

УДК 316.77-049.3:070"364"]]:811.161.2'37  
DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.1/10>

**Романченко А. П.**

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

## КОМУНІКАТИВНА ПІДТРИМКА В МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД: СПЕЦИФІКА РЕАЛІЗАЦІЇ

*Мета* пропонованої розвідки – встановлення специфіки реалізації комунікативної підтримки в сучасному воєнному медійному просторі. Для досягнення мети вирішено такі завдання: визначено головну й допоміжні інтенції комунікативної підтримки; схарактеризовано базові ознаки кожної з виокремлених тактик; виявлено й описано основні лексико-семантичні та граматичні маркери тактик.

*Предмет* пропонованого дослідження – комунікативна підтримка у медійному дискурсі, а його об'єкт – мовна специфіка реалізації у воєнний період. Фактичну базу нашого дослідження становили радіозвернення українських співаків і співачок, що звучали в ефірі радіостанції Країна FM 2022 року на початку російської агресії. Для аналізу залучено 24 звернення виконавців-чоловіків та виконавиць-жінок зі словами підтримки.

*Визначено*, що головна інтенція досліджуваної комунікативної стратегії – надання моральної допомоги адресатам для корекції поведінки й стану, збереження психоемотивної рівноваги та позитивного настрою. Комунікативна підтримка в медійному дискурсі за формою її надання є публічною, а її необхідність зумовлена ситуацією в країні, зокрема прямою агресією, окупацією частини українських територій, психоемотивним станом людей, пов'язаним із повномасштабним вторгненням ворога. Підбадьорювання українців утілено за допомогою низки комунікативних тактик, що характеризуються певними інтенціями та вирізняються лексико-семантичними й лексико-граматичними маркерами.

*Авторка* з'ясувала, що у воєнний період активними тактиками стратегії підтримки, залученими українськими артистами, виявилися тактики власне підтримки, похвали, віри, консолідації, заклику й актуалізації цінностей та пам'яті, подяки, побажання. Вичленовані тактики вирізняються завдяки мовним маркерам, окремі з них мають варіанти, а також взаємодіють між собою.

*Як базові функціують* лексеми, що характеризують перебіг воєнних дій, називають осіб й територію, номінують абстрактні поняття. Найчастотнішими одиницями зазначених груп лексики досліджуваної комунікативної стратегії є боронити, захищати; хлопці / дівчата, воїни, захисники / захисниці; ворог, окупант; Україна, земля; перемога, правда.

**Ключові слова:** комунікативна стратегія, комунікативна тактика, інтенція, лексико-семантичний маркер, лексико-граматичний маркер, лексема, інтертекстуальність, алюзія, дискурс.

**Постановка проблеми.** Комунікативні стратегії й тактики є невід'ємним складником успішної комунікації. Залежно від мети й завдань комунікант формує стратегійно-тактичний план. Комунікативна стратегія, безумовно, базується на головній інтенції, відборі компонентів семантики висловлювань, емоційному налаштуванні, визначенні порядку комунікативних складників тощо й втілюється завдяки вербальним і невербальним засобам. Підтримку як комунікативний феномен опрацьовано доволі фрагментарно, здебільшого на англomовному матеріалі, що, звісно ж, неповно її репрезентує в сучасному контексті. Актуальність дослідження зумовлено потребою встановити формальні та змістові особливості комуні-

кативної підтримки в українському медіадискурсі воєнного часу, що розширить розуміння сучасної комунікативної мережі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Мовну специфіку підтримки в когнітивно-дискурсивному аспекті розглянуто Т. Буяльською в дисертаційній праці, у якій комунікативну підтримку потрактовано як особливий тип дискурсу, узялений від соціальних, психологічних і лінгвокультурологічних чинників та реалізовуваний завдяки різним тактикам [3]. Частково цю тему порушувала й Н. Бігунова, яка, аналізуючи позитивну оцінку в англomовному літературному та кінодискурсах, звернула увагу на похвалу й схвалення, що впливають на емоційний стан адре-

сата. Іntenції оцінних висловлювань, як зауважує дослідниця, не лише передбачають повідомлення своєї позитивно-оцінної думки про щось чи про когось, створення позитивного психологічного тла, а й характеризуються прагненням регулювати поведінку адресата, створити з ним контакт, гармонійні взаємини [2, с. 250]. Т. Буяльська, аналізуючи комунікативну підтримку в англomовному побутовому й психотерапевтичному дискурсі, тлумачить її як макроінтенцію, що складається з кількох мікроінтенцій: згоди, втішання, захисту, підбадьорення, співчуття та схвалення [3, с. 20].

Специфіка українськомовного сегменту, у межах якого репрезентовано комунікативну підтримку в медійному дискурсі, раніше не вивчалася, з огляду на що пропонуване дослідження є актуальним. Раніше ми звертали увагу на тактики побажання й подяки, похвали та компліменту в межах наукового дискурсу [5, с. 414-426]. Визначення допоміжних інтенцій, актуалізованих у воєнному медійному дискурсі, уможливить виокремлення елементів змісту комунікативної підтримки, що ми кваліфікуємо як комунікативні тактики. Невирішені питання стосовно мовного вираження підтримки, її стратегійно-тактичних особливостей в українському контексті й зумовили мету нашого дослідження.

**Постановка завдання.** Метою розвідки є встановлення специфіки реалізації комунікативної підтримки в сучасному воєнному медійному дискурсі. Для досягнення мети необхідно вирішити такі завдання: визначити головну й допоміжні інтенції комунікативної підтримки; схарактеризувати основні особливості кожної з виокремлених тактик; виявити й описати основні лексико-семантичні та лексико-граматичні маркери тактик.

Предмет пропонованого дослідження – комунікативна підтримка у медійному дискурсі, а його об'єкт – мовна специфіка реалізації у воєнний період. Фактичну базу нашого дослідження становлять персональні звернення українських співаків і співачок, що звучали в ефірі радіостанції Країна FM 2022 року на початку російської військової агресії. Збір матеріалу здійснено завдяки аудіозаписам рубрики «Слава Україні», що лунала на хвилях названого радіо й розпочиналася такими словами: «Ми народжені вільними на своїй землі, і нас нікому не зламати. «Слава Україні» на українськомовному радіо Країна FM».

**Виклад основного матеріалу.** Як відомо, прагматичне спрямування дискурсу зумовлене правилами й послідовністю комунікативних дій, яких дотримується адресант для досягнення мети спіл-

кування і які трактують як комунікативні стратегії [1, с. 339]. Комунікативна стратегія – продумана схема комунікативної поведінки, скерована на досягнення мети за допомогою вербальних і невербальних засобів [5, с. 344].

Лексема *підтримка* тлумачиться таким чином: це те, що зберігає чию-небудь життєдіяльність, підкріплює, зміцнює кого-небудь; це те, що вселяє впевненість, підбадьорює [4, с. 968]. Варіативність типів підтримки узалежнена від сфери реалізації, ступеня формальності, способу вираження. За способом вираження підтримка може бути фінансовою, психологічною, комунікативною тощо. Комунікативною підтримкою вважаємо надання адресантом моральної допомоги адресатові задля корекції його психоемоційного стану, що здійснюється завдяки конкретним комунікативним ходам.

Українські музиканти в умовах російсько-української війни, що триває, не лише стали на захист країни, а й допомагають у фінансовому та моральному плані Збройним Силам України та народові. Моральна підтримка в складні часи для України, особливо висловлена в публічному просторі на початку повномасштабного вторгнення, була і є надважливою. Музиканти-чоловіки й музиканти-жінки виступають на боці ЗСУ, тероборони, волонтерів та української нації, поділяють їхні погляди, виявляють симпатію, складають подяку та висловлюють побажання, закликають допомагати відстоювати інтереси рідної країни, вірять у перемогу й впевнені в ній.

Для аналізу залучено радіозвертання зі словами підтримки до українців таких виконавців-чоловіків, як Павло Зібров (З), Нікіта Ломакін (Л), Олександр Пономарьов (П), Олег Собчук, Скай (ОС), Дмитро Шуров, Pianoбой (Ш), Ілля LETAY (L), Bora (B), Ivan Navi (N), Kische (K), Monatic (M), Skofka (S), а також таких виконавиць-жінок, як Анна Добриднева (Д), Наталка Карпа (НК), Наталя Могилевська (НМ), Анна Трінчер (Т), Ірина Федішин (Ф), Ольга Цибульська (Ц), Марія Яремчук (Я), Cola (C), ILLARIA (I), The Hardkiss (H), Lama (Lm), Marietta (Mr), Yagoda (Y).

Наведемо зразок комунікативної підтримки Наталки Карпи:

*Ми зараз переживаємо дуже нелегкі і непроті часи. У країні війна, але кожен з нас на своєму місці робить все, аби наступний день був ближчим до перемоги. Я вірю в наші Збройні Сили України. У нас надзвичайно сильні, суворі, вперті, бездоганні котики, які захищають нас, які нещадно нищать ворога і в яких я впевнена на всі сто десятих відсотків. У нас надзвичайні добровольці, які,*

ризикуючи своїм життям, своїм здоров'ям, тримають зброю, аби ми відстояли найцінніше – нашу землю, нашу незалежність. Кожна людина зараз в Україні чи за межами країни робить все можливе і неможливе, аби приблизити день Перемоги. Хтось збирає гуманітарку, хтось сидить і валить нещадно сайти окупантів і тих, хто підтримує окупантів. Хтось просто пригортає своє дитя, тому що ми маємо зберігати наше майбутнє. Я зичу кожному з нас терпіння, не втрачати віру, плекати надію і мати любов до кожного ближнього українця, до своєї землі, до свого народу, до своїх людей. Все буде Україна. Україна понад усе. Перемога скоро. Я вас люблю, мої рідні українці. Завжди ваша сонцезалежна Наталка Карпа. Слава Україні! Слава героям! Смерть ворогам!

Заналізовані звернення зі словами підтримки розпочинаються із самопрезентації або привітання і самопрезентації. Кожен автор у той чи той спосіб називає себе. Один із варіантів – ім'я та прізвище / псевдонім, перед якими наявний займенник *я* або *це*: *Я Наталя Могилевська; Я Павло Зібров; Я Лата; Це Олександр Пономарьов; Це Ілля LETAY.* Автономіація може розпочинатися з привітання: *Героям слава! Я Оля Цибульська; Вітаю, друзі! Це Kische; Вітаю! Це Марія Яремчук; Усім привіт, я Vora; Привіт! Це Ivan Navi; Привіт! Я Нікіта Ломакін; Всім привіт! Це Marietta.*

Інший спосіб автономіації полягає в тому, що при імені виконавця / виконавиці є слово-ідентифікатор, що вказує на вид діяльності адресанта, напр.: *Я співачка Сола; Я співачка Іларія; Я співачка Анна Добриденєва; Це співачка Yagoda; Це Skofka, я музикант; Це Анна Трінчер, українська співачка; Я Собчук Олег, лідер гурту «СКАЙ»; На зв'язку український музикант Дмитро Шуров, Ріапобой.* Оригінально репрезентувала себе Наталка Карпа: *Завжди ваша сонцезалежна Наталка Карпа.* Не назвали себе лише Ірина Федішин та MONATIK, який прочитав дві строфи у своєму стилі виконання текстів, а Юлія Саніна звернулася від імені гурту: *Це гурт The Hardkiss.* Завершальні слова співаків та співачок були такими: *Слава Україні! (С; Н; І; S; Y; Д; Л; Ц; ОС; Ш), Слава Україні! Героям слава! (З; К; Ф), Слава Україні! Слава ЗСУ! (Я), Слава Україні! Слава нашим воїнам! (В), Слава Україні! Слава героям! Смерть ворогам! (НК).*

Головна інтенція досліджуваної комунікативної стратегії – надання моральної допомоги адресатам «шляхом регуляції ... дисбалансованого психоемотивного стану, корекції поведінки, збереження психоемотивної рівноваги чи позитивного

настрою» [3, с. 178]. Для реалізації комунікативної стратегії адресант послуговується комунікативними тактиками – обраною під час спілкування лінією поведінки, скерованою на забезпечення бажаного чи убезпечення від небажаного ефекту [5, с. 344]. Успішна реалізація підтримки забезпечується відповідним планом тактичних дій, утілених шляхом добору адекватних мовних засобів. На основі зібраного матеріалу схарактеризуємо актуальні комунікативні тактики й простежимо специфіку мовних маркерів лексико-семантичного й лексико-граматичного рівнів.

Комунікативна підтримка – комплексне явище, актуальність вивчення якого «зумовлено його важливістю для суспільства, де існує постійна потреба в соціалізації і гармонійній взаємодії, у корегуванні психоемотивної сфери поведінки людини шляхом надання їй моральної допомоги» [3, с. 7]. Вона демонструє переконання й симпатії, світогляд адресанта, маніфестує його належність до етносу та передбачає бодай мінімальну корекцію чи зміну психологічного стану адресата.

Для врегулювання психоемоційного стану адресата залежно від інтенції адресант обирає ту чи ту комунікативну тактику, що втілюється завдяки конкретним мовним маркерам. Тактика **власне підтримки** функціонує у висловлюваннях із дієслівними й іменниковими одиницями, що виражають семантику підбадьорювання: *підтримувати, поділяти (думку), бути на боці, сприяти* тощо. У зафіксованому матеріалі натрапляємо на конструкції зі словами *підтримувати, підтримка* тощо, напр.: *Віримо та підтримуємо нашу армію, віримо в кожного з нас (Ш); Хочемо висловити свою подяку і підтримку Збройним Силам України (Н); ... навколо нас також творяться неймовірні історії взаємодопомоги та взаємопідтримки (Ш).*

Наталя Могилевська висловлює не лише підтримку, а й аргументує її необхідність: *І я хочу зараз попросити нас всіх триматися разом і підтримати наших хлопців, яким дуже сьогодні нужна наша підтримка, щоб вони розуміли, що ми поруч, що ми їх любимо, що ми допомагаємо, що ми чекаємо їх, що ми віримо, віримо, віримо в нашу перемогу, тому що правда на нашій стороні (НМ).* Висловлювана підтримка має адресата й адресована армії, *Збройним Силам, нашим хлопцям, Україні, захисникам, бійцям і волонтерам, українцям*, напр.: *Україно, я тебе дуже люблю, тримайся (С); Тримаймося, любі мої, тримаймося! (НМ).*

Комунікативну тактику **похвали** адресанти втілюють за допомогою якісної й посесивної характеристики тих, хто нас захищає, напр.: *Ви зараз*

*найголовніші, найважливіші* люди в нашій країні (S); *Пишаюся нашими* хлопцями, гордий, що в нас *сильна і потужна* армія (П); *Збройні Сили України, Територіальна оборона, всі інші, хто чинить опір ворогу, ви неймовірні, ви здивували весь світ своєю силою* (L); *Ви наші мужні супергерої* (Mr); *Наші* воїни, всі, хто дає відсіч ворогу та боронить нас, рятує наші життя ціною своїх – *ви наші* ангели, молюсь за вас і нашу Україну (Lm).

Похвала й підбадьорювання стосується не лише наших захисників на полі бою, а й усього українського народу: *Всі ці дні в мене неймовірна гордість. Україна – це велика дружна сім'я. Я пишаюся усіма нашими людьми* (С); *Любі мої, рідні, пишаюся жити з вами в Україні, бути зараз тут, дихати одним повітрям, здригатися від цих взривів, від цих страшних сирен, від всього, але проживати дуже важливий момент, момент, коли наша Україна стає ще сильнішою, ще згуртованішою* (Ц). Можливі й такі комунікативні ходи цієї тактики, коли адресат одразу називає всіх, кому адресовано його слова: *Збройні Сили України, хлопці і дівчата, Територіальна оборона, українці*.

Лексико-семантичними маркерами вказаної тактики виступають лексеми *пишатися, захоплюватися, гордитися*, приклад: *Я пишаюся* нашими ЗСУ. *Це справжні герої, це наші янголи* (К); *Хлопці, дівчата, всі, хто сьогодні захищає нашу Україну, всі, хто сьогодні на передовій, я захоплююся вами, горджуся вами* (Ф); *Ви показали приклад* усьому світу, як потрібно любити та захищати свій народ та землю (Mr).

Зазвичай у мовленні музикантів наявні лексеми *хлопці, воїни, бійці, захисники, солдати*. Як захоплення й похвала функціують й інші слова на позначення тих, хто нас боронить. В одному з радіозвернень їх названо суперменами та супергероями й запропоновано потужній американській компанії індустрії розваг Marvel Entertainment LLC, що володіє правами на понад 5000 персонажів коміксів, зокрема, Залізної людини, Галка, Тора, яких вона задіює у різних кіножанрах та комп'ютерних іграх, створити ще одного героя: ... *ви супермени. Так, Марвел повинен зробити ще одного супергероя, і це український солдат. Добрий, мужній, сміливий, усміхнений* (У).

Похвала виражається й за допомогою трансформованого фразеологізму, джерелом якого є стійка сполука *як у Бога за пазухою* зі значенням почуватися спокійно, тихо, у достатках, без будь-яких турбот і клопоту [8, 2, с. 284]: *Ціною свого життя ви бороните наше життя. Ви дійсно*

*наші боги, а ми у вас ніби за пазухою* (Т). Обігрування фразеологізму ґрунтується на номінуванні захисників богами, які дають можливість почуватися цивільним людям більш-менш безпечно.

Вербалізаторами тактики **віри** виступають лексеми *вірити* (бути впевненим, переконаним у чому-небудь [4, с. 189]): *Ми тримаємо за вас кулаки, ми віримо в вас, ми молимося за вас* (Ф); *Віримо та підтримуємо нашу армію, віримо в кожного з нас* (Ш), *молитися* (звертатися до Бога, до святих із проханням [4, с. 685]): *Молюся за нашу потужну українську армію, захисників і захисниць, за всіх волонтерів, за територіальну оборону, за кожну людину з Україною в серці і за нашого славного Гетьмана – Володимира Зеленського* (Д), *впевнений* (сповнений віри в свої сили, можливості, знання [4, с. 1509]): *Я впевнений: Україну чекає перемога. Бо коли бачу, як самовіддано всі, хто на передовій і в тилу, захищають нашу землю – в Росії немає жодного шансу* (N), *перемога* (повний успіх у бою, остаточна поразка військ противника [4, с. 918]), *перемагати* (вигравати бій або війну; завдавати супротивнику поразки [4, с. 916]): *Ми непереможні, пери за все, тому що сильні духом. Ми переможемо* (L); *Ми на своїй землі, ми знаємо, що праві, ми згуртовані, як ніколи – тому переможемо. А москалі знають, що вони звичайнісінькі злодії без жодної гідності – тому вони програють* (L); *З нами увесь світ. Правда за нами. Ми переможемо* (OC); *Україна переможе!* (Mr).

Активною в комунікативній тактиці є форма майбутнього часу дієслів: *Українці, ми вистоймо, ми переможемо* (HM); *Ми відбудуємо вулиці, ми відбудуємо будинки, ми повернемо собі нормальне життя, ми повернемо дитинство нашим дітям. Я вірю в нас...* (Ц). Лексико-семантичний маркер *Бог* також репрезентує віру в перемогу: *З нами Бог* (У); *З нами Бог* (В); *Нами захоплюється весь світ, нас захищає Бог* (Д); *З нами Бог, з нами правда!* (N).

Розглядувана комунікативна тактика може супроводжуватися додатковими нюансами: віра + перспектива, напр.: *І я вірю в перемогу нашої України, нашого народу над агресором! Вона буде, і будуть співати пісні, будуть народжуватися діти, будемо всміхатися, радіти. Нова Україна, вона встане з пеплу* (З), віра + обґрунтування, напр.: *Я впевнена, що ми переможемо, тому що в нас неймовірні люди* (С); *Ми молимося про мир, який неодмінно настане. Ми вийдемо з війни переможцями, бо за нами правда і світло* (В); *Нас не здолати, тому що у нас є ви і наша єдність* (Т).

Під час реалізації цієї тактики актуалізується категорія інтертекстуальності завдяки залученню текстів пісень, що виконують функцію аргументування. Павло Зібров апелює до радіослухачів: *І хочу сказати словами моєї пісні, яку ми написали дуже давно з Юрієм Рибчинським: «Є-є в нас доля, і є в нас, є-є земля в нас і небеса, є-є в нас мова, своя чудова, є-є в нас гордість і є краса», а далі висловлює свою впевненість у майбутньому України. Цитата як немодифіковане відтворення передтексту вклинюється в новий текст й слугує своєрідною тезою для висновку [6, с. 54].*

Алюзію як посилання на літературні, міфологічні, історичні епізоди, імена [9, с. 115], як різновид інтертекстуальності спостерігаємо в комунікативній підтримці співачки Катерини Середи, відомої під псевдонімом LLARIA: *Ворогам не дістанеться Україна, адже вона як вільний вітер, її не можливо вхопити, нею неможливо володіти. Вільний вітер живе в кожному з нас, тому ми обов'язково переможемо (І).* Для декодування смислів, створених алюзією, адресат повинен володіти необхідними фоновими знаннями [9, с. 117]. У тексті пісні виконавиці є такі рядки: *Вільний вітер – то є я, / То нестримная душа, / То нескорена земля – / Вічно вільна і жива.* Зауважимо, що стимул *вільний* з-поміж інших має асоціати *вітер* та *Україна*, перше з яких формує ядро компаративного асоціативного поля, а друге належить до одиничних реакцій [7 с. 85].

Лексико-семантичним маркером тактики **консолідації** слугує займенниковий іменник *ми*, лексеми *браття*, *нація*, *народ*, *українці*: *Ми* любимо свою землю. *Всі ми – браття* козацького роду. *В нас* тече кров *добрих, справедливих і безстрашних* воїнів (Д); *Ми* на своїй землі. Україна була, *є і буде* (П); ... *ми* унікальна *нація*. *Кожен з нас* робить щось для перемоги *тією зброєю, якою найкраще володіє* (Ш); ... *я* хочу сказати, що *сьогодні нам* є чим пишатись, *українці* (НМ). Дмитро Шуров щодо ситуації, яка нас усіх об'єднала, каже: *Зараз ми* всі з вами в одному човні (Ш), де в одному човні означає в однакових умовах, життєвих обставинах'. Особливого звучання набуває повтор займенника: *Сьогодні всі ми переживаємо важкі часи в історії нашої держави. ... Сьогодні ми* як ніколи сильні, згуртовані, *ми – непереможний народ*, який вже став символом героїзму та свободи у всьому світі (В); *Весь світ* зараз бачить, наскільки *ми* сильна, *неймовірна нація*, що коїться в нашій країні, а *ми* стоїмо, стоїмо за себе, один за одного, до крові, до смерті, *ми* стоїмо (НМ). Указані вище іменникові маркери мають

означення *унікальна, сильна, неймовірна, цілісна, непохитна* (нація), *непереможний* (народ) й акцентують на особливостях, що саме нас згуртовуює.

Тактика **заклику й актуалізації цінностей та пам'яті** – одна з комунікативних тактик стратегії підтримки. Заклик передбачає прохання до цивільного населення розгорнути діяльність, пов'язану зі сприянням армії. Мовними маркерами заклику є слова *закликати*: ... *закликаю* кожного, кожного на своєму місці, *присвятити* кожну хвилину і віддатися на сто відсотків, *свою душу і серце справі, справі боротьби на благо нашої України, тільки на перемогу, тільки на результат* (З), *долучатися, допомагати* (із відповідними додатками – *волонтерський супротив, інформаційний супротив*): *Друзі, долучаємось* разом до волонтерського супротиву, *інформаційного супротиву, допомагаємо* збирати кошти на потреби нашої армії, *всі разом* робимо все можливе заради перемоги (К), *об'єднатися*: *І звертаюсь* зараз до кожного, *хто мене знає, хто шанує мою творчість. Нам* потрібно всім *об'єднатися* навколо однієї величезної справи – *боротьби і перемоги над російським агресором* (З). Також заклик лунає й для військових, напр.: *Ми чекаємо на вас з перемогою і зустрінемо з українським борцем та варениками на нашій українській землі. Повертайтесь живими, бо тут у вас є ми, бо у нас є Україна* (У).

Загальнолюдські та національні цінності об'єктивовано в аналізованій тактиці й стратегії в цілому, адже тактики взаємодіють, реалізуючи головну інтенцію. Лексико-семантичним маркером є абстрактна лексика, що відбиває життєву необхідність, важливість, значущість чогось для окремої людини та усієї нації, напр.: *Україна* показала всьому світу, що вона *найсильніша держава у світі, з найсильнішою армією та найсильнішими людьми, які готові ціною власного життя відстоювати свободу та незалежність* своєї країни (ОС); *Кожен з вас, кожен український воїн* зараз не просто виконує свій обов'язок – *ви захищаєте воїстину святі речі: єдину Богом дану Батьківщину, свободу, право, людину. Ви бороните цілий світ від зла і терору. Ви зараз творите історію* (Я). Цінністю для нації є й пам'ять про тих, хто захищав і захищає державу від ворогів: *Ми, українці, ніколи не забудемо те, що ви робите зараз і вже зробили* (S); *Світла пам'ять* героям, які пали, *боронячи нашу землю* (К).

Тактика **подяки** реалізується за допомогою лексем *дякувати, подяка, вдячність*, напр.: *Хочу подякувати* кожному, *хто захищає нашу країну* (Л); *Хочемо висловити свою подяку* ... Збройним

Силам України (Н); Я зараз маю за велику честь звернутися до Збройних Сил України з **вдячністю**, яку навіть і словом не опишеш... Ми всім серцем **дякуємо** вам і молимося за вас (Я); Хочу висловити свою безмежну **вдячність** нашим воїнам (Мг). Аналогічного значення набуває в цьому контексті лексема **вклоняюся**: Я **вклоняюся** вам низько до землі за все, що ви сьогодні робите для нашої держави (Ф); Я низько **вклоняюся** нашим військовим, я низько **вклоняюся** Територіальній обороні (З).

Здебільшого подяка передбачає вказівку на того, кому вона адресована: Дякую вам, **ЗСУ** (Н); Дякую вам, **хлопці**, ви найкращі (К); Хочу подякувати нашим **Збройним Силам України і усім, усім тим, хто чинить опір окупанту, ворогу, який зараз на нашій землі, в Україні**. Дякую (S); Словами щирої подяки звертаюся зараз до наших воїнів світла – **Збройних Сил України, Територіальної оборони, Національної гвардії** (К); Сьогодні і кожного дня я дякую і молюся на вас, **наші захисники** (Т). Вона може містити інформацію щодо того, за що саме складають подяку (захист, майбутня перемога тощо), напр.: Дякуємо за **захист**, дякуємо за **години спокою**, дякуємо за **майбутню перемогу** (Н); Дякую усім нашим захисникам, бійцям і волонтерам за те, що ви самовіддано **обереігаєте нашу землю, захищаєте наше небо** (І).

Маркерами лексико-семантичного рівня тактики **побажання** є лексема **бажати** (**Бажаю** вам не втрачати ні сил, ні людей. Будьте обережні та безпощадні (Л); Всім українцям **бажаю** витримки та віри, бережіть себе (Мг), а маркером лексико-граматичного рівня – проста (**Бережіть себе і своїх ближніх!**) (Т) чи складена форма імператива (**Хлопці, хай** божеенька вас **охороняє!**) (П); **Хай** Господь **береже** вас, **хай дає** вам **сили, мужності** вигнати усю цю нечисть з нашої України (Ф); ... ці сльози, які сьогодні проливаються кожного дня, **хай** вони **проростають** квітами, **хай** вони **проростають** світлим майбутнім. Все буде Україна (Ц). Зрідка побажання можу висловлюватися й без використання слова **бажати**: Миру нам, з Україною в серці (L). Побажання мають на меті створити відповідний настрій, посилити впевненість у здійсненні того, чого зичить адресант.

Ключовими лексемами для досліджуваної комунікативної стратегії, реалізовуваної у воєнний період є ті, які стосуються воєнної тематики й ситуації, що склалася (**Збройні Сили України / ЗСУ, армія, передова, захист, відсіч, опір, супротив, оборона, перемога, боротьба, зброя, тил, кров, смерть, біда, зло, терор, нашістья, боронити, захищати, нищити**), а також назв осіб

(**воїни, бійці, солдати, захисники / захисниці, герої, добровольці, хлопці, котики, ангели / янголи, воїни світла, волонтери – окупанти, ворог, агресор, москалі, злодії, нечисть**), абстрактні поняття, пов'язані з моральними й психологічними цінностями (**єдність, правда, мир, спокій, мужність, сміливість, гордість, майбутнє, свобода, перемога, незалежність, віра, надія, любов, право, Батьківщина**) та номінування території (**Україна, держава, країна, земля** тощо).

З ужитих лексем, що виражають дію, спрямовану на ворога щодо охорони від нападу, найчастотнішими є **боронити** (58, 3 %) та **захищати** (41,6 %), рідше використовуваними – інші (**рятувати, оберігати, боротися** – по 8,3 %). З-поміж лексем на позначення нематеріальних цінностей найзатребуванішими виявилися **перемога** (44 %), **правда** (16 %), **свобода** та **мир** (по 12 %), **незалежність** і **віра** (по 8 %).

Адресанти активно послуговуються іменниками на позначення учасників воєнного вторгнення, що репрезентують опозиційні сили. Зауважимо, що назви осіб у медіадискурсі відбивають опозицію **свій – чужий**. Її перший елемент репрезентують як нейтральні лексеми, ужиті в прямому значенні (**хлопці / дівчата** – 22,2 %, **воїни** – 18,5 %, **захисники / захисниці** – 18,5 %, **герої** – 7,4 %, решта – по 3,7 %), так і позитивно конотовані одиниці, з-поміж яких вирізняються ті, що вжито в переносному значенні (**ангели / янголи** – 7,4 %, **котики, боги** – по 3,7 %). Другий елемент опозиції виражено негативно конотованими лексемами, що характеризують сутність протилежної сторони (**ворог** – 56,2 %, **окупант** – 18,7 %, решта – по 6,2 %) чи належність до країни (**москалі** – 6,2 %). Воїнами світла названо тих, хто щодень і щоніч бореться проти зла – **Збройні Сили України, Територіальну оборону, Національну гвардію**. Слова підтримки адресовано всьому українському народу, тож активно функціують у воєнному дискурсі лексеми **українці, люди, браття козацького роду, нація, сім'я**, що актуалізують сему спільності, єдності.

Називання нашої країни, як уже зазначалося вище, має кілька варіантів, з-поміж яких активними є **Україна** (без означень та з означеннями **наша, наша вільна, нова, суверенна** – 47,9 %), **земля** (без означення та з означеннями **наша, своя, наша українська, наша рідна** – 30,4 %), **країна** (без означення та з означенням **наша** – 10,9 %), **держав** (без означення та з означеннями **наша, найсильніша** – 6,6 %), **Батьківщина** (2,1 %), **хата** (з означенням **наша** – 2,1 %).

Практично в усіх радіозверненнях реалізується кілька тактик, які не завжди вдається виокремити. Продемонструємо це віршем Дмитра Монатіка: *Усі українці, в усьому світі / Сильні, незламні, хоч і душі розбиті. / Ми їх разом зберемо по маленьким шматочкам. / Перемога чекає, ми так її хочемо. / Через війну, через ворога злого ми стали міцніші. / Ми вистоїмо, ми сила, якої не знала земля. / Україна єдина, твоя і моя. / І вона не впаде на коліна, / Адже де б не були ми – Україна єдина* (М). Його підтримка репрезентує комунікативні тактики віри та консолідації з відповідними лексико-семантичними маркерами *ми* (ужите 6 разів), *сильні, незламні, сила, Україна єдина, не впаде на коліна, вистоїмо, перемога*.

**Висновки і перспективи подальших розробок.** Комунікативна підтримка за формою її надання є публічною, за типом – концептуальною, оскільки реалізується в медіадискурсі та висвітлює загальнолюдські цінності. Необхідність такої підтримки зумовлена надскладною ситуацією, зокрема агресією, окупацією частини територій країни, психоемотивним станом людей, пов'язаним із повномасштабним вторгненням ворога. Основною інтенцією комунікативної підтримки є регулювання психоемоційного стану того, до кого звернено мовлення. Вона необхідна

не лише тоді, коли адресат перебуває у важкому психологічному стані, а й за умови мінімальної можливості втрати ним емоційного балансу. Отже, завдяки комунікативній підтримці корегується або збалансовується поведінка й моральний стан адресатів. Підбадьорювання захисників та всіх українців втілено за допомогою низки комунікативних тактик, що характеризуються певними інтенціями та вирізняються лексико-семантичними й лексико-граматичними маркерами.

Активними тактиками стратегії підтримки у воєнний період, залученими українськими артистами, виявилися такі: власне підтримки, похвали, віри, консолідації, заклику й актуалізації цінностей та пам'яті, подяки, побажання. Як базові лексеми функціують номени, що характеризують перебіг воєнних дій, назви осіб й української землі, абстрактні поняття. Найчастотнішими одиницями зазначених груп лексики досліджуваної комунікативної стратегії є *боронити, захищати; хлопці / дівчата, воїни, захисники / захисниці; ворог, окупант; Україна, земля; перемога, правда*.

Перспектива подальшого дослідження полягає у залученні матеріалу інших дискурсів із метою виявлення мовної специфіки та актуальних комунікативних тактик.

#### Список літератури:

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : Академія, 2004. 344 с.
2. Бігунова Н. О. Позитивна оцінка: від когнітивного судження до комунікативного висловлювання : монографія. Одеса : КП ОМД, 2017. 580 с.
3. Буяльська Т. І. Вираження комунікативної підтримки в сучасному англomовному побутовому та психотерапевтичному дискурсі: когнітивно-дискурсивний аспект : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 – германські мови. Житомир, 2016. 245 с.
4. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. Київ – Ірпінь : ВТФ Перун, 2005. 1728 с.
5. Романченко А. П. Елітарна мовна особистість у просторі наукового дискурсу: комунікативні аспекти : монографія. Одеса : Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, 2019. 541 с.
6. Романченко А. П. Інтертекстуальність як реалізація діалогічності лінгвістичного дискурсу. *Web of Scholar*. Warsaw : RS Global Sp. z O.O., 2018. № 11 (29). С. 51–56.
7. Романченко А. Психолінгвістичні та етнокультурні параметри компаративної картини світу українців. *Lingua Montenegrina*. Cetinje, 2023. Br. 32. С. 79–96.
8. Удовиченко Г. М. Фразеологічний словник української мови : в 2 т. Київ : Вища шк., 1984. Т. 1. 304 с.; Т. 2. 384 с.
9. Штонь О. Алюзія як засіб формування вертикального контексту. *Наукові записки ТНПУ. Серія: Мовознавство*. Вип. I (25) 2016. С. 112–118.

**Romanchenko A. P. COMMUNICATION SUPPORT IN THE MEDIADISOURSE DURING THE WARTIME: SPECIFICITY OF IMPLEMENTATION**

*The purpose of the study is to clarify the implementation specificity of communication support in the modern military media space. To achieve this goal, the following tasks need to be solved: to identify the main and auxiliary intentions of communicative support; to characterize the basic features of each of the identified tactics; to identify and describe the main lexical, semantic and grammatical markers of tactics.*

*The subject of the proposed study is the communicative support in media discourse, and its object is the linguistic specificity of its implementation in the wartime. The factual basis of our study is the radio addresses of Ukrainian singers that were broadcasted on the radio station Kraina FM at the beginning of Russian aggression in 2022. The analysis includes 24 messages of support to Ukrainians by male and female performers.*

*It has been determined that the main intention of the studied communication strategy is to provide moral assistance to addressees to correct their behavior and condition, maintain psycho-emotional balance and positive mood. Communication support in the media discourse is public in its form. Its necessity is due to the difficult situation in our country, including direct aggression, occupation of the part of Ukrainian territories, and the psycho-emotional state of people which is associated with a full-scale enemy invasion. Encouragement of Ukrainians is embodied through a number of communication tactics characterized by certain intentions and distinguished by lexical-semantic and lexical-grammatical markers.*

*The author clarified that during the war period, the active tactics of the support strategy used by Ukrainian artists were those of support, praise, faith, consolidation, appeal and actualization of values and memory, gratitude, and wish. The identified tactics are distinguished by linguistic markers. They have variants, and interact with each other.*

*The basic lexemes are those that characterize the course of hostilities, name persons and territory and nominate abstract concepts. The most frequent units of these groups of vocabulary in the studied communication strategy are: defend, protect; boys/girls, warriors, defenders; enemy, occupier; Ukraine, land; victory, truth.*

**Key words:** *communicative strategy, communicative tactics, intention, lexical and semantic marker, grammatical marker, lexeme, intertextuality, allusion, discourse.*