

**Чеберяк А. М.,***кандидат філологічних наук, доцент,  
доцент кафедри романо-германської філології  
Рівненського державного гуманітарного університету*

## ЗАСОБИ ПЕРСУАЗИВНОСТІ У ПОЛІТИЧНИХ ПРОМОВАХ ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ В. ЗЕЛЕНСЬКОГО

**Анотація.** Статтю присвячено опису основних засобів персуазивності, використаних у промовах Президента України В. Зеленського під час російсько-української війни 2022 року. Розмежовано поняття персуазивності, маніпулятивності та сугестивності. Встановлено, що персуазивність реалізує спробу впливу адресанта на ментальну сферу адресата з метою зміни його думок, ідей, рішень, поведінки в інтересах мовця. На відміну від сугестивності, яка розуміється як прихований, перш за все вербальний, вплив, що сприймається без критичної оцінки, персуазивність є експліцитним впливом. Людина, на яку впливають, вільна у виборі, погоджуватись чи ні з аргументами автора, мислить раціонально і орієнтується на свої потреби. Мовленнєва маніпуляція передбачає приховане впровадження у психіку адресата цілей, ідей, установок маніпулятора, які не співпадають з тими, що є у адресата, і може бути одним з інструментів вираження персуазивності.

У своїх промовах Президент Зеленський вдало поєднує як екстралінгвістичні (образ, одяг, жести), так і вербальні засоби переконання. Найбільш поширеними прийомами переконання у його промовах вважаємо: використання конотативно забарвлених лексем з персуазивним потенціалом, який розкривається у контексті; засоби діалогізації та інтимізації повідомлення, що створюють близьку, довірливу атмосферу, сприяють скороченню дистанції; риторичні питання та оклики, які постають експлікаторами аргументативного впливу та сприяють фокусуванню уваги на експресивно та емоційно насичених частинах промови; опозиціонування, тобто подання інформації за принципом «плюс – мінус»; частотне вживання повторювальних конструкцій для підсилення змісту повідомлюваного та переконання в істинності зазначеного; використання прецедентних феноменів, що апелюють до аргументативно-раціональної інформації та духовно-емоційного смислу.

**Ключові слова:** політичний дискурс, вплив, персуазивність, засоби персуазивного впливу.

**Постановка проблеми** у загальному вигляді. Вже протягом багатьох століть проблема впливу на свідомість людей з метою її формування є однією з найважливіших. Власність слів відображати та формувати психічний досвід робить їх потужним засобом усвідомлених та неусвідомлених процесів. Проникаючи до рівня глибинних структур за допомогою певної побудови тексту, адресант може здійснювати комплексний (когнітивний та емоційний) вплив на адресата. Відтак розробка стратегій, тактик, які б спонукали людину на досягнення певних цілей, а також пошук і аналіз засобів, прийомів, методів ефективного впливу є актуальною проблемою сьогодення.

Вивченню питань впливу на свідомість широких мас населення присвячені дослідження О. Голоднова, В. Чернявської, О. Шейгал, Ф. Бацевича, Т. Стецик, О. Красненко, Т. ван Дейка, Р. Барта, М. Фуко, Дж. Стіффа, Г. Джоветта, та інших.

Проте лінгвістичних досліджень, присвячених опису засобів вербального переконання в промовах В. Зеленського у воєнний час в українському мовознавстві поки що немає, що й зумовлює актуальність запропонованої розвідки.

**Мета і завдання статті.** Особливий інтерес становить дослідження засобів персуазивності в політичному дискурсі, оскільки саме політична свідомість як сукупність понятійних, оцінних, ідеологічних та символічних складових найчастіше стає домінуючим об'єктом впливу. Персуазивність є однією з основних стратегій політичного дискурсу, а її вербалізація стає не лише інструментом опису політичних процесів, а й чинником активного впливу на формування ціннісних орієнтирів та способів поведінки цільової аудиторії. Метою даної розвідки є опис основних засобів вираження персуазивності у політичних промовах та зверненнях Президента Володимира Зеленського, виголошених під час російсько-української війни 2022 року. Матеріалом дослідження стали промови та звернення В. Зеленського, представлені на офіційному сайті Президента України, починаючи з 24 лютого 2022 року (<https://www.president.gov.ua/>).

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Феномен мовного впливу у лінгвістичних дослідженнях описується за допомогою понять персуазивність, сугестивність та маніпулятивність, під якими розуміють набір технік вербальної та невербальної взаємодії, націлених на «програмування» сприйняття і поведінки реципієнта. У викладі А. В. Голоднова, персуазивна комунікація – це «ментально-мовленнєва взаємодія комунікантів, що реалізує спробу впливу адресанта на ментальну сферу реципієнта з метою зміни його поведінки (спонукання до здійснення / відмови від здійснення певних посткомунікативних дій)» [1, с. 3]. В. С. Чернявська під персуазивністю розуміє «вплив автора усного або письмового повідомлення на його адресата з метою переконання або заклику до вчинення певних дій» [2, с. 25]. Дослідниця наголошує на необхідності розмежування персуазивності та сугестивності, яка розуміється як прихований, перш за все вербальний, вплив, що сприймається без критичної оцінки, тобто такий, що навіюється адресату. Відсутність чи послаблення контролю з боку свідомості при отриманні та обробці інформації – ключова відмінність сугестії від персуазивності [2, с. 26]. Такої ж думки дотримується М. Р. Желтухіна: в її розумінні сугестивність – це «процес впливу на психіку адресата, на його почуття, волю та розум, пов'язаний зі зниженням

усвідомленості, аналітичності та критичності при сприйнятті інформації» [3, с. 21]. Сугестивність виключає раціональну складову, в її основі лежить вплив на чуттєво-асоціативний бік свідомості. У випадку персуазивності адресат мислить раціонально, орієнтується на свої потреби та має певну усвідомлену свободу вибору погоджуватися чи ні з аргументами адресанта. На цій особливості наголошують також зарубіжні дослідники: «персуазивність – це «форма соціального впливу, осмислене інтенціональне зусилля, яке спрямоване на зміну свідомості у процесі комунікації в такій ситуації, коли адресат наділений певною свободою» [4, с. 4].

Що стосується поняття мовленнєвої маніпуляції, то більшість науковців сходяться на думці, що вона може бути одним з можливих інструментів вираження персуазивності. Маніпуляція передбачає психологічний вплив з метою прихованого впровадження у психіку адресата цілей, ідей, установок маніпулятора, які не співпадають з тими, що є у адресата на даний момент, а також спонукання адресата до потрібних для маніпулятора вербальних та невербальних дій. Маніпуляція – це завжди приховане насилля, фактично управління людиною проти її волі. Вона використовує прийоми нечесного переконання, підтасовки фактів, дискредитацію, психологічний тиск тощо. В той час як персуазивність передбачає ненасильницьке переконання, яке здійснюється в інтересах мовця та аудиторії і має на меті досягнення згоди у якомусь питанні. Загалом, межа між персуазивністю та маніпуляцією досить розмита і контекстуально залежна. Погоджуємось з думкою Я. В. Гнезділової, яка стверджує, що «розмежування переконання й маніпуляції залежить від того, наскільки мовленнєвий акт експліцитно подається як аргумент; наскільки проявляються наміри мовця щодо впливу на судження, рішення та дії аудиторії» [5, с. 65].

Отже, говорячи про вербальний вплив у нашому дослідженні будемо послуговуватися терміном персуазивність, механізми якої мають інтегративний характер і здійснюються у єдності раціональної та емоційної складових. Персуазивність як спосіб мовленнєвого впливу поєднує логічний, доказовий та риторичний модули.

З початком повномасштабного вторгнення російських військ в Україну виникла гостра потреба у солідаризації нації та міжнародній підтримці України. Президент Зеленський майже не щодня звертається до лідерів іноземних держав, Міжнародних організацій з проханнями про військову, фінансову та політичну підтримку, використовуючи для цього весь арсенал персуазивних засобів з метою схилити аудиторію на свій бік. Його відеозвернення поєднують в собі як лінгвістичні, так і екстралінгвістичні засоби впливу на аудиторію.

Серед екстралінгвістичних найпотужнішими є ті, що впливають на органи зору реципієнта. Це, зокрема, образ президента (легка неголеність у поєднанні з наближеним до військової форми одягом кольору хакі), жести (піднятий вгору стиснутий кулак), демонстрація наслідків воєнних дій для цивільних громадян (відеоряд зі зруйнованими будівлями, кількістю жертв серед цивільних), державна символіка.

Розглянемо детальніше деякі лінгвістичні засоби персуазивності у промовах чинного президента.

Засобом впливу може стати потенційний прагматичний смисл мовних одиниць, у семантиці яких закладена пози-

тивна чи негативна оцінність. Такі лексеми є втіленням семантичної опозиції «свій – чужий», що є невід’ємною складовою політичного дискурсу. Так, згадка Російської федерації у контексті промов Зеленського відбувається в оточенні лексем *тиранія, терор, окупація, жорстокість, агресія, держава-терорист, військовий злочин, загроза, геноцидна політика, репресії, вбивства, катування, знущання, звірства* тощо. Україна, український народ та збройні сили, натомість, описуються з використанням лексем *патріотизм, гідність, воля, боротьба за свободу, незламність, сміливість, перемога, незалежність* тощо. Персуазивний потенціал згаданих лексем розкривається у конкретному тексті, контексті задля привернення уваги адресата, створенні потрібного образу, акцентуації деталей, виокремленні особливо важливих частин повідомлення.

Потужним персуазивним прийомом вважаємо демонстрацію адресантом символічної належності до певної статусної групи з метою солідаризації, об’єднання з адресатом. В даному випадку такою групою стає так званий Західний світ як уособлення демократичних свобод. За допомогою займенників «всі», «ми», «кожен з нас» автор уособлює себе, свою країну з адресатом, подає свою думку як загальноприйняту істину. Семантика «ми» містить Я відправника повідомлення та Я адресата як їх узагальнене позначення.

*Кожен народ у нашій із вами спільноті зацікавлений у тому, щоб не відбулося жодних небезпечних інцидентів на атомних об’єктах. Усі ми хочемо, щоб російські терористи більше не змогли забирати життя людей. Кожній із наших держав потрібен гарантований захист від будь-яких російських ракет і від будь-яких диверсій проти об’єктів інфраструктури. Усі ми зацікавлені у стабільності ринків – енергетично, продовольчого та інших. Усі ми прагнемо того, щоб міжнародне право зберігало свою силу й реально діяло. Кожен із нас вважає справедливим, щоб винні у воєнних злочинах, депортаціях та будь-яких проявах геноцидної політики відповідали перед судом. Усі ми хочемо, щоб ніде у Європі не було спалених міст і руїн замість нормального життя (Виступ Президента України на щорічній сесії Парламентської асамблеї НАТО, 22.11.2022).*

Президент у своїх промовах почасти використовує всупереч етикету звернення до адресата на ім’я, наприклад, «Борисе, мій друже!», «Ріші!» (при зверненні до Прем’єр-міністрів Великої Британії), «Друже Гітанасе!» (до Президента Литви). Використовуючи в офіційних промовах етноніми («Браття і сестри поляки!», «Американці!»), В. Зеленський таким чином залучає кожного громадянина країни-адресата у важливий для нього політичний процес.

Такі форми сприяють зменшенню дистанції між відправником та отримувачем інформації, виступають засобом інтимізації повідомлення та посилюють вплив тексту, оскільки адресат в такому випадку відчуває особисту відповідальність за прийняття/неприйняття певних рішень.

Персуазивними, за визначенням, є різноманітні засоби діалогізації тексту, такі як риторичні питання, що слугують механізмом аргументативного впливу, виступають засобом активізації адресата, виділяючи у тексті значимі смислові компоненти.

*Європа має достатню силу, щоб зупинити цю агресію. Чого далі очікувати від європейських держав? Анулювання*

*віз для росіян? Відключення від SWIFTу? Повна ізоляція Росії? Відкликання послів? Нафтове ембарго? Закриття неба? Сьогодні все це має бути на столі, бо йдеться про загрозу нам, усім нам, усій Європі (Звернення Президента України, 25.02.2022).*

В даному прикладі риторичне питання виконує функцію експресивного заклик, емоційно посиленого твердження.

Апокриза покликана схилити адресатів до потрібних бажаних адресанту думок. Автор ставить «потрібні» запитання і пропонує «правильні» відповіді, що дозволяє консолідувати позиції, зблизити оцінки адресанта і адресата, заручитись його підтримкою і порозумінням щодо знайденого рішення.

*Одразу за нашими силами оборони на звільнену територію йдуть сапери, рятувальники, ремонтні бригади, енергетики та всі, хто має повернути людям нормальне життя. А що несе за собою російський прапор на ту землю, де його встановлювали? Масові могили, катівні, депортації, фільтраційні табори й тотальний грабунок (Звернення Президента В. Зеленського до американських сенаторів і спільноти Єльського університету, 29.10.2022).*

Що означає мир? Це ж дуже практично насправді. Це порятунок життів. Стабілізація і розвиток. Розвиток! (Звернення Президента України до учасників Bloomberg New Economy Forum, 17.11.2022).

Майже кожна промова президента насичена риторичними окликами. У них емоційне значення висувається на перший план, вони виражають думку емфатично, своєю формою привертають увагу адресата.

*Вільних людей терор не зламає! Перемога можлива, коли немає страху! (Звернення В. Зеленського до громадян України, 15.11.2022)*

Використання експліцитно виражених імперативів спонукають адресата до реалізації бажаних дій.

*Посилуйте санкції проти держави-терориста. Визнайте її нарешті державою-терористом. Знайдіть спосіб зробити безпечним наше українське небо. Зробіть те, що ви можете. Те, що ви повинні. До чого зобов'язує велич вашої держави і вашого народу (Звернення В. Зеленського до парламенту Великої Британії).*

Персуазивний вплив має також нанизування конструкцій у формі майбутнього часу, що демонструють рішучість, переконливість позицій автора. Такий прийом видає бажане за дійсне, проте своєю беззаперечною формою не залишає адресату сумнівів.

*Змін багато, але вони не змінили найголовнішого. Бо найголовніше – не ззовні, а всередині. І це залишається незмінним. І тому ми витримаємо. Ми вистіймо.*

*Це залишається незмінним. Ми все подолаємо. Переселимо. Переживемо. Переможемо! (Звернення Президента України з нагоди Дня Гідності та Свободи, 21.11.2022)*

Безумовним персуазивним засобом є багаторазове використання повтору, лексичний та синтаксичний паралелізм. Різноманітні види повтору не лише репрезентують тотожні мовні одиниці, а й створюють своєрідний ритмічний малюнок тексту, сприяють наголошенню на певних важливих положеннях у промові, виконують маніпулятивну функцію, зосереджуючи увагу адресата на повторюваних елементах, тоді як решта тексту сприймається автоматично.

Так, наприклад, у промові до Конгресу США Президент Зеленський використав 18 разів слово «дякую» і 13 разів слово «битва», щоб донести свій посил: Україна вдячна американському уряду за постійну допомогу, але наша битва триває і, відповідно, країна потребуватиме підтримки і надалі.

Синтаксичні епіфора та анафора утворюють паралельні конструкції, де однакова побудова речень створює ефект навіювання.

*Коли доля України визначена, визначена й доля всього центру та сходу Європи. Україна є й буде вільною, Україна є й буде демократичною, Україна є й буде міцною. Україна є й буде, а отже, є й буде Європа.*

*Тож коли ми гарантуємо Україні довготривалу безпеку, гарантуємо таку ж безпеку всьому континенту (Звернення Президента України до учасників міжнародного симпозиуму «Європейська ідея», 25.11.2022).*

*... ми з вами дуже схожі. Однаково цінуємо свободу. Однаково цінуємо рівність. Однаково хочемо жити. Просто хочемо жити.*

*Однаково хочемо тільки найкращого, найсвітлішого для наших дітей, для наших родин. Але зараз ми з вами живемо неоднаково (Звернення Президента України В. Зеленського до італійців та усіх європейців, 12.03.2022).*

Ефективним інструментом виділення потрібної інформації є використання Президентом у промовах парцельованих конструкцій, тобто такого прийому експресивного синтаксису, коли висловлювання подається розчленовано, у формі актуалізованих компонентів однієї структурної одиниці. Парцельовані конструкції надають текстові високої емоційності, зосереджують увагу на акцентованих елементах.

Усі побачили, який у нас народ! Готові віддати останнє. Готові стояти до останнього. Не втратили гідності. Мужності. Віри в себе. І об'єдналися. Щоб не втратити волю. Не втратити незалежність. Не втратити Україну.

*Можемо залишитися без грошей. Без бензину. Без гарячої води. Без світла. Але не без волі. І це залишається незмінним (Звернення Президента України з нагоди Дня Гідності та Свободи, 21.11.2022).*

Особливим прийомом управління свідомістю та впливу на неї вважаємо опозиціонування, тобто подачу інформації за принципом «плюс – мінус», «добро – зло», «свій – чужий», де «своє» фігурує в оточенні одиниць з позитивною оцінкою, а «чуже» оцінюється негативно. У мовному плані цей прийом найчастіше реалізується шляхом антитези, контрасту. Антитеза передбачає «зіставлення протилежних думок або образів для посилення враження їх відмінності, протиставлення».

Сьогодні Європарламент визнав Росію державою-терористом і закликав ЄС і держави-члени створити правову базу, щоб таке визнання працювало на національному рівні всюди у Європі й мало наслідки – саме юридичні наслідки, а не лише політичні.

А Росія – ніби весь світ не має значення – сьогодні ж продовжила свої ракетні атаки.

Сполучені Штати Америки оголосили про черговий пакет підтримки обсягом 400 мільйонів доларів. Усе необхідне, щоб ми могли захищати життя й свободу наших людей.

А Росія використала ракети для чергового удару по черговій лікарні й убила... немовля. Було обірвано життя, яке тривало лише два дні.

Сьогодні ми розгортаємо по всій країні «Пункти незламності», щоб підтримати наших людей, щоб дати тепло, електрику та зв'язок.

А Росія витрачає 67 ракет, щоб поцілити в саму основу життя будь-яких людей будь-де в Україні та провокує в країні блекаут.

(...)Ми робимо все заради людей.

*А окупанти роблять усе, щоб люди страждали, щоб ми не могли навіть почути й побачити одне одного (Звернення В. Зеленського до громадян України, 24.11.2022)..*

Дієвим персуазивним засобом являється використання у промовах різноманітних прецедентних феноменів (імен, висловлювань, ситуацій), які містять ціннісні, значущі для життя суспільства концепти, що активізуються за нових умов, матеріалізуються у нових текстах. За кожним прецедентним феноменом стоїть своя унікальна система асоціацій, яка відображається у свідомості носіїв мови. Актуалізація цих асоціацій створює необхідний для адресанта ефект впливу.

Так, наприклад, у зверненні Президента до Парламенту Великої Британії В. Зеленський використав прецедентне висловлення – трансформовану цитату В. Черчилля, виголошену ним 4 червня 1940 року після вступу Великої Британії у Другу світову війну, щоб викликати у реципієнтів подібні почуття.

І де, як не тут, нагадати вам слова, які Велика Британія вже чула. І які знову актуальні.

Ми не здамося й не програємо!

Ми підемо до кінця.

Ми будемо боротися на морях, будемо битися в повітрі, ми будемо захищати нашу землю, хоч би якою була ціна.

*Ми будемо битися в лісах, на полях, на узбережжях, у містах і селах, на вулицях, ми будемо битися на пагорбах... І я хочу від себе додати: ми будемо битися на териконах, на березі Кальміуса та Дніпра! І ми не здамося! (Звернення В. Зеленського до парламенту Великої Британії).*

У зверненні до Конгресу США Президент використав прецедентну ситуацію, значиму для американської історії, щоб провести паралель між тогочасними подіями і сьогодишньою ситуацією в Україні.

*Вони кинули все проти нас так само, як свого часу інша тиранія кинула все проти вільного світу у битві за Виступ. Подібно до того, як відважні американські солдати чинили опір і відбивалися від гітлерівських військ попри всі труднощі під час Різдва 1944 року, відважні українські солдати роблять те саме з військами Путіна цього Різдва. Україна стоїть і ніколи не здасться! (Виступ В. Зеленського на спільному засіданні обох палат Конгресу США, 22.12.2022).*

Частина звернення Президента з нагоди Дня пам'яті і примирення буде усього на використанні прецедентних ситуацій, значимих для кожної європейської країни. Наведемо лише один приклад, який покликаний довести схожість подій Другої світової війни та війни Росії проти України. Висловлення побудовано так, щоб викликати потрібні автору асоціації та почуття, щоб у реципієнта не залишалося сумнівів, що Росія діє подібно до нацистської Німеччини.

*Не забули британці, як нацисти стирали з лиця землі Ковентрі, яке бомбардували 41 раз. Як звучала «Місячна соната» від Люфтваффе, коли по місту безперервно гатили 11 годин. Як зруйнували його історичний центр, фабрики, собор Святого*

*Михайла. І вони бачили, як ракетами били по Харкову. Як створили його історичний центр, заводи й Свято-Успенський собор. Вони пам'ятають, як Лондон бомбардували 57 ночей поспіль. Як «Фау» падали на Белфаст, Портсмут, Ліверпуль. І бачать, як прилітають крилаті ракети в Миколаїв, Краматорськ, Чернігів. Пам'ятають, як гатили по Бірмінгему. І бачать, як дістається його місту-побратиму Запоріжжю (Звернення Президента України з нагоди Дня пам'яті і примирення, 8.05.2022).*

Прецедентні феномени, апелюючи до аргументативно-раціональної інформації та духовно-емоційного смислу, викликають у адресата відчуття близькості, довірливості, схиляють його на бік автора.

**Висновки і перспективи подальших розробок.** Кожен розглянутий нами засіб персуазивності заслуговує окремого вивчення й опису, проте обмежений формат статті не дозволяє нам цього зробити. Ми лише намітили найбільш яскраві, на нашу думку, засоби вербального переконання, які використовує Президент України задля досягнення своєї мети. Ці прийоми надають текстам промов експресії, сприяють скороченню дистанції, створенню довірчої атмосфери спілкування, роблять тексти його виступів яскравими і незабутніми, підвищують ефективність інформаційного впливу.

#### *Література:*

1. Голоднов А.В. Лингвопрагматические особенности персуазивной коммуникации (на примере современной немецкоязычной рекламы). автореф. дис... канд. филол. наук: 10.02.04. Санкт-Петербург, 2003. 23 с.
2. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса. Москва : Наука, 2006. – 136 с.
3. Желтухина М.Р. Масс-медиаальная коммуникация: языковое сознание – воздействие – суггестивность // Язык, сознание, коммуникация : сб. статей / отв. ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. Москва: МАКС Пресс, 2003. Вып. 24. С. 13–29.
4. O'Keefe, D.J. Persuasion: Theory and Research (Third Edition). Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2016. 408 p.
5. Гнезділова Я.В. Персуазивна vs маніпулятивна функції метакомунікації / Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філологічні науки. Вип. 1 (87). Житомир, 2018. С. 63–68.

#### **Cheberiak A. The means of persuasion in President V. Zelensky's political speeches**

**Summary.** The article is devoted to the description of the main means of persuasion used in the speeches of the President of Ukraine V. Zelensky during the Russian-Ukrainian war of 2022. The concept of persuasion, manipulation and suggestion is distinguished. It is established that persuasion implements an attempt to influence the mental sphere of the addressee in order to change his thoughts, ideas, decisions, behavior in the interest of the speaker. Unlike suggestion, which is understood as hidden, mostly verbal, influence that is perceived without critical evaluation, persuasion is an explicit influence. The persuadee is free to choose whether or not to agree with the author's arguments, thinks rationally and focuses on his needs. Speech manipulation involves the hidden implementation of ideas, thoughts and goals of the manipulator, which do not coincide with those of the addressee, into the mind of the recipient, and may be one of the tools of expression of persuasive influence.

In his speeches, President Zelensky successfully combines both extralinguistic (image, clothing, gestures), and verbal forms of persuasion. The most common methods of persuasion in his speeches are: the use of positively and negatively connotated lexems with a persuasive potential, which is revealed in a context; the means of dialogization and intimization of messages that create a close, trusting atmosphere, help to reduce the distance between the speakers; rhetorical questions and exclamations which explicate the argumentative influence and in this way contribute to

focusing attention on expressively and emotionally saturated parts of the speech; opposition, which is the presentation of information on the principle of «plus – minus»; the frequent use of repetitive constructions that enhance the content of the statement and focus attention on the most important information; the use of precedent phenomena that appeal to argumentative-rational information and spiritual-emotional meaning.

**Key words:** political discourse, influence, persuasion, means of persuasive influence.