

Ковалевська А. В.Одеський регіональний інститут державного управління
Національної академії державного управління при Президентові України**ВПЛИВ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ:
ВІД МАГІЇ ДО НАУКИ**

Стаття присвячена опису особливостей явища вербального впливу як наскрізної риси сучасного інформаційного суспільства, а також аналізу специфіки сугестогенних текстів як словесної репрезентації феномена сугестії та висвітленню специфіки власне феномена сугестії, а також особливостей сугестогенних текстів. Окреслено розвиток дослідження цих текстів, починаючи з шаманських ритуалів Єгипту, Сирії, Шумеру, а також інших давніх країн, досліджень із «тваринного магнетизму» Франца Месмера (XIX століття), досліджень абата Хосе Кустодіо де Фарія з гіпнозу, хірургічних наукових досліджень «науковців-джентльменів» Джеймса Брейда, психоаналізу знаного німецького психолога та психіатра Зигмунда Фрейда, соціології, медицини, психології, політології, власне лінгвістики, теорії комунікацій, журналістики, психолінгвістики тощо, звичайно ж, сугестивної лінгвістики як спеціалізованої комплексної новітньої науки про мовний вплив. Особливий акцент зроблено на класифікації сугестогенних текстів у рамках парадигми таких сучасних сфер гуманітарного знання, як сугестивна лінгвістика та нейролінгвістичне програмування, які можуть бути використані при прийнятті правильних і досвідчених рішень з урахуванням функціонування державної інформаційної сфери. Зазначається, що питання магії, сугестивності мови – це не просто лінгвістична проблема, а також літературна, психологічна, етична й управлінська проблема, яка проходить майже через усі прошарки людського існування, викликаючи тим самим необхідність проведення подальших детальних досліджень сугестивних текстів з метою виділення поглибленої природи мовних сугестогенів, специфіки їх корелятивних зв'язків у семантичних планах, що, у свою чергу, дало б змогу побудувати правильні текстові масиви, які могли б бути використаними у сфері державних стратегічних комунікацій.

Ключові слова: сугестія, словесний вплив, мовний вплив, сугестивна лінгвістика, нейролінгвістичне програмування, мовні сугестогени, сугестивні тексти, інформаційне суспільство.

Постановка проблеми. З давніх-давен слово для людини виступало в значенні не лише вагомого інформаційного засобу, а й потужного впливового феномена. Коріння здійснення впливу на людину фіксували ще в шаманських ритуалах Єгипту, Сирії, Шумеру та інших давніх країн: у більшості світових музеїв можна знайти скульптури шаманів, жерців і магів, вік яких становить понад 3–4 тисячі років. Звичайно, на початку історії людства цей вплив був ще неусвідомленим, розшарованим і становив послідовність певних дій, танців, музики, дотиків, запахів і, безсумнівно, звуків [28], у межах яких провідна роль могла належати будь-якому складнику. Так, Ф. Месмер (XIX ст.) стверджував, що найголовнішою умовою для здійснення впливу є невербаліка і специфічне облаштування комунікації, найважливішим доказом чого є феномен гіпнозу, детермінованого т. зв. «позою віддзеркалення» і створенням відповідного емоційного настрою, підкріпленого ефектом «месмеризму» – тваринного магнетизму. Абат

Фарія вважав основним елементом гіпнозу слово, тобто надавав перевагу лінгвістичному обґрунтуванню феномену сугестії. Хірург Дж. Бред одним із перших почав стверджувати, що для ефективного гіпнозу необхідне певне поєднання, синтез вербаліки й невербаліки. Відомий німецький психолог З. Фройд мотивував явище впливу підсвідомими витісненими інстинктами й певними несвідомими феноменами людської психіки [24].

Зауважимо, що вплив дефінується як комплексний конгломерат емоційно забарвлених вербально-невербальних факторів, що здійснюють корекцію психоемоційного стану особистості чи створюють мотиваційну базу для її програмованої діяльності [16, с. 51], під час якої знижується критичність, логічність та об'єктивна оцінка сприйнятого [7, с. 43] та штучно моделюються певні емоційні, поведінкові стратегії особистості [17, с. 215], що впливають, у свою чергу, на нейрофізіологічні стани [19, с. 205]. Вищезазначене залишає цю проблему в центрі уваги актуальних напрямів

численних гуманітарних наук, мотивуючи максимальну актуальність роботи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вплив – комплексний феномен, і він має різнобарвний, гетерогенний характер, комунікативний пріоритет якого визнає більшість учених, що працюють у галузі теорії комунікації, журналістики, когнітивної лінгвістики тощо й насамперед сугестивної лінгвістики. У межах цих досліджень доведено, що до основних факторів здійснення впливових ефектів у комунікації належать насамперед: 1) нейрофізіологічні та когнітивні структури людини, які, корелюючи з психоментальним субстратом особистості, зокрема, виявляються в міжпівкульній асиметрії головного мозку, де його синтезовану діяльність забезпечує система «чуттєвого сприйняття («правопівкульна психіка») та система знакового опису довкілля в елементах природної мови (ліва півкуля) [3], ілюструючи процесуальну комплексність психічної активності. Учені довели, що, використовуючи специфіку аналітичної реконструкції зовнішньої інформації півкулями головного мозку, репрезентативну фільтрацію та диференційованість обробки інформаційних гештальтів, також її синестезійний характер, можна програмувати здійснення впливових корекцій, зумовлених «системою реалізації перцептивних гіпотез, утворених на симбіозі детерміністських настанов, програм розумових дій і настанов імовірнісного прогнозування, поєднаних з активно-продуктивною функцією кори великих півкуль головного мозку [26]; 2) психологічна структура особистості, зумовлена її власне індивідуальними властивостями й соціальними впливами. У цьому аспекті доведено актуальність низки універсальних глибинних механізмів, активація яких уможлиблює «перепрофілювання» раціонального сприйняття на вектори ірраціональності, що найчастіше є наслідком програмованої дії зовнішніх подразників. С. Кара-Мурза також вважає, що «людині властива складна психіка, важливою частиною якої є уява. Вона розвинута настільки, що людина живе одночасно у двох вимірах, у двох «реальностях» – справжній та уявлюваній. Уявлюваний світ більшою мірою визначає поведінку людини. Але він хиткий і поступливий, на нього можна впливати ззовні так, що людина й не помітить цього впливу» [4, с. 8], а О. Мецлер наголошує, що «вплив відправника тексту може упроваджуватися або як безпосереднє спонукання до дії, або як прихований вплив для формування певного розумового стану отримувача тексту. Але в кожному конкретному випадку вплив на отримувача

інформації відбувається через активізацію різних боків психологічного механізму сприйняття тексту отримувачем» [12, с. 30]; 3) особливості ситуативних моделей та інформаційного структурування; 4) невербальні складники комунікації, насамперед паравербальні, проксемічні й гаптичні.

Постановка завдання. Метою статті є висвітлення специфіки власне явища впливу, а також особливостей сугестогенних текстів. Сугестія як наскрізна риса сучасного інформаційного суспільства є об'єктом роботи, тоді як тексти як сугестогенне явище є предметом.

Виклад основного матеріалу. Такі дослідження висвітлюють важливі особливості феномена впливу, але, як правило, нехтують детальним аналізом його субстратного складника – вербального. Ще античний філософ Апулей був упевнений, що «дотиком, замовляннями й запахами можна так приспати людину, що вона звільняється від своєї тілесної оболонки й вертається до чистої божеської безсмертної природи» [28]. Відомі дослідники НЛП О. Котлячков та С. Горін стверджують: «Легендарний медик і філософ древності ... Авіценна казав, що є три засоби лікування: *слово*, *трави* й *ніж*» [6, с. 6], де саме слову належить пальма першості. Більшість сучасних дослідників стверджує, що через мову людина не просто спілкується, а впливає, акцентуючи на пріоритеті впливової функції мови [4; 5; 20; 28].

Функційні характеристики сугестивного тексту. Зауважимо, що виокремлювана сучасними дослідниками кількість функцій мови має істотні розбіжності. Так, в енциклопедії «Українська мова» [23, с. 714–716] у низці облігаторних (обов'язкових) функціональних характеристик мови зосереджуються на таких: 1) комунікативна функція, що забезпечує найважливішу потребу людини в спілкуванні, позбавлення якого, за експериментальними даними Т. Чернігівської [29], призводить до т. зв. явища психічної депривації, викликаючи фундаментальні негативні зміни в психоструктурі особистості; 2) цій функції підпорядковані експресивна, імпресивна, чи апелятивна, конативна, прагматична, емоційна, естетична та інформаційна, чи ж репрезентативна, номінативна; 3) мислеоформлювальна, яка уможлиблює вербалізацію мисленневих процесів людини; 4) когнітивна, що є інструментом, засобом здійснення пізнавальних процесів.

До факультативних функцій мови, зокрема, уналежнюють контактовстановлювальну як різновид комунікативної, метамовну як варіант інформаційної, магічну (фідеїстичні текстові масиви) як форму

імпресивної тощо. В. Радчук акцентує на актуальності етичної функції мови як відповідності її складників певному жанру спілкування [18], а Л. Мацько [10, с. 6–9] виокремлює номінативну, естетичну, ідентифікаційну, волюнтативну, останню І. Черепанова ототожнює із сугестивною, яка полягає в можливості здійснення експліцитного/імпліцитного впливу на свідомість/підсвідомість особистості чи особистостей через використання характерних мовних засобів з метою формування, закріплення чи зміни мотиваційної бази реципієнтів [30, с. 92].

Знаний же філософ і лінгвіст Б. Поршнев стверджував, що «про навіювання написано багато праць, але, на жаль, переважно медичних, що вкрай звужує кут зору. Загальна теорія мовлення, психологія, фізіологія мовлення не приділяють сугестії істотної уваги, хоч можна вважати, що саме вона і є центральною темою всієї науки про мовлення, мовленнєву діяльність, мову» [15, с. 154].

Вивчення сугестивної функції слова розпочалося ще з античних часів і набуло активного розвитку в сучасних дослідженнях, зокрема в наукових концепціях сугестивної лінгвістики (далі – СЛ) і нейролінгвістичного програмування (далі – НЛП). Обидві ці науки є подібними в наданні слову, а радше мові, домінуючої позиції в структурі феномена впливу, а їх відмінність полягає в тому, що СЛ має на меті виокремлення й систематизацію впливових патернів мови, а НЛП – навчання ефективної та гармонійної комунікації через знання оптимальних моделей спілкування й водночас з'ясування та пояснення сугестивних потенцій мови й низки екстралінгвальних факторів впливу.

Зауважимо, що в межах вивчення феномена впливу до сьогодні немає однаковості як у визначенні його провідних складників (обмеження інституційними сферами спілкування, визнання комплексності його механізмів, вербальні пріоритети тощо); у характеристиці його типологічних різновидів, що або спираються лише на психологічні механізми, або враховують «зміну у свідомості та зміну в поведінці; соціальний вплив, волевиявлення, пояснення, інформування, оцінний та емоційний вплив» [20, с. 432]; у визначенні його різновидів (напр., 1) індивідуальний і груповий; 2) прямий та опосередкований; 3) адекватний і неадекватний; 4) контактний і дистантний; 5) з наміром і без наміру; 6) у стані бадьорості, у стані гіпнотичного сну, у стані наркотичного сну; 7) навіювання й самонавіювання та провідних засобів першого (орієнтація на емоційну сферу, алогізм, відсутність критичного осмислення, психічне зараження, маніпулювання

та ін.) тощо. З огляду на останній аспект, також виокремлюють переконання, навіювання, психічне зараження тощо, де переконання пов'язують зі зверненням до критичного осмислення інформації, яка подається адресату [1; 13], уналежнюючи до його різновидів доведення (логічне аргументування), власне переконування, умовлення (емоційний примус); у межах навіювання штучно активуються субдомінантні сприйняттєві механізми [1; 13; 28]; психічне зараження найчастіше поширюється у великих адресатних групах [21]. До різновидів сугестії уналежнюють також і пропаганду, лобіювання та рекламування [9, с. 122].

Наведене залишає цю проблему на вістрі актуальних напрямів багатьох гуманітарних наук, зумовлюючи максимальну актуальність відповідних наукових розробок.

З огляду на наведені позиції дослідників, а також беручи до уваги іманентну сугестогенність мовних механізмів, уважаємо, що феномен сугестії пов'язаний насамперед із вербальними складниками, задіяними для зміни актуального (психоемоційного, раціонального, нейрофізіологічного) стану суб'єкта впливу, що, у свою чергу, дає підстави виокремлювати відповідні сугестивні тексти, які й мають зазначену функціональну домінуючість, поширюючись на увесь текст і визначаючи його наскрізний сугестивний характер. Отже, сугестивний текст – це вербалізований текстовий сегмент, скерований на корекцію свідомих і підсвідомих настанов адресата. Аналітичне ж реконструювання сугестивних текстів щонайперше має на меті ідентифікацію й опис відповідних текстових категорій, з'ясування їх мовної специфіки та зв'язків між їх складниками, висвітлення закономірностей вираження цих зв'язків.

Відома дослідниця комунікативних аспектів НЛП і сугестивної лінгвістики Т. Ковалевська наголошує на тому, що «сугестивні тексти як різновид комунікації з високим рівнем психоактивності складових елементів ... можна вважати вербальним утіленням ірраціонального модусу мислення» [5, с. 53], де саме мовні складники, утворюючи «лінгвістичну образну єдність» [11, с. 93], оптимізують «здатність вільного відтворення уявлень в ідеаторному полі свідомості, дають змогу не тільки викликати їх, а й, репродукуючи уявлення, надавати їм у спілкуванні наочності» [2, с. 95], виступаючи з'єднувачами, містками між реальністю довкілля й мисленнєвими структурами особистості. Е. Цветков погоджується з нею, додаючи, що оригінальність сугестивного тексту досягається «певним підбором слів і звукорядів, здатних

впливати на глибинні структури психічної організації й зумовлювати їх безпосереднє реагування» [27, с. 41], що є одним із актуальних напрямів сугестивної лінгвістики, у межах якої створено комплекс комп'ютерних програм, скерованих на ідентифікацію фонетичних параметрів тексту й відповідне визначення його сприйняттєвих характеристик. Б. Поршнев же вважав, що на рівні мови найпотужнішим елементом здійснення впливу є дієслово, насамперед його імперативна форма, що загалом створило підґрунтя для теорії дієслівної експансії зокрема й теорії мовного впливу загалом [15, с. 154]. Дослідники відзначають й активність у цьому аспекті неологічної лексики, використання прецедентних трансформацій, каламбурів, елементів креолізації [8, с. 107–114], виокремлюють метафору, метонімію, синекдоху, гіперболу, літоту, еліпсис тощо як «основні психолінгвістичні інструменти ЗМП» [25, с. 94], а також указують на лінгвальні стратегії, скеровані на «застосування комічного, нагнітання страху і паніки, використання числа ..., відображення чуток ...» [14, с. 5], що дає підстави казати про багаторівневість мовних засобів-маркерів впливу.

Класифікація фідеїстичних текстів. Максимальним впливовим потенціалом, на думку багатьох учених, володіє лексико-семантичний рівень мови як загальноконститутивний фактор мовної системи загалом [28, с. 77], що увиразнює його сугестивний потенціал, «який перебуває в складних відношеннях із семантикою слова» [21, с. 29]. Нині відомий із давніх давен-термін «фідеїстичні тексти» (ті, у яких слову заздалегідь надається впливова функція) переосмислено як «сугестивні тексти», тобто тексти, скеровані на реалізацію потенційної сугестивності слова. Величезним здобутком сугестивної лінгвістики є їх класифікація за низкою ознак, запропонована професором І. Черепановою: за ступенем розповсюдження та універсальності подібні тексти розподіляються на універсальні автотексти – замовляння, мантри тощо; універсальні алотексти – молитви, формули аутотренінгу; індивідуальні сугестивні тексти – тексти психотерапевтичного впливу; а за скерованістю впливу можна виокремити: аутосугестивні тексти – молитви, мантри, аутотренінги; гетеросугестивні тексти – гіпнотичні формули, проповіді тощо [28, с. 30].

Додамо також, що активний інтерес до магічної функції слова виявляють не лише вчені-лінгвісти,

а й сучасні літератори. Наприклад, у «Колисковій» усесвітньо відомого модерніста Ч. Паланіка (у якій наявні не лише дуже своєрідний сюжет і композиція, а й майже лінгвістичне усвідомлення слова, що має надзвичайну владу над життями людей) читаємо: «... слово може нести із собою смерть. Уявіть собі чуму, яка передається на слух. Палки й каміння можуть покалічити, але тепер і слова теж можуть убити. ...Люди із радістю відмовляться від більшої частини своєї культури, аби бути на сто відсотків певними, що ті слова, які вони почують, є чистими й безпечними. ...Уявіть опір мові. Ніхто ні з ким не розмовляє, бо ж ніхто не наважується слухати. Слово може бути смертю» [31, с. 53–55].

Професор англійської літератури й усесвітньо відомий фундатор літературного жанру фентезі Дж.Р.Р. Толкієн виконав величезну роботу, створивши цілий *fantasy*-світ Середзем'я. Але він не лише написав геніальну трилогію «Володар пернів», а й вигадав та лінгвістично обґрунтував мови для представників усіх рас його вигаданого світу. Наприклад, у мові «хорошої» раси ельфів дуже багато «позитивних» звуків (l', n', m', th', i, e тощо), а в «поганих» орків – «негативних» (zh, gh, ch, u тощо), тому й замовляння, використовувані представниками цих рас, доволі характерні: пор. ельфійське “*A Elbereth Gilthoniel o menel palan-diriel, le nallonsi di'nguruthos! A tiro nin, Fannuilos!*” [32, с. 712] й ороцьке “*Ash nazg durbatulûk, ash nazg gimbatul, ash nazg thrakatulûk agh burzum-ishi krimpatul*” [32, с. 247].

Висновки і пропозиції. Отже, проблема магічності, сугестивності слова є не лише лінгвістичною, а й літературною, і психологічною, й етичною, просотуючи практично всі боки життєдіяльності людини, що й зумовлює необхідність подальшого копіткого вивчення сугестивних текстів з метою з'ясування глибинної природи мовних сугестогенів, специфіки їх корелятивних відношень у семантичних площинах, що, у свою чергу, уможливить конструювання коректних текстових масивів, які можуть бути використані в державній стратегічній комунікаційній сфері, а також під час прийняття важливих рішень щодо функціонування державного інформаційного простору, а оптимальний стан безпеки останнього є одним із пріоритетних завдань усієї інформаційної політики не лише для України, а і для кожної розвиненої сучасної країни.

Список літератури:

1. Головин С. Ю. Словарь психолога-практика. 2-е изд. Москва : Харвест, 2003. 976 с.
2. Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. Москва : Наука, 1984. 272 с.

3. Кандыба В. М. Триста техник глубокого гипноза : в 2 т. Санкт-Петербург : Лань, 2001. Т. 1. 400 с.
4. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. Москва : Эксмо, 2000. 864 с.
5. Ковалевська Т. Ю. Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування : монографія. Одеса : Астропринт, 2001. 344 с.
6. Котлячков А., Горин С. Оружие – слово. Оборона и нападение с помощью... (Практическое руководство). Москва : КСП+, 2001. 352 с.
7. Кравченко Н. А. Проповедь как особый вид текстов воздействия. *Записки з романо-германської філології*. Вип. 11. Одеса : Фенікс, 2002. С. 127–133.
8. Кутуза Н. В. Прийоми мовної гри як мнемонічні техніки та ай-стопери рекламного тексту. Реклама та PR у масово інформаційному просторі : монографія. Одеса : Астропринт, 2009. С. 107–114.
9. Манакин В., Манакина Н. Концепт PR як явище сугестивної та міжкультурної комунікації. *Діалог: Медіа-студії* : збірник наукових праць. Вип. 4. Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2006. С. 119–123.
10. Мацько Л. І., Мацько О. М., Сидоренко О. М. Українська мова. Київ : Либідь, 1998. 416 с.
11. Менегетти А. Система и личность. Москва : ННБФ «Онтопсихология», 1996. 278 с.
12. Мецлер А. А. Прагматика коммуникативных единиц. Кишинев : Штиинца, 1990. 100 с.
13. Панкратов В. Н. Психотехнология управления людьми : практическое руководство. Москва : Изд-во Института психотерапии, 2001. 336 с.
14. Подшивайлова Г. М. Мовні засоби впливу в політичному дискурсі (на матеріалі друкованих російськомовних ЗМІ України) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.02 «Рос. мова». Київ, 2009. 20 с.
15. Поршнева Б. Ф. Контрсуггестия и история. История и психология. Москва : Наука, 1971. С. 153–169.
16. Прохватаилова О. А. Речевая организация звучащей православной проповеди и молитвы : автореф. дисс. ... докт. филол. наук : 10.02.01 / Гос. ин-т русского языка им. А. С. Пушкина. Москва, 2000. 46 с.
17. Психологический словарь / под ред. В. В. Давыдова, А. В. Запорожца, Б. Ф. Ломова и др. Москва : Педагогика, 1983. 448 с.
18. Радчук В. Мова як чинник консолідації сучасного українського суспільства у націю. : <http://www.vesna.org.ua/txt/radchukv/01.html>.
19. Свядош А. М. Неврозы. 3-е изд., перераб. и доп. Москва : Медицина, 1982. 368 с.
20. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2010. 844 с.
21. Сологуб Н. М. Мовний світ Олеса Гончара. Київ : Наукова думка, 1991. 140 с.
22. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. Воронеж : Кварта, 2001. 252 с.
23. Українська мова : енциклопедія. Київ : Укр. енцикл., 2000. 752 с.
24. Фрейд З. Психология бессознательного. Москва : Просвещение, 1989. 448 с.
25. Холод А. М. Психолінгвістический аспект анализа проблем взаимосвязи масс-медиа и гражданского общества. Масс-медиа и гражданское общество : монография. Кривой Рог : Международный исследовательский центр «Человек: язык, культура, познание», 2008. 227 с.
26. Хромов Л. Н. Рекламная деятельность: искусство, теория, практика. Петрозаводск : ИЦС, 1994. 346 с.
27. Цветков Э. Психономика или программируемый человек. Санкт-Петербург : Лань, 1998. 192 с.
28. Черепанова И. Ю. Дом колдуньи. Язык творческого Бессознательного. Москва : КСП+, 1999. 416 с.
29. Черниговская Т. В., Деглин В. Л. Проблема внутреннего диалогизма (Нейрофизиологические исследования языковой компетенции). *Труды по знаковым системам*. Тарту : Изд-во Тартусского гос. ун-та, 1984. Вып. № 17. С. 40–49.
30. Чмут Т. К., Чайка Г. Л. Етика ділового спілкування : навчальний посібник. 4-те вид., стер. Київ : Вікар, 2004. 223 с.
31. Palahniuk Chuck. Lullaby. New York : Random House Publishing, 2003. 272 p.
32. Tolkien J. R. R. The Lord of the Rings. London: HarperCollins Publishers, 1995. 1137 p.

Kovalevska A. V. SUGGESTION IN INFORMATION SOCIETY: FROM MAGIC TO SCIENCE

The article is dedicated to describing the peculiarities of the verbal influence phenomenon as the cross-cutting feature of the modern information society, as well as to analyzing the specificity of the suggestogenous texts as the suggestion phenomenon verbal representation and highlighting the specificity of the very suggestion phenomenon, as well as the peculiarities of the suggestogenous texts. The development of researching these texts is outlined, starting with the Shamanic rituals of Egypt, Syria, Sumer, as well as the other ancient countries, Franz Mesmer's studies (XIX century), Abbé José Custódio de Faria's researches on hypnosis, James Braid's surgical scientific approaches, Sigmund Freud's psychoanalysis, and then Sociology, Medicine, Psychology, Political Science, Linguistics itself, Communication Theory, Journalism Studies, Psycholinguistics and erst, Suggestive Linguistics. Extra emphasis is made on the classification of suggestogenous texts within the paradigm of such modern humanitarian knowledge spheres as Suggestive Linguistics and Neurolinguistic

Programming, which could be utilized in adopting the correct and proficient decisions considering the state information sphere functioning. It is stated that the issue of the magic, suggestiveness of the language is not just a linguistic problem, but also a literary, psychological, ethical and managerial one, passing through almost every stratum of the human existence, thus causing the necessity of carrying out the further detailed researches of the suggestive texts in order to isolate the in-depth nature of the lingual suggestogenes, specificity of their correlative relations within the semantic planes, which, in its turn, would make it possible to construct the correct textual arrays that could be utilized in the state information sphere.

Key words: *suggestion, verbal influence, linguistic suggestion, Suggestive Linguistics, Neurolinguistic Programming, verbal suggestogenes, suggestive texts, information society.*