

О. С. Трубіцина

МОВНІ ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ СУГЕСТІЇ В КИТАЄМОВНІЙ МАСОВІЙ КОМУНІКАЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ ІНТЕРВ'Ю ХУ ЦІНЬТАО ІНОЗЕМНИМ ЗМІ)

Історія несвідомого використання навіювання в людському суспільстві нараховує тисячі років. У сучасному світі засоби масової інформації є важливим джерелом впливу на підсвідомість численної аудиторії. Переважна більшість вчених підкреслює провідну роль слова в процесі сугестивного впливу (В. М. Бехтерев, С. Д. Максименко, Д. В. Ольшанський, В. В. Юрчук, І. Ю. Черепанова). Вербальні засоби реалізації навіювання в тексті виявляли видатні лінгвісти минулого (Ж. Вандрієс, О. О. Потебня, Ф. де Сосюр, Л. П. Якудинський) і продовжують вивчати сучасні дослідники (В. В. Бадрак, Т. А. ван Дейк, О. С. Іссерс та ін.).

Аналіз мас-медійного мовлення як способу актуалізації публіцистичного дискурсу дає можливість дістати чітке розуміння про розвиток соціальної комунікації в країні та засоби її моделювання. Однак проблема реалізації сугестивного впливу мовними засобами в сучасних ЗМІ Китаю залишається малодослідженою. Виходячи з того, що мовлення відіграє провідну роль у реалізації сугестивного впливу, метою дослідження є з'ясування сутності сугестивного впливу, а також прагматичний потенціал вербальних засобів сучасної китаємовної публіцистики як інструментів впливу на масову свідомість.

Об'єкт дослідження – публіцистичний дискурс сучасних ЗМІ Китаю. Суб'єктом дослідження є мовні засоби сугестивного впливу, які функціонують в інтерв'ю як жанрі публіцистики. Матеріали дослідження – письмові інтерв'ю голови КНР Ху Цзіньтао іноземним ЗМІ, оприлюднені китайськими інтернет-медіа у 2011–2012 роках.

Публіцистичний стиль, як зауважують П. С. Пустовалов та М. П. Сенкевич, має на меті не тільки оперативну та доступно інформувати населення про найважливіші події, а й впливати на слухача, викликаючи в нього певне ставлення до зображеного [Пустовалов 1978, 29]. Л. Г. Барлас взагалі не розділяє функції публіцистичного стилю на інформативну та впливову, об'єднуючи їх в одне ціле [Барлас 1981, 6].

Переконання є широко розповсюдженим способом впливу на громадську свідомість з метою спонукання до прийняття інформації, однак не єдиним. На практиці переконання ЗМІ доповнюється навіюванням, що, на відміну від переконання, визначається не тільки і не стільки змістом інформації, скільки її зовнішньої формою, виразністю, а також престижем джерела.

Дослідники визначають навіювання як процес впливу на психіку людини, пов'язаний зі зниженням свідомості й критичності при сприйнятті змісту навіюваного, що не вимагає розгорнутого логічного аналізу чи оцінки. Навіювання здійснюється з метою продукування певних станів чи спонукань до певних дій. Суть навіювання полягає у впливі на почуття людини, а через них – на розум і волю. Передбачається, що процес цей залежить від ступеня ослаблення свідомого контролю щодо сприйняття інформації.

Таким чином, навіювання (сугестія) є не що інше, як подача інформації, яка сприймається адресатом без критичної оцінки; це латентний вплив на людину, що впливає на перебіг нервово-психічних процесів. Шляхом навіювання можуть викликатися відчуття, уявлення, емоційні стани і вольові спонукання без активної участі особистості, без логічної переробки сприйнятого.

І. Ю. Черепанова вважає, що ядром впливу, найкоротшим і вірним шляхом до підсвідомості є мовна (комунікативна) сугестія, яка характеризується використанням у практиці мовної (текстової, дискурсивної) взаємодії спеціальних мовних маркерів, котрі успішно впливають на установки в діяльності людини, на світ її особистісних смислів, не підконтрольних свідомості. Дослідниця також зауважує, що всі компоненти мови потенційно сугестивні [Черепанова 1992].

І. Р. Гальперін свого часу зауважив: “Вплив на читача або слухача з метою переконати його в правильності запропонованих положень або викликати в ньому бажану реакцію на сказане здійснюється не стільки логічно обґрунтованою аргументацією, скільки силою, емоційною напруженістю вислову, показом тих рис явища, які найбільш ефективно можуть бути використані для досягнення поставленої мети” [Гальперін 1958, 405], тобто добором мовних засобів із потужним сугестивним впливом.

Дослідники вважають, що найефективнішими мовними засобами сугестивного впливу, якими послуговуються політики, є використання повторів, протиставлень, риторичних запитань, метафор, емоційно-забарвленої лексики, лексичних одиниць з абстрактним значенням, апелювання до ієрархії цінностей тощо [Ільницька 2006].

Розглянемо сугестивний потенціал риторико-стилістичних засобів, вжитих в інтерв'ю як жанрі публіцистики сучасного Китаю.

Стилістичні прийоми дають можливість адресанту впливати на емоції адресата і через них безпосередньо здійснювати перебудову його картини світу [Резникова 2003, 491]. У письмовому інтерв'ю провідним мексиканським ЗМІ голова КНР Ху Цзіньтао звернувся до **антитези** (протиставлення). Ця стилістична фігура утворена зіставленням слів та словосполучень, протилежних за своїм змістом, та покликана емоційно передати образ неоднозначної економічної ситуації – складної, попри сподівання та ознаки покращення:

“关于洛斯卡沃斯峰会，胡锦涛表示，当前，世界经济继续保持复苏态势，经济增长前景有所改善，但复苏的不稳定不确定因素依然突出，全球总需求依然不足，主要经济体增长乏力，各国宏观经济政策协调难度增加。实现世界经济强劲、可持续、平衡增长还要付出艰苦努力”。 (Щодо проведення у Лас-Кабосі форуму Великої двадцятки, то Ху Цзіньтао зазначив, що наразі світова економіка продовжує демонструвати тенденцію до покращення, більш оптимістичними видаються перспективи її зростання. Поряд із цим залишаються відчутними фактори дестабілізації економічного зростання, недостатнім є світовий попит, зростанню головних світових економік поки що бракує сил, стає складніше урегулювати макроекономічну політику країн. Втім світова економіка сильна і здатна забезпечити своє зростання, але її збалансований ріст вимагає напружених зусиль) [Письмове інтерв'ю... 2012].

У цьому ж інтерв'ю-повідомленні натрапляємо на **сталі вирази**. Використання ченоїв має на меті надати висловлюванню образності, емотивності та сили переконання. Причому сталі вирази доповнюють інші лексичні засоби, вжиті в цьому фрагменті мовлення, правлячи допоміжними засобами творення інклюзивності в тексті (духу єднання, співпраці), наприклад:

“在当前世界经济形势下，各成员应该本着同舟共济、互利共赢的精神，共同致力于保增长、促稳定，巩固并增强来之不易的经济复苏势头”。 (За умов нинішньої економічної ситуації у світі всі країни-учасниці Великої двадцятки, керуючись необхідністю об'єднати зусилля, розумінням сенсу взаємовигідної допомоги, спільно докладають зусиль для зміцнення тенденції економічного оздоровлення, забезпечення її стабільності та зміцнення, адже покращення в економіці дається справді нелегко) [Письмове інтерв'ю... 2012]. “两国文化、教育、科技、旅游等领域交流蓬勃发展，中墨友好深入人心”。 (Стрімкий розвиток міждержавних культурних, освітніх, науково-технічних, туристичних зв'язків та китайсько-мексиканські дружні відносини уже міцно укоренились у свідомості людей) [Письмове інтерв'ю... 2012].

В іншому випадку – в тексті під назвою “Інтерв’ю Ху Цзіньтао ЗМІ Сполучених Штатів: стримана критика валютної політики США” – за допомогою сталих виразів мовець створює ефект дистанціювання, наприклад:

《胡锦涛指出了中美之间合作的巨大空间, 并强调中美两国 “和则两利, 斗则俱伤”》. (Ху Цзіньтао зазначив, що в Китаю та США є величезний простір для співробітництва, та наголосив, що в разі співпраці країни дістануть значну вигоду, однак, ворогуючи, обоє зазнають втрат) [Інтерв’ю Ху Цзіньтао... 2011].

Стилістично ченюї у текстах мас-медіа є не тільки засобами емоційного впливу, а й засобами лексичної економії, посилення розуміння сказаного, надають мовленню офіційності, а отже, підкреслюють його стильову приналежність.

Поряд зі сталими виразами в інтерв’ю часто використовуються композитні **епітети** (редупліковані прикметники). Ми знаходимо їх у “Письмовому інтерв’ю Ху Цзіньтао ЗМІ країн-учасниць БРІК”:

《过去一年, 金砖国家积极落实 “三亚宣言” 行动计划, 在金融、工商、卫生、农业、统计、科技、智库等各领域扩大合作, 为各国人民带来了 实实在在的好处, 进一步巩固了金砖国家合作势头》. (Минулоріч країни БРІК активно втілювали в життя план дій Декларації Санья, розширювали співпрацю в різних галузях співробітництва, в тому числі в галузі фінансів, бізнесу, охорони здоров’я, сільського господарства, статистики, науки і техніки, роботи аналітичних центрів. Це не лише принесло відчутні вигоди для кожної з країн-учасниць, а й наразі поступово утверджує тенденцію до співробітництва між країнами БРІК) [Письмове інтерв’ю Ху Цзіньтао ЗМІ... 2012].

Максимально жорстка проекція слухача задається переважанням оціночних епітетів над описовими, тому характерною особливістю сугестивного тексту є епітети, що мають яскраво виражене позитивне значення, наприклад: “蓬勃发展” (стрімкий/бурхливий розвиток), “密切协调” (тісна координація), “互利合作” (взаємовигідна співпраця).

Окрім того, сугестивний текст передбачає використання автором іншого риторичного засобу сугестивного впливу – **повтору**. Л. Л. Ільницька зазначає, що сугестивний дискурс є складною єдністю різнорівневих повторів, які створюють лексичний ритм, що значно посилює сугестивний вплив мовленнєвого акту [Ільницька 2006]. Якщо для повторів на рівні роз’яснення та обґрунтування властива диверсифікація (синонімічне багатство), то для повторів на рівні навіювання властива ідентичність та стереотипність. Зберігаючи однотипність, повтори здатні впливати на людину поза її свідомістю, адже зміст повідомлення сприймається доволі легко.

У тексті інтерв’ю голови КНР Ху Цзіньтао провідним ЗМІ Мексики напередодні саміту лідерів Великої двадцятки в Лас-Кабосі текст пронизують лексичні повтори. Так, дієслово “促进” (сприяти, стимулювати) в тексті використано 6 разів, “加强” (посилувати) – 9 разів, іменник/прикметник “两国” (обидві країни/міждержавний) використано 9 разів, іменник “合作” (співробітництво) – 12, “关系” (стосунки) – 8 разів та прикметник “稳定” (стабільність) знаходимо в тексті 7 разів. Завдяки частоті вживання та своєму семантичному змісту ці слова стають у тексті ключовими. Як зазначає Л. О. Романчук, ключові слова якнайшвидше викликають в адресата очікувану реакцію – асоціацію – та забезпечують ефективність мовлення [Романчук 2008, 123].

У мас-медійному дискурсі повтори є не лише лексичними, а й синонімічними, тобто повторюється певна ідея і при цьому деталізується основний зміст інформації. Як зауважує І. Р. Гальперін, “просте повторення думки, ще й у тій самій формі, в якій вона була виражена раніше, не завжди може сприяти підтримці інтересу слухачів до предмета висловлювання, стомлює аудиторію і веде до втрати контакту між мовцем та слухачем” [Гальперін 1958, 416]. В інтерв’ю, присвяченому співпраці Китаю з країнами БРІК, мовець вдався до синонімічного повтору, за допомогою якого думка в тексті передається іншими словами, доповнюється, деталізується, наприклад:

“中国同金砖国家其他成员国都是战略伙伴。发展同金砖国家成员国的关系是中国外交政策的优先领域之一”。(Китай та країни-учасниці БРІК є стратегічними партнерами.

Розвиток стосунків з цими країнами є однією з пріоритетних галузей зовнішньої політики Китаю) [Письмове інтерв'ю Ху Цзіньтао ЗМІ... 2012]. “中国始终把同包括金砖国家在内的新兴市场国家和发展中国家合作作为外交政策重点，坚定支持并积极参与金砖国家合作”。(Китай завжди вважав співпрацю з країнами-учасницями БРІК – у тому числі з учасницями організації з новими ринками та країнами, що розвиваються, – пріоритетом у зовнішній політиці, цілковито підтримуючи та беручи активну участь у цій співпраці) [Письмове інтерв'ю Ху Цзіньтао ЗМІ... 2012].

Шляхом повторів у текст вводиться **анафора**. Так, за допомогою повторюваного словосполучення “要继续” (потрібно продовжувати) в інтерв'ю мексиканським ЗМІ мовець задає мовленню необхідний сугестивний ритм, реалізує логічно побудований директивний вплив, акцентує увагу на необхідності:

“为此，我们要继续加强宏观经济政策协调，在合作中谋共赢。要继续推进国际金融体系改革，尽快完成国际货币基金组织份额和治理改革目标，完善国际货币体系，加强国际金融监管。要继续反对各种形式的保护主义，推动多哈回合谈判。要继续重视发展问题，努力促进发展中国家经济发展，以此带动全球总需求扩大”。(Для цього ми повинні й надалі зміцнювати координацію макроекономічної політики, прагнути до взаємовигідного співробітництва. Повинні й надалі впроваджувати реформи міжнародної фінансової системи, якомога швидше завершити процес розподілення квот МВФ та управлінських реформ, покращити міжнародну валютну систему, посилити міжнародне фінансове регулювання. Повинні й надалі продовжувати протистояти різним формам протекціонізму, сприяти Дохінським мирним переговорам, у майбутньому приділяти увагу проблемам розвитку, докладати зусиль для сприяння росту економік країн, що розвиваються, аби дати поштовх зростанню глобального попиту) [Письмове інтерв'ю... 2012].

Важливим стилістичним прийомом у сугестивному дискурсі є **аргументація**. Здебільшого аргументи поділяють на ґрунтовні аргументи; аргументи, що містять позитивну апеляцію; аргументи, що містять негативну апеляцію [Майкова, Федоров, Шевякова]. У фрагменті інтерв'ю мексиканським журналістам Ху Цзіньтао наводить ґрунтовні аргументи – факти, які підводять аудиторію до оцінки пропонованої думки як правильної, які водночас виступають аргументами позитивної апеляції, адже адресуються до психологічного задоволення (розуміння істинності та важливості сказаного):

“关于中国经济形势，胡锦涛指出，当前，中国经济运行总体平稳。在外部经济环境复杂严峻的大背景下，中国有针对性地加强和改善宏观调控，加快转变经济发展方式和调整经济结构，构建扩大内需长效机制，促进经济增长向依靠消费、投资、出口协调拉动转变，保持经济平稳较快发展，保持社会和谐稳定。今年第一季度，中国国内生产总值同比增长8.1%，经常账户盈余占国内生产总值比重已下降至1.4%。这些为世界经济复苏和增长作出了重要贡献”。(Відповідаючи на запитання щодо економічної ситуації в Китаї, Ху Цзіньтао зазначив, що наразі економіка КНР характеризується стабільністю. На фоні складного зовнішньоекономічного середовища Китай неухильно зміцнює та покращує макрорегуляцію, пришвидшує перетворення моделі економічного розвитку, коригує структуру економіки, створює довгострокові механізми розширення внутрішнього попиту, заохочує зростання економіки, що приводить до перетворень у споживанні, інвестиціях, експортному регулюванні, швидке стабільне зростання економіки підтримує соціальну гармонію та стабільність. У першому кварталі цього року ВВП Китаю за рік зріс на 8,1 %, профіцит зведеного платіжного балансу склав 1,4 % від ВВП, що зробило вагомий внесок у покращення та зростання світової економіки загалом) [Письмове інтерв'ю... 2012].

Окрім риторико-стилістичних засобів реалізації сугестивного впливу, в досліджених текстах інтерв'ю також представлені граматики-семантичні та лексико-семантичні мовні засоби. Наприклад, широко вжите в текстах інтерв'ю **модальне дієслово** необхідності “要” (у зн. “повинні”) є вербальним індикатором емоційного стану мовця, свідчить про його ставлення до проблеми та бачення шляхів вирішення. Модальні **спонукальні**

конструкції з “要” є конструкціями волевиявлення, тому сприймаються як спонукання до дій.

В інтерв'ю також зустрічаються приклади **епістемічної модальності**, яка, як зауважує Н. В. Скибицька, в тексті є складником суб'єктивної модальності, зорієнтована на вираження значення вірогідності або достовірності, істинності повідомлення, ступеня повноти та характеризує мовця повідомлення [Скибицька 2004]:

“我期待同其他二十国集团成员国领导人在洛斯卡沃斯共商促进世界经济稳定和复苏大计”。(Я сподіваюсь на те, що спільно з іншими лідерами саміту Великої двадцятки в Лос-Кабосі зможу обговорити план забезпечення стабільності та покращення світової економіки) [Письмове інтерв'ю... 2012].

На думку Л. О. Романчук, займенник першої особи однини є вербальним маркером сугестивного впливу [Романчук 2008, 123]. Форми першої особи однини характерні для політиків високого рангу, думка яких вже є авторитетною, тому не потребує посилення на інші авторитетні джерела. Є. Г. Юданова вважає, що яскраво виражена особиста модальність суворо закріплює ролі авторитетного джерела інформації та малокомпетентних слухачів, навіюючи відчуття непорушної переконливості та безапеляційного звернення [Юданова 2003, 547–548].

Займенник першої особи множини, вжитий замість “я”, забезпечує ефективність сугестивного впливу через виголошення колективної думки або створення ефекту “очевидного знання”. Є. Г. Юданова зазначає, що в такий спосіб відбувається “кодування” слухачів (та реципієнтів інформації) концептом “нація” [Юданова 2003, 547–548]:

《我们愿同墨方一道努力，夯实双边关系政治基础，积极落实“共同行动计划”，深入发掘两国经贸、科技、文化等领域合作潜力，不断丰富两国战略伙伴关系内涵，推动两国互利合作长期健康稳定发展》。(Ми готові разом з мексиканською стороною докладати зусиль для зміцнення політичного підґрунтя двосторонніх відносин, активно втілювати в життя “План спільних дій”, розкривати потенціал міждержавного економіко-торговельного, науково-технічного, культурного та іншого співробітництва, безперервно збагачувати зміст стратегічних партнерських відносин між двома країнами, сприяти тому, аби взаємовигідне співробітництво між Китаєм та Мексикою набуло тривалого здорового й стабільного розвитку) [Письмове інтерв'ю... 2012]. “我们有信心继续保持中国经济平稳较快发展，为世界经济稳定作出实实在在的贡献”。(Ми віримо, що й надалі підтримуватимемо стабільний та порівняно швидкий розвиток економіки Китаю, зробимо істотний внесок у розвиток глобальної економіки в цілому) [Письмове інтерв'ю... 2012].

Семантичні розряди акціональних дієслів (дієслова діяльності, або заняття), що належать до лексико-семантичних сугестивних мовних засобів, реалізують у тексті інтерв'ю Ху Цзіньтао провідним мексиканським медіа категорію спонукальності і передають емоційну динаміку мовлення, наприклад:

“胡锦涛指出，二十国集团包括了主要发达国家和新兴市场国家，构成相对均衡，代表性较强，为应对国际金融危机、促进世界经济稳定和复苏发挥了重要作用，成为全球经济治理的主要平台”。(Як зазначив Ху Цзіньтао, саміт Великої двадцятки об'єднав основні розвинені країни та країни з новими ринками, він має збалансовану структуру та сильне представництво, тому ця зустріч відіграє вагомому роль, аби (міжнародна громадськість могла) протидіяти світовій економічній кризі, сприяти стабільності та відновленню світової економіки, стала важливою платформою для глобального економічного управління) [Письмове інтерв'ю... 2012].

Отже, сугестія є важливою складовою мас-медійного дискурсу сучасних засобів масової інформації Китаю. Акт сугестивного впливу здійснюється в царині мови і мовлення. Саме мовлення є основним інструментом сугестора.

Результати проведеного нами дослідження показали, що в рамках китаємовного інтерв'ю як жанру мас-медійного дискурсу сугестія реалізується найчастіше за допомогою риторико-стилістичних засобів (антитеза, сталі вирази, епітети, повтори, анафора),

меншою мірою – через граматико-семантичні (модальні оператори, спонукальні конструкції, епістемічна модальність) та лексико-семантичні мовні засоби (тематичний ряд акціональних дієслів). Ефективність реалізації навіювання визначається добром цих мовних засобів, який, окрім сугестивної мети, також підпорядкований основним принципам публіцистики та жанровим особливостям інтерв'ю, тому виключає ті засоби, які не забезпечують ясності, однозначності та інформативності в тексті.

ЛІТЕРАТУРА

- Барлас Л. Г. Русский язык. Стилистика. Москва, 1981.*
- Гальперин И. Р. Очерки по стилистике английского языка. Москва, 1958.*
- Льницька Л. Л. Англomовний сугестивний дискурс [електронний ресурс]: дис. ... канд. філол. наук. Київ, 2006. – Режим доступу: <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/242632.html>*
- Интерв'ю Ху Цзиньтао ЗМІ Сполучених Штатів: стримана критика валютної політики США [електронний ресурс] // **Хуасюнь Цайцзін**. 2011. 18 січня. – Режим доступу: <http://finance.591hx.com/article/2011-01-18/0000110095s.shtml>*
- Майкова С. Е., Федоров А. Б., Шевякова Л. П. Средства массовой информации в предвыборной кампании: применение методов психологического воздействия [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sociologi.narod.ru/pr/3.htm>*
- Письмове інтерв'ю Ху Цзиньтао ЗМІ країн-учасниць БРІК [електронний ресурс] // **Сінхуа**. 2012. 28 березня. – Режим доступу: http://news.xinhuanet.com/world/2012-03/28/c_111709994.htm*
- Письмове інтерв'ю Ху Цзиньтао провідним мексиканським медіа [електронний ресурс] // **Сінхуа**. 2012. – 17 червня. – Режим доступу: http://news.xinhuanet.com/world/2012-06/17/c_112233847.htm*
- Пустовалов П. С., Сенкевич М. П. Пособие по развитию речи. Москва, 1978.*
- Резникова С. С. Средства и механизмы манипулирования в политическом дискурсе СМИ // **Перспективные направления современной лингвистики**. Санкт-Петербург, 2003.*
- Романчук Л. О. Лексико-стилістичні прийоми сугестивного дискурсу в політичній сфері // **Гуманітарний вісник**. Серія: іноземна філологія. Число 12. Черкаси, 2008.*
- Скибицька Н. В. Епістемічна модальність в англійській мові (діахронічний аспект) [електронний ресурс]: автореф. дис. ... канд. філол. наук. Київ, 2004. – Режим доступу: http://librar.org.ua/sections_load.php?s=philology&id=675&start=8*
- Черепанова И. Ю. Текст как фактор изменения установки личности (лингвистические аспекты суггестии) [електронний ресурс]: автореф. дис. ... канд. філол. наук. Пермь, 1992. – Режим доступу: <http://dere.com.ua/library/cherapanova>*
- Юданова Е. Г. Лингвистические особенности суггестивного политического дискурса // **Перспективные направления современной лингвистики**. Санкт-Петербург, 2003.*