

УДК 811.161.2'42

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863.1/32.214487>**Ольга КИРИЛЮК,***orcid.org/0000-0002-9764-8756*

кандидат філологічних наук, доцент,

докторант кафедри української філології, теорії та історії літератури

Чорноморського національного університету імені Петра Могили

(Миколаїв, Україна) *kyryluk@ukr.net*

МОВНА АГРЕСІЯ РОЗВАЖАЛЬНИХ ТЕЛЕСHOW ЯК СПОСІБ ВЕДЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

У пропонованій статті здійснено лінгвістичний аналіз текстів телевізійних шоу, присвячених двом державним святкам – Дню Перемоги та Дню Незалежності України. Досліджувані телепрограми були показані в ефірі українського телеканалу «Інтер», який неодноразово отримував публічні звинувачення в підтримці проросійського політичного курсу.

Результати дослідження дають підстави стверджувати про свідоме нав'язування глядачеві хибних наративів, що формують негативне ставлення до української незалежності, й утвердження російськоцентричної мовної картини світу, яка допомагає утримувати громадян у спільній з агресором психокulturі.

Автори шоу здійснюють свідоме знецінення української незалежності шляхом використання лексем із негативною семантикою, що вербалізують негативні факти суспільної дійсності («катастрофа», «зрада», «заробітчанство», «страждання»). На противагу цьому вжито велику кількість лексем, які створюють позитивний імідж України в добу СРСР («успіх», «велич», «належність до народу-переможця», «впевненість», «спокій»). Також сценарієм передбачене використання мовних засобів, що перекладають провину за війну на Донбасі з Росії на Україну. Автори нав'язують глядачеві російський симулякр про спільну історію та «один народ». Це досягається за рахунок таких прийомів: а) використання форм присвійного займенника «наш» стосовно символів СРСР («наша пам'ять», «наша країна», «наша Вітчизна»); б) вживання прикметника «спільний» («спільна пам'ять», «спільна пісня»); в) вживання українських і російських топонімів і антропонімів у контексті представлення поняття «країна».

Потрапляння таких хибних наративів до українського інформаційного простору становить загрозу національній безпеці країни. Тому проведення подібних досліджень має стати невід'ємною складовою частиною державної політики з метою виявлення фактів інформаційної мовної агресії та вироблення системи контрзаходів.

Ключові слова: наратив, симулякр, фрейм, інформаційна війна, російсько-українська війна, збройна агресія, образ ворога.

Olha KYRYLIUK,*orcid.org/0000-0002-9764-8756*

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor;

Doctoral Candidate at the Ukrainian Philology, Theory and History of Literature Department

Petro Mohyla Black Sea National University

(Mykolayiv, Ukraine) *kyryluk@ukr.net*

LANGUAGE AGGRESSION OF ENTERTAINMENT TV SHOWS AS MEANS OF WAGING INFORMATION WARFARE

The proposed paper provides a linguistic analysis of the texts of television shows dedicated to two national holidays – Victory Day and Independence Day of Ukraine. The studied TV programmes were shown on the Ukrainian TV channel “Inter”, which has repeatedly received public accusations of supporting a pro-Russian political course.

The results of the study give reasons to assert a conscious imposition on the viewer of false narratives that shape negative attitudes toward Ukrainian independence, instead establishing a Russia-centric language picture of the world that helps keep citizens in common psychoculture with the aggressor.

The authors of the show consciously devalue Ukrainian independence by using lexemes with negative semantics, which verbalize the negative facts of social reality (“catastrophe”, “betrayal”, “labour migration”, “suffering”). In contrast, large numbers of lexemes are used that create a positive image of Ukraine in the Soviet era (“success”, “greatness”, “belonging to the victorious people”, “confidence”, “peace”). The scenario also envisages the use of language means that shift the blame for the war in Donbas from Russia to Ukraine. The authors impose on the viewer a Russian simulacrum about a common history and “one nation”. This is achieved through the following techniques: a) the use of forms of the possessive pronoun “our” in relation to the symbols of the USSR (“our memory”, “our country”, “our Motherland”); b) the use of the adjective “common” (“common memory”, “common song”); c) the use of Ukrainian and Russian toponyms and anthroponyms in terms of the concept of “country”.

Getting such false narratives into the Ukrainian information space poses a threat to the country's national security. Therefore, the analogous studies should become an integral part of public policy in order to identify the facts of information language aggression and develop a system of countermeasures.

Key words: *narrative, simulacrum, frame, information warfare, Russian-Ukrainian war, armed aggression, image of the enemy.*

Постановка проблеми. Збройна агресія Росії, яка ведеться проти України з 2014 р., має також потужний інформаційний супровід, що здатен уражати не гірше, ніж кулі. Нав'язане чужою пропагандою слово здатне вплинути на кожного громадянина України, який не володіє достатнім рівнем інформаційної стійкості. Тому завданням філологів стає докладне вивчення медійного дискурсу, виявлення потенційних загроз шляхом аналізу мовного інструментарію, за допомогою якого здійснюється руйнівний вплив на суспільство. Одним із завдань інформаційної війни є руйнування усталеної картини світу суспільства-опонента та нав'язування йому власної. Проникнення ворожих наративів до українського дискурсу тривало ще задовго до початку відкритої фази агресії. Однак із початком ведення бойових дій потужність здійснюваних пропагандистських атак значно посилилася.

Уже десятки років Росія через підконтрольні їй медіа намагається викликати в українських громадян такі емоції, як незадоволення українською незалежністю, ностальгія за часами СРСР, а також нав'язує тезу про «*один народ*», тобто прагне змусити українців відмовитися від своєї національної ідентичності. Через ЗМІ в інформаційний дискурс запускають слова, словосполучення або готові фрази, які нав'язують руйнівні наративні фрейми й одночасно стають інструментарієм у веденні дискусії, допомагаючи громадянину відбивати будь-які логічні аргументи, що представляють іншу думку. Як наслідок, людина, сама того не усвідомлюючи, повторює фрази, які несуть руйнівну для української картини світу інформацію. Показово, що нав'язування таких ідей особливо ефективно здійснюється в ненав'язливій формі – через розважальні телевізійні шоу, оскільки саме вони здатні привернути увагу широкої аудиторії та за допомогою певних слів суттєво змінити картину світу реципієнтів, вибудувати паралельну реальність. Спеціалісти вважають, що такі явища навіть не можна назвати правдою чи брехнею, а називають це «*комунікативно влаштована дійсність*» (Почепцов, 2016: 81). Мовні засоби формування такої дійсності розглянемо у пропонованій розвідці.

Аналіз досліджень. Мовний інструментарій висвітлення збройних конфліктів систематично

стає об'єктом дослідження науковців. Можна виділити таких зарубіжних дослідників, як М. Фабішак (2007), Дж. Лакофф (1992), С. Сільберштейн (2002). Автори висвітлюють особливості формування образу ворога за умов війни за допомогою мовних засобів, а також прийоми трактування доцільності або недоцільності ведення бойових дій. Варто відзначити й напрацювання вітчизняних дослідників, зокрема Г. Яворської (2016) та Т. Вільчинської (2017), котрі вивчають репрезентацію концепту «війна» в українському дискурсі. Особливо докладно інформаційний дискурс Росії та України щодо висвітлення воєнного конфлікту висвітлено у працях Г. Почепцова (2016, 2019). Однак комплексного дослідження, яке б продемонструвало мовний вплив на суспільну свідомість у контексті розважальних телевізійних шоу за умов російсько-українського інформаційного протистояння, досі не було.

Мета статті – з'ясувати семантичний потенціал мовних засобів, використовуваних у розважальних телешоу, щодо формування негативного образу України та нав'язування чужої картини дійсності. Завдання дослідження: проаналізувати набір використовуваних лексем; визначити семантичні відтінки обраного корпусу номенів і їхній потенційний вплив на свідомість реципієнтів.

Виклад основного матеріалу. Телевізійні шоу дивляться переважно для того, аби відпочити, а отже, глядач перебуває у розслабленому стані та менше задіює критичне мислення. Тому пропагандисти часто використовують такі програми для формування суспільної думки. Такі шоу будують на антитезі: «величне» радянське минуле протиставляється «поганому» українському сучасному. Кожне слово стає своєрідним кодом, який несе потрібну інформацію і викликає необхідну емоцію. Російська пропаганда систематично використовує прийом знецінення української сучасності шляхом возвеличення історії СРСР. У пропонованому дослідженні увагу приділено аналізу телепрограм, присвячених двом святам, що стають маркерами суспільної думки, – *Дню Незалежності* та *Дню Перемоги*. Проаналізовано святкові концерти «*Мрія про Україну*», «*Україна від А до Я*», «*Перемога. Одна на всіх*» на телеканалі «Інтер», який активісти неодноразово звинувачували в поширенні в інформаційному просторі

антиукраїнських наративів. Зокрема, громадськість періодично влаштовує пікетування офісу телеканалу з гаслами «*Інтер – говорить устами Кремля*», «*Російські фільми на Інтері – наші герої на цвинтарі*».

1. День Перемоги. Розглянемо детально основні наративи та коди концерту «*Перемога. Одна на всіх*». Концепт «Велика Перемога» посідає важливе місце в російській пропаганді. Він дає можливість заглибити українського реципієнта у психокультуру агресора, нав'язуючи наратив про спільну історію двох народів.

Вербалізується цей концепт у словах, словосполученнях і реченнях, які актуалізують образи радянської дійсності. Одним із головних нав'язуваних символів є «*Велика Вітчизняна війна*» (далі – ВВв). Він був вигаданий радянською пропагандою, аби змістити часові рамки Другої світової війни та зняти відповідальність за її розв'язання з СРСР. У сучасній українській історіографії використовують термін «*Друга світова війна*». Однак російська пропаганда систематично нав'язує мем «Великої Вітчизняної», у т. ч. й під час щорічних концертів до Дня Перемоги на підконтрольних телеканалах. Цей термін активно нав'язують разом із лексемами, що вербалізують інші символи радянської доби, зокрема створюючи ефект «величі» Червоної армії:

рос. **Ни в одной армии мира** не было столько подвигов самопожертвования, сколько их было **в Красной армии**. Беспримерное **мужество**, искренняя **преданность** своему Отечеству позволили **советским людям** победить в этой войне и назвать ее **Великой Отечественной**... Эта война навеки **останется Великой Отечественной**, и победа в ней навеки останется **великой**. Наша **память** – это наш рубеж. Наше дело было и остается **правым**.

Отже, в контексті ВВв вербалізовано такі символи: «*Червона армія*», «*радянські люди*», «*наша пам'ять*», *рос.* «*правое дело*». Позитивного відтінку цим символам надано за рахунок вживання їх у позитивному контексті, створеному за допомогою лексем *мужність*, *щира відданість Вітчизні*, *подвиг самопожертви*, *перемогти*. Використання терміна «*радянські люди*» утверджує ідею про єдиний радянський народ як синонім російського. Таким способом поняття українського народу взагалі нівелюється. Зокрема, якщо в концертах «Перемога. Одна на всіх» попередніх років слова «український» та «Україна» траплялися рідко, то в 2020 р. їх

взагалі не було використано. А отже, поняття українськості стирається. Ведучі вживають такі слова і сполуки, як *радянські прикордонники*, *російські солдати*, однак словосполучення *український солдат* жодного разу не звучить:

рос. Двое **брестских пограничников** дали бой колонне немецких мотоциклистов. **Красноармейцы** были ранены. **Гитлеровцы** взяли их в плен. Офицер отдал приказ **расстрелять**. Перед смертью **советские пограничники** вели себя **уверенно и спокойно**. Они до последнего **смеялись над врагом**. Вечером после **расстрела** немецкий офицер написал в своем дневнике: «**Эти русские солдаты совсем не боялись нас. Это была не бравада и напускная храбрость**».

Незважаючи на вживання прикметника *брестський*, утвореного від назви білоруського міста Брест, у тексті немає згадки про *білоруських солдатів* чи *білоруський народ*. Так само, як і про *український*. Хоч протягом концерту назви білоруських і українських міст звучать неодноразово. Замість слова *Україна* використано узагальнені лексеми *рос.* *Родина, Отчизна, страна*. Така гра – вживання топонімів і навмисне упускання етнічних характеристик – працює на загальну мету концерту: нав'язування ідеї про єдиний Радянський Союз і російського солдата як його представника. Тобто поняття *українець* і *білорус* не мисляться як окремішні, а мають автоматично входити в концепт «*російський / радянський солдат*».

Ще одним яскравим фактом у двох вищеведених уривках є надмірна героїзація цих солдатів, побудована на основі використання лексем, що викликають глибоку емоційну реакцію. Слова *поранені*, *наказ розстріляти*, *перед смертю*, *після розстрілу* «втягають» із реципієнта співчуття та почуття гніву через несправедливість, а потім ці емоції замінюється захватом, який викликають лексеми, що вказують на неабияку мужність: *сміялися з ворога*, *не боялися*, *хорообрість*, *впевнені*, *спокійні*. Для підсилення ефекту сценаристи навіть вдалися до «олюднення» ворога: слова *вороги*, *гітлерівці* замінені словосполученням *німецький офіцер*. Це дає можливість показати, що навіть німецькі військові визнали подвиг радянських солдатів.

У попередні роки на цих концертах слово *Україна* згадувалося, але переважно в негативному контексті: «*рос.* **Сегодня в Украине вандалы могут безнаказанно разрушать памятники нашим героям, тем, кто ценой своей жизни защитил**

мир от фашизма». Тобто сучасна Україна, за сценарієм телеканалу, асоціюється з руйнуваннями, вандалами та фашизмом. Повідомлення побудоване за принципом, коли хтось із концепту «чуже» здійснює напад на символи із концепту «своє»: вандали нападають на пам'ятники героям. Як наслідок, відбувається заклик діяти проти: *«рос. И сегодня мы не можем позволить, чтоб улицы наших городов называли именами фашистских преступников, а их портреты безнаказанно проносили во время факельных шествий по нашей столице»*. Тому маємо асоціативний зв'язок: Україна – вандали – фашизм – фашистські злочинці – руйнують – факельна хода. Усі ці символи протиставлено конструкціям *«наші міста», «наша столиця»*. Отже, тих, хто впроваджує декомунізацію, кваліфіковано як *«чужих»*.

Топонім *Київ* згадується протягом концерту кілька разів, однак тільки як місто Радянського Союзу, а не України: *«рос. Киев – город, который стоит на реке, вода которой была красной от крови советских солдат. <...> И Киев не может быть городом, где переименовывают улицы, названные в честь освободителей, и заливают цементом вечный огонь. Киев – НЕ город-предатель. Киев – город-герой»*. У наведеному уривку асоціативним маркером топоніма *Київ* стає словосполучення *радянські солдати*. Тобто радянське місто. А отже, процеси декомунізації трактовано як чужі та зрадницькі. Ці законні дії відмови від комуністичних символів прирівнюють до дій *вандалів*. Такі асоціації вдається викликати за рахунок використання конструкції *«заливають цементом «Вічний вогонь»*. Прийняття декомунізації в Києві прирівняне до зради, і тут же йде «ударна» теза, що Київ за своєю суттю не може бути *«зрадником»*, бо насправді він *«герой»*. Декомунізація подається як відмова від своєї суті – історії, пам'яті.

Подібний наратив «відмови від своєї пам'яті» протягом концерту звучить не раз. Особливого апогею досягає у фіналі:

рос. Дорогие ветераны, <...> вместе мы защищаем правду о войне, отстаиваем памятники, противостоим тем, кто хочет забрать у нас праздник победы. <...> Нам необходимо, чтобы вы как можно дольше были с нами, чтобы наши дети <...> могли общаться с настоящими победителями. <...> Чувство принадлежности к народу-победителю передается через поколение.

Тобто створюється хибна картина сучасної української дійсності, у якій нібито домі-

нантними є такі концепти: *бажання відібрати свято, вандалізм, зруйновані пам'ятники, знищення пам'яті*. Наратив «відбирання свята» вигаданий російською пропагандою у відповідь на те, що Україна у 2015 р. доєдналася до європейської моделі вшанування цих подій, визначивши 8 травня Днем пам'яті та примирення. І, як висновок, автори сценарію пропонують цьому *протистояти*. Отже, повідомлення знову будується за принципом антитези: відчуття небезпеки, асоційоване з незалежною Україною, та відчуття *«належності до народу-переможця»*, яке асоціюється з Росією та СРСР. Так вибудовуються маркери: *Україна – небезпека, а СРСР / Росія – велич*.

У текстах промов ведучих багато разів звучать російські та білоруські топоніми. Серед них і марковані *Ленінград, Сталінград*, які вже є своєрідними містами-символами. Однак більшість згаданих географічних назв (*Воронеж, Омськ, Полоцьк, Смоленськ* та ін.) не мають стосунку до переломних моментів у Другій світовій війні. Тому їхнє уведення в текст має одне завдання – створити атмосферу часів Радянського Союзу, коли всі міста в союзних республіках вважалися *«своїми», «нашими»*. Перелік цих назв розбавлений українськими топонімами, що також створює атмосферу належності до єдиної радянської країни. Ефект сприймання російських чи білоруських міст як своїх досягнуто за рахунок розповідей історій, які в тих містах відбулися. Героями цих історій найчастіше стають представники соціальних груп, котрі викликають високий рівень емпатії. Вербалізується це поняття за рахунок використання слів: *діти, сироти, дівчинка, лялька, маленький хлопчик, мати, всиновлення, родина, дитячий будинок*. Ці слова звучать в одному контексті з лексемами, що створюють загрозливу атмосферу: *танк, обстріли, спустили собак, розстріляли*. Співчуття до цих людей допомагає прийняти їх як своїх, а отже, прийняти і спільну історію, нав'язану концепцією про «один народ». Підсилює цей ефект і текст виконуваних пісень. Зокрема, в одній звучать слова *рос. «Мой родимый край, место отчее, ты и праздник мой и броня. Память общая, Песня общая у моей земли и у меня»*. Тут ідея спільної історії впроваджується за допомогою словосполучень *«память общая», «песня общая»* в поєднанні зі сполукою *«мой родимый край»*.

Засоби вербалізації основних концептів, образних для нав'язування радянської парадигми, представлені в табл. 1 і 2.

Таблиця 1

Вербалізація радянських наративів

	Наративи	Вербалізація
1	Червона Армія мала найбільше подвигів	Ни в одной армії мира не было столько подвигов самопожертвования; російські солдати не боялися; поводитися впевнено і спокійно; вони знали, що за них помстяться; мужність, відданість
2	Перемогу здобули РАДЯНСЬКІ люди	Брестські прикордонники; червоноармійці; радянські прикордонники, російські солдати, кров радянських солдатів, визволителі
3	Велика Вітчизняна війна	Пам'ять, рубіж, велика перемога, праве діло
4	Належність до народу-переможця	Справжні переможці, народ-переможець, зберегти зв'язок поколінь, спільна пам'ять, спільна пісня

Таблиця 2

Вербалізація наративів про Україну

	Наративи про Україну	Вербалізація	
		Суб'єкти	Дії
1	Україна фашистська держава	Вандали, фашистські злочинці	Руйнують пам'ятники Влаштовують факельну ходу
2	Україна знищує правду про війну	Зрадники	Заливають цементом вічний вогонь Перейменовують вулиці Забирають Свято Перемоги

2. День Незалежності. Основною метою телешоу, присвячених Дню Незалежності України, окрім нав'язування радянських маркерів, є також формування ненависті до України, повне розчарування її незалежністю. І все це на фоні пропаганди наративу радянської величч. Розглянемо два показові концерти – «Мрія про Україну» (2015) та «Україна: від А до Я» (2016). Ці шоу телеканал «Інтер» продовжує щороку ставити в ефір 24 серпня.

Революція гідності, а згодом проявлений українцями опір російській агресії сприяли підйому патріотизму, бажанню відстоювати українську незалежність. З цього моменту російська пропаганда особливо агресивно почала працювати на зворотний результат – змусити українців ненавидіти незалежну Україну. Ці ідеї були майстерно втілені під час концерту «Мрія про Україну». Приховані смисли закладені вже в назву шоу. За допомогою лексеми «мрія» глядачеві нав'язується думка, що Україна – це якесь нереальне, нездійсненне прагнення, витвір фантазії. Натомість протягом усього шоу в позитивному світлі зображена доба СРСР як цілком реальна.

Сценарій побудований за принципом поступового нагнітання емоцій. На початку використано лексеми, які несуть важливі українські символи. Однак поступово символіка концерту змінюється, і починається активне нав'язування маркерів радянської епохи: «(рос.) *Помните, как в детстве: если дружба, то навсегда, если любовь – то вечная. Благодетству мы учились у трёх мушкетеров, верности и принципам у двух капитанов...* (укр.) *А на канікулах жодного дня без «Пригод електроніка», «Аліси...» або «Дітей капітана Гранта».* У наведеному уривку лексема «дитинство» викликає у глядача спогади про переважно приємний період життя. Згадка типових радянських кіносимволів («Три мушкетери», «Два капітани», «Пригоди Електроніка» та ін.) посилює ці відчуття. Враховуючи, що виражені словами концепти «дружба», «любовь», «шляхетність», «вірність» уведено у спільний контекст зі згадкою про радянські фільми, можна зробити висновок, що реципієнту нав'язується думка про існування таких високих понять виключно в радянську добу.

Після тривалого возвеличення епохи СРСР ведучі вдаються до згадування сучасної України в негативному світлі: «(укр.) *Багато українців зустрічають цей день далеко від рідного дому. Вони заробітчани.* (рос.) *Представьте, сколько детей растёт без материнского тепла и отцовского слова.* (укр.) *Як би нам хотілося, щоб наші люди мали можливість гідно працювати в Україні, щоб мільйони батьків після роботи увечері поверталися до рідного дому, а не в найману квартиру десь в Італії чи в Португалії».* Отже, основними символами доби незалежності стають: «мільйони заробітчани», «батьки у найманих квартирах Італії», «діти без материнського тепла», «діти без батьківського слова». Як наслідок, Україна зображена як держава, у якій не можна прогудувати сім'ю. Тема заробітчання надзвичайно болюча для суспільства, і такий акцент на

.....

ній під час концерту до Дня Незалежності зроблений навмисне з метою викликати незадоволення Україною.

Особливе місце у сценарії відведено темі сучасної російсько-української війни. Протягом концерту постійно актуалізується думка, що війна – просто наслідок політичних амбіцій, а не збройної агресії іншої держави: «(рос.) *Ничьи политические амбиции не стоят жизни людей*». Антитеза «політичні амбіції» – «життя людей» викликає негативні емоції стосовно української влади, яка посміла чинити опір агресору.

Утверджується думка, що в добу СРСР, на відміну від незалежної України, війни не було: «(рос.) *Для нас, детей того времени, не знавших войны, слова этой песни были просто красивыми стихами... (укр.) <...> не міг навіть уявити, що за 30 років ми з вами будемо боятися за життя наших близких. (рос.) <...> наши дети узнают, что такое артобстрелы, мины, беженцы*». Текст знову побудований на контрасті. Радянська доба подається як період миру і спокою, де «діти не знали війни». Російськомовний ведучий говорить про те, як добре було в СРСР, а далі українськомовна ведуча занурює глядача в сучасні воєнні реалії. Вживання лексеми діти в одному контексті зі словами артобстріли, міни та біженці викликають співчуття і покликані схилити суспільство до швидшого прийняття миру на умовах агресора, що підтверджують прикінцеві рядки: «*Але ми усі з вами дозволили цьому статися. І ми маємо це припинити. <...> Якщо ти дуже хочеш миру, ти уже припиняєш війну*». Виголошене звинувачення «ми дозволили цьому статися» вкладене в уста саме українськомовної ведучої. Так провина за війну перекладається з Росії на Україну. І утверджується думка, що припинити війну може тільки сама Україна. І якщо вона її не припиняє, значить, «не дуже хоче».

Отже, використані в шоу лексеми нав'язують думку, що нібито найкращі сторінки в історії України пов'язані з СРСР, а доба незалежності – це тільки заробітчани та війна. Основні асоціати, нав'язувані протягом концерту, подані в табл. 3.

У 2016 р. телеканал «Інтер» презентував до Дня Незалежності шоу «Україна: від А до Я». Основною сценарією стала українська азбука, де кожна

буква символізує один символ. Однак справді українського у пропонованих символах не так і багато, а чогось, що було б пов'язане із незалежністю, взагалі немає. Більшість символів акцентують увагу на радянському минулому, на спільній із Росією пам'яті. Зокрема, буква Б репрезентує монументальну скульптуру *Батьківщина-мати*. Цей образ занурює глядача в контекст «великої перемоги», яку знову ж таки намагаються зробити об'єднаним фактором російського й українського дискурсів. Букву В представили твором «*Вечори на хуторі біля Диканьки*», розмова про який звелася тільки до з'ясування питання: український чи російський письменник Гоголь? Ведучий наводить слова самого письменника: «(рос.) *Обе природы слишком щедро одарены Богом – и как нарочно каждая из них порознь заключает в себе то, чего нет в другой. Явный знак, что они должны пополнить одна другую*». Конструкція «обе природы» символізує Україну і Росію, які не можуть існувати «порознь», а «повинні доповнювати одна одну». Що є відвертим закликком – Україна і Росія не можуть одна без одної.

Найбільш цинічною була описана велич «Дніпрогесу» під буквою Д: «(рос.) *Днепрогэс открыли 1932 году, а уже в 1941-м плотину пришлось взорвать, чтобы она не досталась врагу*». Ключовий концепт у наведеному уривку – «ворог». Те, що сто тисяч людей будували майже 5 років, було підірване радянською владою, а отже, потрібно якось виправдати цю дію. І образ ворога гарно справляється з цією роллю. Ведучі промовчали, що підриг електростанції мав жахливі наслідки: майже 100 тисяч українців загинули під 30-метровою хвилею води, бо радянська влада їх просто не попередила про підриг. Хоч, на думку деяких істориків, німці не збиралися на той момент захоплювати Запоріжжя, а увійшли туди аж через два місяці. Але завдяки лексемі «ворог» вдається перекласти відповідальність за людські трагедії на німців. Для ще більшого виправдання концепт ворога знову вводиться фразою «*Потім її підірвали ще раз, вже гітлерівці, під час відступу*».

У контексті розмови про Дніпрогес глядача змушують прийняти той факт, що своїми

Таблиця 3

Мовні засоби нав'язування асоціатів під час концерту «Мрія про Україну»

	Період	Вербалізація асоціатів
1	Доба СРСР	дружба, любов, благородство, вірність
2	Доба незалежної України	війна, політичні амбіції, артобстріл, міни, біженці, страх за життя, заробітчанство, неможливість прогодувати сім'ю, діти без материнського тепла і батьківського слова

промисловими об'єктами Україна завдячує тільки СРСР: «(рос.) Можно сказать, что украинская промышленность, **построенная с нуля**, во многом началась именно с «Днепрогэса». Блок, присвячений Дніпрогесу, завершує пісня «Родная страна», у тексті якої звучать такі рядки: «(рос.) Недаром во все времена **победа приходит в сражение. Родная Отчизна, родная страна, Мы славим твоё возрождение**»). Отже, ця тематична частина знову нав'язує концепт «великої перемоги». Відсилка до цього наративу здійснюється за допомогою використання лексем *гітлерівці, ворог, перемога*. Вживання конструкцій «родная Отчизна», «родная страна» розмиває образ батьківщини, укорінюючи його в радянській дискурсі.

Букву Є автори асоціювали з іменем філософа Миколи Бердяєва, про якого згадали лише для того, аби показати негативні явища сучасної України: «(рос.) Бердяев писал: «Мне пришлось жить в эпоху **катастрофическую** и для моей Родины, и для всего мира <...> Я видел трансформации, **приспособления и измены** людей». Після того, як глядач сприйняв негативні концепти – *катастрофа, пристосування, зрада*, – йому говорять, що нині в Україні відбувається те саме: «(рос.) Он писал, как будто о нас **сегодняшних**. Эпохи, столь наполненные событиями, изменениями, <...> **несчастны и страдальческие**». Тобто із сучасною Україною асоціюють такі поняття, як *нещастя, страждання*. І підсилює увесь викликаний сучасною ситуацією трагізм виконання пісні із красномовною назвою «Реквієм».

Лексему «житниця», представлену літерою Ж, так само використано для возвеличення радянської доби та знецінення української незалежності: «(рос.) **Еще недавно** Украину называли **житницей**. **Сельское хозяйство в СССР** обеспечивало около 50% пшеницы <...> во всей стране... **Наша страна – мировой лидер по запасам чернозема, а любовь к труду и земле** всегда была отличительной чертой украинцев. (укр.) Мільйони українців **хочуть працювати на своїй землі**». Лексема *недавно* в поєднанні з дієсловом у формі минулого часу називали знову занурює глядача в дискурс величного минулого. Конструкції «*страна-лидер по запасам чернозема*» і «*любовь к труду и земле – отличительная черта украинцев*» створюють картинку, яка демонструє, що у нас і далі є все, щоб знову стати величними. Однак за рахунок вжитого у висловлюванні складеного дієслівного присудка *хочуть*

працювати, який виражає тільки волевиявлення, але не говорить про доконаний факт, створено ефект ситуації, де нібито якісь фактори не дають людям працювати та знову зробити країну житницею. Враховуючи увесь попередній контекст, можна зробити висновок, що автори намагаються переконати реципієнта, нібито цим «фактором», який гальмує розвиток, є саме незалежність України. А отже, насаджується думка про необхідність повернення до радянської епохи.

Згадка про російського письменника, уродженця Києва М. Булгакова (котрий відкрито виступав проти борців за українську незалежність) покликана знову ж таки вказати на нібито наявність негативних явищ у незалежній Україні: «(рос.) <...> **многие его слова оказались пророческими**. И порой кажется, что они написаны **о нас с вами**. (укр.) **Заборони, чорні списки, відмови у видавництвах**. Можливо, саме **тому він і пішов з життя так рано**». Образ сучасної України, який намагаються створити пропагандисти, уявляють такі лексеми: *заборони, чорні списки, відмови*. З початком російської агресії справді було багато гучних справ щодо заборони сепаратистських і терористичних дій. Ці дії заборонені не тільки в Україні, а й у кожній цивілізованій державі. Однак пропаганда намагається виставити захист країною своїх інтересів як неправильну дію, за яку має стати соромно. Ця емоція посилюється фразою «**тому він і пішов з життя так рано**». Отже, створюється асоціативна прив'язка: *державна захищає свою незалежність – це погано – бо можуть загинути хороші люди*.

Апофеозом антиукраїнської пропаганди стали маркери, нав'язані під час представлення останніх букв алфавіту. Буква Ю символізує ювілей незалежності. Цю дату змогли використати, аби знову нав'язати незадоволення українською самостійністю: «укр. **Давайте згадаємо себе 25 років тому: якими ми були, про що мріяли, яким бачили своє майбутнє, яким уявляли майбутнє України, яка щойно з'явилася на карті світу**». Зрозуміло, що після двох годин нав'язування думки про те, як було добре за Союзу та як погано тепер, у глядача після цих слів з'явиться почуття розчарування незалежністю. Факт отримання Україною самостійності подається як щось таке, на що ми не могли впливати: «(рос.) **25 лет назад многие из нас были еще детьми**. Мы были **по-детски открыты и искренни**. И принимали друг друга такими, как мы есть. (укр.) **За чверть століття для кожного з нас багато що змінилося:**

Мовні засоби нав'язування асоціатів під час концерту «Україна від А до Я»

	Період	Вербалізація асоціатів
1	Україна в російсько-радянському дискурсі	житниця, перемога, побудована з нуля промисловість, «родная Отчизна», «родная страна», не міг змагатися ніхто у світі, їй треба дати шанс, «особая одесская национальность»
2	Доба незалежної України	катастрофічна епоха, пристосуванство, зрада, нещастя, страждання, реквієм, заборони, чорні списки, відмови, не всі мрії збулися

змінилася країна, **не всі наші мрії збулися, але ми подорослішали і самі можемо вирішувати, яким буде наше життя**». Слова «детьми», «по-детски», «открыты», «искренни», «принимали, как есть» вербалізують думку, що незалежність тоді обравхтось інший, а ми були дітьми та просто щиро повірили в те, що зробили дорослі, однак «мрії не збулися». Якщо врахувати, що в багатьох людей власні мрії так і залишаються недосяжними, то ця нереалізованість власного життя починає трактуватися як результат незалежності. І глядач тут же винить у своїх поразках і життєвих невдачах незалежність, а не себе. І після викликаного розчарування пропагандисти дають пораду, що все можна змінити, бо зараз ми «самі можемо вирішувати». Тобто повернутися назад в радянську парадигму: «(рос.) И сегодня самое время вспомнить, какими мы были, во что верили и дать еще один шанс нашим мечтам, **дать шанс себе и своей стране**». «Дати шанс» пропонується саме «своей стране», а не «Україні». Враховуючи двогодинну накачку асоціатами країна – це СРСР, можна зробити висновок, що йдеться про шанс для Радянського Союзу. На підтвердження у фіналі концерту, присвяченому Дню Незалежності України, звучить пісня часів радянської доби «Прекрасное далеко».

Протягом концерту не згадується жодного символу, який би асоціювався з утвердження української незалежності. Лише деякі умовно можна назвати такими, що дійсно сприяють формуванню національної ідентичності та самоідентифікації (наприклад, «Хортиця», «Щедрик», «Червона рута»). Решта, хоч і пов'язані з Україною, все одно утверджують радянські або російські символи. Особливо руйнівним є вербалізований ведучими символ «одеського гумору» (буква **О**). Автори здійснюють свідоме розмивання поняття національності: «(рос.) <...> огнем и смехом закалялась **особая одесская национальность**». Термін «одесская национальность» виводить

Одесу за межі поняття «українського міста», створюючи небезпечний прецедент для дії ворожої пропаганди.

Показовою також є двомовність обох шоу: ведучий завжди говорить російською, а ведуча – українською. Таке змішування мов покликане стерти межу між нашим і чужим, зробивши усе спільним, братським.

Основні асоціати, нав'язувані протягом концерту, подані в табл. 4.

Висновки. Результати проведеного дослідження дають підстави стверджувати, що за умов інформаційної агресії ворог використовує в Україні підконтрольні йому медійні ресурси для руйнування українських національних і державотворчих наративів. Натомість здійснює нав'язування суспільству російсько-радянських символів, за допомогою яких формує російськоцентричну мовну картину світу в українських громадян, що дозволяє втримати їх у спільній із агресором психокulturі.

Серед основних мовних прийомів впливу можна виділити такі: а) знецінення української незалежності шляхом використання лексем із негативною семантикою, які вербалізують негативні факти суспільної дійсності (*заробітчанство, зрада, страждання*); б) формування хибних наративів про Україну, що так само викликають негативну реакцію суспільства («Україна – країна фашизму»); в) утвердження позитивного іміджу радянської доби за рахунок вживання лексем, які вербалізують позитивні символи (асоціатами України в добу СРСР стають *успіх, велич, житниця, спокій* тощо); г) нав'язування російського симулякру про «один народ», тобто про спільну історію українців і росіян (використання форм присвійного займенника *наш* стосовно символів СРСР); використання прикметника *спільний* (*спільна пам'ять, спільна пісня*); г) спільне вживання українських і російських топонімів і антропонімів у контексті представлення поняття «країна».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вільчинська Т. Концепт – війна: особливості мовної об’єктивації в газетному тексті. *Лінгвістичні студії. Linguistic Studies*. 2017. № 34. С. 110–114.
2. Почепцов Г. Когнитивные войны в соцмедиа, массовой культуре и массовых коммуникациях. Харьков : Фолио. 2019. 314 с.
3. Почепцов Г. Смысли і війни: Україна і Росія в інформаційній і смислових війнах. Київ : ВД «Києво-Могилянська академія», 2016. 316 с.
4. Яворська Г. Концепт «війна»: семантика і прагматика. *Стратегічні пріоритети*. 2016. № 1 (38). С. 14–23.
5. Fabiszak M. A Conceptual Metaphor approach to war discourse and its implications. Poznan : Wydawnictwo Naukowe UAM. 2007. 270 p.
6. Lakoff, G. Metaphor and war: The metaphor system used to justify war in the gulf. *Journal of Cognitive Semiotics*. 1992. № IV (2). P. 5–19.
7. Silberstein S. War of words. Language, politics and 9/11. London – New York : Routledge. 2002. 216 p.

REFERENCES

1. Vilchynska T. Kontsept – viina: osoblyvosti movnoi obiektyvatsii u hazetnomu teksti [Concept “War”: Peculiarities of lingual instantiation in newspaper text]. *Linguistic Studies*, 34, pp. 110–114 [in Ukrainian].
2. Pocheptsov H. Smy Sly i viiny: Ukraina i Rosiia v informatsiinii i smyslovykh viinakh [Meanings and War: Ukraine and Russia in information and semantic wars]. Kyiv, Publishing House “Kyiv-Mohyla Academy”. 2016. 316 p [in Ukrainian].
3. Pocheptsov H. Kognitivnye voyni v sotsmedia, masovoy kul’ ture i massovykh kommunikatsiyakh [Cognitive wars in social media, mass culture and mass communication]. Khar’kov: Folio, 2019. 314 p [in Russian].
4. Yavorska H. Kontsept “viina”: semantyka i prahmatyka [“War” concept: semantics and pragmatics]. *Strategic priorities*, 2016, № 1 (38), pp. 14–23 [in Ukrainian].
5. Fabiszak M. A Conceptual Metaphor approach to war discourse and its implications. Poznan: Wydawnictwo Naukowe UAM. 2007. 270 p.
6. Lakoff, G. Metaphor and war: The metaphor system used to justify war in the gulf. *Journal of Cognitive Semiotics*, 1992, IV (2), pp. 5–19.
7. Silberstein S. War of words. Language, politics and 9/11. London – New York: Routledge. 2002. 216 p.