

УДК 811.161'27:316.77

В. В. Тарасова

ВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ ВІЙНИ

Досліджено проблему об'єктивації інформаційно-психологічної війни інноваційними вербальними засобами. Здійснено семантичний аналіз інновацій, який актуалізується у феномені війни мовних знаків, що включає війну форми та змісту мовних знаків. Аналіз способів та засобів об'єктивації інформаційно-психологічної війни віддзеркалює сприйняття об'єктивної дійсності крізь призму певної ідеології та менталітету, підґрунтям якої слугує дихотомія СВІЙ / ЧУЖИЙ.

Ключові слова: інформаційно-психологічна війна, інновація, маніпуляція, наратив, війна мовних знаків, дихотомія СВІЙ / ЧУЖИЙ.

DOI 10.34079/2226-3055-2020-13-22-251-258

З усіх феноменів людського буття саме війна є тією глобальною руйнівною силою, яка загрожує людству не лише значним уповільненням його розвитку, а й тотальним знищенням. У XIX столітті природа конфліктів змінилася – важливішою є перемога у війні слів та наративів, аніж те, хто має найпотужнішу зброю, кордони між політикою та війною ніколи не були такими розмитими, а політика – такою нестабільною.

Якщо екстраполювати відомий англійський вислів «*Words matter*» («Слова мають значення = Слова важливі») на сучасні українські реалії, то матимемо «*Words matter more than weapons*» («Слова важливіші за зброю»). Це за допомогою слів, сказаних, неказаних, викривлених, вигаданих, тих, на які очікували, та тих, які боялись почути, Україна за 6 років російської агресії втратила частину своєї території та тисячі людських життів.

Питання протидії руйнівному інформаційно-психологічному впливу Російської Федерації в умовах розв'язаної нею гібридної війни цікавлять представників різних наук – соціології, психології, політології, військової тактики та стратегії та інших. Дослідженням інформаційно-психологічних впливів на індивідуальну та масову свідомість займалися провідні вітчизняні (В. Домарєв, О. Литвиненко, В. Остроухов, В. Петрик, Г. Перепелиця, Г. Почепцов, О. Старіш) та закордонні науковці (В. Крисько, А. Кудинова, П. Лайнбарджер, А. Манойло, І. Панарін, Ш. Сулейманова, Е. Тоффлер, Х. Шрадер та інші). В умовах інформаційно-психологічної війни, коли головним «засобом ураження» є слово, лінгвістика не може залишатися осторонь, і саме час говорити про новий напрям філологічних досліджень – *лінгвістику інформаційно-психологічної війни*.

Таким чином, **актуальність роботи** зумовлена загальним спрямуванням сучасної когнітивної лінгвістики на розгляд реалізації позамовних сутностей мовними засобами та нагальною потребою розкриття особливостей інновацій, що об'єктивують технології використання найновіших інформаційних технологій впливу на свідомість людей.

Мета дослідження – проаналізувати особливості семантики інновацій-актуалізаторів технологій інформаційно-психологічної війни.

У книзі відомого фахівця в галузі комунікаційних технологій Г. Почепцова «Сучасні інформаційні війни» введено поняття смислової війни. На думку автора, сьогоднішній конфлікт між Україною та Росією становить собою першу *смислову війну*

в світі, а перемога на полі бою не є достатньою перемогою, бо насамперед потрібна перемога в головах [9, с. 450]. Смыслова війна є довготривалою і зайнята не так фактами, скільки зміною інтерпретацій фактів, щоб опонент прийняв потрібне для атакуючої сторони рішення [9, с. 453]. Також для позначення такого різновиду технологій використовують терміни «консцієнтальна війна» та «семантична війна». Консцієнтальна війна (лат. *conscientia* – свідомість, сумління) – війна на ураження свідомості, руйнування ідентичності, а також самої здатності людини до самоідентифікації [5]. За визначенням Сергія Дацюка, семантична війна – це концептуальна війна за сенси й перспективи майбутнього: конструктивні, мережеві, загальнолюдські. Саме семантична війна створює нові дискурси. Це її основна мета. Таким чином, семантична війна – це війна дискурсів на рівні розумових установок [1].

На нашу думку, обидва терміни змістовно є гіпонімами до гіпероніму «інформаційно-психологічна війна». Першим цей термін вжив британський аналітик і історик Фулер (J. F. C. Fuller), який спрогнозував, що, можливо, колись виключно психологічна війна замінить традиційну війну [14].

Як вказує А. В. Манойло, *інформаційно-психологічна війна* (ІПВ) – це сукупність різноманітних форм, методів і засобів впливу на людей з метою зміни у бажаному напрямку їхніх психологічних характеристик (поглядів, думок, ціннісних орієнтацій, настроїв, мотивів, установок, стереотипів поведінки), а також групових норм, масових настроїв і громадської свідомості в цілому [6, с. 250].

Інформаційно-психологічний вплив – це дія словом, інформацією, спрямованою на свідомість людини. Його часто називають інформаційно-пропагандистською, ідеологічною, психологічною дією [14, с. 72].

Основою ІПВ є маніпулятивний вплив на масову свідомість [12], мета якого полягає у: а) внесенні в суспільну й індивідуальну свідомість ворожих, шкідливих ідей та поглядів; б) дезорієнтації та дезінформації мас; в) послабленні певних переконань, устоїв; г) залякуванні свого народу образом ворога; д) залякуванні супротивника своєю могутністю; е) врешті-решт, забезпечення ринку збуту для своєї економіки (у цьому випадку ІПВ стає складовою частиною конкурентної боротьби). Деструктивний вплив ІПВ може здійснюватися різними методами. Основні з них: 1) дезінформування; 2) пропаганда; 3) диверсифікація громадської думки; 4) психологічний тиск; 5) поширення чуток [4].

Дослідження комунікативних особливостей ведення інформаційно-психологічної війни неможливе без використання категорії «стратегічний наратив». Стратегічний наратив формується на підставі наявних у суспільстві уявлень і цінностей. Стратегічний наратив – осьовий контентний елемент всієї інформаційної (в т.ч. – пропагандистської) діяльності держави, на його утвердження в цільових аудиторіях спрямовується діяльність всіх комунікативних можливостей держави [2].

Українську владу, сформовану після втечі Віктора Януковича, в багатьох російських ЗМІ називали «хунтою», прихильників Євромайдану іменували «фашистами» («неофашистами»), в соціальних мережах поширилася інвективна лексика – українців почали називати рос. «майданутыми», «майдаунами», «украми», «укропами», «салоедами», «свидомитами», «бендеровцями», «вышиватниками».

Культурно маркована дихотомія *СВІЙ / ЧУЖИЙ* виступає однією з фундаментальних бінарних опозицій і лежить в основі формування культурної, ідеологічної ідентичності. Проекцією опозиції *СВІЙ / ЧУЖИЙ* в інформаційно-психологічній війні виступає протиставлення Росія / Україна, тобто мова віддзеркалює стосунки між відповідними сторонами, при цьому відбувається концептуалізація учасників конфлікту у термінах базових цінностей ДОБРА і ЗЛА: «Путлерівська» Росія

та ОРДЛО – ЗЛО; Україна – ДОБРО, та навпаки, «Русский мир» та (рос.) «ополченцы» – ДОБРО; (рос.) «бендеровцы» та (рос.) «киевская хунта» – ЗЛО.

Як зазначає Семенчук А. Б., позиція СВІЙ / ЧУЖИЙ відбивається у лінгвальному феномені *війни мовних знаків*, який включає війну форми мовних знаків та війну змісту мовних знаків. Так, війна форми мовних знаків передбачає використання протилежними сторонами різних мовних засобів для позначення одних і тих самих суб'єктів, подій, явищ [11, с. 5]. Ілюстрацією зазначеного явища є (рос.) «*ополченцы*» і «*терористи*». Тобто одну й ту саму особу можна одночасно розглядати і як терориста, і як борця за свободу залежно від того, на боці якої зі сторін конфлікту вона знаходиться.

І. М. Панарін пише, що наприкінці ХХ століття широко використовується «метод семантичного маніпулювання», сутність якого полягає в ретельному доборі слів або з позитивною або з негативною конотацією, впливаючи цим на сприйняття інформації (наша людина – *розвідник*, їхня людина – *шпигун*) [8].

Різноманітні метафори для позначення ворога – необхідний компонент будь-якого збройного конфлікту. Вони служать своєрідними культурними знаками, що відбивають поляризацію між групами *СВІЙ / ЧУЖИЙ*. За роки російсько-українського протистояння з'явилося чимало номінацій-неологізмів на позначення громадян РФ та так званих «ЛНР» і «ДНР». Наприклад: *ватники*, *вата* (росіяни та українці, які підтримують ідею «руського міра» та прагнуть повернути радянське минуле), *колоради*, *колорадоси* (зневажлива назва проросійських сепаратистів в Україні, колаборантів, бойовиків або найманців, які під час російської інтервенції в Україну 2014 позначають себе чорно-жовтою (чорно-помаранчевою) смугастою «георгіївською стрічкою»), *лугандони* (саркастична збірна назва «громадян» невизнаних Донецької та Луганської народної республіки), *Путлерюгенд* (озброєні молоді диверсанти, що активно воюють проти українських військовиків на Сході України), *сепаратисти*, *сепари* (мешканці Луганської та Донецької області, які активно підтримують дії «ополченців» та терористичних угруповань в зоні АТО / ООС), *іхтамнети* (російські кадрові військові, які надають підтримку місцевим бойовикам на Донбасі), *зелені чоловічки* (російські кадрові військовики, які здійснювали окупацію Криму), *федерасты* (зневажлива назва прихильників ідеї федералізації України), *Путлер* (прізвище лідера країни-агресорки Володимира Путіна, утворене за аналогією до прізвища Гітлер), *Даунбас* (зневажлива назва самопроголошеної Донецької народної республіки) тощо [4]. Ці неологізми містять негативну конотацію, вказуючи на певні характеристики учасників збройного протистояння.

Протилежна сторона конфлікту також активно використовує неологізми на позначення українців, наприклад: *малороси*, *вишиватники* (антипод ватників, захоплюються «шароварщиною»), *київська хунта* (за версією російської влади – це українські політики, які прийшли до влади після подій Євромайдану замість Януковича), *укроп* (російськомовний неологізм, інтернет-мем, зневажлива назва українців), *каратель* (так українських військових називають бандити з так званих ДНР, ЛНР) тощо.

Для пропаганди дуже важливо заволодіти традиційними словами з очевидною негативною оцінкою, але при цьому з претензією на об'єктивність. Так, з 2014 року російські ЗМІ активно почали вживати слова «хунта» і «фашисти» на позначення українців. *Хунта* (ісп. *junta* – зібрання) – військовий уряд в деяких країнах Латинської Америки, який прийшов до влади в результаті державного перевороту. Так, називаючи український уряд, призначений після Революції Гідності, *хунтою* у свідомості цільової аудиторії навмисно закріплювалася сема «державний переворот». Це один

зі стратегічних наративів кремлівської пропаганди про те, що владу в Україні, мовляв, захопила «радикальна і фашистська меншість», від якої населення треба захистити.

Ярлики «фашист», «фашизм», «пропагандист фашистської ідеології», «фашистський режим» є одними з найбільш вживаних протягом російсько-українського протистояння, причому обома сторонами. Найзагальнішим науковим визначенням фашизму є таке: «це найбільш реакційна диктатура представників фінансово-мілітаристського клану». Ярлик «фашист» різні політики та ЗМІ намагаються приклеїти окремим особам, політичним діячам, партіям, організаціям, у результаті чого самі ці слова втрачають конкретне значення, проте у свідомості людей ця лексема має стійку негативну конотацію та асоціюється зі злочинами проти людства та режимами Муссоліні та Гітлера. Наприклад:

Киевские фашисты пошли в атаку на горсовет Одессы. Улица имени Романа Шухевича, украинского фашиста, пособника немецкого национал-социалистического режима. Такое решение судья принял, удовлетворив иск экстремистской организации киевских путчистов «Самооборона Одессы» [7].

«Фа-шис-ты!» — скандировал народ на Грушевского. «Путин — это Адольф Гитлер!» — взывал в прямом эфире поклявшийся с этого момента быть честным журналистом Савик Шустер [7].

Також у сучасному світі дуже важливим стали слова «тероризм» і «терорист». Якщо вдається приліпити іншою стороною ці ярлики, то її дискредитація забезпечена. Наприклад:

СБУ збрала свідчення катувань українських військових терористами «ДНР / ЛНР». СБ України також задокументувала двадцять сім військових, які брали участь у збройному конфлікті на боці російсько-терористичних сил. Найбільшу жорстокість терористи проявляли до бійців добробатів, які відчували на собі увесь арсенал садистських розваг проросійських катів [10].

Реалізація пропагандистських стратегічних наративів відбувається за допомогою конструювання певної віртуальної реальності, тобто образів, яких не існує – *симулякрів*. Інформаційний і віртуальний простори насичуються невірогідною інформацією, за допомогою якої відбувається вплив на індивідуальну та масову свідомість, та формується потрібне атакуючій стороні світобачення цільової групи. Прикладами симулякрів є: фашисти на Майдані, звірства каральних батальйонів Яроша, історія трирічного хлопчика, розіп'ятого на очах у матері у м. Слов'янську, історія породілля у Донецькому пологовому будинку, якій танковим снарядом перебило руки, коли вона вперше взяла у руки свою новонароджену дитину, жінка пенсійного віку з епілепсією, яку начебто згвалтували на очах пасажирів рейсового автобуса тощо.

Російською пропагандою активно використовуються стратегічні наративи «допомоги братському народу» та «руської (слов'янської) єдності», які тісно пов'язані з мовною ідентифікацією населення Сходу України.

До інформаційного інструментарію розробників спеціальних психологічних інформацій входять також локальні донбаські меми, які формувались роками, та є елементом самоідентифікації жителів регіону впливу. Використання гасел, на кшталт рос. «Донбасс порожняк не гонит», представниками ОРДЛО, російськими ЗМІ (та навіть президентом РФ) має на меті заповнення в силі регіональної ідентичності та справедливості сепарації від всього українського.

Суперечка про те, як треба говорити російською мовою – «на Україні» чи «в Україні», часом схожа на справжню війну. Конфлікт прийменників стає приводом для конфліктів. В Україні наполягають: не «на», а «в». Аргумент: «в» – означає в державі, а «на» – на певній території, яка не має державних кордонів:

«на Житомирщині», «на Київщині», «на Волині» та ін. [13]. Проте всі російські ЗМІ та представники російського істеблішменту свідомо та навмисно, демонструючи своє імперське мислення, використовують прийменник «на». І цей вибір є не філологічним, а політичним, тому що говорити, використовуючи прийменник «на» – це формально припускати, що це просто територія, Україна як окраїна, можна приїхати «на околицю», можна приїхати «на територію». А вживати прийменник «в» – це поважати суверенність держави.

Колишній радник Президента Путіна Андрій Ілларіонов вважає, що війна Росії проти України почалась не тоді, коли батальйонно-тактичні групи регулярних російських військ перетнули міжнародно визнаний російсько-український кордон і вторглися на територію України, а 27 липня 2013 року, коли Путін зробив прямий, що виключає будь-яку двозначність, випад проти суверенної України, де-факто відмовивши їй у наявності у неї державності. Путін застосував щодо назви сусідньої країни (Україна) не прийменник «в», який традиційно використовується в російській мові щодо незалежних держав, а прийменник «на», який зазвичай використовується щодо територій, які не мають ознак державності: *«К концу XIX века чугуна производилось на Украине вдвое больше, чем на Урале»* [3].

Ілларіонов зауважив, що В. Путін виключно серйозно ставиться до такого роду «деталей». Протягом усього часу свого перебування на вищих державних постах у Росії (до 27 липня 2013 року) Путін у своїй офіційній промові використовував виключно правильну граматичну форму російської мови – *«в Україні»* [3]. Відтоді – з вечора 27 липня 2013 року – Путін з назвою держави «Україна» використовує лише неправильну граматичну форму *«на Україні»*.

Своїми виступами Володимир Путін дав чіткий сигнал історикам та пропагандистам, що для нього Київська Русь і Росія – це поняття тотожні. Ще з весни 2014 року з російської версії Вікіпедії зник термін *«Київська Русь»* (Киевская Русь), а його замінили на *«Давньоруська держава»* (Древнерусское государство).

З 1991 року всі інформаційні агентства Америки та Англії, всі англomовні закордонні ЗМІ перестали використовувати означений артикль поряд з назвою країни *Ukraine*, бо виникла незалежна держава, проте російські ЗМІ, готуючи матеріали про Україну англійською мовою, навмисно використовують артикль поряд із назвою країни – *«the Ukraine»*, знаючи, що цей означений артикль маркує не країни, а підконтрольну територію. Все частіше російські ЗМІ використовують термін *«малоросія»*, говорячи про незалежну державу Україну, та намагаючись довести улюблений кремлівський наратив про те, що Україна – це *«недодержава»*.

Висновки. Аналіз способів та засобів об'єктивації інформаційно-психологічної війни ілюструє процес сприйняття об'єктивної дійсності крізь призму певної ідеології та менталітету. При цьому відбувається концептуалізація учасників конфлікту в термінах базових цінностей ДОБРА і ЗЛА, підґрунтям якої слугує дихотомія *СВІЙ / ЧУЖИЙ*. Інформаційно-психологічна війна супроводжується лінгвальним феноменом *війни мовних знаків*, як їхньої форми (використання протилежними конфліктуючими сторонами різних мовних одиниць для позначення супротивника і його діяльності), так і їхнього змісту (використання протилежними конфліктуючими сторонами одних і тих самих мовних одиниць вже зі зміненою конотацією для позначення супротивника і його діяльності).

Перспективи подальших досліджень вбачаємо в аналізі контенту та комунікативних технологій англomовних (пропагандистських та контрпропагандистських) медійних ресурсів як основних засобів ведення інформаційних воєн та агентів впливу на свідомість англomовної аудиторії.

Список використаної літератури

1. Дацюк С. Семантична війна [Електронний ресурс] / С. Дацюк // VirtualPsylab. – 2017. – 18 жовтня. – Режим доступу : <http://virtualpsylab.chnu.edu.ua/?p=370> ; Datsiuk S. Semantychna viina [Elektronnyi resurs] / S. Datsiuk // VirtualPsylab. – 2017. – 18 zhovtnia. – Rezhym dostupu : <http://virtualpsylab.chnu.edu.ua/?p=370>
2. Дубов Д. В. «Стратегічний наратив» : до проблеми реалізації сутності складової стратегічних комунікацій в Україні [Електронний ресурс] : аналітична записка / Д. В. Дубов // Національний інститут стратегічних досліджень. – 2016. – 3 листопада. - Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/2377/> ; Dubov D. V. «Stratehichnyi naratyv» : do problemy realizatsii sutnosti skladovoi stratehichnykh komunikatsii v Ukraini [Elektronnyi resurs] : analitychna zapyska / D. V. Dubov // Natsionalnyi instytut stratehichnykh doslidzhen. – 2016. – 3 lystopada. – Rezhym dostupu : <http://www.niss.gov.ua/articles/2377/>
3. Ілларіонов А. Путін розпочав війну проти України із мовної агресії [Електронний ресурс] / А. Ілларіонов // Радіо Свобода. – 2015. – 12 лютого. – Режим доступу : <https://www.radiosvoboda.org/a/26845325.html> ; Illarionov A. Putin rozpochav viinu proty Ukrainy iz movnoi ahresii [Elektronnyi resurs] / A. Illarionov // Radio Svoboda. – 2015. – 12 liutoho. – Rezhym dostupu : <https://www.radiosvoboda.org/a/26845325.html>
4. Капустян О. Укропи, ватники та ще 30 новітніх слів [Електронний ресурс] / О. Капустян // Телеканал новин «24». – 2015. – 11 квітня. – Режим доступу : https://24tv.ua/ukropi_vatniki_ta_shhe_30_novitnih_sliv_n563072 ; Kapustian O. Ukropy, vatnyky ta shche 30 novitnikh sliv [Elektronnyi resurs] / O. Kapustian // Telekanal novyn «24». – 2015. – 11 kvitnia. – Rezhym dostupu : https://24tv.ua/ukropi_vatniki_ta_shhe_30_novitnih_sliv_n563072
5. Колодій А. Про констїєнтальну війну і тверезий глузд у ставленні до влади [Електронний ресурс] / А. Колодій // Думки з приводу : авторський сайт Антоніни Колодій. – 2015. – 5 січня. – Режим доступу : <https://political-studies.com/?p=1311> ; Kolodii A. Pro konstsiientalnu viinu i tvereznyi hluzd u stavlenni do vlady [Elektronnyi resurs] / A. Kolodii // Dumky z pryvodu : avtorskyi sait Antoniny Kolodii. – 2015. – 5 sichnia. – Rezhym dostupu : <https://political-studies.com/?p=1311>
6. Манойло А. В. Государственная информационная политика в особых условиях : моногр. / А. В. Манойло. – Москва : МИФИ, 2003. – 388 с. ; Manoylo A. V. Gosudarstvennaya informatsionnaya politika v osobykh usloviyakh : monogr. / A. V. Manoylo. – Moskva : MIFI, 2003. – 388 s.
7. Мовчан П. Про фашистов, которых нет, и фашистов, которые есть [Електронний ресурс] / П. Мовчан // Спільне : журнал соціальної критики. – 2014. – 3 червня. – Режим доступу : <https://commons.com.ua/uk/pro-fashistov-kotoryh-net-i-pro-fashisto/> ; Movchan P. Pro fashystov, kotorykh net, y fashystov, kotorye est [Elektronnyi resurs] / P. Movchan // Spilne : zhurnal sotsialnoi krytyky. – 2014. – 3 chervnia. – Rezhym dostupu : <https://commons.com.ua/uk/pro-fashistov-kotoryh-net-i-pro-fashisto/>
8. Панарин И. Н. Технология информационной войны : моногр. / И. Н. Панарин. – Москва : КСП+, 2003 – 320 с. ; Panarin I. N. Tekhnologiya informatsionnoy voynu : monogr. / I. N. Panarin. – Moskva : KSP+, 2003 – 320 s.
9. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни / Г. Г. Почепцов. – Київ : Києво-Могилян. акад., 2015. – 496 с. ; Pocheptsov H. Suchasni informatsiini viiny / H. H. Pocheptsov. – Kyiv : Kyievo-Mohylian. akad., 2015. – 496 s.
10. СБУ збрала свідчення катувань українських військових терористами ДНР/ЛНР та спецслужбами РФ [Електронний ресурс] / Прес-центр СБ України // Служба безпеки України : офіційний сайт. – 2016. – 13 грудня. – Режим доступу :

<https://ssu.gov.ua/ua/news/1/category/201/view/2435#.ZOZWt1QX.dpbs>; SBU zibrala svidchennia katuvan ukrainskykh viiskovykh terorystamy DNR/LNR ta spetssluzhbamy RF [Elektronnyi resurs] / Pres-tentr SB Ukrainy // Sluzhba bezpeky Ukrainy : ofitsiyni sait. – 2016. – 13 hrudnia. – Rezhym dostupu : <https://ssu.gov.ua/ua/news/1/category/201/view/2435#.ZOZWt1QX.dpbsml>

11. Семенчук А. Б. Інноваційні засоби об'єктивації концепту тероризм (на матеріалі англійської мови) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 / Алла Борисівна Семенчук ; Херсон. держ. ун-т. – Херсон, 2010. – 20 с. ; Semenчук A. B. Innovatsiini zasoby obiektyvatsii kontseptu teroryzm (na materialii anhliiskoi movy) : avto-ref. dys. ... kand. filol. nauk : spets. 10.02.04 / Alla Borysivna Semenчук ; Kherson. derzh. un-t. – Kherson, 2010. – 20 s.

12. Сучасні технології та засоби маніпулювання свідомістю, ведення інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій : навч. посіб. / В. М. Петрик, В. В. Остроухов, О. А. Штоквиш та ін. – Київ : Росава, 2006. – 208 с. ; Suchasni tekhnolohii ta zasoby manipuliuvannia svidomistiu, vedennia informatsiinykh viin i spetsialnykh informatsiinykh operatsii : navch. posib. / V. M. Petryk, V. V. Ostroukhov, O. A. Shtokvysh ta in. – Kyiv : Rosava, 2006. – 208 s.

13. Толстой І. Україна і Росія : мовно-політичний фронт [Електронний ресурс] / І. Толстой // Радіо Свобода. – 2017. – 5 березня. – Режим доступу : <https://www.radiosvoboda.org/a/28351574.html> ; Tolstoi I. Ukraina i Rosiia: movno-politychnyi front [Elektronnyi resurs] / I. Tolstoi // Radio Svoboda. – 2017. – 5 bereznia. – Rezhym dostupu : <https://www.radiosvoboda.org/a/28351574.html>

14. Fuller J. F. C. The Foundations of the Science of War / J. F. C. Fuller. – Saffron Walden : Books Express Publishing, 2012. – 340 p.

Стаття надійшла до редакції 07.04.2020.

V. Tarasova

VERBAL MEANS OF INFORMATION AND PSYCHOLOGICAL WARFARE

The article focuses on linguistic and cognitive peculiarities of the information and psychological warfare and its manifestation in the Ukrainian and Russian languages with the help of innovative verbal means.

The paper analyses Russia's information campaign against Ukraine, covering the period from the Euromaidan (2014) until 2020. It is stated that Russia's information campaign is to be analysed in the context of the strategic narrative of the Russian government, reflected in pro-Russian mass media.

It has been revealed that Russia's information campaign was related to Russia's military operations in Ukraine. Russia has demonstrated that in the current and continually evolving information environment, power and control can be easily gained by manipulating information to influence societal perceptions, attitudes and behaviours.

The Russian narrative includes several dominant themes: promoting the Russian World which unites the Eastern Slavs, implies that Russians and Ukrainians are one nation, and recognizes the natural supremacy of Russia; portraying Ukrainians as a pseudo-nation who are unable to administer their own country and sustain their statehood, and labelling the Euromaidan protesters as nationalists, Nazis and fascists posing a threat to the ethnically Russian part of the Ukraine's population.

Narratives are supported by utilising so-called thematic communication frames. The thematic frames are a way of associating a particular impression or opinion with an object or a subject. The characteristics of thematic frames are their close relationships within a particular context and interpretation. Thematic framing can be applied

to an individual, to a group of people (the inhabitants of Western Ukraine are followers of Bandera and neo-Nazis), or to a process, event or particular place in time and space. The creation of thematic frames is related to the human desire to simplify the outside world and to easily distinguish friends from foes. Thematic framing can be used to manipulate audiences.

It has been proved that the means of verbalization of the information and psychological warfare reflect the perception of reality in the light of a certain ideology and mentality. The conceptualization of conflicting parties takes place in terms of such eternal values as the Good and the Evil which is here based on the dichotomy ONE'S OWN / ALIEN (Ukraine / Russia), reflecting the opposition between western and eastern civilizations.

The paper determines ontological features of the dichotomy ONE'S OWN / ALIEN, introduces its model, exposes semantic structure of the key lexemes that denote ONE'S OWN / ALIEN. The investigation of neologisms allows revealing the ways and means of languages enrichment. It also exposes the semantic properties of innovations and highlights the phenomenon of the war of linguistic signs which includes the war of form and the war of meaning.

Key words: *the information and psychological warfare, manipulation, innovation, narrative, the war of linguistic signs, dichotomy ONE'S OWN / ALIEN.*

УДК 811.112.2+811.161.2]’255

Є. П. Тимченко

ЗАГОЛОВКИ В РОМАНІ ТОМАСА БРУССІГА «AM KÜRZEREN ENDE DER SONNENALLEE» ТА ЇХНЄ ВІДТВОРЕННЯ В УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ

Стаття присвячена особливостям відтворення заголовків розділів роману Томаса Бруссіга в українському перекладі. Аналізується інтертекстуальність та алюзивність заголовків та проблема збереження прагматико-стилістичних функцій заголовків в умовах іншої культурної спільноти.

Ключові слова: *заголовок, класифікація, функції, інтерпретація, інтертекстуальність, переклад, функціональна еквівалентність.*

DOI 10.34079/2226-3055-2020-13-22-258-266

Постановка проблеми. Заголовки художніх творів як особливі комунікативні одиниці, що є, з одного боку, компонентом тексту, а з іншого – самостійною інформативною одиницею, постійно привертають до себе увагу дослідників. Серед праць останніх років найбільше робіт присвячено дослідженню семантики, структури та функцій заголовків [1; 3; 6; 8; 11; 12; 20; 23; 24], питання класифікації заголовків за різними критеріями розглядають Л. Грицюк, О. Складенко, О. Траченко [6; 16; 21], про інтертекстуальність та алюзивність пишуть вітчизняні дослідники О. Волковинський, К. Горшкова та Н. Шевченко [5]. Питаннями перекладу заголовків художніх творів займалися науковці О. Самсонова та Б. Стасюк [15;16], теоретичним проблемам перекладу присвячено працю Оксани Лужної [13].