

*Посмітна Вікторія Віталіївна,*  
професор кафедри мовної підготовки  
Київського інституту Національної  
гвардії України, кандидат філологічних  
наук, доцент

## **ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ОБРАЗУ ЗАХИСНИКА В СУЧАСНОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ ПРОТИДІЇ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ ВІЙНІ**

Сьогодні, в умовах повномасштабних бойових дій на території нашої країни, змінюється і характер інформаційної війни – значно зростає роль медійної інформації та формується постійна потреба в її оновленні. Увага громадян до інформаційних повідомлень спонукає вітчизняні медіа не просто регулярно публікувати свіжі дані, а застосовувати такі комунікативні стратегії та засоби впливу на споживача інформації, які доводять свою ефективність у згуртуванні суспільства перед спільною небезпекою, формуванні активної громадянської позиції на основі спільних національних і суспільних цінностей.

Вітчизняні та зарубіжні лінгвісти активно вивчають мовний вплив у медійному дискурсі [3; 4 та ін.]. Науковці зосереджуються переважно на закономірностях і тенденціях мовного впливу, що характеризують публіцистичний дискурс у цілому. Тим часом важливо визначити комунікативні засоби, які будуть ефективними саме в умовах сьогодення.

Вибір комунікативних стратегій і тактик визначається основними цілями мовного впливу на читача. Медіа, висвітлюючи діяльність силових структур, здатні здійснювати не тільки інформаційний вплив, вони передусім покликані формувати громадянську позицію, позитивне ставлення до захисників, обґрунтовувати напрями державного розвитку, допомагати читачеві визначитися в базових категоріях «добро» – «зло», «свій» – «чужий», зрештою, впливати на зниження рівня напруги в суспільстві.

Мета цього дослідження – обґрунтувати пріоритетність комунікативної стратегії формування позитивного іміджу захисника в сучасному медійному дискурсі, визначити основні комунікативні тактики та ходи, що сприяють реалізації стратегії та забезпечують ефективність мовного впливу.

Комунікативну стратегію, погоджуючись із Л.М. Пелепейченко, розуміємо як основний підхід до реалізації комунікативного наміру, який визначає структуру повідомлення і забезпечує досягнення цілей. Комунікативну тактику – як сукупність конкретних засобів реалізації комунікативної стратегії, практичне здійснення стратегічних планів, сукупність комунікативних ходів [1].

Формування позитивного іміджу захисника – традиційно одна з основних комунікативних стратегій військових медіа, а сьогодні вона доводить свою ефективність у медійному дискурсі загалом. І концепт *захисник* з його основними компонентами змісту в етнічній картині світу – *сильний, свій, здатний і готовий захистити* [2] – має так само стати одним із ключових у вітчизняних медіа, поруч із концептами *Україна* та *перемога*.

Виявимо основні комунікативні тактики, що сприяють реалізації стратегії формування позитивного образу захисника, зазначимо комунікативні ходи.

Тактика моделювання образу захисника: розповіді про конкретних осіб, які стали втіленням основних рис *захисника*; асоціативний ряд з історичними героями, фольклорними та художніми персонажами; підкреслення відмінної риси захисника – підпорядкованості закону та обов'язку; підкреслення високого рівня професіоналізму захисників; демонстрування стійкості та витривалості сучасного захисника, його здатності долати труднощі; яскраві приклади героїзму і звитяги захисників; розповіді самих захисників; повідомлення про їхні інтереси; визначення основних рис захисника.

Тактика демонстрування професіоналізму сучасного захисника: пояснення ролі професіоналізму захисника для безпеки держави та суспільства; підтвердження професіоналізму сучасного захисника; демонстрування усвідомлення військовослужбовцями важливості вдосконалювати професійні якості; залучення до формування військової майстерності; апелювання до авторитету (цитування представників вищого керівництва, наведення їхніх висловів на підтвердження професіоналізму сучасного захисника); посилення впливу (повторення, урочисто-піднесений стиль оповіді); узагальнення.

Тактика зближення читача із захисником з опорою на базову категорію «свій / чужий»: розповіді про долі звичайних військовослужбовців (дитинство, мрії, служба), про особисті стосунки, про сім'ї захисників; створення образу *свого хлопця*; представлення спільних із читачем інтересів, думок, почуттів;

апелювання до загальнолюдських цінностей, до моральних якостей читача.

Загалом стратегія створення позитивного іміджу захисника спрямована на досягнення соціально значущих цілей: формування патріотизму та національної гідності, пропагування загальнолюдських цінностей, згуртування суспільства.

Важливість застосування цієї стратегії зумовлюється також медійним контекстом. Тривалий час вітчизняні медіа створювали, на жаль, такий образ силовика – військовослужбовця, правоохоронця, – який суперечив етнічним уявленням про сильного захисника. І тільки воєнна загроза та самовіддана боротьба українських військовиків – спочатку в АТО, ООС, тепер у найжорстокішій повномасштабній війні – спонукала представників медіа звернутися до відтворення етнічного сприйняття *захисника* як сильного, готового і спроможного дати відсіч агресору та, що не менш важливо, – свого, такого, який належить до *ми*-групи. Така тенденція до створення позитивного образу захисника існує у країнах Заходу, і науковці переконливо доводять позитивний вплив на соціум позитивного медійного іміджу захисника та силових структур загалом. І важливо, що така традиція вже існує у вітчизняних галузевих – військових і правоохоронних – виданнях [2].

Сьогодні одне з важливих завдань представників сил безпеки та оборони – активне сприяння впровадженню комунікативної стратегії формування позитивного іміджу захисника в дискурс вітчизняних і світових медіа.

### ***Список використаних джерел***

1. Комунікативні стратегії і тактики правоохоронців у сучасному соціальному контексті : монографія / Л.М. Пелепейченко, І.О. Лисичкіна, В.В. Посмітна та ін. ; за ред. д. філол. наук, проф. Л.М. Пелепейченко. Харків : Акад. ВВ МВС України, 2013. 220 с.

2. Посмітна В.В. Когнітивні та прагматичні особливості мовного впливу у військовому дискурсі : дис... канд. філол. наук : 10.02.01 – українська мова / Посмітна Вікторія Віталіївна. Харків, 2012. 200 с.

3. Почепцов Г.Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття : монографія. Київ : Видавн. дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 260 с.

4. Різун В.В. Теорія масової комунікації : підручник. Київ : ВЦ «Просвіта», 2008. 260 с.