

*Посмітна В. В.,**кандидат філологічних наук, доцент,**доцент кафедри правового забезпечення службово-бойової діяльності**Київського факультету**Національної академії Національної гвардії України*

КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ТА ТАКТИКИ МАС-МЕДІЙНОГО ДИСКУРСУ В АСПЕКТІ ПОТЕНЦІЙНОЇ ЗАГРОЗИ ДЕСТРУКТИВНОГО МОВНОГО ВПЛИВУ

Анотація. У статті порушено проблему потенційної загрози деструктивного мовного впливу мас-медіа. Визначено основні комунікативні цілі та схарактеризовано комунікативні можливості мас-медіа. З урахуванням цих чинників виявлено основні комунікативні стратегії мас-медіа, проаналізовано комунікативні тактики та обґрунтовано потенційні загрози деструктивного мовного впливу в їх використанні.

Актуальність дослідження зумовлена стрімким зростанням можливостей мас-медіа та викликами інформаційної агресії.

Деструктивний і недеструктивний мовний вплив розрізняється за критерієм моральності. Як деструктивний розглядається мовний вплив, націлений на шкідливі для адресата наслідки.

У виявленні комунікативних засобів здійснення деструктивного впливу в мас-медіа важливо враховувати їхні основні комунікативні цілі та можливості.

Як основні комунікативні цілі мас-медіа визначено: формування громадської думки, поширення певних ідей; оприлюднення важливої інформації; контролювання влади та держструктур, відстоювання прав громадян.

Увага звертається на такі комунікативні можливості мас-медіа: можливість швидкого поширення інформації; висвітлення суб'єктивних думок; популяризування певних політичних ідей; здійснення впливу на будь-яку ситуацію; здатність упливати на емоційну сферу.

Автор визначає можливі негативні наслідки інформаційного впливу, виділяючи основні комунікативні стратегії та тактики мас-медіа: стратегія формування громадської думки (тактики узагальнення, типізації, представлення позиції як єдино правильної, нав'язування думки, дискредитування іншої позиції); стратегія інформування громадськості про найбільш важливі події (тактики добирання та подавання інформації, послідовності викладення подій); стратегії формування та коригування картини світу (тактики руйнування та створення стереотипів, структурування концептосфери, пояснення змісту концептів, переконання, навіювання); стратегія критичного аналізу діяльності держструктур (тактики дискредитування владних структур і їх представників, оприлюднення неочікуваних даних, «викривання» справжніх мотивів діяльності); стратегія створення публічного іміджу певної організації, структури, окремої особи (тактики зближення, дистанціювання, дискредитування, створення ефекту присутності); стратегія популяризування політичних ідей (тактики перекручування інформації, варіювання обсягу інформації, дискредитування політичних опонентів, зіставлення ідей, оперування політичними гаслами та ін.); стратегія зацікавлення громадськості в отриманні інформації (тактики шокування адресата, тенденційного подавання інформації); стратегія емоційного впливу (тактики залякування, невинувачення, звинувачення, психологічного

тиску, шокуючих прогнозів, емоційного зараження, емоційного пригнічення логіки); стратегія маніпулювання, яка в мас-медіа може легко поєднуватися з усіма іншими комунікативними стратегіями та використовувати їх тактики з метою прихованого впливу.

Аналіз потенційних загроз мас-медіа впливу дозволяє стверджувати, що його ефективність залежить від загальних можливостей мас-медіа та від вибору комунікативних стратегій і тактик, а характер мовного впливу – деструктивний чи недеструктивний – визначається цілями суб'єкта впливу. Як перспектива дослідження розглядається визначення комунікативних стратегій і тактик протидії інформаційній агресії в мас-медіа.

Ключові слова: мас-медійний дискурс, комунікативна стратегія, комунікативна тактика, деструктивний мовний вплив.

Постановка проблеми. Сучасне інформаційне суспільство характеризується стрімким зростанням можливостей мас-медіа і посиленням їх впливу на свідомість і підсвідомість людини. Комунікативні стратегії ЗМІ можуть становити значну небезпеку в разі їх використання з метою інформаційної агресії. Загроза здійснення негативного інформаційного впливу мас-медіа на українське суспільство в умовах воєнного конфлікту зумовлює актуальність дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Можливості мас-медіа, їх вплив на свідомість особистості та на формування громадської думки спонукають науковців досліджувати комунікативні стратегії мас-медіа впливу, особливості мовного впливу засобів масової інформації [1–3 та ін.], зокрема й галузевих [3; 4], зосереджувати увагу на небезпечних результатах деструктивного та маніпулятивного мовного впливу [1–5 та ін.], аналізувати комунікативні чинники в аспекті інформаційної безпеки [6–9 та ін.].

В умовах інформаційної війни особливої уваги дослідників потребує деструктивний вплив мас-медіа. Безвідповідальна журналістика може відіграти основну роль у розпалюванні ворожнечі в суспільстві [7, с. 29], а недостатньо виважена інформація чи недостатньо коректне формулювання можуть стати предметом маніпулювання ворожих ЗМІ [там само, с. 33].

Зважаючи на виклики інформаційної війни та з метою протидії інформаційній агресії, необхідно з'ясувати, яку потенційну небезпеку становлять комунікативні стратегії і тактики, що застосовуються в мас-медіа дискурсі.

Метою статті є визначити комунікативні стратегії і тактики мас-медіа дискурсу та виявити потенційні загрози деструктивного мовного впливу в їх використанні.

Виклад основного матеріалу. Деструктивний і неструктуривний мовний вплив розрізняємо за критерієм моральності. Деструктивним вважаємо мовний вплив, націлений на шкідливі для адресата наслідки [3, с. 19].

У виявленні комунікативних засобів здійснення деструктивного впливу в мас-медіа важливо враховувати, по-перше, основні цілі їхньої діяльності, по-друге, комунікативні можливості, по-третє, комунікативні стратегії і тактики мас-медійного дискурсу. Визначимо та стисло схарактеризуємо всі ці чинники в аспекті потенційної загрози деструктивного мовного впливу.

Виділимо загальні **комунікативні цілі мас-медіа**.

Передусім це формування громадської думки, поширення певних ідей – загальна мета, що визначає інші цілі діяльності ЗМІ та комунікативні стратегії мас-медійного дискурсу. Здатність текстів мас-медіа інформативно впливати на систему оцінок і формування громадської думки, тобто здійснювати ідеологічний вплив на масову аудиторію, вважається однією з основних властивостей інфосфери.

Оприлюднення важливої інформації – це мета, що лежить на поверхні, і саме актуальної інформації очікує від мас-медіа пересічний громадянин. Ця мета підпорядковується попередній, оскільки представники ЗМІ самі вирішують, яку інформацію вважати важливою.

Контролювання влади, держструктур, відстоювання прав громадян – такі цілі своєї діяльності визначають самі журналісти, позиціонуючи мас-медіа як четверту владу, як з'єднувальну ланку між суспільством і керівництвом держави [7, с. 13]. Згідно з англо-американською теорією демократії, ЗМІ мають відігравати роль контролювальної влади [там само, с. 11].

Схарактеризуємо **комунікативні можливості мас-медіа**.

Можливість швидкого поширення інформації є однією з визначальних ознак мас-медійного дискурсу. Це, з одного боку, значно сприяє ефективності впливу, з іншого – викликає потребу в постійному оновленні інформації та якомога швидшому її оприлюдненні (щоб не втратила актуальності), а це, у свою чергу, викликає загрозу поширення неперевіраних, недостовірних даних.

Можливість висвітлення суб'єктивних думок. Саме ця характеристика відрізняє мас-медійний дискурс від наукового та офіційно-ділового, і саме вона становить основну загрозу у формуванні необ'єктивної оцінки явищ дійсності, а також накладає відбиток на інші властивості ЗМІ.

Можливість сучасних ЗМІ популяризувати ту чи іншу політичну ідею, громадську думку, формувати імідж певної структури або політичної сили. З урахуванням ознаки суб'єктивності відзначимо небезпеку популяризування деструктивних ідей і вчинків.

Мас-медіа можуть здійснювати вплив на будь-яку ситуацію, яку вони висвітлюють (зокрема й політичну). А враховуючи схарактеризовану вище ознаку оперативності, відзначимо значну загрозу деструктивного впливу, результатом якого можуть бути агресивні реакції, суспільні конфлікти.

Крім того, ЗМІ здатні впливати на емоційну сферу. Як відомо, коли вплив здійснюється і на логічному, і на емоційному рівні, він має значно вищу ефективність, ніж у разі його спрямування тільки на мисленнєву діяльність індивіда. У зв'язку з цим необхідно враховувати небезпеку зосередження на суто емоційному впливі, оскільки в такому разі реципієнт втрачає здатність об'єктивно оцінювати явище або подію.

З урахуванням окреслених позамовних цілей і комунікативних можливостей ЗМІ визначимо загальні **комунікативні стратегії мас-медійного дискурсу** та схарактеризуємо їх так-

тики в аспекті потенційної небезпеки деструктивного мовного впливу.

Стратегія формування громадської думки полягає в реалізації основної мети діяльності мас-медіа і є визначальною, їй підпорядковуються інші комунікативні стратегії.

Виділимо найбільш поширені комунікативні тактики в межах цієї стратегії та окреслимо можливі негативні наслідки інформаційного впливу.

Тактика узагальнення. Як потенційні загрози застосування цієї тактики визначимо ймовірність виведення узагальнень із недостатньої кількості фактів, недостовірність самих фактів, можливість підміни тези або необ'єктивності в добиранні аргументів – такі логічні невідповідності призводять до формування думки, яка не відповідає дійсності.

Тактика типізації. Ця тактика містить загрозу подавання одиничних фактів або вчинків як типових для певної особи, організації, держави.

Тактики представлення позиції як єдино правильної, нав'язування думки. Із ними пов'язані загрози однобічності у висвітленні проблеми, неможливості довести іншу думку.

Тактика дискредитування іншої позиції. Викривлення інших думок, наклеювання ярликів – усе це спричиняє негативне сприйняття певної позиції та загалом інформації, яка її висвітлює.

Стратегія інформування громадськості про найбільш важливі події. Схарактеризуємо тактики, що застосовуються в межах цієї стратегії.

Тактика добирання інформації. Необережне або несвідоме використання інформації містить небезпеку оприлюднення секретних даних, замовчування важливих фактів, зосередження уваги на другорядних явищах, також існує загроза оприлюднення даних, що характеризують об'єкт уваги тільки з одного боку – позитивного або негативного.

Тактика подавання інформації. Упереджене висвітлення подій (а суб'єктивність є однією з визначальних ознак мас-медійного дискурсу) може спричинити представлення інформації як достовірної або як сумнівної, а подання фактів у такому контексті, який закріпить за ними певні асоціації, додасть невласливих характеристик.

Тактика послідовності викладення подій. З нею пов'язана загроза необ'єктивного сприйняття інформації: втрати причинно-наслідкового зв'язку, зосередження уваги тільки на подіях, що подаються на початку інформування, та, як результат, викривлення дійсності у сприйнятті адресата.

Будь-яка необережність або упередженість в оприлюдненні інформації може спричинити конфлікт у суспільстві. А в країні, що бере участь у збройному конфлікті, необережне поводження з інформацією може становити загрозу для всього суспільства, для держави загалом.

Стратегія формування, коригування картини світу.

Через індивідуальну картину світу, як відомо, здійснюється вплив на етнічну картину світу і навпаки. Прагнучи вплинути на картину світу окремої особистості, мас-медіа, з одного боку, виявляють основні світоглядні особливості цільової аудиторії та намагаються здійснити корекцію картини світу відповідно до мети впливу, а з іншого боку, через індивідуальну картину світу прагнуть здійснювати вплив на етнічну.

Виділимо основні комунікативні тактики в межах цієї стратегії.

Тактика руйнування та створення стереотипів. Застосування цієї тактики приховує загрозу руйнування картини світу, втрати світоглядних орієнтирів.

Тактика структурування концептосфери. З її застосуванням існує небезпека руйнування зв'язків у межах певної концептосфери чи картини світу загалом, загроза втрати системності мислення, розсосередження думок.

Тактика пояснення змісту концептів. Із використанням цієї тактики пов'язана ймовірність надання відомому вже концепту невластивих йому елементів змісту, невідповідності попередніх уявлень індивіда з уявленнями, нав'язуваними мас-медіа.

Тактика переконання. Вона становить найменшу потенційну загрозу, але з урахуванням можливостей варіювання інформації та емоційного впливу так само може зашкодити адекватному сприйманню дійсності.

Тактика нав'ювання характеризується впливом на підсвідомість і орієнтована на некритичність сприйняття інформації. Мас-медіа можуть представити певні індивідуальні погляди як елементи етнічної картини світу, притаманні кожному представнику нації, і таким чином навіть потрібні думки. Наприклад, навіюється думка, що *всі ми*, українці, розуміємо певне явище саме так, а не інакше, і адресат починає за аналогією сприймати таку думку як *свою*.

Стратегія критичного аналізу діяльності держструктур пов'язана з прагненням мас-медіа контролювати владу.

У реалізації стратегії застосовується передусім тактика дискредитування владних структур і їх представників, з нею пов'язані тактика оприлюднення неочікуваних даних і тактика «викривання» справжніх мотивів діяльності. Із застосуванням цих тактик пов'язана небезпека витіку секретної інформації, розголошення якої становить загрозу для суспільства, а через оприлюднення даних особистого характеру можна завдати моральної шкоди окремим особам, їхнім рідним і близьким. До того ж існує небезпека за незначними подробицями втратити важливу інформацію. Існує також імовірність невмотивованих висновків (за окремим, можливо, нетиповим фактом складається враження про всю структуру або про владу загалом).

Стратегія створення публічного іміджу певної організації, структури, окремої особи. У формуванні позитивного чи негативного іміджу застосовуються здебільшого тактики, пов'язані з емоційним впливом.

Тактика зближення сприяє створенню позитивного іміджу, оскільки об'єкт починає сприйматися як *свій*, а отже, менш критично і менш об'єктивно.

Тактика дистанціювання спричиняє формування негативного іміджу через недовіру, сприйняття об'єкта як *чужого*, а отже, небезпечного, ворожого. Відповідно, з недовірою, негативно починає сприйматися будь-яка інформація, пов'язана з ним.

Тактики дискредитування, формування негативних суджень. Негативний імідж створюється через навішування ярликів, застосування емоційно-експресивної лексики з негативним забарвленням, особливо зневажливо-іронічних зауважень, а отже, існує загроза упередженого сприйняття об'єкта і неможливості подальшого коригування його іміджу, оскільки імідж сформований на емоційному рівні, і надалі все, що пов'язане з цією структурою чи особою, сприйматиметься негативно.

Тактика створення ефекту присутності: адресат впливу переконаний, що він самостійно робить об'єктивні висновки, проте існує загроза демонстрування суб'єктом впливу нетипових явищ, нав'язування необґрунтованих висновків.

Стратегія популяризування політичних ідей тісно пов'язана з попередньою. Реалізується в комунікативних тактиках, спрямованих як на логічний, так і на емоційний рівень сприйняття.

Передусім це тактики перекручування інформації, варіювання обсягу інформації. Із цим пов'язана небезпека дезорієнтування громадян у політичному житті держави, приховування справжніх причин і наслідків політичної боротьби.

Тактика дискредитування політичних опонентів. У її застосуванні існує реальна небезпека роздмухування конфліктів, розпалювання ворожнечі в суспільстві.

Тактика зіставлення ідей: змалювання позитивних перспектив утілення однієї ідеї та негативних перспектив реалізування іншої. Використання цієї тактики приховує небезпеку необґрунтованого переконання в правильності тих чи інших рішень. А застосувавши як допоміжну тактику згущування фарб, можна перетворити будь-яку ідею на рятівну або нищівну.

Тактика оперування політичними гаслами. Вплив здійснюється передусім на емоційному рівні, а тому існує небезпека втрати критичності мислення.

У реалізуванні стратегії популяризування політичних ідей так само активно застосовуються схарактеризовані раніше тактики зближення та дистанціювання, і їх використання так само здатне спричинити упереджене негативне або позитивне ставлення до певної ідеї.

Стратегія зацікавлення громадськості в отриманні інформації. Для того щоб якомога більше громадян ознайомилися з тією інформацією, що допоможе сформуванню в них певну думку, подається повідомлення, яке приверне увагу більшості. Застосовуються комунікативні тактики привернення уваги.

Передусім це тактика шокування адресата, вона зазвичай пов'язана з небезпечними прийомами гіперболізації, спекулювання на відомих іменах і подіях, усе це спричиняє дезінформування та невинувачення на адресу окремих осіб або цілих структур.

Тактика тенденційного подавання інформації. Небезпечними є характерні для неї прийоми нелогічного поєднання непов'язаних між собою фактів, невинувачення, викривлення змісту понять і причинно-наслідкових зв'язків – такі прийоми здатні призвести до неадекватного сприйняття дійсності, до закріплення невинувачених асоціацій.

Стратегія емоційного впливу тісно пов'язана з попередніми. Вона дозволяє здійснювати більш ефективний вплив на свідомість і підсвідомість, формувати більш стійкі стереотипи, асоціації та переконання, допомагає коригувати світоглядні орієнтири.

Мас-медіа, на жаль, часто спекулюють почуттями відповідальності, патріотизму громадян, а враховуючи, що найсильнішою емоцією є страх, намагаються викликати це відчуття за допомогою тактик залякування, невинувачення, психологічного тиску, шокуючих прогнозів, емоційного зараження, емоційного пригнічення логіки. Новини часто схожі на кримінальні репортажі, вони нерідко, на жаль, містять деталізовані сцени вбивств і насильства.

У зв'язку із цим існує небезпека як на особистісному рівні (втрата критичності мислення, нестійкість психіки, агресивність), так і на рівні суспільства (виникнення або загострення конфліктів, агресія по відношенню до певних структур або ідей, ускладнення криміногенної ситуації, оприлюднення інформації, яка становить загрозу для суспільства).

Стратегія маніпулювання становить найбільшу небезпеку в аспекті інформаційної агресії. В мас-медіа маніпулювання може легко поєднуватися з усіма іншими комунікативними стратегіями. Її застосування робить небезпечним будь-який вплив, оскільки його наслідки можуть бути непередбачуваними. Кожна з визначених стратегій може мати маніпулятивний

характер, і це прослідковується в багатьох схарактеризованих тактиках. Визначальною ознакою маніпулювання є його прихований характер – будь то приховування інформації (викривлення, вибірковість, підтасовування фактів) чи приховування істинних намірів.

Висновки. В умовах інформаційного суспільства не можна ігнорувати комунікативні цілі, можливості та стратегії інфосфери. Їх усвідомлення є важливою умовою успішної протидії деструктивному впливу мас-медіа.

Аналіз потенційних загроз мас-медійного впливу дозволяє стверджувати, що його ефективність залежить від загальних можливостей мас-медіа та від вибору комунікативних стратегій і тактик, а характер мовного впливу – деструктивний чи недеструктивний – визначається цілями суб'єкта впливу. В умовах інформаційної війни важливо усвідомлювати небезпеку застосування різних комунікативних стратегій і тактик ЗМІ з метою інформаційної агресії – відкритої або прихованої – проти країни, окремої особи чи певної структури. Суспільству необхідно бути готовим до протидії деструктивному впливу ЗМІ – вітчизняних чи іноземних, – що діють упереджено в гонитві за сенсаціями або орієнтовані на продукування негативних інформаційних повідомлень.

Визначення комунікативних стратегій і тактик протидії інформаційній агресії в мас-медіа розглядаємо як **перспективу дослідження**.

Література:

1. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Москва : Эдиториал УРСС, 2002. 426 с.
2. Різун В.В., Непийвода Н.Ф., Корнєєв В.М. Лінгвістика впливу : монографія. Київ : Видавн.-поліграф. центр «Київський університет», 2005. 148 с.
3. Пелепейченко Л.М., Посмітна В.В. Мовний вплив у військовому дискурсі : монографія. Харків : Національна академія НГУ, 2014. 150 с.
4. Комунікативні стратегії і тактики правоохоронців у сучасному соціальному контексті : монографія / за ред. д-ра філол. наук, проф. Л.М. Пелепейченко. Харків : Акад. ВВ МВС України, 2013. 220 с.
5. Посмітна В.В. Класифікація видів мовного впливу як проблема лінгвістичних досліджень. *Культура народів Причорномор'я : научний журнал*. Симферополь : Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского ; Межвузовский центр «Крым», 2012. № 243. С. 167–172.
6. Горбань Ю.О. Інформаційна війна проти України та засоби її ведення. *Вісник Національної академії державного управління при Президенті України*. 2015. № 1. С. 136–141.
7. Масс-медиа, сектор безопасности и власть. Роль новостных средств массовой информации в контроле и подотчетности сектора безопасности : научное пособие. Київ : Ін-т журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2005. 280 с.
8. Почепцов Г.Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття : монографія. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 260 с.
9. Почепцов Г.Г. Росія і Україна у співставленні їх комунікативно-пропагандистських можливостей. URL: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/33291>.

Posmitna V. Communicative strategies and tactics of mass media discourse in terms of the potential threat of destructive speech influence

Summary. The article is devoted to problem of potential threat of destructive speech influence of the mass media.

The main communicative goals are defined and the communicative abilities of the mass media are characterized. Taking into account these factors, the main communication strategies of the mass media discourse are identified, the communication tactics are analyzed, and the potential threats of destructive speech influence during their use are substantiated.

The relevance of the study is determined by the rapid growth of the possibilities of the mass media and the challenges of information aggression.

Destructive and non-destructive speech influence varies according to the criterion of morality. A destructive speech influence is considered as aimed at harmful consequences for the addressee.

Identifying communicative means of destructive influence realization in the media, it is important to consider their main communicative goals and capabilities.

The main communicative goals of the media are: the formation of public opinion; the dissemination of certain ideas; publicizing important information; control of government and government agencies, upholding the rights of citizens.

Attention is drawn to the following communication capabilities of the media: the ability to disseminate information quickly; coverage of subjective opinions; popularizing certain political ideas; influence any situation; ability to influence the emotional sphere.

The author identifies the possible negative consequences of information influence, highlighting the main communication strategies and media tactics: strategy of public opinion formation (tactics of generalization, typification, presentation of the position as the only correct one, imposing thought, discrediting another position); strategy of informing the public about the most important events (tactics of selection and presentation of information, sequence of events); strategies for shaping and adjusting the picture of the world (tactics of destruction and stereotyping, structuring the concept sphere, explaining the content of concepts, beliefs, suggestions); strategy of critical analysis of the activities of state structures (tactics of discrediting the power structures and their representatives, making public unexpected data, “exposing” the true motives of activity); strategy of creating a public image of a certain organization, structure, and individual (tactics of rapprochement, distancing, discrediting, creating the effect of presence); strategy of popularizing political ideas (tactics of distorting information, varying the amount of information, discrediting political opponents, comparing ideas, operating with political slogans, etc.); strategy of awakening public interest in obtaining information (tactics of shocking the addressee, tendentious presentation of information); strategy of emotional impact (tactics of intimidation, unjustified accusation, psychological pressure, shocking predictions, emotional infection, emotional suppression of logic); a manipulation strategy, which can be easily combined with all other communicative strategies and use their tactics for the purpose of hidden influence in the media.

The analysis of potential threats of mass media influence confirms that its effectiveness depends on the general possibilities of the mass media and on the choice of communication strategies and tactics, and the nature of the information influence – destructive or non-destructive – is determined by the goals and subject of influence. The definition of communication strategies and tactics of countering information aggression in the media is considered to be the prospect of research.

Key words: mass media discourse, communicative strategy, communicative tactics, destructive speech influence.