

8. Bachman L. F. Fundamental Considerations in Language Testing. / Bachman L. F. – Oxford University Press., 1990. – P. 89 – 90.
9. Baxter A. Evaluating your students. / Baxter A. – Richmond Publishing., 1988. – 96 p.
10. Hedge T. Writing. / Hedge T. – Oxford University Press., 1988. – P. 96.
11. Nunan D. Designing Tasks for Communicative Classroom. / Nunan D. – Cambridge University Press., 1996. – 211 p.
12. Weir C. Communicative Language Testing. / Weir C. – Prentice Hall International, 1990. – P. 1 – 20.

УДК 81'234+316.46.058.5:070.1(510)

**Б. Ю. Нечипоренко**

Київський національний університет ім. Т. Шевченка

### **СТРУКТУРУВАННЯ ІНФОРМАЦІЇ ЯК МАНІПУЛЯТИВНА ТАКТИКА КИТАЙСЬКИХ ЗМІ**

*У статті досліджено сугестивну функцію мови, її реалізацію у політичному дискурсі засобів масової інформації КНР; розглянуто одну з маніпулятивних тактик – «структурування інформації», а саме використання сильних позицій тексту і синтаксичних трансформацій.*

*В статье исследована суггестивная функция языка, ее реализация в политическом дискурсе средств массовой информации КНР; рассмотрена одна из манипулятивных тактик – «структурирование информации», а именно использование сильных позиций текста и синтаксических трансформаций.*

*This article is devoted to the manipulative function of language, in particular, it deals with the usage of this function within the political discourse of the Chinese mass-media. The article refers to the manipulative tactic “information structuring,” strong positions of the text and its syntactic structure*

Сучасна лінгвістична наука характеризується яскраво вираженим інтересом щодо дослідження механізмів функціонування мови, зокрема до чинників, які обумовлюють вибір засобів вираження комунікативного наміру. Так, за останнє десятиріччя в лінгвістиці виділилася нова сфера, яка зорієнтована на цю проблематику – лінгвістична прагматика. Дослідницькій фокус у цій галузі спрямований на з'ясування психолінгвістичних зв'язків «людина — мовленнєва поведінка» [3, 8].

Однією з ключових тактик маніпулювання свідомістю є «структурування інформації». Вона ґрунтується на тій особливості людської психіки, що на сприйняття реципієнтом тексту справляє активний вплив структура композиції повідомлення на всіх рівнях, зокрема сильна позиція тексту, які І.В. Арнольд визначає як такі, що організують текст відповідно до ієрархії змістів, висувають на перший план найважливішу інформацію і

зосереджують увагу читача на відповідних аспектах [1, 23]. Виділяють такі сильні позиції: заголовок, початок і закінчення.

Загальноживаним прийомом є надання місця важливій інформації на початку та в кінці повідомлення. Ця тактика стосується не тільки загальної тематичної організації повідомлення, але й порядку речень в абзацах, що описують певне явище: порядку слів у межах окремого речення: на першому місці розташовують ту частину речення, яка є найважливішою для досягнення маніпулятивного ефекту. Отже, тактика «структурування інформації» пронизує всі рівні тексту.

Ця тактика має особливо важливе значення для формулювання заголовків статей. Адже заголовок періодичного видання є цілісною змістовно-графічною системою, яка впливає на розуміння повідомлення і формує певне ставлення до нього. Заголовки не лише подають інформацію про матеріал, але й розподіляють статті за ступенем важливості. За допомогою порядку слів заголовка може розподіляти інформацію повідомлення за ступенем релевантності, виділяти певні акценти і зосереджувати увагу читача на певних аспектах матеріалу [4, 5].

Яскравим прикладом є назва статті, яка вийшла на офіційному інформаційному сайті Тибетського уряду 24 вересня 2007 р.: «*西藏全国道德模范载 誉归来*» *Тібет: Всекитайські нагороди за високоморальні якості повертаються* [5].

У статті йдеться про те, що на щорічному «Всекитайському конкурсі зразкової моральності» з-поміж усіх провінцій і регіонів Тибет здобув найбільшу кількість нагород. Проте важливим є не зміст повідомлення, а форма, в якій воно подано.

Заголовок цікавий своєю синтаксичною будовою: прямий порядок слів *全国道德模范载 誉归来西藏* *Всекитайські нагороди за високоморальні якості повертаються в Тибет* в ньому інверсований так, щоб слова «Тибет» і «всекитайський» стояли поруч: «*西藏全国道德模范载 誉归来*» *Тібет: Всекитайські нагороди за високоморальні якості повертаються*. Крім того, речення побудоване у стилі стародавньої книжної мови *书面语*, тобто без використання жодних знаків пунктуації. (Цей момент неможливо

відобразити під час перекладу без втрати смислового навантаження.)

Усі ці трансформації (синтаксичні і стилістичні) використали для того, щоб головну ідею повідомлення винести на перше місце і поставити в безпосередній близькості слово «Тибет» і «все китайський» 西藏全国...

Цей прийом справляє здебільшого візуальний сугестивний вплив на реципієнта. Цей заголовок на підсвідомому рівні посиляє адресату два повідомлення: а) Тибет є частиною цілого і неподільного Китаю і перебуває з ним у безпосередньому нерозривному зв'язку; б) Тибет є всекитайським надбанням – гордістю всього китайського народу.

Повідомлення такого ґатунку налаштовують населення КНР на безапеляційну підтримку уряду щодо Тибетського питання. Відповідно, будь-які розмови про незалежність Тибету сприймаються як сепаратистські акції і викликають тільки негативні емоції.

ЗМІ здебільшого прагнуть відразу сформулювати відповідне ставлення до подій, які будуть викладені в розгорнутому тексті статті. Це можна досягти завдяки відповідному формулюванню заголовка. Наприклад, на офіційному сайті інформаційного агентства 新华Сінхуа було розміщено матеріал з таким заголовком: 所谓 «西藏问题» Так зване «Тибетське питання» [7].

У наведеному прикладі лексема 所谓 Так зване вказує на надуманість «Тибетського питання» і фактично налаштовує читача на те, що такої проблеми взагалі не існує і все це лише інсинуація.

Ще не ознайомившись із текстом статті, адресат на основі заголовка створює власне враження щодо проблеми незалежності Тибету: ця так звана проблема є надуманою і заангажованою політичною грою окремих індивідів.

Необхідно зауважити, що через увесь матеріал ця думка лише підтверджується і розвивається шляхом використання інших маніпулятивних тактик і технологій. Мета заголовка якраз полягає у тому, щоб створити сприятливе підґрунтя для відповідного розуміння інформації.

Згідно з макроправилами створення новин, інформаційне повідомлення складається із заголовка (макропропозиції вищого рівня), вступу (вершини макроструктури) і макропропозицій нижчих рівнів

повідомлення, що включають деталі змісту та менш важливі категорії схеми. Вони становлять корпус тексту: головна подія, фон, контекст, історія, вербальні реакції чи коментарі. [2, 35].

Після заголовка на стартовій сторінці веб-сайту інформаційних агентств розміщується підзаголовок, який є найвиразнішою ознакою новин. У ньому міститься інформація про діячів, події та обставини повідомлення. Підзаголовок є мікроповідомленням, у якому інформація подається у найбільш стислій формі.

Маніпулятивний ефект підзаголовків може полягати у суб'єктивній компресії інформації, що має три різновиди: пропуск інформації (наприклад, місця, часу події), узагальнення, «конструкція» (тип узагальнення, який виражається дієсловами для зображення серії дій) [2, 257–258].

Перший спосіб – пропуск інформації – може бути маніпулятивним прийомом, якщо опускається інформація, принципово важлива для позитивного або негативного сприйняття повідомлення.

На думку О.В. Дмитрук, прийом узагальнення інформації в підзаголовку може мати маніпулятивний потенціал. Для того щоб сформулювати підзаголовок, потрібно трансформувати повідомлення обсягом 5–10 абзаців і подати його одним реченням [2, 255–256]. Інформація, яка потрапить у текст підзаголовка, повинна відповідати загальному змісту. Але в маніпулятивних цілях у підзаголовку виноситься лише та частина повідомлення, яка має привернути увагу читача та вплинути на оцінку повідомлення, тобто залучається тактика підтасовки фактів. Вона впливає на рішення читача перейти до повного варіанта Інтернет-повідомлення, оскільки в підзаголовку поміщаються факти, які ЗМІ хочуть подати як найважливіші. Прийом узагальнення інформації використовується і в заголовках.

Характерним прикладом є стаття, що була опублікована в електронному варіанті газети 人民日报 Женмін жибао 30.08.2008:

奥运刚结束

北京爆发大规模群众示威.

**北京朝阳区居民发生大规模群众示威，抗议垃圾场环境污染。** *Щойно*

*закінчилась Олімпіада, в Пекіні відбулась масова демонстрація. У Пекінському районі Чаоян відбулась масова демонстрація проти*

**забруднення навколишнього середовища сміттєзбиральними майданчиками [6].**

Підзаголовок дає досить вичерпну інформацію: час, місце і характер події. Крім того, він створює у читача позитивне враження про процеси демократизації, які відбуваються в Китаї після проведення Олімпійських ігор: можна проводити демонстрації, висловлювати власну думку. Проте тут замовчується одна суттєва деталь, яка докорінно змінює враження від статті: демонстрація була розігнана поліцією, а багато хто з демонстрантів потрапили до лікарні внаслідок побоїв.

Порядок слів у китайському реченні відіграє найважливішу роль з точки зору виділення емоції. Ураховуючи ізолюючий характер китайської мови, зміна прямого порядку слів може відбуватися лише за умови наявності певних лексико-граматичних конструкцій. Отже, всі граматичні конструкції, які впливають на порядок слів у реченні, автоматично змінюють його емоцію і зміщують основний акцент на ту частину речення, до якої відносяться.

Цей принцип ефективно використаний у статті *《心灵之花盛开 西藏公民道德建设综述》* *На серці розцвітають квіти; про етику і доброту Тибетського народу:*

*Минуло 5 років з моменту виходу декларації КПК «Основні положення про впровадження принципів моралі в життя людей». У нашому регіоні саме практичне втілення в життя цих положень для Тибетського населення особливо актуально. Саме такі реальні дії мають дуже щільний зв'язок із вихованням соціалістичної свідомості і вживанням корисних заходів. Це необхідно для створення гармонійного умиротвореного Тибету [9].*

З наведеного уривка видно, що додатки (道德建设 ▪ впровадження моралі, ▪ ▪ 落 ▪ 《 ▪ 要》 практичне втілення положень), які зазвичай за прямого порядку слів, ставляться після присудка, у цьому разі за допомогою частки 把 інверсовані в препозиційне відносно присудка положення. Отже, основний акцент речення в цілому зосереджено саме на додатку. Проте такі синтаксичні трансформації з метою емоції мовою перекладу передаються за рахунок лексичних засобів, зокрема підсилюючих слів і слів з підвищеною емоційною забарвленістю: саме

*практичне втілення, особливо актуально.*

З наведеного прикладу видно, що синтаксичні трансформації, а саме, інверсія додатка, можуть бути використані з тим, щоб наголосити на певній частині повідомлення, змістити акценти або відволікти увагу читача від певного проблемного питання.

Дослідження цілеспрямованого розподілу інформації в тексті відповідно до ступеня її релевантності дозволяє вивчати когнітивні, соціальні та ідеологічні умови продукування цих текстів, а також їх обробку і відповідно запам'ятовування та сприйняття адресатами.

Зазначене положення використовується на всіх рівнях побудови тексту. Зміщення емпізи в межах окремого речення відбувається за допомогою інверсійного порядку слів, рамкових конструкцій та пасивних форм дієслова.

Характерним прикладом є стаття *Забруднення навколишнього середовища в Китаї: хто за це несе відповідальність?* [8]. У ній автор намагається розібратися, у чому полягають основні проблеми забруднення у країні. Крім того, він убачає загрозу в глобалізації, і, зокрема посилається на слова науковця-еколога:

作者刘建国说，»全球各个国家联系紧密，如果要使得中国的环境有所改善，全世界都必须为之努力，我可以告诉你很多原因«。刘建国所说的原因之一就是，中国向别国出口产品，中国利用了自己的自然资源，却把污染留在了本国，所以说，进口中国产品的国家对于中国的环境问题负有责任。Автор Лі Цзеньгуо зазначає: «Зв'язки між країнами всього світу дуже щільні, і, щоб покращити екологічну ситуацію в Китаї, до цього має докласти зусиль увесь світ. Я можу навести дуже багато причин» Одна із причин, які називає Лі Цзеньгуо, полягає в експорті товарів за кордон. Китай використовує свої природні ресурси і залишається наодинці з екологічними проблемами. Тому країни, які імпортують китайську продукцію, також мають відповідати за екологічну ситуацію у КНР.

Ключовим моментом цього уривка з точки зору сугестивного впливу є фраза: 中国利用了自己的自然资源，却把污染留在了本国 *Китай використовує свої природні ресурси [на благо інших країн], а собі залишає екологічні проблеми.*

У цьому разі частка 把 зосереджує увагу на тому, що світовий експорт не дає Китаю нічого, крім екологічних проблем.

Так, у реципієнта цього повідомлення створюється враження, що Китай експортує свою продукцію по всьому світу «майже безкорисливо», тільки з метою підтримки абстрактних світових процесів глобалізації. Натомість причини екологічних проблем полягають не стільки у зловживанні природними ресурсами, скільки у необхідності експорту, що зумовлено об'єктивними світовими процесами глобалізації.

Основна мета тактики «структурування інформації» за принципом релевантності полягає у тому, щоб, використовуючи однобічний добір та подачу фактів, свідчень та доказів, продемонструвати привабливість чи, навпаки, неприйнятність якогось погляду, програми, ідеї тощо. Увага реципієнта інформації зосереджується на одних фактах і відволікається від інших за рахунок подання важливішої інформації на початку та в кінці повідомлення.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Арнольд И. В. Значение сильной позиции для интерпретации художественного текста / И. В. Арнольдов// Иностранные языки в школе. – 1978. – № 4.
2. Дмитрук О. В. Маніпулятивні стратегії в сучасній англомовній комунікації (на матеріалі текстів друкованих та Інтернет-видань 2000 – 2005 років) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук / О. В. Дмитрук. – К., 2006.
3. Калашникова С. В. Лингвистические аспекты стилей мышления в аргументативном дискурсе : автореф. дисс. на соискание научной. степени канд. филол. наук / С. В. Калашников– Тверь, 2007.
4. Шевченко В. Е. Заголовки як спосіб впливу на суспільну свідомість / В. Е. Шевченко// Наукові записки Луганського національного педагогічного університету [Політехнічне середовище : культура, політика, освіта] : зб.наук. праць Т. 1. Вип. 5. Серія «Філологічні науки». / Луган. нац. пед. ун-т ім. Тараса Шевченка– Луганськ : Альма-матер.
5. 媒体点击//人民日报<http://news.sohu.com/20080411/n256220691.html>
6. 人民日报<http://renminbao.com/rmb/articles/2008/8/30/48516.html>
7. 新华新闻社<http://news.sina.com.cn/c/2003-06-02/10121125953.html>
8. 新华新闻社 [http://www.lrn.cn/economic/environmenteco/200702/ t20070225\\_34554.html](http://www.lrn.cn/economic/environmenteco/200702/ t20070225_34554.html)
9. 西藏新闻 <http://news.qq.com/a/20070924/000292.html>