

**Тхоровська С. В.,**  
кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри іноземних мов  
факультету міжнародних відносин  
Львівського національного університету імені Івана Франка

## ТОПІКАЛІЗАЦІЯ ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ В ІДЕОЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ

**Анотація.** Стаття присвячена аналізу вербального наповнення топіків, які становлять тематичну структуру дискурсу. Висвітлюючи найважливішу з погляду адресанта інформацію, вони слугують одним із засобів реалізації ідеологічного дискурсу.

**Ключові слова:** топік, тематична структура, ідеологічний дискурс, ідеологема, комунікативний хід.

**Постановка проблеми.** Роль засобів масової інформації у формуванні ціннісних орієнтацій суспільства, а відтак і їхнього впливові на прийняття та впровадження рішень, стає дедалі очевиднішою в умовах розвитку глобалізованого світу. З огляду на це дослідження сутності інструментів здійснення впливу та моделювання їхньої потенційної дії на свідомість адресата заслуговують на особливу увагу, адже, перебуваючи під впливом потоків інформації з розмаїтих джерел, адресат фільтрує та виокремлює найрелевантніші дані, ті, які відповідають його переконанням, сформованим, зокрема, засобами масової інформації.

Одним із інструментів творення у свідомості адресата тої моделі реального світу, яка відповідає інтересам певної ідеології, є тематична структура дискурсу (тематичний репертуар дискурсу [1, с. 52]), що слугує середовищем для творення та функціонування смислових доміант ідеологічного дискурсу – ідеологем, які виражають фундаментальні цінності та переконання адресанта, скеровуючи виклад теми у відповідному руслі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням дослідження тематичної структури (або макроструктури, теми дискурсу тощо) займалась низка дослідників, серед яких – Т. Гівон [2], Т. ван Дейк [1; 3], Е. Щеглофф [4], О.В. Падучева [5]. Під *тематичною структурою* дискурсу розуміємо цілісну організацію найзагальніших, глобальних тем (топіків – topics) [1, с. 228–229; 6, с. 134–140] (зادля розмежування *теми* як загальнішого явища, а *топіку* як менш місткого поняття, елементу теми, з іншого боку, використовуємо термін **топік**, який виражає семантичну макроструктуру дискурсу, яка, зі свого боку, відображає його глобальний зміст). Отже, тематична структура виступає як «набір формально чи суб'єктивно виокремлених топіків, навколо кожного з яких організовується частина значень тексту» [1, с. 244]. Процес вилучення топіків із тексту є певною мірою суб'єктивним, він базується на зіставленні адресатом інформації, яка поступає з тексту, з наявними у нього знаннями, відповідно до когнітивної схеми, що містить стереотипи, уявлення, цінності, зумовлюючи творення, сприйняття та розуміння дискурсу. Відбувається встановлення адресатом смислових зв'язків між вже відомою та новою інформацією – процес інтерпретації.

**Мета статті** – продемонструвати шляхом застосування методу дискурс-аналізу, як експлікація топіків, що є одним із засобів маніфестації ідеологічного дискурсу, адже вибір тем ідеологічно маркований, відповідає принципу «ідеологічної глобалізації» – протиставлення «наших» та «їхніх» цінностей.

**Виклад основного матеріалу.** Топіки становлять комплекси макропропозицій, що утворюють семантичні макроструктури (чи тематичні структури) [7, с. 113], які експлікують найважливішу з погляду адресанта інформацію, а з нею – його ставлення, з одного боку, та забезпечують когерентність дискурсу – з іншого. Саме вони є одним із засобів вияву ідеологічного дискурсу (адже адресант вирішує, яку інформацію подати як доміантну, а яку – проігнорувати) та слугують фундаментом для виникнення та функціонування ідеологем.

Предметом розгляду стали топіки, виокремлені у межах суцільної вибірки редакційних статей «The Washington Post» під колективним авторством (рубрика «The Post's View»), присвячених подіям на Близькому Сході упродовж грудня 2018 – січня 2019 років. Вони інтегровані в інший елемент дискурсу – ситуацію, яка визначає його просторовий і темпоральний складники. Ситуативний фокус встановлено на міжнародних подіях, які обмежені в часі. Саме цей чинник виконує орієнтаційну функцію, скеровуючи адресата у сприйнятті подій, які не є частиною його безпосереднього досвіду.

Фокус уваги авторів редакційних статей зосереджено на коментуванні двох подій: вбивстві Джамалі Хашогджі, журналіста із Саудівської Аравії, який зник після відвідин посольства Саудівської Аравії у Туреччині, та на виводі американських військ з Сирії.

Важливою особливістю подачі інформації в межах теми є один із найголовніших принципів у теорії репрезентації [8, с. 207]. Будь-яка подія має бути вписана в контекст, який складається з культурних, політичних та інших цінностей, ідеологічних настанов, які є в групі. Лише у цьому разі вона набуває значення і має здатність впливати на переконання аудиторії.

З огляду на це топіки, які сприятимуть утвердженню певного стереотипу, його консолідації у свідомості адресата, експлікуватимуться у дискурсі, оскільки в такий спосіб адресат матиме змогу збагнути ситуацію, покладаючись на вже наявний у нього фрейм ситуації. Йому не потрібно аналізувати певні дії, він просто підставляє нову інформацію під усталені уявлення. З огляду на це дійсно значущою вважають подію, яка презентується у трьох площинах: реальній (вона має відбутись), інформаційній (вона має потрапити у фокус уваги засобів масової інформації) і символічній (вона має узагальнити попередні події, категоризувати їх та акцентувати ключову ідею) [9, с. 168–169]. При цьому події, які топікалізуються, переходять

на символічний рівень, тобто набувають додаткової ваги у підтвердженні чи спростуванні певної ідеї.

Отримуючи інформацію, адресат зазвичай не усвідомлює, що вона подається йому в певній «обгортці», адже здебільшого єдиною можливістю здобути інформацію, зокрема про міжнародні події, які не є частиною безпосереднього досвіду адресата, залишаються ЗМІ, що висвітлюють її у певному ракурсі. Сприйняття адресатом саме під таким кутом видозмінює або підтверджує вже наявні уявлення про конкретну ситуацію.

Одним з ефективних засобів такої видозміни є маніпуляція важливістю інформації. Навіть якщо дані, які представлені і повідомленні, відповідають дійсності та подані у наскільки це можливо об'єктивний спосіб, у адресата може виникнути однобічне уявлення про ситуацію через її вибіркове висвітлення. Проте адресат не сприйматиме це як маніпуляцію його уявленнями, адже не нав'язується жодна думка щодо викладеного матеріалу. Ідеологічний контроль над сприйняттям ситуації є цілковитим, оскільки він імпліцитний, неусвідомлюваний, і водночас скеровує сприйняття у руслі, вигідному адресантові, адже ідеологічний контроль дискурсу відбувається передовсім через контроль ментальних моделей адресатів [10, с. 33]. Унаслідок цього простежуємо включення у повідомлення та коментування фактів, які вважаються важливими, цінними або бажаними, та ігнорування тих, які не підтверджують уявлення адресанта. З іншого боку, адресатові потрібен хтось, хто здатний відібрати найголовнішу, найрелевантнішу для нього інформацію з-поміж «мозаїчної» картини світу, у якій йому нелегко орієнтуватись, та відповідним чином подати її.

Розглянемо на прикладі вербальне наповнення вищезазначених топіків.

Видання займає позицію проти виводу військ з Сирії, акцентуючи увагу на недоліках такого кроку. Використання антитези дає змогу створити певну бінарну структуру у сприйнятті адресата, яка чітко розмежує «правильне» від «неправильного», полегшуючи інтерпретацію та збільшуючи суттєвість повідомлення: *“The president promised to finish the job of destroying the Islamic State, but the withdrawal will leave thousands of its fighters still in place. He vowed to roll back Iran's aggression across the Middle East, but his decision will allow its forces to entrench in the country that is the keystone of Tehran's ambitions”*.

Порівняння з Іраком, спогади про війну у якому ще залишаються свіжими у свідомості американців, та використання експліцитно негативних ярликів типу *extremist* допомагають схилити адресата до власної думки: *“A U.S. withdrawal will give the extremists an opportunity to reconstitute, as they did in Iraq following the premature U.S. withdrawal ordered by President Barack Obama”*.

Натомість «ми» виконуємо універсальну місію – намагаємось припинити кровопролиття, встановити мир, ліквідувати екстремізм, «нашій» групі відводиться значна роль: «ми» маємо взяти на себе зобов'язання щодо врегулювання ситуації. Це експліцитно постулюється словосполученням *to cooperate with the United States in the fight against terrorism*, використанні метафори *the stab in the back* для характеристики дій стосовно союзників, яких «ми» можемо підвести. Стратегія використання інклюзивного «ми» реалізується, зокрема, через

експліцитні знаки інтеграції *we, the people* тощо і спирається на пресупозицію існування ідеологічно гомоцентричної групи: *“We've learned one thing over the years, the enduring defeat of a group like this means you can't just defeat their physical space and then leave”*.

Інший топік – убивство саудівського журналіста Джамаля Хашогджі в Туреччині в Посольстві Саудівської Аравії. Видання критикує політику президента Трампа за нерішучість дій стосовно Саудівської Аравії, давнього союзника США на Близькому Сході, і вимагає рішучої відсічі та покарання за вбивство журналіста, який критикував спадкового принца. Тут позиція редакційної колегії доволі однозначна: США мають бути гарантом дотримання прав людини у світі. Для створення образу керівництва Саудівської Аравії, а через нього і країни загалом, застосовуються експліцитно та імпліцитно пейоративні номінації та лексичні комбінації: *kingdom's barbarity, blatant impunity, Saudi regime, responsible for the murder* тощо.

Для укріплення образу наводяться «потрібні» приклади: *“A forensic doctor who reportedly dismembered Khashoggi's body with a bone saw he brought from Riyadh for that purpose”*. Лише наведення образу такої кривавої картини вбивства досить для того, щоб адресат беззастережно прийняв «нашу» позицію. Застосовується комунікативний хід гри на сентиментах (під **комунікативним ходом**, услід за Т. ван Дейком, розуміємо «функціональну одиницю послідовності дій, яка сприяє вирішенню локального або глобального завдання в межах стратегії» [1, с. 274]). Адресант апелює до емоційної сфери адресата.

Інший приклад – згадка про активістку, яка, хоч і не стоїть у справі, проте допомагає підсилити образ: *“According to the family of Loujain al-Hathloul, one of the detained female activists, Mr. Qahtani was present last summer when she was subjected to torture that included waterboarding and electric shocks, and he personally threatened to rape and kill her”*. Уведення таких окремих деталей слугує для переакцентуації, висунення маргінальних стосовно загальної теми фактів, які сприяють формуванню «адекватного» сприйняття ситуації.

Ще одним елементом переконання слугує стратегія інтимізації, намагання встановити контакт з адресатом передовсім через використання запитань у тексті. У такий спосіб адресант ніби веде прихований діалог з адресатом. Такі елементи спостерігаємо передовсім на початку або у кінці статті, коли автор ніби намагається налаштувати адресата на спільний ракурс інтерпретації, налагодити свого роду «співпрацю» у творенні дискурсу. У прикладі *“Pompeo said the U.S. will hold Khashoggi's killers accountable. Is he serious about it?”* запитання постулюється вже в заголовку. За висловленням Р. Барта, «заголовок покликаний маркувати початок тексту, тим самим представляючи текст у вигляді товару» та виконуючи енонсіативну функцію – випереджати інформацію, про яку піде мова в тексті – та дейктичну, адже заголовок – своєрідна вказівка на «товар», яка привертає увагу до нього [11, с. 430]. Заголовок – один із найважливіших організаційних елементів будь-якого тексту, оскільки він скеровує адресата у певне русло, спонукає його прочитати статтю, виконуючи орієнтаційну функцію.

Привертають увагу цитати, підібрані таким чином, щоб підтвердити оцінку адресанта, адже мовний вплив багато в чому залежить від вміння максимально ефективно передати важливу

інформацію, не знижуючи при цьому комунікативних властивостей висловлення. Цитована інформація слугує базою для певних висновків в процесі інтерпретації адресатом: “Every single person who has responsibility for the murder of Jamal Khashoggi needs to be held accountable”. Акцентується окремий компонент смислу: на перший план висуваються ключові моменти повідомлення, які несуть більше, порівняно з іншими складниками, смислове навантаження. У реченні “Even setting aside the culpability of the crown prince, that’s an extraordinary assertion given what we know about the Saudi “process” використання лапок слугує маркером іронії, адже це – традиційний сигнал прихованого глузування, несерйозності. До того ж вони дають змогу адресантові зняти із себе відповідальність, певною мірою дистанціюватись від висловлення.

Використання модальних дієслів надає прескриптивного характеру інформації та додає певної легітиматії діям, вони мають спонукальний характер, вказуючи на те, що є правильним та бажаним: “If the United States is to uphold its values by insisting on justice in the Khashoggi case, Congress must take the lead.” “The new Democratic leadership in the House should advance new measures requiring U.S. sanctions on all those responsible for the murder”.

Щоб акцентувати аспект, який видається важливим для адресанта, його ставлять в позицію агенса, впливаючи на ментальну модель, а отже на спосіб інтерпретації, закладений адресантом [12]: “The Prince Mohammed bin Salman, who the CIA believes oversaw the 15-member hit team that awaited Mr. Khashoggi when he entered the Saudi Consulate”. Хоч речення містить вкраплення про те, що це лише думка ЦРУ, принц стоїть у позиції агенса, тим самим несучи відповідальність за ситуацію, яка склалась. Використання активного чи пасивного стану дає змогу наголосити або, навпаки, приховати чи маргіналізувати певні аспекти повідомлення.

**Висновки.** Підсумовуючи експлікацію топиків, зауважимо, що вони укладаються в типову схему реалізації ключових стратегій ідеологічного дискурсу: інформації про «нашу» групу подається в позитивних тонах («ми» – демократи, «наша» місія – врятувати світ), натомість «інші» (араби, мусульмани) не сприймають «наших» цінностей, вербалізація «їхньої» позиції набуває негативної конотації. Таке стереотипне представлення може бути використаним як інструмент впливу, сприяючи нав’язуванню стандартів мислення та моделей поведінки. Отримуючи інформацію, адресат зазвичай не усвідомлює, що вона уже подається йому у певній формі. Її сприйняття саме в цьому ракурсі видозмінює або підтверджує вже наявні в адресата уявлення про ситуацію, тобто його ментальну модель або фрейм певної ситуації.

#### Література:

1. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / пер. с англ. Москва: Прогресс, 1989. 312 с.
2. Givón T. Prototypes : Between Plato and Wittgenstein. *Noun classes and categorization* : proc. of a Symposium on categorization and noun classification. Philadelphia : Benjamins, 1986. P. 77–102.
3. Dijk T.A. van. Macrostructures: an interdisciplinary study of global structures in discourse, interaction, and cognition. Hillsdale : Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 1980. 317 p.
4. Schegloff E.A. Between macro and micro : contexts and other connections. *The micro-macro link* / In Alexander J., Giesen B., Munch R., Smelser N. (eds). Berkeley : University of California Press, 1987. P. 207–234.
5. Падучева Е.В. Семантические исследования : Семантика вида и времени в русском языке ; Семантика нарратива. Москва, 1996. 464 с.
6. Brown G., Yule G. Discourse analysis. Cambridge : Cambridge University Press, 1983. 283 p.
7. Dijk T.A. van. The interdisciplinary study of news as discourse. *Handbook of Qualitative Methods in Mass Communication Research*. London : Routledge, 1991. P. 108–120.
8. Fowler R. Language in the news. Discourse and ideology in the press. London and New York : Routledge, 1991. 254 p.
9. Почепцов Г.Г. Информация и дезинформация. Киев : Ника-Центр, 2001. 256 с.
10. Dijk T.A. van. Discourse analysis as ideology analysis. *Language and Peace*. Aldershot : Dartmouth Publishing, 1995. P. 17–33.
11. Барт Р. Избранные работы : Семиотика : Поэтика / пер. с фр. Москва : Прогресс, 1989. 616 с.
12. Dijk T.A. van. Discourse and manipulation. *Paper CDA Congress. Discourse & Society*. 2006. № 17 (2). P. 359–383.

#### Джерела ілюстративного матеріалу:

The Washington Post. URL: <https://www.washingtonpost.com/opinions/the-posts-view/> (дата звернення: 28.02.2019).

#### Тхоровская С. В. Топикализация как средство влияния в идеологическом дискурсе

**Аннотация.** Статья посвящена анализу вербального наполнения топиков, которые составляют тематическую структуру дискурса. Освещая важнейшую с точки зрения адресанта информацию, они служат одним из средств манифестации идеологического дискурса.

**Ключевые слова:** топик, тематическая структура, идеологический дискурс, идеологема, коммуникативный ход.

#### Tkhorovska S. Topicalization as a means of influence in ideological discourse

**Summary.** The article aims at the analysis of the verbal content of topics which constitute the thematic structure of discourse. While conveying the most important from the addresser’s point of view information they serve as a means of manifestation of ideological discourse.

**Key words:** topic, thematic structure, ideological discourse, ideologue, communicative move.