted to the analysis of language means of implementing the formation of emotional state strategy in the modern English discourse of propaganda. It was determined that propaganda is a purposeful, systematic effort to shape perception, manipulate cognitive activity, and influence individual behavior to achieve a desired result. Accordingly, the discourse of propaganda is an information space in which propaganda is realized and manifests its properties due to the social and communicative interaction of individuals or social groups. The discourse of propaganda is characterized by the use of communicative strategies and tactics of their implementation, which exert their influence on the audience. For analysis, two communicative tactics contributing to the implementation of the above strategy were chosen, namely: fear-mongering tactic and positive associations tactic. English-language news articles devoted to the issue of globalization and its negative impact on society served as illustrative material for the research. In the course of the research, it was established that fear-mongering tactic instills in the audience a sense of anxiety and concern that the actions of globalists pose a threat to democracy; and the positive associations tactic is used to create a positive image of conservatism as a counter to globalization. The analysis of language means showed that lexical and phraseological ones are generally used to focus and accentuate the readers' attention on the issues of the news article, but some of them still carry hidden implicit information; stylistic language means are mostly a source of emotionality and expressiveness of the news text; grammatical language means, including morphological and syntactic ones, perform various functions, in particular, they emphasize certain aspects of the article, contribute to the structural organization of the presented material, and also provide additional information to readers. Thus, it was proven that the analyzed tactics have an enormous impact on the audience, are manipulative by nature and provide a wide range of opportunities for propaganda.

Key words: mass media, propaganda, modern English discourse of propaganda, globalization, communicative strategies and tactics, language means.

Вступ. На сьогодні ЗМІ є не лише засобом поширення та обміну інформації, а також джерелом колосального впливу на окремих індивідів, суспільство та куль-

туру [1, с. 20]. Їх навіть називають четвертою гілкою влади, поруч із законодавчою, виконавчою та судовою. Крім інформування населення про нагальні питання

та проблеми, ЗМІ здатні здійснювати маніпулятивний вплив з метою нав'язування індивідам певних переконань, формування їхніх світоглядів, а також впливу на їхню поведінку [2]. Пропаганда – це основний інструмент маніпулятивному впливу. З початку XXI ст. відбулося стільки глобальних подій (війни в Афганістані, в Іраку, в Югославії, Брексіт і т.д.), у висвітленні яких пропаганда відіграла важливу роль, впливаючи на сприйняття людьми подій, нав'язуючи їм вигідну для певних сторін позицію. Тому не дивно, що дискурс пропаганди часто стає об'єктом численних досліджень (В. Джоветт, Дж. Оддо, Г. О'Доннел тощо). Актуальність роботи полягає у тому, що сучасні суспільно-політичні події та розвиток медіа трансформують спосіб впливу пропаганди через мовні засоби, що вимагає глибокого розуміння їх впливу на формування емоційного стану аудиторії. **Об'єктом** нашого дослідження виступає сучасний англomовний дискурс пропаганди. Для дискурсу пропаганди характерне використання комунікативних стратегій та тактик, які реалізують вплив на аудиторію. **Предметом** нашої розвідки є мовні засоби реалізації стратегії формування емоційного стану. **Мета** статті полягає у дослідженні впливу мовних засобів реалізації стратегії формування емоційного стану в сучасному англomовному дискурсі пропаганди.

Матеріали та методи. Останнім часом в англomовних ЗМІ дедалі часто згадується таке явище, як «глобалізація», що провокує в нас різноманітні асоціації та емоції. Одні ставляться до процесу глобалізації позитивно та вбачають у ньому широкий спектр можливостей для розвитку націй, але інші, навпаки, сприймають його як загрозу для традиційних цінностей та національної самобутності. **Ілюстративним матеріалом** для нашого дослідження слугують статті з таких новинних сайтів, як Fox News та New York Times. Для досягнення поставленої мети було використано такі **методи**: дискурс аналіз, контекстуально-інтерпретативний та описовий.

Результати. Пропаганда – це цілеспрямоване, систематичне намагання формувати сприйняття, маніпулювати пізнавальною діяльністю та впливати на поведінку індивіда для досягнення бажаного результату [3, с. 7]. Це явище функціонує та чинить свій вплив у межах дискурсу, інформаційне поле, в якому здійснюється соціальна та комунікативна взаємодія між індивідами або соціальними групами [4, с. 128]. Тому ми можемо говорити про існування **дискурсу пропаганди**.

Вплив дискурсу пропаганди на аудиторію здійснюється за допомогою відповідних комунікативних стратегій та тактик. Комунікативні стратегії визначають вектор комунікації від її задуму до результату та слугують метою спілкування, а тактики забезпечують гнучкість комунікації [5, с. 156].

Для аналізу було обрано **стратегію формування емоційного стану**, суть якої полягає у здійсненні впливу на емоції та почуття аудиторії [5, с. 167]. Наш вибір був зумовлений тим фактом, що коли людина переповернена емоціями, її здатність мислити критично й логічно та контроль за емоціями послаблюється

[6, с. 34], тому людина краще піддається маніпуляціям. Це і використовують численні ЗМІ, вдаючись до вищезазначеної стратегії. У дослідженні ми акцентуємо увагу на аналізі тактик реалізації стратегії формування емоційного стану: тактики нагнітання страху та тактики позитивних асоціацій.

1. Тактика нагнітання страху. Сутність цієї тактики полягає у апелюванні до потенційних загроз чи небезпек, з метою викликання негативних емоцій, спричинення занепокоєння чи тривожності в аудиторії. Розглянемо такий приклад: *“In her ‘Ingraham Angle’ monologue on Thursday, host Laura Ingraham warned that President Biden and the Democrats are continuing their quest to ‘hijack democracy’ and fundamentally transform America into their globalist, internationally inferior vision. ... Ingraham expressed concern with Von der Leyen, adding that the U.S. Democrats are probably ecstatic to hear such a gameplan: ‘I’m going to trust [Ursula von der Leyen] to regulate hate speech? OK – A transnational, undemocratic body that is totally unaccountable to the voters in their own country imposing speech restrictions to punish their political opponents,’ she said. ‘Of course Joe Biden and Nancy Pelosi would love nothing more than to do the same [in the U.S.] and they are trying to’ (Fox News: Ingraham: Biden and the globalists ‘hijacking democracy’ in the name of democracy – December 10, 2021).* Відповідно можемо зробити висновок, що зазначена тактика реалізується за допомогою таких мовних засобів.

Серед **лексико-фразеологічних мовних засобів** використані **власні назви**: *“Ingraham Angle”, Laura Ingraham, President Biden (Joe Biden), Ursula von der Leyen, U.S. (America), Nancy Pelosi* та **суспільно-політична лексика**: *the Democrats, democracy, voters, political opponents*. Ця лексика сигналізує про те, що стаття присвячена політичним питанням та стосується зокрема політики США. Деякі власні назви *“President Biden (Joe Biden)”, “Ursula von der Leyen”, “Nancy Pelosi”* та суспільно-політична лексична одиниця *“the Democrats”* вживаються в негативному контексті, що сприяє формуванню негативного враження в читачів про даних осіб. Також, крім вищенаведених груп слів, можна виокремити **слова, що виражають суспільні занепокоєння**: *“hijack democracy”, globalist, transnational, hate speech, undemocratic, speech restrictions*. Дана лексика окреслює проблематику статті. Наприклад, слова *“hijack democracy”, “globalist”* та *“transnational”* у реченні *“President Biden and the Democrats are continuing their quest to ‘hijack democracy’ and fundamentally transform America into their globalist, internationally inferior vision”* вказують на те, що президент Байден та демократи звинувачуються у порушенні принципів демократії та намірі впроваджувати політику, яка, на думку авторів, є шкідливою для національних інтересів США. Таким чином, виражаються обурення авторів статті політикою Байдена. Лексична одиниця *“speech restrictions”* у *“A transnational, undemocratic body that is totally unaccountable to the voters in their own country imposing speech restrictions to punish their political*

opponents, " she said" показує, на думку авторів статті, один із сценаріїв знищення демократії. Все це підсилюється лексичними одиницями *"transnational"* та *"undemocratic"*, що надає статті емоційності. У тексті також вживається **емоційно-забарвлена лексика**: *ecstatic, to punish*. Слово *"ecstatic"* в *"the U.S. Democrats are probably ecstatic to hear such a gameplan"* використовується радше саркастично, для опису очікуваної реакції американських демократів на так званий «план дій», який, на думку авторів статті, матиме негативні наслідки для демократії у США. А лексема *"to punish"* у реченні *"A transnational, undemocratic body that is totally unaccountable to the voters in their own country imposing speech restrictions to punish their political opponents"* вказує на потенційне обмеження свободи слова для політичних опонентів через політику Байдена та демократів.

Серед **стилістичних мовних засобів** виділяється **метафора** *"hijack democracy"* у *"President Biden and the Democrats are continuing their quest to "hijack democracy" and ..."*, яка вказує на суб'єктивну думку авторів статті про те, що демократи на чолі з президентом Байденом вдаються до маніпуляцій та махінацій, щоб знищити демократичну систему в країні. Наведена метафора виражає негативне ставлення авторів до політики демократів, що може призвести до встановлення авторитаризму. Крім того, у наведеному прикладі також використовується декілька **еніметів**: *transnational, undemocratic*, які позначають концепт *"body"* («організація, структура»), та надають йому негативного забарвлення і сприяють емоційності й експресивності тексту. Такі одиниці, як *"President Biden and the Democrats"* та *"Joe Biden and Nancy Pelosi"*, вживаються **метонімічно** для позначення всього уряду або адміністрації США на чолі з Демократичною партією. Також використання **гіперболи** *"fundamentally transform America into their globalist, internationally inferior vision"* справляє враження, що зміни, запропоновані президентом Байденом і демократами, є не просто політичними змінами, а повним і згубним переворотом в країні.

Серед **морфологічних мовних засобів** використовується **скорочення** *"I'm going to trust"*, що робить текст статті менш офіційним, надає йому рис просторічності. Крім того, це елемент компресії тексту, що сприяє економії місця, а також простоті читання тексту.

Серед **синтаксичних мовних засобів** наявне **порушення порядку слів у питальних реченнях** – *"I'm going to trust [Ursula von der Leyen] to regulate hate speech?"*. Цей мовний засіб у наведеному вище риторичному питанні ставить за мету підкреслити важливість проблеми свободи слова та регулювання ненависті у політичному дискурсі. Використання **прямой мови** *"I'm going to trust [Ursula von der Leyen] to regulate hate speech? OK – A transnational, undemocratic body that is totally unaccountable to the voters in their own country imposing speech restrictions to punish their political opponents, " she said"* та *"Of course Joe Biden and Nancy Pelosi would love nothing more than to do the same [in*

the U.S.] and they are trying to". сприяє достовірності новинної статті та передає прямі слова мовця, за якими можна відслідкувати його/ її емоції у момент мовлення. Вживання **однорідних членів речення**, наприклад, *"President Biden and the Democrats"*, *"to "hijack *democracy" and fundamentally *transform *America into their globalist, internationally inferior vision"*, *"transnational, undemocratic body" etc.*, робить текст більш структурованим і допомагає читачу краще розуміти думки автора.

Отже, вищеописана тактика навіює аудиторії почуття страху, що президент Байден та демократична партія руйнують демократію та збираються встановити замість неї недемократичну систему з цензурою та іншими авторитарними обмеженнями. Мовні засоби реалізації досліджуваної тактики містять додаткову імпліцитну інформацію, надають тексту експресивності та чинять емоційний вплив на читачів.

2. Тактика позитивних асоціацій. Дана тактика полягає у навіюванні позитивних емоцій про певний об'єкт чи явище, з метою формування позитивного образу про них, а також забезпечення сприятливого сприйняття інформації адресатами. Розглянемо приклад: *"Leonard Leo, a leader of the right-wing Federalist Society, an extraordinarily effective legal organization, is broadening his ambitions. Leo is hoping to transform American culture the way he transformed the judiciary. ... "I spent close to 30 years, if not more, helping to build the conservative legal movement," Leo said in a video for the organization at the heart of his strategy, the Teneo Network. "And at some point or another, I just said to myself, 'If this can work for law, why can't it work for lots of other areas of American culture and American life where things are really messed up right now?'" That includes "wokeism in the corporate environment, in the educational environment," biased media and "entertainment that is really corrupting our youth"* (New York Times: The Right's Obsession With Wokeness Is a Sign of Weakness – March 10, 2023). У наведеному прикладі тактика позитивних асоціацій реалізується за допомогою наступних мовних засобів.

Серед **лексико-фразеологічних мовних засобів** використовуються **власні назви**: *(Leonard) Leo, Federalist Society, the Teneo Network*. Застосування цих слів у позитивному контексті сигналізує нам про позитивні сторони Леонарда Лео та всього, що з ним пов'язано. Також у вищенаведеному прикладі вживається **лексика, пов'язана з юридичною сферою**: *legal organization, the judiciary, legal movement, law*. Вона слугує засобом ідентифікації центральної фігури, Леонарда Лео як юриста. Використання деяких з цих слів у позитивному контексті (*"Leonard Leo, a leader of the right-wing Federalist Society, an extraordinarily effective legal organization, is broadening his ambitions"*, *"Leo is hoping to transform American culture the way he transformed the judiciary"* etc.) говорить про те, що це успішний та амбітний юрист, який не лише досяг успіху в своїй сфері, але й змінив її на краще. Крім того, у тексті наявна **суспільно-політична лексика**: *right-wing,*

conservative, the corporate environment, the educational environment, biased media, entertainment. Такі слова, як “right-wing” та “conservative” також використовуються в позитивному контексті, що формує позитивний образ «правиці» та «консерватизму» у читачів. Але лексичні одиниці “the corporate environment”, “the educational environment”, “biased media”, “entertainment”, навпаки, ніби протиставляються вищезгаданій групі, та в силу негативного контексту, виставляються як проблемні сфери американського суспільства. **Неологізм** “wokeism” також має негативну конотацію з огляду на контекст (“That includes “wokeism in the corporate environment, in the educational environment,” biased media and “entertainment that is really corrupting our youth”) та протиставляється «консерватизму». Також у тексті є **емоційно-забарвлена лексика**: *messed up, biased, corrupting*. Лексема “messed up” в “... other areas of American culture and American life where things are really messed up right now?” та “biased” та “corrupting” в “... biased media and “entertainment that is really corrupting our youth” використовуються автором статті, щоб виразити своє розчарування та обурення щодо певних аспектів американської культури.

Серед **стилістичних мовних засобів** наявне використання **метафор**, як наприклад, “to build the conservative legal movement”, що порівнює створення та розвиток руху з побудовою фізичної структури та передає ідею, що робота Лео була продуманою та систематичною. Застосування **метафоричного порівняння** “transformed the judiciary” та “transform American culture” вказує на те, що Леонард Лео прагне внести значні та глибокі зміни в американську культуру, подібно до змін, які він зробив у судовій системі. Ефект цього порівняння полягає в тому, щоб підкреслити масштаб зміни, яку він передбачає, і його здатність здійснити її. **Гіпербола** “things are really messed up right now” перебільшує масштаби проблем для підкреслення терміновості місії Лео. Також у цьому прикладі наявне багаторазове використання “I”, як-от в “I spent close to 30 years” і “I just said to myself”, що є **анафорою**, що акцентує увагу на особистому шляху та досягненнях Леонарда Лео. За допомогою **мейозису** “close to 30 years, if not more” автор, замість того, щоб надати точну кількість років, які Леонард Лео витратив на консервативний правовий рух, навмисно занижує тривалість часу, наголошуючи на відданості та зусиллях, які Лео вклав у цю справу. Крім того, використання **персоніфікації** “entertainment that is really corrupting our youth” уособлює концепт «розваги» та надає йому людські риси – здатність розбещувати когось.

Серед **морфологічних мовних засобів** виділяється **пасивна конструкція** “... other areas of American culture and American life where things are really messed up right now”, що наголошує радше на стані речей, а не на тому, що хто це спричинив (причині).

Серед **синтаксичних мовних засобів** виокремлюється **паралелізм** “If this can work for law, why can't it work for lots of other areas of American culture

and American life where things are really messed up right now?”), який наголошує на ідеї, що те, що спрацювало в правовому полі, може також бути ефективним в інших аспектах американського життя, чим підкреслює широкий масштаб амбіцій Лео. Також в тексті вживаються **однорідні члени речення**: “Leonard Leo, a leader of the **right-wing *Federalist **Society, an extraordinarily *effective *legal **organization*” – надають більше контексту та розуміння читачам про Леонарда Лео; “*biased media and entertainment that is really corrupting our youth*” – сприяють виразності тексту та впливають на емоційний стан читача, підсилюючи негативне ставлення до вказаних проблем, зокрема, до спотвореного представлення в медіа та негативного впливу розваг на молодь. У тексті використовуються **вставні конструкції**, як наприклад, “Leonard Leo, a leader of the right-wing Federalist Society, an extraordinarily effective legal organization, is broadening his ambitions”, що надають додаткову інформацію про Леонарда Лео та його організацію. Крім того, в статті використовується **питальне речення** “If this can work for law, why can't it work for lots of other areas of American culture and American life where things are really messed up right now?”, яке є риторичним питанням і має на меті спонукати читачів до роздумів стосовно проблеми та підкреслити точку зору мовця. Більше того, попередній засіб є прикладом **прямої мови**, яка дозволяє читачам ознайомитися з дійсними словами мовця, чим сприяє достовірності тексту статті.

Таким чином, тактика позитивних асоціацій змальовує Леонарда Лео в позитивному світлі як успішного консервативного державного діяча, який досягнув поставлених цілей у своїй сфері. Разом з цим формується позитивний образ консерватизму як ідеології. Мовні засоби реалізації цієї тактики сприяють емоційності та експресивності новинної статті.

Висновки. ЗМІ та пропаганда здійснюють колосальний вплив на суспільство, формуючи переконання, світогляд та поведінку індивідів. Саме тому пропаганда привертає увагу багатьох дослідників, які вивчають її вплив за допомогою спеціальних комунікативних стратегій та тактик.

Аналіз мовних засобів реалізації стратегії формування емоційного стану свідчить про те, що лексико-фразеологічні мовні засоби використовуються більше для ідентифікації проблематики новинної статті, але деякі з них мають приховані імпліцитні конотації; стилістичні мовні засоби радше справляють емоційний ефект на читачів, сприяють експресивності новинних статей; морфологічні та синтаксичні, які разом складають групу граматичних мовних засобів, виконують різноманітні функції та здійснюють різний вплив на читачів: більшою мірою вони є засобами акцентуації на певних аспектах новинної статті. Таким чином, досліджувані тактики дають широкий спектр можливостей для здійснення пропаганди.

Перспективу подальших досліджень ми вбачаємо у вивченні впливу комунікативних стратегій та тактик їх реалізації на формування ставлення та поглядів аудиторії на глобальні проблеми суспільства.

Література:

1. McQuail D. The Influence and Effects of Mass Media. *Mass Communication and Society* / ed. by J. Curran, M. Gurevitch, J. Woolacott. Beverly Hills, California, 1979. P. 7–23.
2. DellaVigna S., Gentzkow M. Persuasion: Empirical Evidence. *Annual Review of Economics*. 2010. Vol. 2, № 1. P. 643–669.
3. Jowett G. S., O'Donnell V. J. Propaganda and Persuasion. Los Angeles : SAGE Publications, Inc., 2012. 395 p.
4. Yang W., Sun Y. Interpretation of 'Discourse' from Different Perspectives: A Tentative Reclassification and Exploration of Discourse Analysis. *Language Society and Culture*. 2010. № 31. P. 127–138.
5. Яшенкова О. Основи теорії мовної комунікації : навч. посіб. Київ : Видавничий центр «Академія», 2010. 309 с.
6. Dr. Saremi H., Bahdori S. The Relationship between Critical Thinking with Emotional Intelligence and Creativity among Elementary School Principals in Bojnord City, Iran. *International Journal of Life Sciences*. 2015. Vol. 9, № 6. P. 33–40.

References:

1. McQuail, D. (1979). The Influence and Effects of Mass Media. У J. Curran, M. Gurevitch & J. Woolacott (ed.), *Mass Communication and Society* (с. 7–23). Sage Publications [In English].
2. DellaVigna, S., & Gentzkow, M. (2010). Persuasion: Empirical Evidence. *Annual Review of Economics*, 2(1), 643–669 [In English].
3. O'Donnell, V. J., & Jowett, G. S. (2012). *Propaganda and Persuasion*. SAGE Publications, Inc. [In English].
4. Yang, W., & Sun, Y. (2010). Interpretation of 'Discourse' from Different Perspectives: A Tentative Reclassification and Exploration of Discourse Analysis. *Language Society and Culture*, (31), 127–138 [In English].
5. Yashenkova, O. (2010). *Osnovy teorii movnoi komunikatsii*. [Basics of the theory of language communication] Vydavnychiy tsentr "Akademiia" [In Ukrainian].
6. Saremi, D. H., & Bahdori, S. (2015). The Relationship between Critical Thinking with Emotional Intelligence and Creativity among Elementary School Principals in Bojnord City, Iran. *International Journal of Life Sciences*, 9(6), 33–40 [In English].