

Кирилюк О. Л.,

кандидат філологічних наук, доцент,

докторант кафедри української філології, теорії та історії літератури  
Чорноморського національного університету імені Петра Могили

## МОВА ПЕРЕДВОЄННОГО ДИСКУРСУ: ЛІНГВІСТИЧНІ ЗАСОБИ СТВОРЕННЯ ВОРОЖИХ ОБРАЗІВ І СИМВОЛІВ (НА ПРИКЛАДІ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ)

**Анотація.** У статті досліджено мовні засоби розпалювання міжнародної ворожнечі в роки, що передують російській збройній агресії проти України 2014 року. Проведений аналіз дає підстави зробити висновок, що російська пропаганда заздалегідь готувала суспільство до війни з Україною, використовуючи «мову ворожнечі». Робилося це шляхом нанизання на образ України й українця асоціатив за допомогою лексем із негативними конотаціями. Зокрема, у 2005 році в період звичної «газової війни» російський президент використав жаргонну лексику: «Україна *тирить* газ». Лексема «*тирить*» надає зниженого відтінку контексту, прирівнюючи державу до дрібного злодія й компрометуючи її на міжнародній арені. Так само ще до початку збройної агресії введені в інформаційне поле терміни «*фашисти*» й «*укропи*» як синоніми до етноніма «*українці*». У 2008 році в інформаційний простір потрапляють тези про поділ України. Ця ідея нав'язувалася шляхом використання таких слів і словосполучень, як «*останній етап*», «*дві України*», «*два народи*», «*розпад*», «*недосерпейці*», «*малороси*», «*половина народу*», «*агонія*», «*державна, яка не відбулася*» тощо. Ненависть розпалювалася також за допомогою мистецтва, зокрема й кіно, у якому стосовно українців використовувалися такі слова і фрази: «*фашист*», «*русифоб*», «*бойовики Бандери*», «*головорізи*», «*вирізали цілі хутори й села*», «*зарплата з Берліна*». Так само мінялося сприйняття звичних для росіян образів українських поетів, у тому числі й Т. Шевченка. Щодо нього також використано поняття «*фашизм*», «*нацизм*», що є абсурдним навіть із погляду історичних умов. Для виправдання анексії територій інших держав пропагандистами створений термін «*кордони цивілізації*» на протиположність поняттю «*кордони держави*». Отже, російська пропаганда заздалегідь формувала образ ворога в майбутній війні, що свідчить про давно вибудовані плани агресії проти України.

**Ключові слова:** дискурс, інформаційна війна, конотація, семантика, сема, мова ворожнечі.

**Постановка проблеми.** Дискурс ненависті є невід'ємним складником усіх воєн і ґрунтується на вдалому використанні особливостей традиційних світоглядних дихотомій «я – інші», «свій – чужий», «друг – ворог», «хороше – погане». Будь-які події та явища індивід розглядає через призму цих опозицій. Почувши про якусь подію, людина автоматично зарахує її учасників до однієї з категорій на основі отриманої інформації. Аби реципієнт зробив висновок, який потрібен пропагандистам, у повідомлення закладають відповідну оцінку за допомогою

використання лексем із потрібними конотаціями – позитивними чи негативними. Країна, яка планує розпочати війну, завжди проводить попередню підготовку суспільства стосовно формування образу ворога. Росія ще до 2014 року почала активну інформаційну кампанію щодо формування головних тез і створення образів, які стали засобами інформаційної війни згодом.

Зокрема, періодичні газові війни були частиною інформаційної агресії й підготовки плацдарму до формування негативного образу України. Тези Путіна про те, що «*Україна тирить газ*», озвучені у 2005 році, мали скомпрометувати нашу державу перед Заходом, сформувати їй образ ненадійного партнера. До того ж лексема «*тирить*», яка має значення «красти», належить до жаргонної лексики [4]. Її вживання надає зниженого відтінку контексту, прирівнюючи державу до дрібного злодія. Сумнозвісні меми про *фашистів* та *укропів* теж придумані й введені в інформаційне поле ще задовго до початку самої агресії. Тобто йдеться про попередню роботу стосовно закріплення за певними лексичними одиницями відповідного образу. Ці образи потім вдало задіюють уже в процесі активної фази збройної агресії. Тому завдання держави – помічати таку діяльність і вживати відповідних заходів. На жаль, відверто загрозливі кроки не були серйозно сприйняті українським суспільством і владними органами, а тому російська збройна агресія у 2014 році стала для України неочікуваною.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Мовні засоби створення образу ворога досліджені в працях багатьох мовознавців. У 1995 р. з'являється монографія Н. Купіної «Тоталітарна мова: Словник і мовні реакції», у якій зосереджено увагу на особливостях семантики дискурсу політичного тоталітаризму [7]. Цій самій темі присвячена монографія Л. Масенко «Мова радянського тоталітаризму» (2017), у якій авторка пояснює особливості керування масами за допомогою штучного нав'язування ворогів [8]. Особливості творення образу ворога в період сучасної російсько-української війни розкриті в працях Г. Почепцова «Пропаганда 2.0» [10] і «Когнітивні війни» [9]. Однак детального аналізу агресивного дискурсу передвоєнного періоду в працях сучасних мовознавців наразі немає, що й зумовлює актуальність обраного напрямку дослідження.

**Метою статті** є дослідження семантичних особливостей лексем передвоєнного дискурсу щодо формування негативного образу України й українців в умовах інформаційної війни. Завдання дослідження: виявити набір лексем, використовуваних в інформаційних повідомленнях про Україну передвоєнного

часу; здійснити аналіз семантичних відтінків встановленого корпусу мовних одиниць.

**Виклад основного матеріалу.** У сучасних інформаційних протистояннях важливими є такі принципи: «той, хто не атакує першим, програє» та «ідеальним ворогом є той, кого можна бити, а він не відповідатиме» [12]. Тому тема попередньої ідеологічної роботи з масами є невід'ємним складником подальших бойових дій. Для цього суспільство тривалий час атакують через різні канали комунікації завчасно сформованими символами, образами, смислами. Ключовим засобом формування й передачі цих ідей є вдало дібраний корпус лексем, адже «нова лексика, яку ми імпортуємо, змінює наше сприйняття світу (нас самих)» [9, с. 183]. Наприклад, перед анексією на жителів Криму протягом кількох місяців здійснювалася щоденна інформаційна атака. Упродовж цього часу в Києві відбувалася Революція гідності, яка жителям півострова подавалася через проросійські ЗМІ виключно як «шпаш ультраправих радикалів». Людям доносили через усі можливі канали комунікації, що в столиці «біснуються фашисти», які «навидять російськомовне населення». Поширена серед протестувальників кричалка «*Хто не скаже, той москаль*» допомогла пропагандистам розпалювати міжетнічну ворожнечу. Нетерпимість поглиблювали за допомогою слів «*укропiтеки*», «*укретини*», «*укрофашисти*». Пропагандистські смисли ґрунтувалися на виробленні в реципієнта почуття загрози від дій учасників революції. Для цього було використано слова «*ультрадикали*», «*радикали*», «*екстремісти*», «*нацисти*», що вже містять семи 'загроза', 'агресія'. Тому перемога Майдану використана Росією як інформаційна підстава для початку анексії Криму. Ситуація в Києві подавалася жителям півострова як «державний переворот». Кремль зміг вибудувати наратив нібито порятунку/захисту російськомовного населення Криму від *2ультранационалістів*, які прийшли до влади в Києві «*в результаті державного перевороту*».

Однак такого швидкого результату пропаганди важко було б досягти, аби не попередня інформаційна робота, яка тривала не тільки в період Євромайдану, а й багато років до того. Особливо агресивною вона стала у 2008 році, після російської агресії в Грузії. Тоді один із ідеологів «русского міра» О. Дугін в інтерв'ю радіо «Ехо Москви» заявив, що подібні воєнні дії будуть і в Україні (рос. «*Нечто подобное нам предстоит на Украине*»). У процесі розмови він вводить в інформаційний дискурс нове поняття – «*кордони цивілізації*». Цей термін дає змогу знівелювати поняття «державний кордон». За його словами, населення деяких територій інших країн за своєю ментальністю входить до «російської цивілізації». А тому політолог наголошує, що росіяни будуть «*змушені знехтувати територіальною цілісністю України*» в разі бажання Півдня і Сходу України бути з Росією (рос. «*Мы будем вынуждены пренебречь территориальной целостностью Украины*») [1]. Слово «*змушені*» (рос. *вынуждены*) надає висловлюванню дещо виправдувальної семантики, яка формує думку нібито в росіян просто не буде іншого вибору. Наступні слова як засторога українцям не вступати в НАТО, інакше Україна розділиться на дві частини: «*Якщо зараз Україна вступає в НАТО, то вона цілком відходить від нас і переходить до іншого – до противника. Відповідно, повністю ми її самі не схопимо, але й НАТО її повністю не перетравить. Отже, Україні буде дві як мінімум: одна з них – в НАТО, Западєньська, за Збручем*» [1]. У цьому контексті дії НАТО й Росії стосовно України подані

через лексеми «*схопити*» й «*перетравити*», а отже, створюється образ слабого звіра, на якого полюють хижаки. Тобто із цього моменту в інформаційний простір активно запускається ідея «*розпаду*» України.

Уже в листопаді 2009 року О. Дугін в одному з інтерв'ю зазначає, що Україна «*заходить на свій останній виток, вступає в останній етап свого незалежного, суверенного існування*». Ключовим у цьому повідомленні є прикметник «*останній*». Тобто знову йдеться про «*розпад*» країни. Причини цього автор пояснює тим, що «*Україна – це два народи з протилежними геополітичними орієнтаціями*». Один із цих народів він називає **східноукраїнським** і вважає, що його сформують «*великороси*» та «*малороси*». Інший народ називає «*западєньським*» і наголошує, що його формують такі собі «*недосвропейці*», які «*можуть мити посуд дець у Європі*». Тобто слова на позначення першого народу містять позитивні конотації, а назву другого сформовано з префіксом *недо-*, що має відтінок неповноцінності. Також іде протиставлення на рівні етносу: перший народ має у своїй назві компонент «*рос*», що вказує на належність до певної етнічної групи, тоді як інший, замість такого позначення, має лише вказівку на причетність до частини світу. Однак навіть цю причетність указано як неповну, неповноцінну. Негативна образність сприйняття цих людей поглиблюється ще відтінком принизливості завдяки фразі «*мити посуд*». У цьому ж інтерв'ю актуалізується теза: «*українська мова – штучне утворення*» [2]. Розкол цих народів, на думку О. Дугіна, відбувся після «*помаранчевої революції*», бо «*владу захопила половина народу*», а інша *половина народу відчували себе приниженими й ображеними*. Слово «*половина*» також семантично посилює контекст стосовно «*розпаду*». Президентські вибори 2010 року він називає «*останніми в єдиній Україні. Українці можуть вибрати тільки одне: розпастися сьогодні або відкласти цю справу назавтра*». Політолог вводить терміни «*західноукраїнська державність*» і «*східноукраїнська державність*», до того ж, за його словами, «*кордон пройде по Києву*». І врятувати Україну не зможе навіть НАТО, бо «*спалахне громадянська війна*». Про стан тодішньої України тези однозначні: «*безумство й агонія, так закінчуються держави*», «*Україна – держава, яка не відбулася*» (рос. *несостоявшееся государство*). Отже, як бачимо, ще у 2009 році озвучені сценарії й наративи, які Кремль активно намагається втілити з 2014 року. Під час Євромайдану в російських і проросійських ЗМІ «*дугінська*» ідея поділу України активно поширювалася й нав'язувалася як єдино можливий сценарій виходу із ситуації.

Підготовка суспільства до втілення цих наративів починається одразу. Мова ворожнечі проникає навіть у мистецтво, аби вплинути на широке коло реципієнтів. У 2010 році виходить російський фільм «*Ми з майбутнього-2*», у якому здійснюється чітка прив'язка до слова «*українець*» – терміна «*фашист*», а до України – образу «*фашистської країни*». Ще до початку зйомок картина викликала скандал, спричинений відмовою від участі в проекті актора, що виконував головну роль у першій частині. Він відмовився через «*надмірний пропагандизм і ксенофобію*», оскільки в сценарії «*українці зображені фашистами-русофобами*» [5]. В інтерв'ю він неодноразово заявляв, що на нього здійснювали тиск із натяком, що фільм замовили на найвищому державному рівні й він є справою «*державного значення*».

Фільм починається закадровим текстом: «*Улітку 1944 року ворог був відсунутий до західних кордонів Радянського Союзу*».

Частини німецького 12-го корпусу, до складу якого входила дивізія «СС Галичина», зібрана з українських добровольців, були оточені радянськими військами під містечком Броди ... німці пішли на прорив. Закіпили запеклі бої. У результаті контрудару радянських піхотних і танкових підрозділів дивізія «СС Галичина» була практично повністю знищена».

З перших хвилин фільму глядачеві нав'язується чіткий поділ згідно з дихотомією «свій – чужий». Категорія «чужий» представлена рядом контекстуальних синонімів з домінантною лексемою «ворог»: *ворог – німці – дивізія «СС Галичина» – українці*. Категорія «свій» репрезентована номенами «Радянський Союз, радянські війська, радянські підрозділи». У результаті повідомлення побудоване так, що ті, хто представляє категорію «свій», протистоять тому, хто є ворогом. Доповнює загальний настрій тексту наявність лексеми «знищена». Вона містить відтінок безпечності, переконує реципієнта, що знищити можна тільки щось погане, яке зло, ворога. Сюжет картини яскраво демонструє це протистояння: «хороші» російські хлопці разом приїждять до України, аби взяти участь у реконструкції бою під Бродами. Там вони зустрічають «поганих» українців, які ходять у нацистській формі поверх вишиванок. Отже, реципієнту закріплюють образ «нациста» й «фашиста» за людиною, яка носить вишиванку.

Далі українці нападають на росіян із криком: «Атас, галичани! Москалі наших б'ють. Уперед». Усю бійку супроводжують викрики українською мовою: «Бий його!», «Кляті москалі!» Наявність лексеми «галичани» як контекстуального антоніма до слова «москалі» втілює згадані вище тези Дугіна, що Україна поділена на два народи – «западнєський» і «східноукраїнський», перший із яких нібито особливо агресивний до росіян. Коли ж далі українці знаходять пам'ятник із червоною зіркою та написом «Павшим в боях під Бродами. Вечная память», то з криком «Окупанти кляті!» завалюють його ногами. Отже, будується нарратив, у якому радянські воїни – це визволителі, а українці несправедливо називають їх окупантами. Це викликає несприйняття реципієнтом маркера «окупант». У глядача виникає обурення: *які ж вони окупанти, якщо вони «визволителі»*. Ці тези у фільмі вибудовували підґрунтя для російського нарративу щодо майбутньої агресії проти України: *українці називають нас окупантами, але насправді ми «визволителі», бо захищаємо народ Криму й Донбасу від «фашистів»*. Далі, за сценарієм, герої потрапляють у часи Другої світової війни, де змушені наживо спостерігати за протистоянням між радянськими військами та воїнами Української повстанської армії, які, за сюжетом фільму, на боці німців. Символічним є діалог між героями: «Нам не по дорозі!» – говорить українець росіянам, на що отримує відповідь, що назад можна повернутися «тільки разом», бо «по-іншому не вийде». Так проведено паралелі із сучасністю: з одного боку є Україна, яка постійно хоче віддалитися від Росії й шукає окремих шлях, але з іншого боку є нібито «історичні умови», які не дають змоги жити нормальним життям нарізно, тому ці два народи мають триматися разом. Важливо звернути увагу на такі фрази: «А якщо в нас нічого не вийде?» – питає один українець іншого, маючи на увазі повернення назад разом із росіянами. «Тоді ні в кого нічого не вийде!» – відповідає інший. Отже, формується думка про безальтернативність шляху – «тільки разом».

Протягом фільму звичним звертанням росіян до українців є фраза «сука фашистська», а в одному з боїв росіянин схилиється над пораним «німцем», який раптом говорить до

нього українською мовою. Отже, українську мову роблять маркером зради, підтримки фашистів. За сценарієм, українці постійно наражають усіх на небезпеку, а росіяни їх завше рятують. Поширеними є фрази на зразок «ми вам життя врятували». Тобто росіяни знову позиціонують себе як «захисники» й «рятівники». Наприкінці фільму українці вже русифікуються, забувають про фашизм, повернувшись назад у свій час, кажуть здивованій масовці: «Ми з майбутнього», формуючи думку, що в майбутньому українці знову з росіянами будуть разом.

Уже в момент виходу фільму його назвали «залом у холодній війні між Росією й Україною» [3]. Фільм хоча й викликав критику в російських ліберальних колах, усе одно мав великий успіх у прокаті. А російські ЗМІ вели потужну інформаційну кампанію щодо промоції фільму, назвавши його «фільмом про національну свідомість і національну гордість», а одним із напрямів цієї промоції було створення істерії навколо так званих «звірств» УПА й ОУН. У таких повідомленнях звучали маркери «бойовики Бандери», «головорізи», «вирізали цілі хутори й села», «зарплата з Берліна» [3].

У 2013 році Росія провокує два скандали, що розпалюють міжетнічну ворожнечу. У березні на російському телебаченні виходить сюжет, у якому журналісти ставлять під сумнів доцільність проведення «шевченківських днів» у м. Оренбурзі, де поет певний час перебував у засланні [6]. Цю традицію пояснюють виключно тим, що «просто пощастило з дослідником», який «усе зробив для увіковічення пам'яті Т. Шевченка в Оренбурзі». Тобто вшанування трактується як помилкове. Оскільки розпалювання ненависті мало узгоджуватися із загальною концепцією «українець – значить фашист», то до Шевченка теж застосовано цей маркер: «Він завжди давав зрозуміти, що належить до якоїсь нації, якій, можливо, дано щось більше про цей світ знати і щось більше в цей світ принести». Отже, глядачеві пропонуються типові ознаки нацистської ідеології. Одразу після цих слів у кадрі з'являється фото, на якому портрет Шевченка знаходиться між нацистською свастикою та українським тризубом. Фото супроводжується коментарем: «За ненависть до росіян фашисти дозволяли ставити його портрети поруч із портретами Гітлера». Тобто ім'я українського поета введено в негативний контекст: *Шевченко – фашисти – Гітлер*. У сюжеті Шевченка названо також «русифобом».

У квітні 2013 року спалахує ще один скандал. У черговому випуску кулінарної програми на російському телебаченні ведучий Іван Ургант, нарізаючи зелень, пожартував: «Я порубав зелень, як червоний комісар жителів українського села» [11]. Студія відреагувала на такий жарт гучним сміхом. Гість студії кинувся одразу знімати залишки зелені з ножа, коментуючи: «Я просто останки жителів струшую». Такий лексичний супровід буденних дій із приготування їжі мав закріпити за українцями поняття *трави, зелені, кропу*, яке пізніше реалізується в узятому пропагандою слові «укроп». Заміна лексем («укроп» замість «українець») запускала процес дегуманізації: *траву можна знищувати*. Унаслідок цього інформація про вбивства людей сприймається з гумором, як нормальна. Накладений закадровий сміх також дає сигнал реципієнту розглядати вбивства українців, як розвагу. Отже, образ *українець-укропа, якого можна весело рубати*, був сформований і вступив в активну фазу інформаційної війни навесні 2014 року. Фрази «пострелять укропов», «мочить укропов» стали звичними для російського обивателя.

**Висновки.** Отже, проведений аналіз дає підстави зробити висновок, що російська пропаганда заздалегідь готувала суспільство до війни з Україною. Поступово в російського та проросійського реципієнта «виховувалася» ненависть до всього українського. Робилося це шляхом нанизування на образ України й українця асоціатив за допомогою лексем із негативними конотаціями. Подальші дослідження передбачають аналіз більшої кількості текстів передвоєнного дискурсу.

#### *Література:*

1. Дугін О. Інтерв'ю 2008 року. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=8QH7KVQR5F4> (дата звернення: 10.01.2020).
2. Дугін А. Распад Украины неизбежен. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=b2UQeGpRiig> (дата обращения: 14.01.2020).
3. Егизарова И. «Мы из будущего – 2». Грядет скандал. URL: [https://www.vokrug.tv/article/show/my\\_iz\\_budushchego-2\\_gryadet\\_skanandal/](https://www.vokrug.tv/article/show/my_iz_budushchego-2_gryadet_skanandal/) (дата обращения: 10.01.2020).
4. Елистратов В.С. Словарь русского арго. 2002. URL: [http://gramota.ru/slovari/argo/53\\_14274](http://gramota.ru/slovari/argo/53_14274) (дата обращения: 10.01.2020).
5. Кино на службе Кремля. URL: <http://inosmi.ru/social/20100310/158534004.html> (дата обращения: 10.01.2020).
6. Кому поём здравницы? URL: <https://www.youtube.com/watch?v=6tn715z-uOQ> (дата обращения: 10.01.2020).
7. Купина Н.А. Тоталитарный язык: Словарь и речевые реакции. Екатеринбург – Пермь : Изд-во Урал, ун-та – ЗУУНИЦ, 1995. 144 с.
8. Масенко Л. Мова радянського тоталітаризму : монографія. Київ : Кліо, 2017. 240 с.
9. Почепцов Г. Когнитивные войны в соцмедиа, массовой культуре и массовых коммуникациях. Харьков : Фолио, 2019. 320 с.
10. Почепцов Г. Пропаганда 2.0. Харьков : Фолио, 2018. 800 с.
11. Ургант порубал зелень, как «красный комиссар жителей украинской деревни». URL: <https://tsn.ua/ru/video/video-novini/urgant-porubal-zelen-kak-krasnyy-komissar-zhiteley-ukrainskoy-derevni.html> (дата обращения: 14.01.2020).
12. Grassegger H. The Unbelievable Story Of The Plot Against George Soros. URL: <https://www.buzzfeednews.com/article/hnsgrassegger/george-soros-conspiracy-finkelstein-birnbaum-orban-netanyahu> (retrieved: 14.01.2020).

#### **Kyryliuk O. The language of pre-war discourse: linguistic means of creating hostile images and symbols (on the example of the Russian-Ukrainian information war)**

**Summary.** The paper investigates the linguistic means of rousing ethnic hostility in the years preceding the Russian armed aggression against Ukraine in 2014. The analysis makes it possible to conclude that Russian propaganda prepared the society for war with Ukraine in advance, using the “language of hostility”. Gradually, the recipient “cultivated” hostility to all signs of Ukrainian identity. This was done by imposing associations of Ukraine and Ukrainian with negative connotations. In particular, in 2005, during the usual “gas war”, the Russian president used a jargon: “Ukraine is robbing gas”. The lexeme “to rob” gives an unfavourable connotation of context, equating the state to a petty thief and compromising it in the international arena. Similarly, before the outbreak of armed aggression, the terms “fascists” and “ukrops” were introduced into the information field as synonyms with the ethnonym “Ukrainians”. In 2008, the theses on the division of Ukraine were included in the information space. This idea was imposed through the use of words and phrases such as “last stage”, “two Ukraines”, “two peoples”, “disintegration”, “non-Europeans”, “great Russians”, “little Russians”, “half the people”, “agony”, “failed state” and others. Hate was also aroused by art, including cinema, which used the following words and phrases concerning Ukrainians: “fascist”, “Russophobe”, “Bandera fighters”, “thugs”, “destroy the whole farms and villages”, “Berlin salary”. Similarly, it was changed the perception of images of Ukrainian poets familiar to Russians, including T. Shevchenko. As for him it was used the notions “fascism”, “Nazism”, which is absurd even in terms of historical conditions. To justify the annexation of the territories of other states the propagandists created the term “borders of civilization” as opposed to the concept of “borders of the state”. Thus, Russian propaganda formed the image of the enemy in the coming war beforehand, which testifies to the long-established plans of aggression against Ukraine.

**Key words:** discourse, information war, connotation, semantics, seme, language of hostility.