

*Нестерчук К. М.,**асистент кафедри романо-германської філології та професійної комунікації
Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка
<https://orcid.org/0009-0002-9689-5824>*

ВІЙСЬКОВИЙ МЕДІАДИСКУРС У СИСТЕМІ СУЧАСНИХ ІНСТИТУЦІЙНИХ ДИСКУРСІВ

Анотація. У статті обґрунтовано статус військового медіадискурсу як різновиду інституційного дискурсу та окреслено його конститутивні ознаки. Проаналізовано основні підходи до тлумачення понять «дискурс», «інституційний дискурс», «медіадискурс» і «військовий медіадискурс». Особливу увагу зосереджено на інституціоналізації як ключовому аспекті структурної організації комунікативної взаємодії у військовій сфері. Військовий медіадискурс інтерпретовано як форму публічної комунікації, що реалізується в межах взаємодії військової та медійної інституцій і характеризується виразною прагматикою, яка виявляється в цілях, стратегіях і тактиках інформаційного впливу на масову аудиторію. У результаті екстраполяції елементів інституційного дискурсу на військовий медіадискурс виокремлено такі його інваріантні ознаки: ієрархічна система учасників комунікації (інституція – медіа – суспільство); відносна відкритість хронотопу за умови контрольованого оприлюднення інформації; прагматична спрямованість (реалізація функцій інформування, легітимації, мобілізації); конструювання опозиції «свої – чужі»; інтердискурсивний характер стратегій і тактик, тем і жанрів комунікативної взаємодії; актуалізація прецедентних текстів та використання дискурсивних формул і трафаретних мовних конструкцій, які забезпечують інституційну впорядкованість комунікації. Аргументовано, що військовий медіадискурс не є механічною трансляцією військового дискурсу в публічному інформаційному просторі, а постає когнітивно-прагматичним виміром інтерпретації воєнної дійсності. Окреслено перспективи подальших досліджень, пов'язаних із аналізом лексико-семантичних маркерів та когнітивно-дискурсивних механізмів конструювання образу союзника і ворога в англійських медіанаративах.

Ключові слова: медіадискурс, інституціоналізація, інституційний дискурс, військовий медіадискурс, інтердискурсивність.

Постановка проблеми. Сучасний медіапростір характеризується посиленою інституціоналізацією комунікації. ЗМІ оперативно реагують на соціальні, політичні та культурні трансформації, відображаючи їх у мовних і позамовних засобах дискурсу. У цьому контексті формується особливий тип комунікативної діяльності – медіадискурс, який функціонує в межах відповідних соціальних інститутів як когнітивно-прагматичний простір інформаційно-комунікативної реалізації.

Важливе місце в системі інституційних дискурсів посідає військовий медіадискурс, що репрезентує в масовій комунікації сферу військової діяльності. Відображаючи події, пов'язані з воєнними діями, збройними конфліктами, обороною, безпекою, загрозами тощо, військовий медіадискурс набуває вираз-

ного прагматичного спрямування, реалізуючи власні цілі, стратегії і тактики інформаційного впливу на суспільну свідомість. У зв'язку з цим визначення типологічних ознак військового медіадискурсу та окреслення його меж серед інших інституційних дискурсів є актуальним і перспективним завданням сучасних гуманітарних і суміжних досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Упродовж останніх десятиліть на тлі глобальних політичних трансформацій і збройних конфліктів дискурс, інституційний дискурс, медіадискурс і військовий медіадискурс неодноразово був об'єктом наукових студій як українських, так і зарубіжних дослідників: Г. Почепцова, Ф. Бацевича, А. Загнітка, О. Балабан, А. Приходька, І. Мірошниченко, В. Погонєць, Т. ван Дейка, Н. Ферклафа, Д. Шиффрін, Н. Філіппса, Т. Лоуренса, С. Гарді, Н. Васти та ін. Наразі у межах типології інституційного дискурсу науковці виокремлюють різні його види, що корелюють зі сферою функціонування, цілями комунікації і статусно-рольовими характеристиками учасників. Одним із таких різновидів є військовий дискурс, який, реалізуючись у площині медіакомунікації, набуває особливих характеристик, які потребують чіткої наукової диференціації.

Метою статті є теоретичне обґрунтування статусу військового медіадискурсу як різновиду інституційного дискурсу, визначення його місця в системі сучасних інституційних дискурсів та окреслення його інваріантних і гібридних ознак.

Виклад основного матеріалу. У сучасних студіях науковий інтерес до феномена дискурсу зумовлений його багатовимірністю і складністю трактування самого поняття, про що свідчить наявність різних визначень лише в межах лінгвістики. Теоретичним підґрунтям нашого дослідження є тлумачення українського вченого Ф. Бацевича, який пояснює дискурс як «тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, мовленнєвий потік, що має різні форми вияву (усну, писемну, паралінгвальну), відбувається у межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями і тактиками учасників; синтез когнітивних, мовних і позамовних (соціальних, психічних, психологічних тощо) чинників, які визначаються конкретним колом «форм життя», залежних від тематики спілкування, має своїм результатом формування різноманітних мовленнєвих жанрів» [1, с. 138].

Зауважуємо, що наразі в наукових розвідках дедалі частіше фігурують поняття «медіатизоване суспільство» та «медіатизована особистість», що спричинено посиленням ролі ЗМІ у соціальній інтеракції. У зв'язку з цим «комунікація за допомогою модерних медіа не лише викликала стійкий інтерес із боку ученої спільноти, але й сформувала новітню дослідницьку

парадигму, яка розглядає мас-медійний дискурс як міждисциплінарну область дослідження, що включає аналіз мовних особливостей, соціальних, психологічних, комунікативних, культурних, економічних, правових, філософських, політичних, просвітницьких, інформаційних та інших проблем, пов'язаних із метою та завданнями функціонування цього дискурсу. Для сучасного мовознавства важливою проблемою стала класифікація мас-медійного дискурсу» [2, с. 227].

Однак, простежуємо, що тлумачення терміна «медіадискурс» теж викликає труднощі, оскільки українські дослідники (Л. Шевченко, Д. Дергач, Д. Сизонов) здебільшого трактують це поняття як дискурс засобів масової інформації, а зарубіжні науковці (Г. Кресс і Т. ван Леувен, Дж. Лемке, В. Ліберт і Т. Меттен) «розуміють під *медіадискурсом* дискурс як телебачення, газет, реклами (тобто ЗМІ), так і різноманітних інтернет-джерел, соціальних медіа, розважальних продуктів (телешоу, фільмів) тощо» [3, с. 108–109].

Ключовою для нашого дослідження є дефініція терміна «медіадискурс» у довіднику «Медіалінгвістика: словник термінів і понять»: «це тип мовленнєвої діяльності в медіа, спроектований на інформування аудиторії щодо різних сфер суспільного життя засобами масової комунікації (через телебачення, радіо, Інтернет, друковану пресу та ін.). Прийнято диференціювати, напр., політичний, культурний, науковий, спортивний та ін. медіадискурси, що можуть відрізнитися специфікою апеляції до мовної свідомості реципієнта, її лінгвальними й екстралінгвальними характеристиками, потенційним результатом» [4, с. 96].

У межах нашої статті військовий медіадискурс розуміємо як інституційно зумовлений вид медіакомунікації, що репрезентує військову сферу через систему закріплених мовних стратегій і тактик, моделей інтерпретації, спрямованих на формування суспільного уявлення про війну, суб'єктів конфлікту, безпекові та оборонні процеси тощо.

Українська дослідниця особливостей англomовного військового дискурсу В. Погонєць, узагальнюючи найширшу таксономію дискурсу І. Шевченко та О. Морозової, за соціально-ситуативним параметром диференціює «політичний, адміністративний, юридичний, військовий, релігійний, медичний, діловий, рекламний, педагогічний, спортивний, науковий, медійний (дискурс засобів масової інформації), електронний (інтернет-дискурс), тощо» [5, с. 68]. Відтак, це свідчить про те, що в медійному просторі військовий дискурс не існує ізольовано, а взаємодіє з іншими видами інституційних дискурсів, що зумовлює його гібридний характер. Проте така міждискурсивність не нівелює автономності військового медіадискурсу, а, навпаки, актуалізує потребу окреслення його інваріантних ознак.

Погоджуємось із думкою сучасних науковців, які наголошують на приналежності медіадискурсу до «інституційного (або, по-іншому, статусно-орієнтованого) типу дискурсу, який являє собою спілкування людей у певних статусно-рольових відносинах із заданими рамками, та виділяється на підставі двох ознак: цілі та учасників спілкування; мовець у даному типі дискурсу виступає не як особистість чи індивідуум, а як представник тієї чи іншої соціальної групи, відповідно, отримувачем повідомлення виступає ця соціальна група, а саме повідомлення несе не лише когнітивну інформацію, а й характеризується певною сукупністю завдань» [6, с. 67].

У працях із сучасної когнітивної лінгвістики та дискурсології, інституції дедалі частіше аналізують не як статичні соціальні структури, а як утворення, що реалізуються через дискурс. Згідно з дискурсивним підходом зарубіжних науковців Н. Філліпса, Т. Лоуренса та С. Гарді, інституції не передують комунікації, а, навпаки, є її результатом, закріплюючись через повторювані смислові структури, способи інтерпретації та види мовленнєвої та соціальної взаємодії. Важливо підкреслити, що «інституції конституюються через дискурс, і підґрунтям інституціоналізації є не сама дія як така, а тексти, які описують і комунікують ці дії. Саме через тексти інформація про дії широко поширюється і починає впливати на дії інших» [7, с. 635]. Тож тексти уможливають усталення певних значень і соціальних ролей, завдяки чому окремі дискурсивні практики набувають статусу інституційно закріплених.

У цьому контексті варто взяти до уваги ідею Н. Ферклафа, який наголошує, що дискурс формує власні конвенції, а «соціальна інституція є апаратом вербальної взаємодії або «порядком дискурсу»... Кожна інституція має власний набір мовленнєвих подій, власні диференційовані ситуації та сцени, власний склад учасників і власні норми їх поєднання... Інституцію слід розглядати як таку, що водночас уможлиблює і обмежує соціальну дію своїх членів: вона надає їм рамку для дії, без якої вони не могли б діяти, але водночас окреслює їх дію межами цієї рамки» [7, с. 638]. Відтак, дискурс постає засобом репрезентації реальності і механізмом її соціального конструювання: він визначає допустимі способи комунікації, мислення й дії, водночас обмежуючи альтернативні інтерпретації. Інституції, таким чином, є відносно сталими «порядками дискурсу», що регулюють комунікативну поведінку учасників у межах певних соціальних сфер. У військовому медіадискурсі такий «порядок дискурсу» визначає можливі способи спілкування про війну, ворога, союзника, безпеку, загрозу, формуючи специфічний комунікативний простір, у межах якого здійснюється інтерпретація воєнної реальності.

Сучасні українські дослідники також наголошують, що «різні види дискурсів вступають у взаємодію один з одним і зумовлюють складний діалогічний процес інтердискурсивності. Будь-яке спілкування зумовлене певними функціями. Галузева комунікація є спілкуванням, що зумовлене соціальними функціями партнерів, а також регламентоване за змістом і за формою; це спілкування, в якому принаймні один з учасників – представник соціального інституту. Соціальний інститут відрізняється від таких утворень, як соціальна група, колектив, мала група, тим, що комуніканти, які належать до нього, мають певний статус, сукупність ролей, а також їхня комунікативна поведінка визначається стандартами та соціальними нормами» [8, с. 142]. Важливо, що не всі «продукти» дискурсу є інституціями, і не все соціально сконструйоване автоматично інституціалізується. «Те, що відрізняє інституції від інших соціальних утворень, конституюваних у дискурсі, – це саморегулятивні, соціально сконструйовані механізми, які забезпечують їхнє застосування» [7, с. 638].

Зрештою, інституції реалізуються «насамперед через продукування текстів, а не безпосередньо через дії. Дії не забезпечують можливості множинних прочитань багатьма індивідами, що є необхідним для трансляції організаційних ідей у просторі й часі. Натомість тексти таку можливість забезпечують <...>, дають змогу думкам і діям виходити за

межі «сутнісно транзиторного характеру соціальних процесів» і перетинати «відокремлені та різноманітні локальні контексти» <...>. Інакше кажучи, дії можуть становити підґрунтя інституціоналізованих процесів, але будучи спостереженими та інтерпретованими, зафіксованими на письмі чи в мовленні або зображеними в інший спосіб, вони породжують тексти, які опосередковують зв'язок між дією і дискурсом. Відповідно, ми стверджуємо, що інституції конституюються структурованими сукупностями текстів, які існують у певному просторі та продукують соціальні категорії й норми, що формують людське мислення і поведінку» [7, с. 638]. Отож інституціоналізація комунікації у медіапросторі виявляється передусім через усталення текстових моделей, що відтворюють соціально схвалені способи інтерпретації воєнної дійсності.

Відтак, в інституційній комунікації простежується рольовий характер і шаблонність, і «саме трафаретність спілкування принципово відрізняє інституційний дискурс від персонального. Специфіка інституційного дискурсу розкривається в його типі, себто в типі суспільного інституту, який у колективній мовній свідомості позначений особливим іменем, узагальнений у ключовому концепті цього інституту (політичний дискурс – влада, педагогічний дискурс – навчання, релігійний – віра, юридичний – закон тощо), пов'язаний із певними функціями людей, спорудами, що побудовані для виконання цих функцій, суспільними ритуалами та поведінковими стереотипами, а також текстами, що творяться в цьому соціальному формуванні» [8, с. 143].

Таким чином, «дискурсивні практики та стратегії, безумовно, реалізуються у певних сферах людського життя, які мають усталені ознаки тих чи інших комунікативних сфер. І коли ці сфери знаходять відображення у медійному дискурсі, а сучасні ЗМІ, як відомо, можуть торкнутися будь-яких відомих сфер, то в медіадискурсі дані сфери та притаманні їм усталені риси, отримують певні прагматичні, стилістичні, функціональні особливості» [6, с. 70]. У цьому контексті військовий медіадискурс є особливим простором взаємодії медійної та військової інституцій, у межах якого репрезентується та інтерпретується воєнна реальність.

Військовий медіадискурс, як і будь-який інший різновид інституційного дискурсу, має певний спектр конститутивних ознак за усіма компонентами структури дискурсу, серед яких сучасні дослідники виокремлюють такі: учасники комунікативної взаємодії, хронотоп, цілі, цінності, стратегії, матеріал (тематика), різновиди і жанри, прецедентні (культурогенні) тексти, дискурсивні формули [9, с. 18].

Сучасні науковці резюмують: в основі інституційного дискурсу є «дві складові – це лінгвістичний компонент (текст) і екстралінгвістичний компонент (контекст). Поєднуючи дискурсивні ознаки і дві складові структури дискурсу, до лінгвістичного компоненту ми відносимо тематику, жанр, прецедентні тексти і дискурсивні формули. До екстралінгвістичного компоненту, в свою чергу, відносяться: учасники, концепт, хронотоп, цілі і стратегії» [9, с. 20].

Таким чином, з огляду на зазначене вище, вважаємо за доцільне запропонувати конкретні конститутивні інваріантні ознаки військового медіадискурсу, екстраполюючи модель інституційного дискурсу на особливості репрезентації воєнної реальності в медійному просторі.

Військовий медіадискурс характеризується багаторівневою системою учасників комунікації. З одного боку, комунікантами є представники військових структур (Генеральний штаб, речники Сил оборони, військові експерти), політичні діячі (глава держави, урядовці), аналітики, міжнародні організації, а з іншого боку – військові журналісти як посередники інституційного знання і суспільство як адресат. На нашу думку, особливістю цього різновиду інституційного дискурсу є те, що безпосередньо військовослужбовці нечасто мають автономний голос у медіапросторі, їхні висловлювання опосередковуються офіційною комунікацією або журналістською обробкою. У зв'язку з цим формується складна модель комунікативної взаємодії: інституція – медіа – масова аудиторія.

Хронотоп військового медіадискурсу є принципово відкритим, проте опосередкованим. На відміну від власне військового дискурсу, локалізованого в закритих просторах (військові частини, штаби, бойові позиції), медіаверсія війни розгортається в публічному інформаційному просторі: інтернет-ЗМІ, соціальних мережах, мультимедійних платформах тощо. А втім, медійна репрезентація воєнної дійсності не є абсолютно відкритою: частина інформації маркується як таємна, обмежена або така, що не розповсюджується, а частина – подається завуальовано, що спостерігаємо «у підміні понять, використанні багатозначних термінів, імплікатурах, фразах-дисклеймерах та актах інтертекстуальності» [10, с. 33]. Армія як інститут – «відносно закрита соціальна система, в силу цього багато скорочень і аббревіатури не є широко поширеними. Таким чином, навіть при читанні, необізаному читачеві доводиться користуватися довідковими матеріалами» [9, с. 36]. Власне, таку особливість військового медіадискурсу вважаємо як одну з його інваріантних ознак.

Щодо цілей аналізованого різновиду інституційного дискурсу, то їхній спектр значно ширший, ніж у власне військового дискурсу, який спрямований на досягнення тактичних і стратегічних результатів. Оскільки «медіа виконують важливі під час війни функції: інформаційну (донесення інформації), узгоджувальну (підтримування інформаційного балансу) та мобілізаційну» [10, с. 35], то військовий медіадискурс інформує суспільство про воєнні події, легітимізує рішення військово-політичного керівництва, мобілізує громадян і консолідує націю, а також конструює образ союзника і ворога. Слід наголосити, що у цьому контексті «велике значення мають розмежування і номінація учасників збройного конфлікту, присвоєння їм ярликів і приписування тих чи інших якостей. У загальному сенсі це зводиться до виділення «МІ»-групи та «ВОНІ»-групи, але також може застосовуватися й у маркуванні більшої кількості учасників збройного конфлікту» [9, с. 15].

У ціннісному аспекті військовий медіадискурс втілює, на нашу думку, інтердискурсивні домінанти: апеляцію до авторитету, субординації, істинності та об'єктивності викладу, про що свідчить активне цитування; і стереотипізацію: «в більшості випадків читач не має альтернативного джерела інформації про події та акторів конфлікту, тому етнічні, культурні та інші стереотипи підмінюють собою всебічний виклад інформації» [9, с. 15].

Аналіз сучасних наукових студій дає можливість стверджувати, що стратегії військового дискурсу (який часто «екстра-

полюється на дискурс суспільно-політичний» [5, с. 68]), реалізуючись у площині медіакомунікації, набувають гібридного характеру. Серед них диференціюємо стратегію позитивної самопрезентації (ми / «свої») та негативної презентації опонентів (вони / «чужі»), стратегію легітимації (обґрунтування необхідності воєнних дій), стратегію емоційного налаштування та інші [12].

Варто підкреслити, що на тлі збройних конфліктів взаємодія військового медіадискурсу з політичним характеризується особливою інтенсивністю: воєнні події набувають статусу політичних аргументів, а політичні рішення отримують військово обґрунтування. Дослідники зауважують, що «у сучасному світі збройні сили часто стають не лише засобом захисту державних інтересів. Вони є засобом досягнення певних політичних цілей. Завдання ЗМІ при цьому переконати аудиторію в правильності та правомірності того чи іншого політичного акту, навести аргументи, які сприяють формуванню необхідної реакції суспільства, як на конкретне політичне рішення, так і на можливі наступні військові дії» [9, с. 39].

Крім того, «до військового дискурсу також належать промови політиків чи економістів про військові події (різновид політичного / економічного дискурсу у жанрі «інтерв'ю»). В даному випадку очевидна різниця в тематиці: з політичної чи економічної точки зору військові дії – засіб досягнення певних цілей та захисту державних інтересів» [9, с. 32]. Таким чином, можемо стверджувати, що тематика військового медіадискурсу корелює із тематикою політичного, однак інваріантним матеріалом аналізованого типу інституційного дискурсу залишається воєнний конфлікт і стратегії й тактики ведення війни.

Жанрово військовий медіадискурс реалізується в офіційних зверненнях, репортажах, інтерв'ю, коментарях експертів, новинних повідомленнях, аналітичних статтях, блогах. «За формою військовий дискурс поданий монологічним (накази, доповіді, розпорядження, зведення, промови, статті, огляди, тощо) та діалогічним спілкуванням (військовослужбовців, журналістів, політиків та ін.)» [5, с. 68].

Поділяємо думку вчених, які вважають, що «воєнна ситуація, яка, в першу чергу, вербалізується у *військовому дискурсі*, сприймається як свого роду “діалог” з іншими людьми та культурами, здатний відобразити мовні, культурологічні, соціальні, економічні, політичні, етнічні, національні та інші ментальні поля картини світу певної лінгвокультурної групи» [11, с. 65]. У цьому контексті важливим компонентом лінгвістичної складової військового медіадискурсу є прецедентні (культурогенні) тексти.

У сучасній дискурсології прецедентні тексти тлумачать як усталені інтелектуально-емоційні структури, які функціонують у свідомості мовної особистості як готові смислові моделі і є орієнтирами для співвіднесення нової інформації з уже відомим культурним досвідом. Військовий дискурс, як відомо, має тематично окреслений текстовий корпус і жанрову диференціацію, однак не кожен текст як результат військового дискурсу є прецедентним. Нормативні документи (бойові розпорядження, накази, статuti) не є культурогенними текстами, оскільки вони не є загальновідомими і функціонують у межах вузького професійного середовища [9, с. 28–29]. А втім, вважаємо, що коли військовий дискурс реалізується

у медіапросторі, то прецедентність стає його інваріантною ознакою. Йдеться передусім про звернення у медіанаративах (наприклад, у промовах державних лідерів або в текстах масової культури, зокрема, анекдотах на військову тематику [9, с. 29]) до подій минулих війн, пам'ятних дат, символічних гасел та усталених формул, що набули статусу колективно впізнаних.

Зрештою, поряд із прецедентними текстами важливу роль у структурі військового медіадискурсу відіграють дискурсивні формули – усталені мовні конструкції, що, власне, забезпечують інституційну впорядкованість комунікативної взаємодії. Серед них диференціюємо клішовані звороти, формули легітимації, фразеологічні звороти, метафори, евфемистичні номінації тощо [5; 9; 12].

Висновки і перспективи подальших досліджень. Військовий медіадискурс є специфічним типом інституційного дискурсу, який реалізується у просторі медіакомунікації як результат взаємодії військового та медійного «порядків» дискурсу і функціонує як механізм інтерпретації воєнної дійсності. Інституційний характер військового медіадискурсу виявляється у статусно-рольовій організації комунікації, регламентованості стратегій і тактик, шаблонності текстових моделей, наявності усталених формул та нормативних дискурсивних практик. Зрештою, військовий медіадискурс не є механічною репрезентацією військового дискурсу засобами масової інформації, а постає автономною (і водночас гібридною) інституційною моделлю комунікації.

У результаті екстраполяції системи складових інституційного дискурсу на військовий медіадискурс виокремлюємо такі його інваріантні ознаки:

- ієрархічна система учасників комунікації (інституція – медіа – суспільство);
- відносна відкритість хронотопу за умови контрольованого оприлюднення інформації;
- прагматична спрямованість (інформування, легітимація, мобілізація);
- конструювання опозиції: «своїх» і «чужих» учасників конфлікту;
- гібридність стратегій і тактик, тем і жанрів комунікативної взаємодії;
- актуалізація прецедентних текстів у медійній репрезентації війни;
- наявність дискурсивних формул і трафаретних мовних конструкцій, що забезпечують інституційну впорядкованість комунікації.

Перспективи подальших досліджень вбачаємо у вивченні лексико-семантичних маркерів та когнітивно-дискурсивних механізмів конструювання образу союзника і ворога в англійських військових медіанаративах.

Література:

1. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ : Академія, 2004. 342 с.
2. Мірошниченко І. Сучасні підходи до типології мас-медійного дискурсу. *Сучасний мас-медійний простір : реалії та перспективи розвитку : матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції*. Вінниця, 12-13.10.2016 р. С. 227–231. Режим доступу : https://www.researchgate.net/publication/393532484_Sucasni_pidhodi_do_tipologii_masmedijnogo_diskursu

3. Ступак І., Шаламай А. Характерні особливості дискурсу мультимедіа як типу медіадискурсу. *Науковий вісник Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К. Д. Ушинського : Лінгвістичні науки* : зб. наук. праць. 2022. № 34. С. 103–117. Режим доступу : <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/15718/1/Stupak.pdf>
4. Шевченко Л., Дергач Д., Сизов Д. Медіалінгвістика : словник термінів і понять. Київ : КНУ ім. Т. Г. Шевченка, 2013. 364 с.
5. Погонєць В. Особливості англомовного військового дискурсу. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : «Філологія»*. 2019. №. 39, том 2. С. 67–70. Режим доступу : http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v39/part_2/Filologi39_2.pdf#page=67
6. Волошина Д., Гайдук Н. Медійний дискурс у системі комунікативних видів дискурсу та його таксономія. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія : Філологія*. № 29. 2023. С. 66–73. Режим доступу : <https://doi.org/10.34079/2226-3055-2023-16-29-66-73>
7. Phillips N., Lawrence T., Hardy C. Discourse and Institutions. *The Academy of Management Review*. Vol. 29, No. 4 (Oct., 2004). PP. 635–652. Режим доступу : <https://doi.org/10.2307/20159075>
8. Літак А. Про природу інституційного дискурсу. *Південний архів. Філологічні науки*. 2018. Вип. 72(1). С. 142–145. Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pafn_2018_72%281%29_30
9. Шевчик І. Військовий дискурс в англомовній публіцистиці. Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня «магістр» зі Спеціальності 035 Філологія. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2022. 87 с. Режим доступу : <https://eir.zp.edu.ua/server/api/core/bitstreams/629cd0bf-f3e1-48aa-a5d3-cc4321f4338a/content>
10. Білик О., Ганзін В. Медіадискурс та його вплив на зображення російсько-української війни : критичний аналіз дискурсивних стратегій і маніпулятивних технік. *Folium*. 2023. С. 33–39. Режим доступу : <https://doi.org/10.32782/folium/2023.3.4>
11. Стаднік І. Лінгвістична відповідність понять «воєнний» дискурс vs «військовий» дискурс. *Science and Education a New Dimension. Philology*, IV(22), Issue 99, 2016. С. 63–66. Режим доступу : <https://seanewdim.com/wp-content/uploads/2021/03/Linguistic-correspondence-of-the-notions-war-discourse-vs.-military-discourse-Stadnik-I.-O..pdf> (дата звернення: 04.02.2026)
12. Посмітна В. Комунікативні стратегії та тактики українських військових ЗМІ в протидії інформаційній агресії. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія*. 2019, № 40, том 3. С. 114–118. Режим доступу : <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2019.40.3.26>

Nesterchuk K. Military media discourse in the system of modern institutional discourses

Summary. The article substantiates the status of military media discourse as a subtype of institutional discourse and outlines its constitutive features. The main approaches to the interpretation of the concepts of “discourse,” “institutional discourse,” “media discourse,” and “military media discourse” are analyzed. Particular attention is paid to institutionalization as a key aspect of the structural organization of communicative interaction in the military sphere. Military media discourse is interpreted as a form of public communication realized within the interaction between military and media institutions and characterized by a distinct pragmatic orientation manifested in the goals, strategies, and tactics of informational influence on a mass audience. Through the extrapolation of the elements of institutional discourse onto military media discourse, the following invariant features are identified: a hierarchical system of communication participants (institution – media – society); the relative openness of the chronotope under conditions of controlled information disclosure; pragmatic orientation (implementation of informative, legitimizing, and mobilizing functions); construction of the opposition “us – them”; the interdiscursive nature of communicative strategies and tactics, topics, and genres; the activation of precedent texts and the use of discursive formulas and standardized linguistic constructions that ensure institutional regulation of communication. It is argued that military media discourse does not constitute a mechanical transmission of military discourse into the public information space, but rather emerges as a cognitive-pragmatic dimension of the interpretation of wartime reality. Prospects for further research are outlined, particularly in relation to the analysis of lexical-semantic markers and cognitive-discursive mechanisms involved in constructing the images of ally and enemy in English-language military media narratives.

Key words: media discourse, institutionalisation, institutional discourse, military media discourse, interdiscursivity.

Дата першого надходження статті до видання: 18.02.2026
 Дата прийняття статті до друку після рецензування: 16.03.2026
 Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.04.2026