

- освіти України / Романовський О. Г., Квасник О. В., Мороз В. М. [та ін.] // Information Technologies and Learning Tools. – 2019. – № 74(6). – С. 20-42. DOI: 10.33407/itlt.v74i6.3185
6. Юфименко В. Г. Вивчення теми «Відділення лікарні»: комунікативний підхід / В. Г. Юфименко, М. М. Жовнір // Сучасні тренди розвитку медичної освіти: перспективи і здобутки : матеріали навч.- наук. конф. з міжнар. участю, м. Полтава, 24 березня 2022 р. – Полтава, 2022. – С. 325–327.
 7. Юфименко В. Г. Медична блгодидактика та медіаосвітні технології як новітні чинники розвитку професійної компетентності фахівця / В. Г. Юфименко // Сучасна медична освіта: методологія, теорія, практика : матеріали Всеукр. навч.- наук. конф. з міжнар. участю (м. Полтава, 19 березня 2020 р.). – Полтава, 2020. – С. 269–272.
 8. Юфименко В. Г. Соціальні мережі як ефективне середовище комунікації в мовній підготовці іноземних студентів / В. Г. Юфименко // Сучасна медична освіта: методологія, теорія, практика : матеріали Всеукр. навч.- наук. конф. з міжнар. участю (м. Полтава, 19 березня 2020 р.). – Полтава, 2020. – С. 272–275.
 9. Altbach P. G. Trends in global Higher Education: Tracking an academic Revolution. Report Prepared for the UNESCO 2009 World Conference on Higher Education / P. G. Altbach, Z. Reisberg, L. E. Rumley. – Paris, UNESCO, 2009.
- УДК 811.161.2'24:61

В.В. Якимчук

Буковинський державний медичний університет м. Чернівці, Україна
ВЕРБАЛІЗАЦІЯ ПЕРСУАЗИВНИХ СТРАТЕГІЙ У СУЧАСНОМУ
АНГЛОМОВНОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Статтю присвячено аналізу персуазивних комунікативних стратегій та засобів їх вербалізації у сучасному англомовному публіцистичному дискурсі, а саме на матеріалі текстів статей британського видавництва “The Guardian” розділу “Ukraine invasion”. Центральне місце в дослідженні займають стратегії виокремлені на основі традиційної риторики, де для персуазивного впливу на аудиторію застосовують етос, пафос та логос. Наведено основні контексти вживання стратегій з метою мотивації та переконування, які використовують автори статей для отримання бажаного впливу на читачів.

Ключові слова: персуазивні стратегії, публіцистичний дискурс, етос, пафос, логос.

The article is devoted to the analysis of persuasive communicative strategies and means of their verbalization in modern English publicistic discourse, namely on the material of the texts of the British state publishing house “The Guardian” in the “Ukraine invasion” section. The central place in the study is occupied by strategies identified on the basis of traditional rhetoric, where ethos, pathos and logos are used for persuasive influence on the audience. The main contexts of the use of strategies for the motivation and persuasion, which are chosen by the authors of the articles in order to obtain the desired effect on the readers, are illustrated.

Key words: persuasive strategies, publicistic discourse, ethos, pathos, logos.

Існує безліч різноманітних функцій застосування мови і мовлення у сучасному суспільстві. Однією з таких функцій є переконування, що ми ототожнюємо з персуазивним мистецтвом, коли людина використовує мову не лише як основний засіб комунікації, а ще і як суттєвий спосіб здійснення впливу на оточення. Сучасний публіцистичний дискурс є вагомим платформою здійснення впливу на колективну свідомість, саме тому в нашому дослідженні ми аналізуємо вербальні засоби вираження персуазивних стратегій в англомовних статтях тематики “Вторгнення в Україну”.

Персуазивність є одним з найважливіших текстотворчих елементів для багатьох типів дискурсів – публіцистичного, політичного, рекламного, юридичного, екологічного та інших. Це може бути пояснено тим фактом, що кожен текст є

прагматично спрямованим і має певну комунікативну мету. Значна кількість сучасних вчених досліджувала явище персуазивності (Н. Безменова, А. Данилова, О. Іссерс, М. Baker, М. Beck, Е. Bettinghaus, С. Liberm), персуазивних стратегій в політичному дискурсі (Н. Фрасинюк, Т. Юдина, J. Charteris-Black, G. Jowett), в рекламному та філософському дискурсі (Н. Безменова, О. Варнявська, Е. Карпова). В нашому дослідженні ми аналізуємо персуазивні стратегії в публіцистичному дискурсі, адже він якнайкраще відображає реалії сучасного світу. Федоренко С. сміливо стверджує, що “публіцистичний дискурс є потужним інструментом впливу на реципієнта та дієвим засобом передачі життя одного соціуму та культури іншому”[3, ст. 196].

Лінгвістичний аналіз засобів вербалізації персуазивного впливу на читачів сучасних статей ми можемо також розглядати з точки зору науки риторики, тому що, як відомо, саме ця дисципліна започаткувала мистецтво маніпуляції, а саме вміння за допомогою вербальних та невербальних знаків досягти конкретних цілей, закладених в ядро їх дискурсивного тексту. Зважаючи на те, що традиційна риторика базується на трьох стратегіях персуазивного впливу, виокремлених як ключові способи аргументації в риторичі (logos – апелювання до логіки, ethos – апелювання до моральних цінностей, pathos – апелювання до почуттів аудиторії), можна стверджувати, що ці основні персуазивні стратегії – пафос, логос та етос – співвідносяться з лінгвістичною теорією мовленнєвого впливу, під якою у цілому розуміють регуляцію однією людиною соціальної діяльності іншої людини за допомогою мовлення [4, с. 7]. На думку Селіванової О. теорію мовленнєвого впливу можна застосовувати у практичній діяльності людини та її кваліфікувати як напрям прикладної лінгвістики на межі з комунікативною лінгвістикою та психолінгвістикою[1, с. 695].

З метою застосування логосу в сучасних публіцистичних виданнях, авторам необхідно презентувати обґрунтовані та переконливі докази: факти, статистику, приклади тощо [5, с. 199]. На думку І. Сковронської, при застосуванні пафосу автор удається до несвідомого чи навмисного впливу на емоції людини, викликаючи ефект співчуття, переживання, захоплення, тощо [2, с. 32]. Стратегію етосу автор може використовувати задля підсилення авторитету та надійності, викликаючи довіру читачів цитуючи впливових особистостей.

Аналізуючи статті категорії “Ukraine invasion” сучасного британського видавництва “The Guardian”, ми фіксуємо стратегію пафосу в уривках з інтерв’ю з жителями окупованих областей України, викликаючи відчуття емпатії та суму.

Наприклад: “More than eight months after Kherson’s capture by Russian soldiers, the city is heavy and gloomy. Everything is frozen, hidden” [6]. В наведеному контексті автор навмисно застосовує метафоричні звороти називаючи місто “важким, похмурим”, а також наголошуючи, що все навколо “заморожене, сховане”. Ці прикметники відображають емоційний та моральний стан окупованого населення, змушуючи читачів співчувати та переживати той самий біль, що й сотні українців.

Дотримуючись персуазивної стратегії пафосу, автори цитували громадян України, волонтерів, активістів та державних діячів. Наприклад: “According to Natalia Bimbiratye, a Kherson region volunteer, forcibly evacuated residents are told to take with them only warm clothes, valuables and documents” [6]. В наведеному контексті ми фіксуємо поширення інформації з вуст волонтера з Херсону, що надає впевненість читачу в достовірності прочитаної інформації, адже це цитування не постороннього експерта, а людини, кому можна довіряти, адже вона переживає всі події на власному досвіді.

Наведення фактів та статичних даних слугували для поширення стратегії логосу в статтях британського видання The Guardian. Наприклад: “Ukraine’s authorities have

issued scheduled blackouts across the country in order to stabilise the grid, and 17 EU countries have sent 500 power generators to Ukraine to help ease the energy crisis” [8]. В наведеному фрагменті автор надає факти стосовно впровадження графіку вимкнення електроенергії, а також називає дані стосовно країн, які підтримують Україну в часи скрути та втрати електроенергії. Ця інформація в статті британського видавництва дозволяє читачам мати краще уявлення про справжній стан життя українців під час російської агресії.

В деяких фрагментах статей ми спостерігаємо поєднання всіх трьох стратегій для підсилення ефективності повідомлення статті. Наприклад: “As of Sunday evening, stabilisation blackouts continue in Kyiv and six regions, Ukraine’s president, Volodymyr Zelenskiy, said. Describing the situation as “really difficult” he said more than 4.5m Ukrainians – mostly in Kyiv and the surrounding region – were without electricity” [8]. В проілюстрованому уривку стратегія етосу демонструється завдяки цитуванню слів Президента України Володимира Зеленського, що переконує читачів, що ситуація є дійсно складною, якщо про це говорить лідер держави. Персуазивну стратегію логосу ми зафіксуємо в наданні статистичних даних для ознайомлення читачів видання про кількість людей без електрики в Києві. Завдяки опису ситуації як “дуже складної” застосовується стратегія пафосу з метою викликання емоцій співчуття та співпереживання в читачів статей іноземного видання.

Отже, механізмами реалізації персуазивного впливу на свідомість читачів слугують персуазивні стратегії, які з точки зору риторики передбачають сукупність таких ключових стратегій, як етос, пафос і логос. Дані стратегії є абсолютною необхідністю для кожного автора, який прагне поширити свою ідею серед громади.

ЛІТЕРАТУРА

1. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: Підручник. Полтава. Довкілля-К. 2008. 712 с.
2. Сковронська І. Ю. Етос, логос, пафос як базові модуси судової риторики античних часів. *Jurnal uljuridic national: theories i practica*. Nr. 1–1 (29). 2018. С. 29–33.
3. Федоренко С. В. Англomовний публіцистичний дискурс як соціокультурологічний лінгвістичний феномен сучасного комунікативного простору в перекладацькому аспекті. *Молодий вчений*. 2015. № 1(1). С. 194–196.
4. Федорів Я. Р. Маніпулятивна риторика: лінгвопрагматичний аналіз стратегій прихованого впливу. *Наукові записки НаУКМА*. Т. 111: Філологічні науки. 2010. С. 7–10.
5. Sakbanita R., Ginting P., Sili S., Setyowati R. The persuasive technique types in Donald Trump’s publicspeaking. *Jurnal Ilmu Budaya*. Vol. 3, No. 2. 2019. pp. 197–206.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. ‘A car goes by with a loudspeaker telling us to leave Kherson. We stay’. *The Guardian*. 2022. [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <https://www.theguardian.com/world/2022/nov/06/a-car-goes-by-with-a-loudspeaker-telling-us-to-leave-kherson-we-stay> (дата звернення 06.11.2022 р.).
2. Russian troops loot Kherson as lines redrawn ahead of final battle for city. *The Guardian*. 2022. [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <https://www.theguardian.com/world/2022/nov/05/ukraine-russian-troops-loot-kherson-as-lines-redrawn-ahead-of-final-battle-for-city> (дата звернення 06.11.2022 р.).
3. Occupied Kherson loses power, as Kyiv mayor urges residents to prepare for total blackouts. 2022. [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <https://www.theguardian.com/world/2022/nov/07/ukraine-occupied-kherson-loses-power-as-kyiv-mayor-urges-residents-to-prepare-for-total-blackouts> (дата звернення 07.11.2022 р.).