УДК 811.111 + 81’42
DOI https://doi.org/10.32782/philspu/2024.8.2

МОВНІ ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЙ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ У СУЧАСНОМУ АМЕРИКАНСЬКОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

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
Researcher ID: JYP-4268-2024

Жолоб Алла Ігорівна,
магістрант факультету іноземної та слов’янської філології
Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
ORCID ID: 0009-0003-2839-5139

У статті представлено результати комплексного лінгвопрагматичного дослідження комунікативних стратегій і тактик популяризації здорового способу життя в сучасному американському медійному дискурсі. Актуальність дослідження зумовлена нагальною потребою вивчення лінгвістичних механізмів формування здоров’язберігаючої поведінки в умовах глобальних викликів суспільному здоров’ю. На матеріалі провідних американських видань («Vista», «Healthy Living», «Eating Well») здійснено багаторівневий аналіз дискурсивних практик конструювання наративу про здоровий спосіб життя. Емпіричну базу дослідження сформовано з урахуванням репрезентативності обраних видань та їх впливу на формування суспільного дискурсу щодо здоров’язберігаючих практик.

У результаті дослідження виокремлено дві магістральні комунікативні стратегії: інформативності та аргументації. Стратегія інформативності, спрямована на формування когнітивної бази реципієнтів, реалізується через тріаду тактик: описову (експлікація компонентів здорового способу життя), констатуючу (презентація верифікованих наукових даних) та фактографічну (статистична аргументація). Стратегія аргументації, що забезпечує раціонально-логічне обґрунтування здоров’язберігаючої поведінки, актуалізується через: тактику апеляції до авторитету (інкорпорація експертних оцінок), тактику діалогічності (симуляція інтерактивної комунікації) та тактику суб’єктивізації (персоналізована наративізація досвіду).

Встановлено, що максимальна ефективність дискурсивного впливу досягається через синергетичну взаємодію виявлених стратегій, що забезпечує комплексний вплив на когнітивному, афективному та конативному рівнях сприйняття інформації. Такий інтегративний підхід сприяє формуванню стійкої мотивації до імплементації здоров’язберігаючих практик у повсякденне життя цільової аудиторії.

Результати дослідження розширюють теоретичні засади медіалінгвістики та можуть бути використані для подальшого вивчення комунікативних механізмів впливу на суспільну свідомість через засоби масової інформації.

Ключові слова: *засоби масової інформації (ЗМІ), медійний дискурс, здоровий спосіб життя, комунікативні стратегії та тактики, мовні засоби.*

Kovalenko Andrii, Zholob Alla. Linguistic means of implementing health lifestyle promotion strategies in contemporary American media discourse

The article presents the results of a comprehensive linguo-pragmatic investigation into communicative strategies and tactics employed in promoting healthy lifestyle practices within contemporary American media discourse. The research’s significance stems from the pressing need to examine linguistic mechanisms that shape health-preserving behaviors in the context of global public health challenges.

Drawing upon content from leading American publications (“Vista”, “Healthy Living”, “Eating Well”), this study conducts a multilevel analysis of discursive practices in constructing healthy lifestyle narratives. The empirical foundation comprises these publications due to their representativeness and substantial influence on shaping public discourse regarding health-preserving practices.

The investigation identifies two principal communicative strategies: informative and argumentative. The informative strategy, aimed at developing recipients’ cognitive foundation, operates through a triad of tactics: descriptive (explication of healthy lifestyle components), declarative (presentation of verified scientific data), and factographic (statistical argumentation). The argumentative strategy, which provides rational-logical substantiation for health-preserving behavior, manifests through: authority appeal tactics (incorporation of expert assessments), dialogical tactics (simulation of interactive communication), and subjectivization tactics (personalized experience narrativization).

The research establishes that maximum discursive impact effectiveness is achieved through the synergistic interaction of identified strategies, ensuring comprehensive influence at cognitive, affective, and conative levels of information perception. This integrative approach facilitates the formation of sustainable motivation for implementing health-preserving practices in the target audience’s daily life.

The research findings expand the theoretical foundations of media linguistics and can be utilized for further investigation of communicative mechanisms influencing public consciousness through mass media.

Key words: *mass media, media discourse, healthy lifestyle, communicative strategies and tactics, linguistic means.*

Вступ. У сучасному інформаційному суспільстві засоби масової інформації постають не лише як канали передачі даних, а як потужні інструменти формування суспільної думки та колективної свідомості. Медіапростір став основним джерелом конструювання соціальної реальності, через який індивіди формують свої уявлення про навколишній світ, суспільно-політичні процеси та культурні феномени.

Всебічний аналіз медійного дискурсу як складного соціолінгвістичного явища представлений у фундаментальних працях провідних дослідників критичного дискурс-аналізу (Т.А ван Дейк [1], Н. Ферклаф [2], Р. Водак [3],) та медіалінгвістики (П. Чилтон [4], Р. Фаулер [5], Д. Шиффрін [6]). Їхні теоретичні напрацювання заклали методологічне підґрунтя для подальших досліджень особливостей функціонування мови в медійному просторі.

Дослідження лінгвістичних механізмів конструювання дискурсу про здоровий спосіб життя у ЗМІ дозволяє виявити основні стратегії і тактики мовленнєвого впливу на аудиторію, простежити динаміку змін у суспільному сприйнятті цієї проблематики та окреслити тенденції подальшого розвитку дискурсу про здоровий спосіб життя в медійному просторі. Саме тому дослідження дискурсивних практик у контексті популяризації здорового способу життя є одним із пріоритетних напрямків сучасної лінгвістичної науки, що потребує комплексного міждисциплінарного підходу та застосування новітніх методів аналізу.

У межах цього дослідження особлива увага приділяється вивченню лінгвопрагматичних особливостей медійних текстів про здоровий спосіб життя, аналізу їхньої комунікативної спрямованості та впливу на формування відповідних поведінкових моделей у суспільстві. Такий підхід дозволяє розкрити механізми трансформації суспільної свідомості через призму медійного дискурсу та визначити роль мовних засобів у цьому процесі.

Актуальність дослідження. В умовах сучасних глобальних викликів, пов'язаних зі здоров'ям населення, особливої значущості набуває вивчення комунікативних механізмів формування здоров'язберігаючої поведінки через засоби масової інформації. Актуальність представленого дослідження зумовлена декількома чинниками. По-перше, зростаючою роллю превентивної медицини та усвідомленням суспільством пріоритетності профілактичних заходів над лікувальними. По-друге, трансформацією соціальних парадигм щодо здорового способу життя, що виявляється у підвищеному інтересі до раціонального харчування, фізичної активності та ментального здоров'я. По-третє, недостатньою вивченістю лінгвістичних аспектів медійного впливу на формування здорового способу життя у соціумі.

Об'єктом дослідження є комунікативні стратегії популяризації здорового способу життя в американському медійному дискурсі як цілісна система впливу на масову свідомість. Предметом наукового аналізу є мовні засоби реалізації зазначених стратегій, їхня прагматична спрямованість та функціональне навантаження в контексті формування здорового способу життя.

Мета дослідження полягає у комплексному аналізі лінгвопрагматичних особливостей реалізації стратегій популяризації здорового способу життя в американському медійному просторі та встановленні їхньої ефективності у формуванні відповідних поведінкових моделей аудиторії.

Матеріали та методи. Емпіричною базою дослідження слугують матеріали провідних американських видань у сфері здорового способу життя: "Vista", "Healthy Living", "Eating Well". Вибір саме цих видань зумовлений їхньою репрезентативністю у висвітленні питань здоров'я та значним впливом на формування суспільної думки щодо здорового способу життя.

Методологічний інструментарій дослідження базується на комплексному застосуванні таких методів: *контекстуально-інтерпретативний метод*, що дозволяє виявити імпліцитні смисли та прагматичні настанови медійних повідомлень; *дискурс-аналіз*, спрямований на розкриття механізмів впливу мовних засобів на формування соціальних установок; *описовий метод*, що забезпечує систематизацію та класифікацію виявлених лінгвістичних феноменів.

Результати. У сучасній лінгвістичній парадигмі медійний дискурс постає як специфічний тип інституційної комунікації, що характеризується особливою мовленнєво-мисленнєвою організацією та функціонує виключно в межах медіапростору. У роботі медійний дискурс визначаємо як «поле масової комунікації, що охоплює всі мовні практики та комунікативні ситуації з використанням різних засобів (медіа) передачі інформації» [7, с. 38], а також формулює його дистинктивні особливості: медіа- залежність від каналу інформації, реалістичність, мультимодальність, інтердискурсивність, спрямування на широку масову аудиторію, дистантність мовленнєвого акту, динамічність, спектакулярність, інтенсивну експресивність [7, с. 45–50].

Вплив медійного дискурсу 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 [8, с. 156]. Важливо зазначити, що комунікативна мета може варіюватися залежно від дискурсивного контексту. Наприклад, у дискурсі промоції здорового способу життя домінує едукативна інтенція, спрямована на формування інтерактивного освітнього процесу та актуалізацію значущості здоров'язбережувальних практик.

На основі детального аналізу емпіричного матеріалу було виокремлено дві домінантні комунікативні стратегії популяризації здорового способу життя, кожна з яких характеризується специфічним набором тактик та мовних засобів їх реалізації.

У контексті сучасної медіакомунікації ***стратегія інформативності*** виконує ключову функцію трансляції релевантних відомостей про гастрономічні про-

дукти та їхні характеристики. Ця стратегія спрямована на формування у реципієнта комплексного уявлення про кулінарний продукт через систему дескриптивних маркерів.

Особливої уваги заслуговує *тактика опису* як один із провідних інструментів реалізації інформативної стратегії. Розглянемо її лінгвістичну репрезентацію на прикладі рекламного тексту: *"A delicious snack or side dish", "Crispy and crunchy, these flavorful fries, rings and tots are a tasty way to add more veggies to your lifestyle"* (Eating Well, January/February, 2021).

У наведеному прикладі можна виокремити такі мовні засоби:

1. Сенсорно-дескриптивні прикметники (смакові характеристики: *delicious, tasty, flavorful*; текстурні ознаки: *crispy, crunchy*). Їх використання створює синестетичний ефект, активуючи одночасно смакові та тактильні рецептори реципієнта.

2. Синтаксичні особливості: паралельні конструкції (*snack or side dish*); препозитивні означення, виражені парними прикметниками (*crispy and crunchy*); аппозитивні конструкції для деталізації варіантів страви (*fries, rings and tots*).

3. Лексико-семантичні засоби: гастрономічні терміни (*snack, side dish, fries, rings, tots*); лексеми з позитивною конотацією (*delicious, tasty*); лексика на позначення здорового харчування (*veggies, lifestyle*).

4. Прагматичні маркери: імпліцитна вказівка на корисність продукту; акцент на різноманітності форм подачі; підкреслення легкості інтеграції продукту в повсякденний раціон.

Особливістю використання тактики опису в аналізованому тексті є гармонійне поєднання гедоністичного та утилітарного аспектів, що досягається через інтеграцію відповідних лексичних маркерів. Така дуальність підсилює прагматичний потенціал повідомлення, апелюючи одночасно до раціональної та емоційної сфер сприйняття адресата.

Тактика констатації реалізується через комплекс мовних засобів та стилістичних прийомів. Проаналізуємо її втілення на матеріалі текстів медичної та косметологічної сфери:

"Our services include:

- Comfortable & Comprehensive hightech digital Dental Care
- Laser impressions with iTero digital (no more GOOP!)
- Orthodontics & Invisalign
- Certified Specialists Onsite:

– Pediatric Dentist (for very young children)

– Periodontist (treats gum problems)

– Oral Surgeon (wisdom teeth)

– *Dentistry While Asleep"* (Healthy Living, January/February, 2017).

У рекламному тексті стоматологічної клініки тактика констатації реалізується через синтаксичний прийом енумерації послуг. Структурована презентація інформації досягається за допомогою використання маркованого списку, чіткого розмежування спеціалізацій фахівців і паралельних синтаксичних конструкцій.

Особливістю цього тексту є поєднання термінологічної лексики (*Orthodontics*, *Periodontist*) з елементами розмовного стилю (*no more GOOP!*), що створює ефект доступності складної медичної інформації.

У рекламі косметичних засобів (Vista, January/February, 2018) тактика констатації реалізується через такі мовні засоби: антитезу – протиставлення натуральності продукту (*free from toxins*) шкідливим компонентам традиційної косметики; термінологічну насиченість – використання наукових термінів (*xenoestrogens, endocrine disruptors*) як засіб аргументації; аксіологічні епітети (*nourishing, vegan friendly*).

Важливим стилістичним засобом реалізації тактики констатації є повтор, який виконує такі функції: інформативно-закріплювальну (утримання ключової інформації в пам'яті адресата); акцентувальну (виділення значущих характеристик продукту); персуазивну (посилення переконливості аргументації).

Енумерація як композиційно-стилістичний прийом виконує структуротвірну та аргументативну функції, що демонструється в рекламі харчових продуктів через перелік різновидів товару (*fries, rings, tots*) з подальшою аргументацією їх корисності.

Тактика фактографії реалізується через специфічний набір мовностилістичних засобів. Розглянемо її втілення на матеріалі рекламних текстів харчової промисловості:

"NEW Green Giant Veggie Fries are made with real vegetables", *"This new year, it's more fun than ever to eat your veggies with NEW Green Giant Veggie Fries, Veggie Rings and family-favorite Veggie Tots!"* (Eating Well, January/February, 2021).

Аналіз емпіричного матеріалу засвідчує, що тактика фактографії реалізується таким спектром мовних засобів:

1) лексико-семантичні маркери – прикметник *NEW* як індикатор інноваційності продукту; лексема *real* у словосполученні *real vegetables* як маркер автентичності; термінологічні одиниці у складі енумеративного ряду (*parabens, sulfates, phthalates*) (Vista, January/February, 2018);

2) синтаксичні конструкції – паралельні конструкції при переліку товарних найменувань (*Veggie Fries, Veggie Rings and... Veggie Tots*); предикативні конструкції з дієсловом *made with* для експлікації складу продукту;

3) стилістичні засоби – енумерація як домінантний прийом, що забезпечує інформаційну точність, наукову достовірність та структурованість подання фактичного матеріалу.

Прагматичний потенціал тактики фактографії реалізується через акцентуацію натуральності складників, експлікацію інноваційності продукту, а також створення контрасту між безпечними та шкідливими компонентами.

Такий комплексний підхід до представлення фактичного матеріалу сприяє формуванню довіри реципієнта та підвищує персуазивний потенціал рекламного повідомлення через його інформаційну насиченість та аргументованість.

У контексті дослідження комунікативних стратегій медійного дискурсу особливої уваги заслуговує ***стратегія аргументації***, що реалізується через комплекс тактик: *діалогічності*, *апеляції до авторитету* та *суб'єктивності*. Проаналізуємо їх мовну репрезентацію та прагматичний потенціал.

Аналіз ілюстративного матеріалу дозволяє стверджувати, що стратегія аргументації в досліджуваних текстах базується на таких засобах: брендинговий компонент (символічна номінація *Green Giant* як імпліцитний маркер екологічності; конотативне значення лексеми *green* актуалізує сему натуральності); наукова аргументація (використання спеціальної термінології (*xenoestrogens, endocrine disruptors*); створення ефекту науковості через термінологічну насиченість тексту.

Розглянемо, за допомогою яких мовних засобів реалізується *тактика діалогічності* в аналізованих текстах. Перш за все, виокремлюємо інтерогативні конструкції, а саме: риторичне запитання (*Does your resolution include rethinking your plate?*); пряме запитання (*WHAT ARE XENOESTROGENS?*) (Vista, January/February, 2018). Відповідно інтерогативні конструкції виконують контактовстановлювальну, спонукальну та рефлексивну функції. Окремо відзначимо прагматичні функції запитань, сутність яких полягає в активізації уваги реципієнта, стимулюванні когнітивної діяльності та створенні ефекту інтерактивності.

Метафоричні конструкції також відіграють значну роль в реалізації *тактики діалогічності*, а саме: персоніфікація (*Let us be part of your family*), метафоричне переосмислення (*we'll make you smile*) (Healthy Living, January/February, 2017).

Тактика діалогічності, втілена через інтерогативні конструкції та метафоричні звороти, створює ілюзію безпосередньої комунікації, що підвищує персуазивний потенціал рекламного тексту та сприяє формуванню довірчих відносин між брендом та споживачем.

Тактика апеляції до авторитету реалізується через систему лінгвістичних маркерів професійної компетентності та технологічної інноваційності.

Розглянемо репрезентативний приклад з рекламного тексту стоматологічної клініки: *"Certified Specialists Onsite", "Comfortable & Comprehensive hightech digital Dental Care"* (Healthy Living, 2017). У наведеному фрагменті можна виокремити такі лінгвостилістичні засоби реалізації тактики апеляції до авторитету:

1) лексико-семантичні маркери професійної кваліфікації (термінологічна одиниця *Certified Specialists*, що експлікує наявність офіційного підтвердження компетентності; локативний маркер *Onsite*, який підкреслює безпосередню присутність фахівців);

2) технологічні дескриптори (композитне означення *hightech digital*, що актуалізує концепт технологічної досконалості; інтеграція понять технологічності та медичного догляду *digital Dental Care*);

3) аксіологічні компоненти (меліоративні прикметники *comfortable, comprehensive*, що формують позитивну конотацію; синтаксичний паралелізм і ампліфікація якісних характеристик);

4) структурно-композиційні особливості (використання великих літер у ключових лексемах для візуального акцентування).

Варто відзначити, що тактика апеляції до авторитету в аналізованому тексті реалізується через бінарну опозицію «професіоналізм-інноваційність». Перший компонент експлікується через акцентуацію професійної сертифікації спеціалістів, другий – через підкреслення технологічної оснащеності закладу.

Синергія лексичних одиниць, що позначають професійну компетентність, з маркерами технологічної модернізації створює комплексний образ надійного медичного закладу, який відповідає сучасним стандартам надання стоматологічних послуг. Такий підхід дозволяє ефективно реалізувати прагматичну настанову рекламного повідомлення – формування довіри потенційних клієнтів через демонстрацію високого рівня професіоналізму та технологічного забезпечення.

Тактика суб'єктивності реалізується за допомогою таких мовних засобів:

а) аксіологічні маркери: оцінні епітети (*delicious, tasty*); емотивно забарвлені словосполучення (*vegan friendly*); гіперболізовані конструкції (*it's more fun than ever to eat your veggies*);

б) семантичні засоби експресивності: метафоричний вираз *nourishing your skin and body from head to toe*; емоційно-оцінне твердження *We care about our family and your time*;

в) лінгвокогнітивні механізми: концептуалізація поняття *family* як носія позитивних конотацій; створення асоціативного зв'язку між продуктом та емоційним комфортом.

Синергетичний ефект застосування обох тактик досягається через поєднання раціональних та емоційних аргументів, створення багаторівневого впливу на реципієнта, а також формування комплексного образу надійності та професіоналізму.

Прагматичний потенціал досліджуваних тактик реалізується через формування довіри до бренду, створення емоційного зв'язку зі споживачем, підкреслення професійної компетентності, а також актуалізацію ціннісних орієнтирів цільової аудиторії.

Висновки. У результаті комплексного лінгвопрагматичного аналізу емпіричного матеріалу виявлено дві магістральні комунікативні стратегії – інформативності та аргументації, що формують базис дискурсивних практик популяризації здорового способу життя в американських медіа.

Доведено, що ефективність впливу медійного дискурсу досягається через синергетичну взаємодію виявлених стратегій і тактик, що забезпечує формування когнітивної бази знань про здоровий спосіб життя, емоційну залученість реципієнтів, а також мотивацію до практичної імплементації здоров'язберігаючої поведінки.

Виявлено, що лінгвістичний інструментарій реалізації комунікативних стратегій включає лексико-се-

мантичні засоби (термінологія, професіоналізми, емоційно-оцінна лексика), синтаксичні конструкції (імперативи, питальні речення, складні синтаксичні структури), стилістичні прийоми (метафори, порівняння, епітети).

Отримані результати поглиблюють розуміння лінгвістичних механізмів формування здоров'язберігаючої поведінки через медійний дискурс та створюють теоретичне підґрунтя для подальших досліджень у галузі медіалінгвістики та прагмалінгвістики.

Література:

1. Dijk T. A. van. Discourse and Context: A Sociocognitive Approach. Cambridge University Press, 2008. 267 p.
2. Fairclough N. Critical Discourse Analysis. 2-nd edition. L.: Longman, 2010. 591 p.
3. Wodak R. Pragmatics and Critical Discourse Analysis: A Cross-Disciplinary Inquiry. *Pragmatics & Cognition*. 2007. 15(1). P. 203–225.
4. Chilton P. Analysing Political Discourse: Theory and Practice. L., N.Y.: Routledge, 2004. 241 p.
5. Fowler R. On Critical Linguistics. *Texts and Practices: Readings in Critical Discourse Analysis* / ed. by Carmen Rosa Caldas-Coulthard and Malcolm Coulthard/ L.: Routledge, 1996. P. 3–14.
6. Schiffrin D. Approaches to discourse. Cambridge, MA & Oxford: Blackwell, 1994. 470 p.
7. Мірошниченко І.Г. Стислий текст в українському масмедійному дискурсі : дис. … канд. філол. наук :10.02.01. Дніпро, 2020. 275 с.
8. Яшенкова О. Основи теорії мовної комунікації. Київ : Видавничий центр «Академія», 2010. 309 с.

References:

1. Dijk, T. A. van. (2008). *Discourse and Context: A Sociocognitive Approach*. Cambridge University Press. [In English]
2. Fairclough, N. (2010). *Critical Discourse Analysis*. 2-nd edition. L.: Longman. [In English]
3. Wodak, R. (2007). Pragmatics and Critical Discourse Analysis: A Cross-Disciplinary Inquiry. *Pragmatics & Cognition*, 15(1), 203–225. [In English]
4. Chilton, P. (2004). Analysing Political Discourse: Theory and Practice. L., N.Y. Routledge. [In English]
5. Fowler, R. (1996). On Critical Linguistics. Carmen Rosa Caldas-Coulthard and Malcolm Coulthard (eds), *Texts and Practices: Readings in Critical Discourse Analysis*. L.: Routledge. 3–14. [In English]
6. Schiffrin, D. (1994). *Approaches to discourse*. Cambridge, MA & Oxford: Blackwell. [In English]
7. Miroshnychenko, I.H. (2020). *Styslyi tekst v ukrainskomu masmediinomu dyskursi* [Compressed Text in Ukrainian Mass Media Discourse]: Thesis ... candidate philol. sciences: 10.02.01. Dnipro. 2020. [In Ukrainian]
8. Yashenkova, O. (2010). *Osnovy teorii movnoi komunikatsii.* [Basics of the theory of language communication] Vydavnychyi tsentr "Akademiia". [In Ukrainian]