

Кирилюк О. Л.

Чорноморський національний університет імені Петра Могили

МОВНІ ЗАСОБИ СУГЕСТИВНОГО ВПЛИВУ НА РЕЦИПІЄНТА В ДИСКУРСІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

У статті досліджено мовні засоби сугестивного впливу на суспільство в умовах інформаційної війни. Оскільки сугестія передбачає вплив на психіку людини, то застосування таких способів в умовах збройних конфліктів стає особливо важливим супроводжувальним засобом ведення воєнного протистояння. Мовні одиниці, використовувані кожною зі сторін конфлікту, стають суттєвим елементом формування громадської думки. На основі аналізу текстів ЗМІ та соціальних мереж визначено основні мовні засоби впливу на суспільство в межах дискурсу російсько-української інформаційної війни. Установлено вісім головних способів здійснення мовного сугестивного впливу на реципієнта в умовах інформаційного протистояння: 1) використання «прийому зв'язки» (уведення слова в потрібний мікроконтекст); 2) уживання емоційно забарвлених слів із метою викликання відповідних емоцій та зниження рівня раціонального мислення реципієнта; 3) використання трюїзмів/псевдотрюїзмів (загальників), які надають інформації умовної достовірності, роблять її такою, що не може піддаватися сумніву; 4) уживання конструкцій з іллокуцією заклику; 5) використання слів з об'єднавчою семантикою; 6) уживання конструкції «так званий» із семантикою нелегітимності; 7) маніпуляція прийменниками «на/в»; 8) уживання префікса «недо-» як способу знецінення або невизнання. Використання мовних засобів відбувається в межах бінарних опозицій «хороше-погане», «позитивне-негативне». Також у пропонованій розвідці розглянуто такий різновид семного варіювання, як «наведення», яке полягає у внесенні контекстної семи, що відсутня в системному значенні слова. У межах досліджуваного дискурсу такий процес потрактовано як «нав'язування семи з метою впливу на реципієнта». Зазначені способи здатні суттєво вплинути на свідомість суспільства, змінити його когнітивні установки, змусити переглянути усталені поведінкові сценарії.

Ключові слова: сугестивна лінгвістика, прийом зв'язки, наведення семи, конотативна сема, мовна маніпуляція, трюїзми, концепт, інформаційна війна.

Постановка проблеми. Мовний вплив на реципієнта є одним із важливих засобів ведення інформаційної війни. Кожна сторона конфлікту створює тексти, спрямовані на те, щоб переконати суспільство в правильності саме її політичної позиції. Важлива роль у процесі формування дискурсу інформаційної війни відведена сугестивним засобам мовного впливу. Сугестію (навіювання) визначають як «процес впливу на психіку людини, пов'язаний зі зниженням свідомості й критичності під час сприйняття навіяного змісту, який не вимагає ні розгорнутого особистого аналізу, ні оцінки спонукання до певних дій. Суть навіювання полягає у впливі на відчуття людини, а через них – на її волю і розум» [11, с. 16–17]. Використання певних мовних знаків, введення їх у відповідний контекст здатне суттєво змінити когнітивні установки суспільства, нав'язати йому нові погляди та змінити звичні поведінкові сценарії. Тому в умовах перебування України в стані інформаційної війни, яка супроводжує збройний

конфлікт на Донбасі з 2014 року, особливої актуальності набуває вивчення інформаційного дискурсу щодо наявності вербальних засобів сугестії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти сугестивної лінгвістики неодноразово ставали предметом вивчення науковців. Так, використання сугестивних засобів у мережевому дискурсі та їх роль в організації дискурсів деструктивних релігійних організацій вивчає Л. Компанцева [3; 4; 5]. Вербальний сугестивний вплив у юридичній практиці досліджує С. Майстренко [7], способи навіювання в релігійних текстах – А. Тарасюк [12] та О. Климентова [2]. Дискурс збройного конфлікту також систематично стає об'єктом мовознавчих студій. Особливості вживання мовних одиниць у текстах супроводження російсько-українського протистояння досліджують С. Жаботинська, Г. Яворська, Т. Вільчинська, Л. Підкамінна та інші. Однак нам не відомі дослідження вітчизняних мовознавців щодо вивчення сугестивних засобів впливу

в межах текстів супроводження російсько-українського збройного конфлікту. Це й визначає актуальність пропонованої праці.

Постановка завдання. Мета статті – вивчити основні прийоми сугестивного впливу на суспільну свідомість у межах дискурсу російсько-української інформаційної війни. Завданнями статті є такі: а) визначити прийоми сугестивного впливу; 2) виявити мовні засоби, за допомогою яких здійснено вплив; 3) з'ясувати семантичні особливості використовуваних мовних засобів.

Матеріал дослідження дібрано і текстів ЗМІ й соцмереж (статей, коментарів) та виступів відомих людей (назви джерел указані в дужках після кожного наведеного прикладу).

Виклад основного матеріалу. Результати аналізу дискурсу інформаційної війни дають підстави виокремити вісім способів мовного впливу на формування суспільної думки.

1. Прийом зв'язки, або уведення слова в потрібний мікроконтекст. Комунікативні смисли висловлювань доводиться реконструювати, оскільки вони залежать від мікроконтексту. Залежно від того, з якими словами в тексті вжита лексема, її певні семи актуалізуються, посилюються/послаблюються, розщеплюються тощо. *Прийом зв'язки* полягає в штучному умонтуванні явища в необхідний контекст. На рівні інформаційної війни такий контекст найчастіше варіює в межах бінарного контрасту *негативне – позитивне*.

Як зазначає Ф. Бацевич, «жодна одиниця модусу Мови не може бути осмислена і практично засвоєна поза контекстом, без урахування тих мовних одиниць, що її оточують» [1, с. 85]. Унаслідок такої асоціативної взаємодії мовних одиниць відбувається їх семне варіювання. Мовознавець Й. Стернін наголошує, що таке варіювання «відбувається на рівні окремого значення (семемі), пов'язаного з вибором семантичних компонентів, що підлягають актуалізації відповідно до певного комунікативного завдання, й здійснюється за допомогою низки семантичних процесів, що діють у семемі на рівні окремих сем» [10, с. 83]. Він виокремлює такі види семного варіювання, як *актуалізація семи, посилення або послаблення, розщеплення, модифікація, конкретизація семи в контексті, підтримання, наведення*.

У дискурсі інформаційної війни найзатребуванішим є *наведення семи*. Воно має оказіональний характер і полягає у внесенні контекстної семи, яка відсутня в системному значенні слова. Так, у реченні «*Печерний український націоналізм*

(телеканал «Перший незалежний», 26.02.2021) лексемі *націоналізм* через відповідний контекст наведено сему «дикунство». У прикладі «*Київ не може бути містом, де перейменовують вулиці. Київ – не зрадник*» («рос. *Киев не может быть городом, где переименовывают улицы. Киев – не предатель!*») (телеканал «Інтер», 24.08.2016) лексемі *перейменування* наведено сему «зрада».

У представленому дослідженні використано як синонімічний до наведення термін *нав'язування* додаткових сем, оскільки у разі пропагандистського впливу таке наведення сем відбувається внаслідок свідомого систематичного впливу з метою зміни світоглядної картини мовця, руйнування його ціннісних орієнтирів. Так, у тексті «*Расизм – це погано. Усі люди рівні, незалежно від того нормальний ти чи росіянин*» (акаунт Andrii Sydorenko в мережі «Фейсбук», 15.10.2020) за допомогою протиставлення *росіянин – нормальний* нав'язано сему ненормальності в значенні «росіянин».

Різновидом прийому зв'язки є такий спосіб, як **якірне позиціонування через уведення в синонімічний ряд** [11, с. 80]. Доцільно розглянути цей процес на прикладі пропагандистського тексту, де здійснено нав'язування негативних сем слову на позначення українських військових: «*Мені не подобаються ці герої. Ці рагулі, які повипазили незрозуміло звідки, селюки, які розмовляють на суржикі і готові своє життя покласти*» (С. Єгорова, *dyvys.info*, 21.08.2020). Лексема *герої*, якою традиційно маркують солдатів української армії, через уживання в мікроконтексті як синоніма до слів *рагулі* й *селюки* набуває негативного відтінку, оскільки співвіднесена зі словами, які мають негативні конотації. У цьому разі слово-репрезентант певного концепту введене в мікроконтекст як один із рівноцінних складників синонімічного ряду.

Оскільки на психологічному рівні особливе місце посідають емоційна та емотивна організація мови, то надавання слову таких імпліцитних відтінків є ефективною умовою впливу на суспільну думку і, відповідно, дієвим методом в інформаційній війні. У таких випадках оцінні характеристики окремого слова можуть градуватися від позитивних до негативних (залежно від контексту).

У дискурсі інформаційної війни нав'язані конотативні семи увиразнюють асоціативно-значеннєву палітру слова. Показовим є текст, опублікований у російських ЗМІ, щодо проведеного в колишньому м. Кіровограді (Кропивницький) мітингу щодо перейменування міста. У заході взяли участь прихильники назви *Єлисаветград*

та прихильники одного з українських варіантів назви міста – *Інгульськ*. Автор публікації так висвітлює події: «*Містяни [прихильники назви Єлисаветград] влаштували мітинг, на який вийшли з іконами й співом православних молитов. Але на площі з'явилося кілька десятків бандерівських карателів, які скандували «Інгульськ!» і старалися заглушити молитви язичницькими зигуваннями та виспівуванням українського гімну*» («рос. *Горожане устроили митинг, на который вышли с иконами и пением православных молитв. Но на площадь явилось несколько десятков бандеровских карателей, скандировавших «Ингульськ!» и старавшихся заглушить молитвы языческими зигованиями и распеванием украинского гимна*» (segodnia.ru, 28.12.2015).

Завдяки вибудованій імпліцитній антитезі *православ'я – язичництво* топонім *Інгульськ* набув негативних конотацій, як-от «бездуховність», «безбожність». Лексеми *карателі* та *зигування* поряд із назвою *Інгульськ* покликані виконати функцію нав'язування їй сем «язичництво», «нацизм». Усіх цих негативних конотацій набуває також політонім *український гімн*. Отже, прослідковано чіткий вплив мікроконтексту на зрушення в семантичній структурі лексичних одиниць. Такий результат досягнутий завдяки домінантному смислового ланцюгу *Інгульськ – карателі – язичництво – зигування – український гімн*. У результаті можна говорити про розширення асоціативно-семантичного поля термінів *Інгульськ* та *український гімн* за допомогою імпліцитних значень, якими охарактеризовано прихильників назви *Інгульськ*. Натомість лексеми *ікони* й *молитви*, асоційовані в тексті з прихильниками назви *Єлисаветград*, сприяють нав'язуванню цьому топоніму семи *християнство*. У результаті такого протиставлення назва *Інгульськ* стає виразником зневажливого ставлення та уособленням *бездуховності*, тоді як *Єлисаветград* набуває такої конотативної семи, як *духовність*. Тобто йдеться про бінарний контраст (*духовність – бездуховність*) як основу побудови новинного повідомлення.

2. Уживання емоційно забарвлених слів із метою викликання відповідних емоцій та зниження рівня раціонального мислення реципієнта. Наприклад:

а) із негативним значенням: «*Озвірілі путінські бойовики на Донбасі зібрали «живий щит» із маленьких українців*» (znaj.ua, 1.02.2020); «*Українські карателі виконують наказ із такою ж нелюдською ненавистю, як їхні прадіди, що служили фашистам*» («рос. *Украинские каратели*

исполняют приказ с такой же нечеловеческой ненавистью, как их прадеды, служившие фашистам») (телеканал «Россия-1», 13.05.2015);

б) із позитивним значенням: назви заходів, у яких беруть участь українські бійці: «*Марафон доблесті*», «*Ігри нескорених*», «*Ігри незламних*», «*Ігри героїв*».

3. Використання трюїзмів/псевдотрюїзмів (загальників). Трюїзм – це надузгальнення, загальновідома, заяложена істина [9, с. 304]. Як синонім до терміна *трюїзм* уживають також лексему *загальник* – поверхове узагальнення, яке всі повторюють [8, с. 458]. Очікується, що інформація, подана у вигляді трюїзму, більш вірогідно викличе довіру в реципієнта, хоч може і не відповідати дійсності, наприклад: «*Усі, хто хотіли, звідти поїхали* [з окупованої території]» (zmina.info, 9.04.2021).

До *трюїзмів* зараховують також конструкції, які ніби надають інформації умовної достовірності, роблять її такою, що вже підтверджена кимось: *Усі знають, що...; давно відомо, що...; це відомий факт; зараз уже ніхто не сперечатиметься з тим, що...; на думку експертів; стає очевидно, що...* Наприклад: «*На думку експертів, нам потрібно заморозити конфлікт*» (politics.segodnya.ua, 14.04.2015).

Такі конструкції покликані надати суспільству чіткий орієнтир сприйняття певних подій. Наприклад: «*Усі ми знаємо, що теперішня російсько-українська війна – це війна за незалежність України*» (П. Порошенко, 22.08.2018). Також подібні фрази стають засобом нав'язування певних негативних характеристик із боку опонента. Наприклад: «*Стає очевидно, що Україна не справляється зі своїми обов'язками як голова ПАЧЕС*» («рос. *Становится очевидно, что Украина не справляется со своими обязанностями как председатель ПАЧЭС*») (Міністерство закордонних справ РФ, 01.12.2017).

4. Уживання слів, сполук, фраз з іллокуцією заклику. Такі конструкції допомагають активізувати реципієнта, підбурити його до виконання декларованих дій або до сприйняття певної інформації як правдивої: *ми не повинні мовчати, час заявити, пора прийняти рішення, наше терпіння вичерпане, треба визнати* тощо. Наприклад: «*На силу і стрільбу ми маємо відповідати жорстко і дзеркально*» (radiosvoboda.org, 12.02.2021); «*Потрібно визнати, що цей конфлікт складний, це не тільки конфлікт України з Росією, але це й внутрішній*» («рос. *Нужно признать, что этот конфликт сложный, это не только конфликт*

Украины с Россией, но еще и внутренний» (телеканал NewsOne, 4.10.2020).

5. Використання слів з об'єднавчою семантикою допомагає викликати в реципієнта довіру до сугестора і, відповідно, до наданої ним інформації. Найчастіше такими об'єднавчими словами стають займенники (*ми всі знаємо; наша спільна мета; для кожного з нас це важливо* та ін.) та дієслова у формі 1-ї особи множини (*захищаємо, допомагаємо, плануємо* тощо). Наприклад: «*Ми всі разом, і світова спільнота зокрема, маємо діяти адекватно*» (radiosvoboda.org, 12.02.2021); «*Не маю сумніву, що ми переможемо, адже захищаємо свою рідну землю*» (П. Порошенко, rada.gov.ua, 08.05.2015).

6. Уживання конструкції так званий із семантикою нелегітимності. Цю сполуку використовують перед словом на позначення явища, існування якого хочуть піддати сумніву. Сполуку *так званий* у мовознавчих студіях визначають як «вставне словосполучення, яке вносить у речення додаткову інформацію модального характеру, що супроводжує основну; ...зосереджує увагу тих, хто сприймає текст, на факті невідповідності того, про що йдеться, ... статусу, закріпленому за ним у колективній свідомості» [6, с. 291].

В українському інформаційному полі таку конструкцію вживають для маркування нав'язаних Росією термінів щодо віддзеркалення конфлікту. Наприклад: «*РФ несе відповідальність за так звані «республіки» і є стороною конфлікту на Сході України*» (ukrinform.ua, 16.06.2021); «*Сім років тому в Криму і Севастополі пройшов так званий «референдум», за підсумками якого Росія незаконно анексувала Крим*» (radiosvoboda.org, 16.03.2021).

У російському інформаційному дискурсі традиційними є вживання цієї конструкції з метою знецінення важливих для України концептів і символів. Наприклад: «*Прихильники розкольників із так званої Православної церкви України намагалися захопити храм канонічної Української православної церкви*» («рос. *Сторонники раскольников из так называемой Православной церкви Украины пытались захватить храм канонической Украинской православной церкви*» (regnum.ru, 12.12.2020); «*Так званий Голодомор перетворився в улюблену іграшку українських націоналістів*» («рос. *Так называемый Голодомор превратился в любимую игрушку украинских националистов*» (aif.ru, 23.10.2019).

7. Маніпуляція прийменниками. Прийменник *на* в конструкції «*на Україні*» надає поняттю

Україна відтінку не окремої держави, а ніби частини території іншої країни, а прийменник *в* у конструкції «*в Донбасі*» створює ефект сприйняття території як окремого самостійного утворення. Наприклад: «*Моніторингова місія ОБСЄ після декількох днів мовчання опублікувала щоденний доповідь про ситуацію в Донбасі*» («рос. *Мониторинговая миссия ОБСЕ после нескольких дней молчания опубликовала ежедневный доклад о ситуации в Донбассе*» (rbc.ru, 07.04.2021). Зафіксовано іронічне вживання конструкції «*на Росії*» в українському дискурсі: «*Аби привернути увагу наших братів-росіян до правил граматики, з 7 березня в ефірі інформаційних та розважальних програм ми вживаємо словосполучення «на Росії» замість «у Росії»*» (gazeta.ua, 21.03.2014).

8. Уживання префікса недо- як способу знецінення або невизнання. Префікс *недо-* надає словам значення «відсутності норми» [13, с. 256]. В українському інформаційному дискурсі трапляються такі лексеми, як «*недодержави*» (рос. «*недогосударство*»), «*недореспубліки*» (про «ДНР»/«ЛНР»). Наприклад: «*У Луганщині окупаційна «вата», святкуючи день НЕДОреспубліки, підірвалася на власній протитанковій міні*» (volyn.com.ua, 11.05.2021); «*Україна – це недодержави. Це недосформована держава*» («рос. *Украина – это недогосударство. Это недосформированное государство*» (regnum.ru, 17.10.2019).

Висновки і пропозиції. Отже, на основі аналізу текстів ЗМІ та соціальних мереж, у яких висвітлено тему російсько-українського збройного конфлікту, встановлено вісім способів здійснення мовного сугестивного впливу на реципієнта: 1) прийом зв'язки (уведення слова в потрібний мікроконтекст); 2) уживання емоційно забарвлених слів із метою викликання відповідних емоцій та зниження рівня раціонального мислення реципієнта; 3) використання трюїзмів/псевдотрюїзмів (загальників); 4) слова, сполуки, фрази з іллокуцією заклику; 5) використання слів з об'єднавчою семантикою; 6) уживання конструкції *так званий* із семантикою нелегітимності; 7) маніпуляція прийменниками; 8) уживання префікса *недо-* як способу знецінення або невизнання. Усі зазначені способи використовують для того, щоб вплинути на свідомість суспільства, змінити його когнітивні установки, змусити переглянути усталені поведінкові сценарії. Використання мовних засобів відбувається в межах бінарних контрастів *хороше-погане, позитивне-негативне*.

Список літератури:

1. Бацевич Ф.С. Вступ до лінгвістичної прагматики. Київ : Академія, 2011. 304 с.
2. Климентова О.В. Вербальна сугестія та емоції (на матеріалі українських молитов). Київ : Карбон ЛТД, 2012. 320 с.
3. Компанцева Л.Ф. Принципи сугестивної лінгвістики в інтернетній комунікації. *Наукові записки [Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя]. Серія: Філологічні науки.* 2013. Кн. 3. С. 13–20.
4. Компанцева Л.Ф. Принципи сугестивної лінгвістики в організації дискурсів деструктивних релігійних організацій (на прикладі комунікативної діяльності руху Фалунь Дафа). *Психолінгвістика.* 2010. Вип. 6. С. 183–191.
5. Компанцева Л.Ф. Технології сугестивної лінгвістики в мобілізації мережових спільнот. *Психолінгвістика.* 2016. Вип. 19(2). С. 94–107.
6. Космеда Т. А., Халіман О. В. Мовна гра в парадигмі інтерпретаційної лінгвістики. Граматика оцінки. Граматична ігра (теоретичне осмислення дискурсивної практики). Дрогобич : Коло, 2013. С. 287–382.
7. Майстренко С.В. Використання вербального сугестивного впливу в юридичній практиці. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія».* Острог : Вид-во НаУОА, 2018. Вип. 2(70), червень. С. 130–133.
8. Онацький Є. Українська Мала Енциклопедія. Кн. 4: Літери Ж–Й. Буенос-Айрес, 1959. 132 с.
9. Словник української мови: в 11 тт. / АН УРСР. Інститут мовознавства / за ред. І.К. Білодіда. Київ : Наукова думка, 1970–1980. Т. 10.
10. Стернин И.А. Лексическое значение слова и речи. Воронеж: Изд-во Воронежского университета, 1985. 138 с.
11. Петрик В.М., Присяжнюк М.М., Компанцева Л.Ф., Скулиш Є.Д., Бойко О.Д., Остроухов В.В. Сугестивні технології маніпулятивного впливу: навч. посіб.; за заг. ред. Є.Д. Скулиша. 2-ге вид. Київ : ВПОЛ, 2011. 248 с.
12. Тарасюк А.М. Мовні засоби вираження сугестії стосовно поняття «wisdom» в середньоанглійських біблійних текстах. *Молодий вчений.* № 12.1 (52.1) 2017. С. 49–51.
13. Ткаченко Ю.В. Префікси по-, об- пере-, недо- як засіб вираження градації в сучасній українській мові. *Науковий часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова. Серія 9. Сучасні тенденції розвитку мов.* 2013. Вип. 10. С. 250–257.

Kyryliuk O. O. LINGUISTIC MEANS OF SUGGESTIVE INFLUENCE ON THE RECIPIENT IN THE DISCOURSE OF INFORMATION WAR

The paper views the linguistic means of suggestive influence on the society in the terms of information war. Since the suggestion involves the influence on the human psyche, the use of such methods in armed conflicts becomes a particularly important accompanying means of military confrontation. The linguistic units used by each of the parties to the conflict become an essential element in the formation of public opinion. Based on the analysis of media texts and social networks, the main linguistic means of influencing society within the discourse of the Russian-Ukrainian information war are identified. Eight main ways of carrying out linguistic suggestive influence on the recipient in the terms of information confrontation are established: 1) the use of “linking method” (introduction of a word in the necessary microcontext); 2) the use of emotionally coloured words in order to evoke appropriate emotions and reduce the level of rational thinking of the recipient; 3) the use of truisms / pseudo-truisms (generalizations), which provide information of conditional authenticity, make it such that it cannot be questioned; 4) the use of constructions with call illocution; 5) the use of words with unifying semantics; 6) the use of the “so-called” construction with the semantics of illegitimacy; 7) manipulation of the prepositions “na / v”; 8) the use of the prefix “nedo-” as a way of devaluation or non-recognition. The use of linguistic means occurs within the binary oppositions “good-bad”, “positive-negative”. Also, the proposed study examines in detail such a kind of seme variation as “introduction”, which consists in making a contextual seme, which is absent in the systemic meaning of the word. Within the discourse under study, such a process is interpreted as “imposition” of seme in order to influence the recipient. These methods can significantly affect the consciousness of society, change its cognitive attitudes, and force to reconsider the established behavioral scenarios.

Key words: suggestive linguistics, linking method, introduction of seme, connotative seme, language manipulation, truisms, concept, information war.