

4. *Quirin S.* Emploi de termes hybrides gréco-latins dans le langage médical // [www.erudit.org](http://www.erudit.org) 2001.

5. *Wartburg W.* Evolution et structure de la langue française. – Berne : Editions A. Francke, 1967. – 294 p.

Стаття надійшла до редакції 18.04.15

**И. В. Смуцинская**, д-р филол. наук, проф.  
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

### **Займствования из классических языков во французском языке: основные тенденции**

*Статья посвящена процессу заимствования из классических языков во французский язык, который активно продолжается и в наше время. Анализируются его специфика и основные современные тенденции. Особенное внимание уделяется видам заимствований, их моделям и процессу ассимиляции.*

**Ключевые слова:** заимствование, классический язык, латинизм, грецизм, французский язык.

**I. Smushchynska**, Dr. Philol. Sci., Full Professor,  
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

### **Borrowings from classical languages into French: the main trends**

*The article deals with the continual process of borrowings from classic languages into French. The specific character and the main modern trends are analyzed. The types of borrowings, their patterns and the process of assimilation are in the focus of attention.*

**Keywords:** borrowings, classical language, Latinism, Grecism, the French language

УДК 81'23: 159.942

**О. С. Снитко**, д-р філол. наук, проф.  
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

### **АУДІОВІЗУАЛЬНІ ОБРАЗНІ ЗАСОБИ СУГЕСТІЇ В ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ: СТРАТЕГІЇ ВИКОРИСТАННЯ**

*У статті аналізуються особливості реалізації та сугестивний вплив аудіовізуальних засобів комунікації в електронних ЗМІ. Аудіовізуальні засоби взаємодіють із вербальними, утворюючи гібридні канали передачі інформації і забезпечуючи прогнозований прихований вплив на психіку лю-*

дини. Використання аудіовізуальних образних засобів сугесії в інтернет-комунікації підпорядковане трьом стратегіям – реальному, подібного і уявного, які лежать в основі сприйняття інформації людиною. Аудіовізуальні образні засоби нерідко використовуються для "вкидання" необхідної інформації і використовуються як симулякри.

**Ключові слова:** аудіовізуальні засоби комунікації, сугесія, інтернет-комунікація, симулякри.

Відомий французький культуролог і філософ-постмодерніст Жан Бодрійяр, розмірковуючи про феномени симуляції та симулякри (від лат. *simulo* – "прикидатися, вдавати" – "копії", що не мають оригінала в реальності, семіотичні знаки, що не мають позначуваного об'єкта в реальності), досить докладно зупиняється на аналізі образів – особливих форм суб'єктивного відображення дійсності, ментальних картинках реального чи вигаданого світів [Бодрійяр [http://lit.lib.ru/k/kachalow\\_a/simulacres\\_et\\_simulation.shtml](http://lit.lib.ru/k/kachalow_a/simulacres_et_simulation.shtml)].

Дійсно, образ як стійке, мінімізовано-інваріантне уявлення про предмет або фрагмент світу виступає базовим елементом коду розумових процесів (М.І. Жінкін), процес мислення – це оперування образами, елементами універсально-предметного коду людської думки [Жинкин 1964]. У сучасній когнітології образ розглядається як базовий шар концепту [Попова 2001]. Чуттєвий образ кодує концепт, формуючи одиницю універсально-предметного коду. У процесі мислення людина оперує образами, які "несуть" закріплені за ними знання [Попова 2007, 40–41]. Основна інформація, зафіксована в елементах універсально-предметного коду, зберігається в глибинних пластах свідомості, які знаходяться в правій півкулі головного мозку [Сєдов 2007, 100–101]. Об'єктивований за допомогою різних засобів (графічних, вербальних тощо) образ стає потужним засобом впливу на свідомість і емоції людини.

Образ може бути пов'язаний з ідеєю істини або спотворення цієї істини. Аналізуючи одвічну суперечку іконопоклонників й іконоборців, Ж. Бодрійяр ставить питання про те, що несе в собі зображення Бога – елементи якоїсь вищої інстанції або спотворення істини, фальсифікацію її, тобто чи воно є або не є симуля-

кром, "випромінюючим свої власні чари" [[Http://lit.lib.ru/k/kachalow\\_a/simulacres\\_et\\_simulation.shtml](http://lit.lib.ru/k/kachalow_a/simulacres_et_simulation.shtml)]. Здається, що одно-значної відповіді на питання, яке дискутується вже довгий час, не існує, бо енергія і природа думки людини, яка продукує образ, відноситься до категорії незвіданого (або кажучи м'якше – недостатньо звіданого). Характеризуючи стан сучасної науки, що вивчає природу думки людини, Н.П. Бехтерева зазначає: "Треба сказати, що базування нашої біології на примітивному матеріалізмі призвело до того, що ми, по суті, працювали в рамках коридору, обмеженого невидимим, але дуже колючим дротом. Навіть спроби розшифровки коду забезпечення мислення, цілком матеріалістичні ..., зустріли спочатку багнети "матеріалістів", ідея яких зводилася до того, що не можна пізнати код ідеального ... І все-таки – що таке ідеальне? Що таке думка? Виходить, з точки зору матеріалістів, це ніщо. Але ж вона є! Я думаю, настав час хоча б поставити питання, на які сьогодні важко або навіть неможливо знайти відповідь, для майбутнього нашої науки. І перше питання, це що таке ідеальне, що таке думка?" [Бехтерева, 2007, 97–98].

Розвиток квантово-хвильової теорії світу приводить дослідників до висновку про стирання кордонів між матеріальним і ідеальним. Думка (і образ як її базовий елемент) так само матеріальна, як і навколишні предмети та явища. Розвиток голографічного психофізики, що базується на квантово-хвильовій теорії світу, пропонує цікаві аргументи для тлумачення фізичної природи образу. З позиції теорії, навколишній світ розглядається як гігантська голографічна пластинка [Авраменко 1975, 64–75], і кожен предмет, у свою чергу, розглядається як хвильова структура: психіка людини (відбитий світ) також містить елементи голографії, яка має квантово-хвильову природу. Інформаційні записи на відповідних молекулах в нервових клітинах можна тлумачити як сукупність голограм, кожна з яких є основою для виникнення образу [[Http://fenomenblizko.ru/Fizika\\_otvoda\\_glaz/golograf\\_psifizik/index.html](http://fenomenblizko.ru/Fizika_otvoda_glaz/golograf_psifizik/index.html)].

Якщо кваліфікувати психічну діяльність як спосіб фізичного кодування образів, "хвильова мова" визначається як мова кодування зв'язків і відношень об'єкта, який відбивається свідомістю

людини. Таким чином, мозок є органом, який породжує хвильові структури, що відповідають формам об'єктів навколишньої дійсності. Формам об'єктів реального світу і образам як елементам мислення притаманні загальні біофізичні ознаки хвильових структур [Див .: Дубов, Пушкин 1989, 30–34]. Саме за умов такого тлумачення образу як базової структури мислення стає зрозумілою природа його впливу на людину.

Різновидами образів є індивідуальні та стереотипні (соціальні) уявлення. Індивідуальний образ – найважливіша форма відображення дійсності свідомістю людини, яка формується на основі різних форм чуттєвого відображення, проте основу образу складають зорові відчуття. Індивідуальний образ зумовлює редукцію та / або домінування певних ознак предмета або явища.

У свідомості соціуму існують і так звані стереотипні образи, які передаються від покоління до покоління і не залежать від досвіду окремої особистості. Ці образи виступають як соціальні еталони, що кумулюють емпіричні знання народу, крізь призму яких сприймаються певні явища навколишнього світу. Стереотипні (або соціальні) образи (наприклад, образ бджоли як символу працьовитості, образ палаючої свічки як символ життя людини) мають значний аксіологічний потенціал. Експлуатація соціальних образів у процесах кодування і експлікації думки і їх актуалізація в універсально-предметному коді адресата при сприйнятті тексту забезпечує прогнозований вектор впливу на свідомість та емоції людини.

Говорячи про вплив образу на свідомість і емоції людини, Ж. Бодрійяр так визначав його характеристики: "Він відображає фундаментальну реальність; він маскує і спотворює фундаментальну реальність; він маскує відсутність фундаментальної реальності; він взагалі не має відношення до будь-якої реальності, будучи своїм власним симулякром в чистому вигляді. У першому випадку образ – доброякісне відображення: репрезентація має сакраментальний характер. У другому – злроякісне: шкідливий характер. У третьому випадку він лише створює вид відображення: характер чародійства. У четвертому мова йде вже не про відображення чого-небудь, а про симуляцію" [Бодрійяр <http://>

//lit.lib.ru/k/kachalow\_a/simulacres\_et\_simulation.shtml]. Ось чому розробка теорії симулякрів наразі не може здійснюватися без дослідження образних засобів їх об'єктивації.

Саме образ (з урахуванням різних способів його знакової об'єктивації) є одним з найважливіших засобів сугестивного впливу в сучасних ЗМІ, насамперед електронних. Однією з найважливіших характеристик комп'ютерного дискурсу є креолізованість – тобто здатність включати власне вербальні, образно-зорові і образно-слухові елементи. Креолізований текст комп'ютерної комунікації, на думку Л.Ф. Компанцевої, містить кілька обов'язкових складових: картинки, аудіо- і відеовставки. Чуттєве сприйняття образу може реалізуватися як у статичному, так і в динамічному варіантах [Компанцева, 2009, с. 27, 30]. Ці образи можуть сприйматися як одноразово, так і багаторазово. Тому стає очевидною важлива роль образів як факторів сугестивного впливу в інтернет-комунікації. А в умовах жорстокої інформаційної війни аналіз сугестивного потенціалу образних елементів інтернет-текстів стає необхідним кроком для реалізації комунікативно-прагматичної установки повідомлень і захисту інформаційної безпеки держави.

Вивчення образних засобів сугестії в інтернет-комунікації дозволяє говорити про декілька стратегій їх використання. Першою необхідно назвати стратегію реального, яка полягає в підкресленому прагненні відображати насамперед реальні, справжні факти. "Всі ЗМІ та офіційні джерела, – зазначає Жан Бодрійяр, – задіяні тільки для того, щоб підтримати ілюзію автентичності, реальності, об'єктивності фактів" [Бодрійяр [http://lit.lib.ru/k/kachalow\\_a/simulacres\\_et\\_simulation.shtml](http://lit.lib.ru/k/kachalow_a/simulacres_et_simulation.shtml)]. Однак спосіб репрезентації образів реальних подій, фактів, явищ, їх відбір, ракурс подачі, акцентування уваги на певних елементах уявлень може забезпечувати колосальний ефект впливу на адресата повідомлення, значно більший, ніж фальсифікована подія, тобто симулякр.

Як приклад розглянемо розміщений на сайті інформаційного агентства "Главком" (16.02.2015 р.) текст "Російські журналісти зняли обстріл українських позицій і на камеру посміялися над таким перемир'ям" [<http://glavcom.tv/video/12288.html>], який міс-

тить аудіовізуальні елементи (образно-зорові і образно-слухові) – мультимедійне зображення роботи гаубичного розрахунку, стрілянина, вогняні спалахи, на тлі яких чути цинічний сміх і коментарі російських журналістів:

*"В ролике, выложенном пользователем Saponkov в Youtube, гаубичная батарея сепаратистов ведет огонь. Как поясняет пользователь живого журнала sare, в блоге которого размещен ролик и несколько фотографий, "Дебальцовский котел, работа гаубичного расчета, снимал пару дней назад" (орфография сохранена).*

*На 22 секунде за кадром слышен смех и возглас "Вот это было достойно". Комментарий следует после выстрела гаубицы.*

*"Что скажут RussiaToday?" – "Перемирие" – "По полигону работают, котла-то нету", – переговариваются два журналиста. "Холостые, холостые, у нас перемирие".*

*После публикации видео стало расходитья по соцсетям, о ролике написало издание Flashnord. Фотограф Митя Алешковский обнаружил снимки авторства Романа Сапонькова в архиве ТАСС. Позже пресс-служба RussiaToday объявила в своем официальном твиттере о расторжении контракта со вторым человеком, фигурирующим на видео".*

Саме цинічний сміх, який слугує індикатором психічної неадекватності журналіста, а не тільки відео роботи гаубиці, викликає сильну емоційну реакцію користувачів інтернету. Про сугестивний вплив тексту можна робити висновки з коментарів читачів. Наведемо деякі з них (коментарі відредаговані, знята інвективна лексика і звороти, що ображають почуття національної гідності):

**mr27den**

*Смешно им ...! Моральные уроды! ... думают, что приехали развлечься на "сафари" пострелять в "тупых укропов" из телека!*



**Alexx X**

*...тварь радуется убийству женщин и детей!*

**TetyanaSudyma** через Google+

*Ужасное видео! Сепаратисты обстреливают Дебальцево... Стреляют по мирным жителям... А российские журналисты ржут, как кони...*

**Таня Матыкина**

*"Братья" !!!!!!!! Стреляют по детям и старикам, женщинам! Смешно вам! Желаю этим "братьям" журналюгам, что бы в скором времени стреляли по их домам и семьям! аминь!!!!!!!*

**HarleyDavidson**

*Справа честі кожного громадянина України - зустріти такого журналюгу-шакала і відрізати язик собакам на корм.*

**VladimirKiveretsky**

*Дойти до такой степени низости... Это сумасшедшие в самом подлинном смысле этого слова. Надеюсь, их дети и внуки увидят эти кадры и проклянут таких предков.*

**Юра Чирушкин**

*Те, кто приехал сюда защищать русскоязычное население, и стреляют по этому самому русскоязычному населению! А другие еще и смеются над этим.*

*... Донбасс разваливают ваши из РФ и ваша техника. Потому что им все равно, в кого стрелять: "Не свое - не жалко". Всегда ведь можно вернуться к себе домой, где все тихо и спокойно, как и сделал Гиркин - развязал войну на Донбассе и смылся в Рашку. Надо быть безмозглым, чтобы думать, что украинская армия разрушает свои же города и убивает своих сограждан. Больше всего разрушений и смертей принесли террористы. Я был в Донецке до конца мая. Я тому свидетель. Я не верил ополченцам и видел много доказательств того, что они врут и вводят народ в заблуждение. Так что не тебе мне рассказывать, что там происходит! Если бы не ваши наемники и не ваша техника, то никакихбы разрушений не было! Заберите свое отродье с Донбасса, и все нормализуется. Но это, к сожалению, не вернет ни одну жизнь. Путину просто так не сойдет кровь с рук. Я как русский человек не жалею, что проехал по*

*Украине, а не уехал в РФ, где кишат зомби .. Никто меня тут не истребляет и не угнетает, как пугали ополченцы. Нам не нужен ваш "Русский мир"!!!*

**chvitaliy**

*Гореть вам в аду бесконечно за невинно убиенных украинцев!*

**standev1**

*1. Повторяю для тех, кто в танке: я гражданин РФ. 2. Украина отдала ЯО под совместным давлением России и США. Но напала после этого на Украину Россия, а не США. Постыдитесь!*

**ViktorRotius**

+standev1

*Спасибо тебе за то что МЫСЛИШЬ, КАК ЧЕЛОВЕК! Здоровья тебе и процветания!*

**khripp1**

*Я москвич, вряд ли... у меня хватит времени подойти к тебе у ТАСС. Но я теперь я с удовольствием при случае отыграюсь на упырях, собирающих деньги на "Водном стадионе" для ДНР!*

Професіоналізм авторів проаналізованого тексту якраз і полягає в безпомилковому підборі аудіовізуальних засобів впливу, що об'єктивують реальні картини війни на Донбасі і характеризують позицію російських репортерів. У принципі подібні образні засоби як "зліпки" реального детерміновані настановами і свідомістю людини, яка розмістила їх в інтернет-мережі, тобто "пропущені" крізь призму її сприйняття і її соціальних оцінок. Ці факти не потребують коментарів. Вони "заряджають" користувачів інтернету (адже адресат самостійно робить висновок про побачене і почуте, і це принципова відмінність сучасних ЗМІ від так званої радянської пропаганди), стимулюють вербалізацію пережитих почуттів і сприяють формуванню соціальних оцінок подій, що відбуваються.

Об'єктивізація аудіовізуальних образів реальних подій може бути безпосередньо пов'язана з маніпулюванням свідомістю людини, більше того – з використанням прийомів нейролінгвістичного програмування. Характеризуючи роботу російських ЗМІ у висвітленні подій в Україні, викладач МДІМВ, професор В. Соловей зазначає: "Подивіться, який тон переважає у висвітленні подій в



Україні. З листопада 2013 року – заворушення, смута, погроми. Згадайте випуски новин, коли на Майдані відбулися дійсно кричущі події. Це були кадри, які швидко змінювалися, полум'я, палаючі шини, люди, що біжать, на тлі тривожної музики... Ви напевно, думаєте, що це робиться для більшого драматичного ефекту? Ні, за цим стоїть дуже великий сенс – в цей час людей занурюють у трансний стан. Наша здатність до критичного сприйняття знижується, наша підсвідомість відкривається. Це один із прийомів нейролінгвістичного програмування. Коли ви бачите репортажі з України, у переважній більшості глядачів виникає стійка асоціація: Україна – це хаос. А що тоді Росія? Це космос, порядок, оплот миру і стабільності" [<http://racurs.ua/743-smi-televidenie-manipuliruet-soznaniem>].

Наступна стратегія, яка зумовлює використання образних засобів сугестії, – це стратегія подібного. Пізнання одного явища через призму іншого, незрозумілого (недостатньо зрозумілого, недостатньо доступного) через призму більш зрозумілого, стереотипного – ключовий принцип людського мислення. Фундаментальною властивістю психіки людини є зумовленість сприйняття предметів і явищ зовнішнього світу накопиченим раніше запасом знань і вражень, який і забезпечує можливість зіставляти явища на основі встановлення деяких загальних ознак. Метафора як ментальний факт не тільки "формує уявлення про об'єкт, вона також зумовлює спосіб і стиль мислення про нього... Метафора відповідає здібності людини схоплювати і створювати подібність між дуже різними індивідами і класами об'єктів. Ця здатність грає величезну роль як у практичному, так і в теоретичному мисленні [Арутюнова, 1990, 14–15]. В підтвердження своєї думки Н.Д. Арутюнова цитує висловлювання У.О. Куайна "Немає нічого більш фундаментального для мислення і мови, ніж наше відчуття подібності" [Арутюнова, 1990, 15].

Стратегія подібності по-різному реалізується й у використанні образних засобів впливу. Одним із способів її реалізації є терапевтична метафора. На думку Д.Трунова, зіставляючи не пов'язані раніше поняття, терапевтичні метафори дозволяють в

стислій і оригінальній формі розкрити суть повідомлення, допомагають по-новому осмислити звичні предмети та явища, а також виконують інші функції, що мають психотерапевтичне значення, а саме: експресивну функцію (за допомогою метафори виражається важкий для вербалізації досвід – настрої, почуття, враження тощо), вдало підібрана метафора "економічна", оскільки зберігає час і слова, що йдуть на пояснення; діагностичну функцію, адже вибрані образи детерміновані його свідомими і несвідомими мотивами; дисоціативну функцію, яка полягає в "переміщенні" проблеми з "внутрішнього поля" людини на "зовнішнє"; пояснювальну функцію, пов'язану з полегшенням сприйняття явищ; функцію наочності [Трунов 1997].

По суті, функцію терапевтичної метафори виконують, наприклад, дитячі малюнки, що відправляються в АТО: вони створюють позитивний емоційний тонус і, нагадуючи воїнам про мирне життя дітей, мають колосальний мотиваційний потенціал. Відповідно, розміщення цих малюнків в інтернеті має такий же позитивний вплив на читачів, як і на воїнів в АТО. Див., наприклад: [<http://trassae95.com/odessa/news/2014/12/24/vystavka-detskih-risunkov-posvyacshennyh-voinam-ato-otkrylasj-v-odesse-foto-19538.html>].

Можна говорити і про такий прийом маніпулювання свідомістю особистості у ЗМІ, як так звані "склеювання", в основі яких лежить принцип подібності. В. Соловей, наприклад, характеризує цей прийом, пише: "Ви можете сказати, що це праві радикали (занадто академічно), національні революціонери ... А от якщо скажете бандерівці, то викличете у глядачів негативний спектр асоціацій. Ще краще, якщо ви зробите трансфер, побудуєте репортаж наступним чином: спочатку покажете дивізію СС "Галичина", що входить до Львова, а потім – людей з партії "Свобода" або з Правого сектора. Таким чином, між свідомо негативним і тим, що потрібно піддати критиці, відбувається склеювання. І говорити тут нічого не потрібно. Висновки глядачі зроблять самі. Підкреслю: тому ці висновки людина дуже цінує" [<http://racurs.ua/743-smi-televidenie-manipuliruet-soznaniem>].



Прийом "склеювання" широко використовується для дискредитації того чи іншого явища або особистості. В інтернет-комунікації нерідко використовується прийом підстановки фейкових фотографій, зображень з метою імпліцитної дискредитації певної події або особистості.

Так, на різних сайтах з'являються симулякри – наприклад, "фото" начальника міліції Київської області Вадима Грояна, замість якого демонструється чоловік з оголеним торсом, покритим татуваннями, як у кримінального злочинця, і серед цих татувань – зображення фашистських свастик. Висновки про особу начальника міліції пропонується зробити самостійно.

Стратегія подібності у використанні образних засобів впливу в інтернет-комунікації об'єктивується і в так званих фотожабах (різновиди фотомонтажу, результат творчої переробки якогось зображення), що побудовані за принципом ментальної метафори і спираються на стереотипні образи і прецедентні тексти. Так, наприклад, зіставлення фото мавпи з гранатою з фотографією глави НБУ, супроводжуване командою "Знайди 10 відмінностей" без коментарів передає інформацію про небезпечну для життя української держави політику НБУ. А зображення В. Путіна, що спирається на відому ілюстрацію до "Казки про рибачка і рибку" О.С. Пушкіна – старої біля розбитого корита, не просто викликає комплекс асоціацій між політичним діячем і персонажем відомої казки, а й в алегоричній формі висловлює думки автора тексту про наслідки політичної діяльності глави держави. Образні форми вираження думки (імпліцитні за своєю суттю) безпосередньо сприймаються правою півкулею адресата, зумовлюючи його активну емоційну реакцію.

Прийом "склеювання" може бути реалізований імпліцитно, у тому випадку коли об'єкт зіставлення є прецедентним феноменом. Пор., наприклад, відомий фейковий сюжет російських ЗМІ про розп'ятого хлопчика [<http://www.1tv.ru/news/world/262978>], який так чи інакше викликає уявлення про сюжет зі Святого Письма про

розп'яття Христа. Тема розп'яття Христа є однією з найбільш популярних християнських тем в живописі, тому образна пам'ять людини зберігає відповідну "картинку". Стіяка асоціація "розп'ятий хлопчик – розп'ятий Христос" породжує програмовані негативні емоції у адресата, якого піддали сугестивному впливу.

#### Найди 10 отличий



Обезьяна с гранатой



Глава Нацбанка Валерия Гонтарева



Імпліцитне образне "склеювання" лежить в основі "глибинної структури" слова кіборг у значенні "непереможний український воїн – захисник Донецького аеропорту" (слово було визнано словом 2014). Своє нове значення слово отримало у вересні 2014 року. Слово ... швидко підхопили користувачі соцмереж, а слідом за ними і традиційні ЗМІ та політики. Примітно, що слово "кіборги" в значенні "захисники Донецького аеропорту" подарував українській мові у вересні 2014 року проросійський бойовик. Тоді він намагався пояснити, чому передові загони російсько-терористичних військ у всеозброєнні не можуть взяти Донецький аеропорт, який захищає кілька десятків українських військових зі стрілецькою зброєю" [<http://www.segodnya.ua/life/society/slovo-kiborg-bylo-priznано-slovom-2014-goda-582523.html>].

У своєму початковому значенні слово кіборг (скорочення від англ. Cyberneticorganism – кібернетичний організм) означає – в медицині – біологічний організм, що містить механічні або електронні компоненти, машинно-людський гібрид (у науковій фантастиці, гіпотетиці тощо). У науковій фантастиці в окремих випадках також використовується як термін для позначення андроїдів [1], а також нездатний жити без цих механічних або електронних компонентів [<https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B8%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%B3>].

Найменування, введене Манфредом Є. Клайнсом і Натаном С. Кліном у 1960 році у зв'язку з їх концепцією розширення можливостей людини для виживання поза Землю, отримало і зорово-образне втілення у вигляді "картинок", широко поширених в інтернет-просторі, що й забезпечило формування відповідного образного стереотипу; див.: [[https://www.google.com.ua/search?q=киборг&espv=2&biw=988&bih=626&tbm=isch&imgil=cUehFWxSwu5\\_7M%253A%253B\\_1yymVlzS25e2M%253Bhttp%25253A%25252F%25252Fpapers.ru%25252Fwallpapers%25252FAll%25252F16822%25252F1920](https://www.google.com.ua/search?q=киборг&espv=2&biw=988&bih=626&tbm=isch&imgil=cUehFWxSwu5_7M%253A%253B_1yymVlzS25e2M%253Bhttp%25253A%25252F%25252Fpapers.ru%25252Fwallpapers%25252FAll%25252F16822%25252F1920)], на базі якого і виникає нове значення з яскраво вираженою оцінною семантикою і значним сугестивним потенціалом.



Третьою стратегією, яка обумовлює використання образних засобів впливу в електронних ЗМІ, є стратегія уявного. В основі стратегії лежить здатність людського мислення продукувати образи, ідеї на основі переробки, уявної реконструкції уявлень, що зберігаються у свідомості від минулого досвіду. Уява є основою наочно-образного мислення, що дозволяє людині орієнтуватися в ситуації і вирішувати завдання без безпосереднього втручання практичних дій. Вона багато в чому допомагає йому в тих випадках життя, коли практичні дії або неможливі, чи утруднені, чи на-

віть недоцільні. Наприклад, при моделюванні фантастичних (або прогностичних) процесів і об'єктів, що важко пояснити. Згідно з М.В. Гамезо та І.А. Домашенком: "Уява – психічні процеси, що полягають у створенні нових образів (уявлень) шляхом переробки матеріалу сприйняття і уявлень, отриманих в попередньому досвіді" [<https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%BE%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5>]. Прикладом уявних образів можуть слугувати розмішені вище зображення кіборгів.

Уявні образи ґрунтуються на певних стереотипах свідомості, насамперед стереотипних образах, нерідко використовуються для здійснення медіа-диверсій, наприклад, в патогенних текстах, які діють деструктивно, дестабілізуючи психіку та емоційний стан людини. Деструктивний вплив патогенного тексту "Кінець світу триватиме два тижні", розмішеного в інтернеті ([http://livesmi.com/another/6747-konec-sveta-prodlitsya-dve-nedeli\\_full.html?fr=w1&w1](http://livesmi.com/another/6747-konec-sveta-prodlitsya-dve-nedeli_full.html?fr=w1&w1)), обумовлено вербальною і графічною (малюнок, який супроводжує текст) актуалізацією образних стереотипів сприйняття апокаліпсису [див.: Снитко].

### **Патогенный текст "Конец света продлится две недели"**

#### ***Конец света продлится две недели***



*Тибетские ламы не скрывают, что риск серьезной катастрофы довольно велик: в конце декабря планеты Солнечной системы выстроятся в один ряд, что является уникальным случаем. "Осень и зима будут теплые, а с 21.12.2012 Земля начнет проходить через галактическую "нулевую полосу".*

*Это особое состояние пространства, где гасятся и не могут распространяться никакие энергии. Наступит полная темнота и тишина. Отключатся электричество и связь. Темнота будет сопровождаться вспышками света, а также игрой света и тени. Временами может казаться, что бродят фигуры –*

*как будто мертвецы встали из гробов. Землю будет слегка потряхивать – словно незначительное землетрясение. Некоторые строения могут быть разрушены", – предупредил лама, которого на Тибете называют оракулом Шамбалы.*

*Люди, по его словам, будут массово гибнуть из-за паники и страха перед неизвестностью. Катаклизмы же продлятся две недели, хотя отголоски будут ощущаться еще несколько месяцев вплоть до начала февраля.*

*Чтобы пережить катастрофу, оракул советует заранее подготовить документы и теплые вещи, постараться уехать в сельскую местность. Там стоит заготовить свечи, дрова, запас продуктов и питьевой воды. "Необходимо наблюдать за домашними животными, идеальный вариант – кошка. Благодаря природным инстинктам они подадут пример, как вести себя в экстремальной ситуации, – приводит советы ламы журнал "Собеседник". "В течение "дней темноты" завесить окна простынями, не смотреть в них, не выходить на улицу. Лучшие медитировать или молиться", – добавил лама.*

Все вищесказане дозволяє зробити такі висновки. Використання аудіовізуальних образних засобів впливу, як показує дослідження, що має яскраво виражену орієнтацію на праву півкулю головного мозку і зумовлене активну емоційну реакцію адресата, є найважливішим прийомом сугестії в інтернет-комунікації. Аудіовізуальні засоби взаємодіють із вербальними, утворюючи гібридні канали передачі інформації і забезпечуючи прогнозований прихований вплив на психіку людини. Всі аудіовізуальні образні засоби детерміновані настановами та свідомістю автора тексту, вони відібрані ним з масиву однорідних, тобто "пропущені" через призму його сприйняття і соціальних оцінок. Вони спонукають адресата зробити цілком певні самостійні висновки про побачене і почуте, на які і націлена комунікація. Використання аудіовізуальних образних засобів сугестії в інтернет-комунікації підпорядковане трьома стратегіями – реального, подібного і уявного, які лежать в основі сприйняття інформації людиною. Аудіовізуальні образні засоби нерідко використовуються для "вкидання" необхідної інформації і використовуються як симулякри.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛА

1. *Авраменко Р. Ф.* Голографические свойства гиперсферы / Р. Ф. Авраменко, В. И. Николаев // Проблемы голографии : [межвузовский сборник научных трудов Московского института радиотехники, электроники и автоматики]. – М., 1975. – Вып. 6. – С. 64–75.
2. *Арутюнова Н. Д.* Метафора и дискурс / Н. Арутюнова // Теория метафоры. М. : Наука, 1990. – С. 5–33.
3. *Бехтерева Н. П.* Магия мозга и лабиринты жизни/ Н. П. Бехтерева – М. ; СПб. : Сова, 2007. – 281 с.
4. *Бодрийяр Ж.* Симулякры и симуляция [[http://lit.lib.ru/k/kachalow\\_a/simulacres\\_et\\_simulation.shtml](http://lit.lib.ru/k/kachalow_a/simulacres_et_simulation.shtml)]
5. *Дубов А. П.* Парапсихология и современное языкознание / А. П. Дубов, В. Н. Пушкин. – М. : Наука, 1989. – С. 30–34.
6. *Жинкин Н. И.* О кодовых переходах во внутренней речи / Н. И. Жинкин // Вопросы языкознания. – 1964. – № 6. – С. 26–38.
7. *Компанцева Л. Ф.* Интернет-лінгвістика / Компанцева Л.Ф. – К. : Науково-видавничий відділ Національної академії СБ України. 2009. – 273 с.
8. *Московичи С.* Машина, творящая богов / С. Московичи. – М. : Центр психологии и психотерапии, 1998. – 550 с.
9. *Петренко В. Ф.* Метод классификации как экспериментальный подход к семантике изобразительного искусства / В. Ф. Петренко, А. Г. Шмелев, А. А. Нистратов // Вестник Московского университета. – 1978. – № 4. – С. 25–37.
10. *Попова З. Д.* Очерки по когнитивной лингвистике / З. Д. Попова, И. А. Стернин – Воронеж : Истоки, 2001. – 190 с.
11. *Попова З. Д.* Когнитивная лингвистика / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – М. АСТ : Восток-Запад, 2007. – 314 с.
12. *Седов К. Ф.* Нейропсихолінгвістика / К. Ф. Седов. – М. : Лабиринт, 2007. – 220 с.
13. *Снитко О. С.* Образні стереотипнегативної оцінки в контексті проблеми "етнос і мова" / О. С. Снитко // Мовні і концептуальні картини світу. – 2012. – Вип. 39. – С. 314–321.
14. *Соловей В.* Как телевидение манипулирует сознанием-[<http://racurs.ua/743-smi-televidenie-manipuliruet-soznaniem>].
15. *Трунов Д.* Использование метафор в психотерапевтической работе / Д. Трунов // Журнал практического психолога. – 1997. – № 1. – С. 14–20.
16. *Уилрайт Ф.* Метафора и реальность / Ф. Уилрайт // Теория метафоры. М. : Наука, 1990. – С. 82–110.
17. Голографическая психофизика – объяснение феномена [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://fenomen-blizko.ru/Fizika\\_otvoda\\_glaz/golograf\\_psfizik/index.html](http://fenomen-blizko.ru/Fizika_otvoda_glaz/golograf_psfizik/index.html).

Стаття надійшла до редакції 27.04.15



**О. С. Снитко**, д-р філол. наук, проф.  
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, г. Київ

### **Аудиовізуальні образні засоби сугестії в інтернет-комунікації: стратегії використання**

*В статті аналізуються особливості реалізації і сугестивний потенціал аудіовізуальних засобів комунікації в електронних СМІ. Аудіовізуальні засоби взаємодіють з вербальними, створюючи гібридні канали передачі інформації і забезпечуючи прогнозоване приховане вплив на психіку людини. Використання аудіовізуальних образних засобів сугестії в інтернет-комунікації підпорядковано трьом стратегіям – реальному, подібному, уявляемому. Аудіовізуальні образні засоби нерідко використовуються для "вбрасування" необхідної інформації і використовуються як симулякри.*

**Ключові слова:** аудіовізуальні засоби комунікації, сугестія, інтернет-комунікація, симулякри.

**O. Snytko**, D. Litt., Full Professor  
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

### **Audiovisual Means of Suggestion in the Internet Communication: Application Strategies**

*The essay dwells upon the singularities of application of audiovisual means of communication in electronic mass media and their suggestive potential. Audiovisual means of mass media interact with verbal ones, creating hybrid channels of information transfer and imposing envisaged implicit influence on a person's psychic. Audiovisual means of suggestion in communication can be realized in three strategies – tangible, similar, imaginative. Audiovisual means are often used to "throw in" respective information and used as simulacra.*

**Key words:** audiovisual means of mass media, suggestion, Internet communication, simulacra.

УДК 81'246.3(=133.1)

**О. В. Соболева**, асист., **В. Р. Калініна-Шамрай**, асист.  
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

### **ПРОБЛЕМИ БАГАТОМОВНОСТІ У ФРАНКОМОВНИХ КРАЇНАХ**

*У статті висвітлено деякі аспекти багатомовності у франкомовних країнах, таких як: Бельгія, Швейцарія, Канада, Франція, а також різно-*