

УДК 811.111:81'(42+27)
DOI <https://doi.org/10.32838/2663-6069/2020.1-2/27>

Лисичкіна І. О.

Національна академія Національної гвардії України

Лисичкіна О. О.

Національна академія Національної гвардії України

АНГЛОМОВНИЙ НАРАТИВ «ПРОТИСТОЯННЯ ВІЙСЬКОВИХ США ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ»: ОСОБЛИВОСТІ СТАНОВЛЕННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ В МАС-МЕДІА

У статті окреслено особливості англомовної мас-медіа реалізації нарративу «Протистояння військових США пандемії коронавірусу» як частини стратегічного гранд-нарративу, пов'язаного з глобальними викликами пандемії коронавірусу. Наратив як міждисциплінарне поняття, яке привертає увагу науковців різних галузей, постає дієвим інструментом «системи розуміння інформації», яка створюється засобами стратегічних комунікацій та мас-медіа. Наратив є гіпертекстом будь-якого жанру, має широку функціональність та діалогічний характер, що сприяє активації інтертекстуальних зв'язків як між повідомленнями всередині одного нарративу, так і між нарративами, часто конкуруючими. Стратегічні нарративи використовуються наратором (комунікатором) як інструменти представлення власного вкладення подій з урахуванням власних інтересів організації та нав'язування певного розуміння цих подій. Специфіка досліджуваного нарративу пов'язана з тим, що він розвивається в реальному часі, ще не пройшов фільтрації часом і «правильним» розумінням ситуації, а отже, хоча й відповідає загальним принципам стратегічних нарративів силових структур, характеризується підвищеною емоційністю і необхідністю звернення до конкуруючих нарративів, з метою виправдовування певних дій та заперечення зниження боєготовності збройних сил. Доведено, що зовнішнє фокусування, вибір високопосадовців збройних сил США як мовців сприяє формуванню «системи розуміння інформації», бажаної для силових структур, та її нав'язування адресатові. Реалізація концептів РОДИНА, БЕЗПЕКА, ТУРБОТА розширює семантичне коло «свої» та поєднується з концептом ОБОВ'ЯЗОК, який лежить в основі стратегічного нарративу силових структур, серед іншого, шляхом апеляції до цінностей особистості, організації і суспільства у їх синергії. Досліджуваний нарратив є адресатоцентричним, чому сприяє семантична категорія «своє коло», як-то використання риторичного we у поєднанні з топосами ВІРИ В МАЙБУТНЄ та БАТЬКІВСЬКОЇ ТУРБОТИ.

Ключові слова: наратив, стратегічний наратив, концептуальна основа, топос, точка фокусування, система цінностей.

Постановка проблеми. Інформаційний простір сьогодення характеризується низкою особливостей, пов'язаних з особливостями сучасної комунікації, розвитком нових каналів передачі знання, обсягом інформації та доступом до неї, співіснуванням істини та фейків у дискурсі, що вимагає «системи розуміння інформації» [6]. Дієвими складниками цієї системи постають стратегічні нарративи, які дають соціальний план для розуміння та реагування на зміни ХХІ століття [4, с. 55], а «дослідження стратегічних нарративів надає можливість аналізу того, як автори соціальних взаємодій формують та просувають свої інтереси та цінності в глобальному міжнародному середовищі і як інші актори мають на них відповідати» [4, с. 55].

Наразі ми спостерігаємо становлення нового стратегічного нарративу, пов'язаного з глобальним викликом пандемії коронавірусу, який як гранд-нарратив формується в умовах емоційно навантажених комунікацій. Цей нарратив з часом пройде крізь лійку часових фільтрів, симпліфікації і навіть «правильного» розуміння ситуації та подій, тому звернення до особливостей його ініціального становлення, визначення точок фокусування, концептуальної основи, топосів та імплікатур є актуальним та значущим у контексті стратегічних комунікацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наратив постає у фокусі досліджень з історії, філософії, політології, соціології, психології,

філології тощо. Зокрема, наратив розглядається як складник дискурсивної реальності [1], як узагальнені моделі бачення світу [4, с. 56], як «герменевтичний імператив, необхідна передумова й найбільш дієвий інструмент людського розуміння й саморозуміння» [3, с. 67].

До наративу пандемії зверталися у межах дослідження того, як пандемії стають об'єктами пізнання в наративі, як наративи використовуються для передачі тимчасових та афективних якостей пандемії та сприяють тому, щоб адресати були «насторожені, але не тривожні» [7]. Дослідники наголошують, що наратив пандемії є як епідеміологічним, так і комунікативним і політичним феноменом [11, с. 4].

У царині лінгвістики гранд-наратив пандемії коронавірусу, його окремі компоненти – наративи та їхня комунікативна специфіка, не поставали об'єктом окремого дослідження, хоча визначення лінгвістичного аспекту цього наративу є значущим для розуміння механізму становлення наративу та його фільтрації.

Постановка завдання. Мета нашого дослідження полягає в окресленні особливостей англійської мас-медіа реалізації наративу «Протистояння військових США пандемії коронавірусу» як частини стратегічного гранд-наративу, пов'язаного з глобальними викликами пандемії коронавірусу. **Об'єктом** дослідження є англійський наратив «Протистояння військових США пандемії коронавірусу», який реалізується в мас-медіа. Матеріалом нашого дослідження постали мас-медіа публікації про військових США за період січень – березень 2020 року.

Виклад основного матеріалу. У цій роботі ми спираємося на широке розуміння стратегічних комунікацій як «практики навмисного та цілеспрямованого спілкування, яке комунікатор впроваджує в публічній сфері від імені суб'єкта комунікації для досягнення поставлених цілей» [9, с. 74].

Серед основних принципів стратегічних комунікацій є відповідність кожного повідомлення загальному наративу комунікативного суб'єкта та фреймування, оскільки фрейм – ментальний конструкт, який формує спосіб бачення світу, – «встановлюється в свідомості читача (або слухача, глядача тощо), майже неминуче веде цю людину до висновку, бажаного автором, і це блокує розгляд інших можливих фактів та тлумачень» [10, с. XV]. Фреймування зазвичай відбувається через мас-медіа, які створюють віртуальний світ, зазвичай яскравіший за реальність, на підґрунті когнітивної карти людської свідомості. Цей процес відбувається за допомогою відповідних наративів,

які транслюються через мас-медіа, хоча можуть бути як продуктом стратегічних комунікацій, так і створеними власне мас-медіа.

Наратив як «історія, яка пояснює дії суб'єкта для їх виправдовування перед певною аудиторією» [8], є історією послідовності подій, що мають значення для наратора та аудиторії [8], тому «для того щоб бути ефективними, наративи повинні як резонувати з основними цінностями аудиторії, так і виправдовувати переконливий опис причинно-наслідкових зв'язків, що об'єднують події разом в пояснювальній основі» [5, с. 5].

Зазвичай наратив складається з основного (вихідного) тексту (повідомлення) та семантично пов'язаних додаткових повідомлень. Наратив постає систематизованим гіпертекстом, об'єднаним певною подією / подіями або метою [2].

Мас-медіа наратив «Протистояння військових США пандемії коронавірусу» відповідає загальним принципам стратегічних наративів силових структур, які ми окреслювали в наших попередніх розвідках [2]: ретельне планування, значний вплив екстралінгвістичних чинників, фреймова будова взаємопов'язаних повідомлень, використання топосів корисності для суспільства, безпеки, реалізація імплікатури незамінності й безальтернативності силових структур для забезпечення безпеки суспільства, урахування цінностей адресата та загальноприйнятих цінностей суспільства.

Досліджуваний наратив характеризується зовнішнім фокусуванням, яке сприяє отриманню більшої довіри, коли підтримується та представляється точками фокусування видатних людей та експертів. Так, точкою фокусування в повідомленнях про сухопутні війська виступають міністр сухопутних військ та начальник генерального штабу, а комунікантами від військово-морських сил виступає командувач військово-морських операцій, які реалізують політику транспарентності дій командування та керівництва, надають свою «систему розуміння інформації» та структурують наратив.

В основі наративу «Протистояння військових США пандемії коронавірусу» лежать концепти РОДИНА, ТУРБОТА, БЕЗПЕКА, ЗАГРОЗА, ОБОВ'ЯЗОК. Концепт РОДИНА дозволяє окреслити коло «своїх» (*Army Secretary Ryan McCarthy said he employs the same safety practices in his own life that he is asking of soldiers* (1)) та реалізувати імплікатуру НАШІ РОДИНИ СХОЖІ (*“You go home and you really are limited where you and your family can go”, – McCarthy said. “Like, my wife and I go for a walk at night. And my daughter has to do classes online at home. When we go to the store, we*

put on safety gloves and we wipe all of our groceries down with Clorox wipes” (1)). Концепт ТУРБОТА вербалізується за допомогою комунікативних стратегій пояснення дій та підкреслення єдності (“*I went to New York City, because we sent soldiers there*”, – *McConville [the Army chief of staff] said. “And we should not send soldiers anywhere leaders are not willing to go*” (1)). Концепт БЕЗПЕКА має декілька рівнів реалізації і відповідає топосам БЕЗПЕКА СУСПІЛЬСТВА, ОСОБИСТА БЕЗПЕКА. Так, підкреслюється зв’язок безпеки особистості та безпеки нації (“*Because if we don’t have a healthy force, we can’t help the nation. We can’t defend the nation*” (1)) та важливості безпеки особистості та родини (*McConville repeatedly has spoken of creating “safety bubbles” around soldiers and their families to isolate them from the virus* (1)).

Довіра адресата до наративу вимагає звернення до проблемних та негативних фактів та подій. Так, концепт ЗАГРОЗА має реалізуватися в наративі. ЗАГРОЗА пов’язана не лише з пандемією, а й з її впливом на готовність збройних сил загалом (*Lt. Gen. R. Scott Dingle, the Army surgeon general, told reporters Thursday that he was “absolutely concerned” that coronavirus could damage the military’s readiness to accomplish its missions* (2)). Відповідно до принципів стратегічних комунікацій основною імплікатурою стратегічного наративу силових структур має залишатися МИ ГОТОВІ ЗАХИСТИТИ НАРОД та відповідний концепт ОBOB’ЯЗОК, причому наратив суттєво потерпає від конкуруючих наративів про зростання випадків зараження коронавірусом у військах, а отже, зниження боєздатності та загрозу безпеці нації. Реалізація концепту ОBOB’ЯЗОК конфліктує з концептом БЕЗПЕКА (особиста безпека), оскільки ОBOB’ЯЗОК є основою наративу силових структур (*Defense Secretary Mark T. Esper has insisted that the armed forces find a way to both protect troops from the rampaging virus while still performing the military’s essential operations* (4)).

Наратив «Протистояння військових США пандемії коронавірусу» є адресатоцентричним, чому сприяє семантична категорія «своє коло»: наприклад, використання риторичного *we* у поєднанні з топосами ВІРИ В МАЙБУТНЄ (“*It’s affecting everybody in your communities*”, – *McCarthy*

said. “You’ve really, really got to lean in as a result. We’re going to get through this, we’re going to get a vaccine, but on a very personal level, take care of yourselves” (1)) та БАТЬКІВСЬКОЇ ТУРБОТИ (“*The Department will take every step to ensure the wellness of our service members, civilians, contractors and families, while also safeguarding our national mission capabilities*”, – *the Pentagon said in a statement on Wednesday afternoon* (4)), а також звернення до громадян на кшталт “*We appreciate our citizens understanding as we protect operational security and our nation’s readiness*” (3) як пояснення необхідності припинити детальне повідомлення громадськості про кількість нових випадків коронавірусу у військових частинах.

Апеляція до цінностей в умовах становлення та розгортання гранд-нарративу, пов’язаного з глобальними викликами пандемії коронавірусу, передбачає наголошення на взаємозв’язку та невіддільності цінностей особистості та цінностей суспільства.

Висновки. Таким чином, наратив «Протистояння військових США пандемії коронавірусу», який розгортається в англійських мас-медіа, загалом відповідає загальним принципам стратегічних наративів силових структур, однак характеризується підвищеною емоційністю і необхідністю звернення до конкуруючих наративів з метою виправдовування певних дій та заперечення зниження боєздатності збройних сил. Зовнішнє фокусування, пряма мова високопосадовців збройних сил США сприяє формуванню «системи розуміння інформації», бажаної для силових структур, та її нав’язування адресатові. Реалізація концептів РОДИНА, БЕЗПЕКА, ТУРБОТА розширює семантичне коло «свої» та поєднується з концептом ОBOB’ЯЗОК, який лежить в основі стратегічного наративу силових структур, серед іншого, шляхом апеляції до цінностей особистості, організації і суспільства в їх синергії.

Подальше звернення до гранд-нарративу глобального виклику пандемії коронавірусу, а також його наративів, зокрема наративу силових структур, є перспективним, оскільки цей наратив активно формується та розвивається, проходить фільтрацію, як часову, так і за допомогою інструментів стратегічних комунікацій.

Список літератури:

1. Дьяковська Г. Наратив як складова дискурсивної реальності. *СХІД*. 2017. № 5 (151). С. 70–73. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Skhid_2017_5_13 (дата звернення: 02.04.2020).
2. Лисичкіна І. О. Мас-медійні особливості побудови ефективного наративу як інструмента стратегічних комунікацій. *Психолінгвістика*. 2019. Випуск 26 (2). С. 224–242. DOI: <http://doi.org/10.31470/2309-1797-2019-26-2>
3. Ожеван М. А. Глобальна війна гранд-нарративів у сучасні добу. *Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах* : монографія. Київ : Вадекс, 2019. С. 60–96.

4. Погорська І. І. Стратегічний наратив: науковий дискурс. *Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах*: монографія. Київ : Вадекс, 2019. С. 10–59.
5. Antoniadou A., O’Loughlin B., Miskimmon A. Great Power Politics and Strategic Narratives. Working Paper. No. 7. The Centre for Global Political Economy, University of Sussex, 2010. DOI: <http://doi.org/10.4324/9781315770734>.
6. Chomsky N. Talks at Google. Published 2 May, 2008. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=rnLWSC5p1XE#t=27m38s>. (дата звернення: 03.04.2020).
7. Davis M. “Is it Going to be Real?” Narrative and Media on a Pandemic. *Forum: Qualitative Social Research*. 2017. Vol. 18. 1. URL: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/2768>.
8. Denzin N. K. *Interpretive Biography*. Newbury Park, California, London : Sage, 1989. DOI: <https://dx.doi.org/10.4135/9781412984584>
9. Holtzhausen D., Zerfass A. Strategic Communication: Opportunities and Challenges of the Research Area. *The Routledge Handbook of Strategic Communication*. D. Holtzhausen & A. Zerfass (Eds). New York, London : Routledge, Taylor and Francis Group, 2015. P. 3–17.
10. Lakoff G. *The ALL NEW Don’t Think of an Elephant!: Know Your Values and Frame the Debate*. White River Junction, Vermont : Chelsea Green Publishing, 2014. 169 p.
11. *Pandemics, Publics, and Politics: Staging Responses to Public Health Crises*. Bjørkdahl K. & Carlsen B. (Eds.) London: Palgrave Pivot, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-981-13-2802-2>.

Джерела ілюстративного матеріалу:

1. Brook T. V. Coronavirus battle rips up soldiers’ playbook: forces Army to forget routines, focus on health. *USA TODAY*. 31.03.2020. URL: <https://www.usatoday.com/story/news/politics/2020/03/31/army-soldiers-focus-health-safety-amid-coronavirus/5097015002/> (дата звернення: 31.03.2020).
2. Brook T. V. Coronavirus cases continue to climb in military as all sailors on USS Theodore Roosevelt to be tested. *USA TODAY*. 26.03.2020. URL: <https://www.usatoday.com/story/news/politics/2020/03/26/coronavirus-navy-test-all-sailors-roosevelt-cases-grow/2920634001/> (дата звернення: 26.03.2020).
3. Dickstein C. Pentagon orders installations to stop reporting coronavirus cases as military-linked infections eclipse 1,000. *STARS AND STRIPES*. March 30, 2020. URL: <https://www.stripes.com/news/us/pentagon-orders-installations-to-stop-reporting-coronavirus-cases-as-military-linked-infections-eclipse-1-000-1.624244> (дата звернення: 30.03.2020).
4. Gibbons-Neff T., Cooper H., Schmitt E. U.S. Army Halts Training Over Coronavirus but Then Changes Its Mind. *The New York Times*. 26.03.2020. URL: <https://www.nytimes.com/2020/03/26/us/politics/coronavirus-military-defense-training.html> (дата звернення: 26.03.2020).

Lysyckina I. O., Lysyckina O. O. ENGLISH NARRATIVE “THE U.S. MILITARY STRUGGLE WITH CORONAVIRUS PANDEMIC”: FEATURES OF ESTABLISHMENT AND REALIZATION IN MASS-MEDIA

This article outlines the features of the English media realization of the U.S. military struggle with the coronavirus pandemic as a part of the strategic grand narrative related to the global challenges of the coronavirus pandemic. Being an interdisciplinary concept, that attracts the attention of scholars in various fields, narrative is an effective tool for the “system of understanding information”, which is created through the means of strategic communication and the media. Narrative is a hypertext of any genre, broad functionality and dialogical nature that facilitates the intertextual communication between messages within a narrative and between narratives that are often competing. Strategic narratives are used by the narrator (communicator) as a tool for presenting their own vision of events with the view of the organization interests and for forging a certain understanding of these events. The specificity of the analyzed narrative is related to the fact that it is developing in real time, has not yet been filtered through time and the “correct” understanding of the situation, and therefore, although meeting the general principles of strategic narratives of force structures, it is characterized by the increased emotionality and the need to address competing narratives, in order to justify certain actions and to counteract the information on the reduction of military readiness. It has been proven that external focalization point, the choice of senior U.S. Armed Forces leadership as speakers contribute to the formation of a “system of understanding information” that is desirable for force agencies and this system intrusion to the addressee. The implementation of the concepts of FAMILY, SAFETY, CARE extends the semantic circle of “our own” and is combined with the concept of DUTY, which underlies the strategic narrative of the force agencies, inter alia, by appealing to the values of the individual, organization and society in their synergy. The narrative under study is addressee-centric, which is facilitated by the semantic category “one’s circle”, such as the use of the rhetorical we in conjunction with the to poi FAITH IN THE FUTURE and PARENT CARE.

Key words: narrative, strategic narrative, conceptual framework, topos, focalization point, value system.