

УДК: 81'42:355.45:007(477)

*Литвинська С. В., канд. філол. наук, доцент,
доцент кафедри журналістики та мовної комунікації,
Національний університет біоресурсів і природокористування України*

ПОНЯТТЯ «ЖАНРОВОЇ ПРОЄКЦІЇ» ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ В КОНТЕКСТІ ВІЙСЬКОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Анотація. У роботі розкрито сутність поняття «жанрова проєкція» у військовій комунікації як інструмента стратегічного впливу на цільові аудиторії. Зазначено, що жанрова проєкція полягає у свідомому виборі та модифікації жанрів журналістики для досягнення психологічного, інформаційного або військово-політичного ефекту. Проаналізовано використання жанрової диференціації та гібридизації у таких форматах, як офіційна заява, особисте звернення, мем, аналітичний звіт чи інфографіка. Наголошено, що правильний вибір жанру забезпечує підвищення довіри, легітимізацію дій військового керівництва та посилення інформаційно-психологічної стійкості суспільства. Визначено роль жанрової проєкції у протидії дезінформації, зокрема через жанри «фактчек-звіт» чи «розвінчання фейків». Зроблено висновки, що жанрова проєкція є важливим складником сучасної військової комунікації, який формує емоційний, ціннісний і смисловий вимір інформаційного впливу.

Ключові слова: жанрова проєкція, військова комунікація, стратегічна комунікація, інформаційно-психологічний вплив, жанрова гібридизація, медійна стратегія.

Вступ. Поняття «жанрова проєкція» є спеціалізованим терміном, що не має широкого стандартизованого визначення. Сутність цього поняття у військовій комунікації варто трактувати як стратегічне планування, створення та поширення комунікативних повідомлень (текстів, виступів, відео, постів тощо) із цілеспрямованим вибором та модифікацією певного жанру (наприклад, інформаційних новин, офіційних заяв, особистого свідчення, мему, аналітичного звіту тощо).

Метою використання жанрової проєкції в сучасній журналістиці є досягнення конкретного комунікативного, психологічного чи військово-політичного впливу на цільову аудиторію – власні збройні сили, цивільне населення, міжнародну спільноту і ворогів зокрема. Механізм здійснення цього способу полягає у «проєктуванні» певних емоцій, цінностей, рівня довіри, іронії в конкретно обраному жанрі журналістики.

Основний текст. Жанрова проєкція наразі дуже актуальна у військовій комунікації, бо є інструментом інформаційно-психологічної боротьби та стратегічної комунікації. Із тактичною метою обирають такі жанри: *офіційна заява / брифінг, особисте відеозвернення воїна / волонтера / цивільного, аналітичний звіт / інфографіка, мем / сатира*. Кожен із названих жанрів виконує різні функції – сприяє встановленню офіційної позиції, підвищує довіру та мобілізує підтримку, проєктує компетентність / об'єктивність / перевагу в інформаційному просторі, працює на внутрішню згуртованість і зовнішню демонстрацію незламності.

Значно поширеною є жанрова гібридизація, тобто синтетизм жанрів (наприклад, «офіційне повідомлення» подається з елементами «гумористичного попередження»), що дає змогу досягати різноаспектного впливу на аудиторію. Правильний вибір жанру допомагає легітимізувати дії військового чи політичного керівництва в очах внутрішньої та міжнародної аудиторії.

Жанрова проєкція дає змогу оперативно впливати на моральний дух власних військ та населення (заспокоїти, мотивувати, вселити впевненість) і деморалізувати противника. Використання жанрової проєкції для викриття дезінформації (наприклад, жанр «розвінчання фейків» чи «фактчек-звіт») підвищує ефективність протидії ворожій пропаганді. Важливо, що жанрову проєкцію використовують на найвищому міжнародному рівні. Звернення у жанрі заклику до допомоги, демонстрації втрат чи міжнародного права (наприклад, заяви до ООН) спрямовують увагу світової спільноти та мобілізують політичну й матеріальну підтримку.

Однак перебільшене й необґрунтоване, недоречне використання жанрової проєкції може зашкодити. Наприклад, надмірна офіційність у кризовій ситуації може викликати недовіру, відчуження аудиторії і навіть надати повідомленню маніпулятивного звучання.

Висновки. Жанрова проєкція у військовій комунікації є вагомим елементом стратегічного впливу, що забезпечує не лише передавання інформації, але й ціле-спрямоване формування сприйняття цієї інформації через асоціації, очікування та емоції, що закладені в комунікативних жанрах.

Список використаних джерел

1. Курбан О. В. Сучасні інформаційні війни в мережевому он-лайн просторі: навчальний посібник. Київ: ВІКНУ, 2016. 286 с. URL: <https://nbuviap.gov.ua/e-biblioteka/naukovi-resursy/voienni-konflikty-ta-povoienne-vrehuliuvannia/kurban-o-v-suchasni-informatsiini-viiny-v-merezhevomu-on-lain-prostori> (дата звернення: 28.10.2025).

2. Гудзь А. В. Жанрово-тематичні особливості контенту, який формує образ воїнів-захисників та захисниць України. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. Видавничий дім «Гельветика», 2024. Т. 35(74), № 1. С. 173–179. URL: https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2024/1_2024/part_2/1-2_2024.pdf#page=183 (дата звернення: 28.10.2025).