

О.Є. Нестеренко

МАНІПУЛЯЦІЇ У АНГЛОМОВНИХ ЗМІ ПРИ ВИСВІТЛЕННІ ПОДІЙ НА БЛИЗЬКОМУ СХОДІ ТА У ПІВНІЧНІЙ АФРИЦІ

(на прикладі подій у Лівії та Ємені)

У статті розглядається застосування різноманітних маніпулятивних стратегій та тактик при зображенні у англомовних ЗМІ революцій на Близькому Сході та у північній Африці, відмінності у їх застосуванні залежно від рівня зацікавленості авторів повідомлень у країнах, про які іде мова.

Ключові слова: *маніпуляція, маніпулятивна стратегія, ЗМІ, стереотип, навішування ярликів.*

В статье рассматривается применение различных манипулятивных стратегий и тактик при изображении в англоязычных СМИ революций на Ближнем Востоке и в северной Африке, особенности их применения в зависимости от уровня заинтересованности авторов сообщений в странах, о которых идет речь.

Ключевые слова: *манипуляция, манипулятивная стратегия, СМИ, стереотип, наклеивание ярлыков.*

The article deals with using a number of manipulative strategies and tactics when the revolutions in the Middle East and Northern Africa are described in British and American mass media. The certain differences in using the above-mentioned strategies and tactics which depend on the what authors' interest in this or that country are described.

Key words: *manipulation, manipulative strategy, mass media, stereotype, labelling.*

Проблема ситуативної організації висловлення займає особливе місце в сучасних лінгвістичних дослідженнях. Подібна інформація в залежності від структури висловлення та підбору аксіологічно нейтральної, чи, навпаки, оцінної лексики може впливати на її сприйняття реципієнтом, що і є основою маніпулятивних стратегій публіцистичного дискурсу, особливо при висвітленні подій у політично нестабільних регіонах, які отримують неоднозначну інтерпретацію.

Маніпуляція – це різновид прихованого мовленнєвого впливу, спрямованого на досягнення власних цілей суб'єкта, які не збігаються з намірами або протирічать бажанням та інтересам об'єкту впливу. При цьому здійснюється неусвідомлений із боку суб'єкта контроль над його свідомістю за допомогою викривленої, необ'єктивної подачі інформації, представленої у тексті [8,130].

Як зазначає Е.С.Попова, найбільш суттєвими особливостями маніпуляції (як суспільною, так і індивідуальною свідомістю) можна вважати наступні:

- 1) об'єкт маніпуляції не усвідомлює вплив, який на нього здійснюється, оскільки справжня мета маніпулятора є прихованою;
- 2) маніпулятивний вплив є явищем комплексним, оскільки він спрямований не лише на свідомість, а й апелює до емоцій та почуттів людини;
- 3) маніпулятор визначає ставлення об'єкту маніпуляції до інформації, що подається, здійснюючи певний контроль над його усвідомленням, оцінкою та реакцією на ті чи інші суспільні та політичні явища;
- 4) маніпулятор керує презентацією інформації, яку він значним чином змінює, вдаючись до її викривлення, селекції, замовчення фактів, підтасовки цілісної картини, тощо, що свідчить про свідоме та навмисно неправдиве подання фактів дійсності. Таким чином, це спонукає адресата до некритичного сприйняття інформації, формує у нього певні ілюзії та хибні думки, вигідні для адресанта [7,8].

Однак, важливим є те, що маніпулювання завжди пов'язане з певним способом подачі інформації за допомогою вербальних засобів [2, 141], [4,158].

Найяскравішим прикладом застосування маніпулятивних стратегій є ЗМІ. Головним завданням ЗМІ є формування громадської думки, тобто створення у адресата таких переконань, у яких зацікавлений ініціатор спілкування [5,83]. Таким чином, маніпуляцію свідомо вибирають як засіб спілкування із цільовою аудиторією для досягнення певних ідеологічних цілей владної еліти. Сьогодні гостро стоїть питання про специфіку комунікативної політики ЗМІ, яку реалізують журналісти у процесі спілкування з масовою аудиторією, так як їхня майстерність маніпулювати свідомістю стає все більш досконалішою та витонченою. У сучасному світі ЗМІ стали головним знаряддям економічної та політичної боротьби. І сильніший у цій боротьбі той, хто більш вміло та майстерно вводить в оману адресата. Таким чином, маніпуляції у ЗМІ чинять найбільший вплив на суспільство. Маніпулятивні стратегії чітко проглядалися у висвітленні революцій на Близькому Сході та у північній Африці.

Як відомо, саме цей регіон є сферою інтересів багатьох держав, і в першу чергу, США та Євросоюзу. Тому цілком логічно, що висвітлюючи цю тему, журналісти та кореспонденти найбільших та найвідоміших англомовних видань та новостійних агенцій постійно вдавались до широкого застосування різноманітних маніпулятивних тактик та стратегій з метою нав'язування адресату таких поглядів та переконань, що відповідають інтересам урядів цих держав.

Варто зазначити, що характеристики та властивості вище згаданих тактик та стратегій також не є однаковими: висвітлюючи події у країнах, що представляють найбільший стратегічний інтерес для США та їхніх партнерів, автори статей та інформаційних повідомлень використовують достатньо жорсткі та різкі форми маніпулятивних тактик та стратегій; стосовно ж країн, де такі інтереси є менше вираженими, відповідні стратегії та тактики носять більш поблажливий та м'який характер. Це

також можна назвати однією із форм свідомого та цілеспрямованого маніпулювання свідомістю адресата, яке може бути достатньо ефективним для досягнення цілей маніпулятора.

Розглянемо, як застосовуються певні маніпулятивні технології при висвітленні революцій у країнах Близького Сходу та північної Африки на прикладі Лівії та Ємену.

Лівія має значні поклади нафти, і до початку близькосхідних та північноафриканських революцій її економіка була однією із найрозвинутіших у цьому регіоні, внаслідок чого вона перетворилася на сферу інтересів американського капіталу та уряду. Ємен, навпаки, має найбільш розвинуту економіку в регіоні і практично не має корисних копалин [9]. Саме ці фактори, на наш погляд, і зумовлюють застосування жорсткіших, чи, навпаки, більш поблажливих маніпулятивних стратегій та тактик.

Серед різноманітних засобів, які маніпулятор використовує для досягнення своєї мети, використання стереотипів займає особливе місце. Як зазначає Л. Киричук, “стереотипи забезпечують автоматизацію розумових процесів, оскільки значно скорочують час для обмірковування повторюваної в повсякденній діяльності ситуації” [6,195]. Політична ситуація у Лівії традиційно діставала жорстку оцінку журналістів, як наслідок сформувався стереотип цієї країни як оплот деспотії та тероризму. Для того, щоб цілком переконати західні суспільства у правильності та необхідності бомбардування Лівії літаками НАТО, американські та британські журналісти залучають старий та загальновідомий стереотип про те, що арабські країни є постійним джерелом небезпеки для Європи та США. “Moammat Gadhafi threatened Friday to take the fighting to Europe” [12, June 20, 2011], “Libya has also tried to use its leverage with illegal immigration the European Union, warning Brussels it could suspend co-operation against illegal immigration” [10, Feb. 20, 2011]. Лексика із семантикою тривоги та небезпеки є неодмінним компонентом подібних висловлювань.

Відносно Ємену західні ЗМІ не вдаються до жорстких характеристик, а, навпаки, багато разів згадують той факт, що президент Салех був союзником США у боротьбі із терористами Аль Каїди. “President Ali Abdulah Saleh a key ally of the US in a battle against the resurgent Yemeni arm of al-Qaida...” [13, 24 Jan., 2011], “The United States still back Mr.Saleh because of his declared opposition to Jihadist groups linked to al-Qaeda” [11, Oct.1, 2011]. Вибірковість вживання стереотипів призводить до того, що маніпулятор нав’язує адресату потрібну йому точку зору і таким чином цілеспрямовано формує громадську думку, що є вигідною для певних кіл.

Створення певного стереотипу на мовному рівні має низку аспектів, одним із яких є номінація. Номінація також може застосовуватись з маніпулятивною метою і однією із тактик її застосування є «навішування ярликів» На наш погляд, саме до цієї тактики частіше за все вдаються англомовні ЗМІ при відображенні подій, що мають місце у північній

Африці та на Близькому Сході. Наприклад, коли мова іде про президента Лівії полковника Каддафі, то для досягнення маніпулятивного ефекту застосовується ціла низка епітетів із негативною конотацією: “the 42-year rule of the mercurial Col Muammar Gaddafi” [10, Sep. 7, 2011], “the worst dictator” [10, Sep. 30, 2011], “caricatures of the vilified leader have been painted on walls throughout the country” [10, 20 Sep., 2011], “Libya’s tyrant”, “Mr.Qaddafi is no stranger to brutality or persecution” [11, Feb.24, 2011], “After 42 years, the bizarre pageant of Muammar Qaddafi’s rule had collapsed quickly” [12, 21 Sep., 2011], “Gadhafi was indiscriminately mining waters in Misrata and hampering the flow of humanitarian aid” [12 May, 21, 2011]. Таким чином, формується чітке негативне ставлення адресата до цього політика, а той факт, що половина населення підтримувала Каддафі, так само, як і його внесок в економічне зростання Лівії до лютневої революції замовчуються. Що стосується президента Ємена Салеха, то “ярлики”, які “навішуються” маніпуляторами для його характеристики, зовсім не є такими ніщивними. “Saleh has resisted intense international pressure to step down” [13,Jun.,24, 2011], “Ordinary people are rising up together to protest unjust political regime of Saleh [12, Sept.,28,2011]. Характеристика президента Салеха не викликає негативні враження та емоцій, як характеристики полковника Каддафі.

Щодо зображення революційних подій в обох країнах, то тут знов має місце тактика “навішування ярликів”. Коли мова іде про Лівію, ми так само спостерігаємо вживання лексичних одиниць із негативним значенням: “...the brutal suppression of protests” [10, Feb. 20, 2011] “Western politicians condemned the violence in Libya.” [10, Feb.21, 2011], “the widespread and systematic attacks currently taking place in the Libyan Arab Jamahiriya against the civilian population amount to crimes against humanity.”[10, March 20, 2011].

Коли англомовні ЗМІ описують події у Ємені, використане лише одна одиниця з негативним оцінним значенням *violence*: “Others have accused Saleh of deliberately stirring the violence. [13, 24 Jun., 2011]. Адресата маніпулятивного впливу таке зображення подій у Лівії наводить на думку про необхідність зовнішнього втручання у внутрішні справи країни, тоді, як ситуація у Ємені не виглядає такою критичною.

Дії угруповань антиурядових повстанців описуються в обох країнах нейтрально, без залучення негативних означень, бо в даному випадку їхні інтереси збігаються із інтересами США та європейських держав.

Наступна маніпулятивна тактика, до якої вдаються англомовні ЗМІ для описання революційних подій, є тактика, якій О. Дмитрук дала визначення “сяючі узагальнення”[2,6]. У нащому випадку вона була реалізована за допомогою слів та виразів, які у будь-якому контексті мають лише позитивне значення і викликають відповідні емоції у адресата.

Наприклад, у випадку із Лівією спостерігаємо вживання таких аксіологем із метою схвалення та підтримки цільовою аудиторією бомбардування країни літаками НАТО, хоча така політика насправді може

розглядатися як грубе втручання у внутрішні справи Лівії: “air-strikes to protect civilians” [10, May, 21 2011], “the worst dictators can be overthrown and be replaced by freedom and democracy” [10, Sep. 30, 2011],” Expressing its determination ensure the protection of civilians and civilian populated areas and the rapid and unimpeded passage of humanitarian assistance and the safety of humanitarian personnel.” [10, March,18, 2011, UN resolution on no-fly zone], “the United States respects Libya's sovereignty and that the country's destiny must be chosen by its people.” [12, Sep.15, 2011].

Коли ж змальовуються події у Ємені, то вживання «сяючих узагальнень» практично не має місця, що є цілком зрозумілим, оскільки ні США, ні країни північноатлантичного альянсу не мали наміру так відверто втручатися у внутрішні справи країни, що є поза сферою їх стратегічних інтересів.

Повтор, як маніпулятивна тактика, організує процес комунікації і акцентує увагу слухача на певній інформації [1], що зумовлює його широке використання маніпуляторами. Багаторазове повторення таких слів та фраз при зображенні подій у двох вищеназваних країнах, як violence, heavy civilian casualties, violation of human rights, intimidation, brutal suppression of resistance призводить до переконання адресата у правильності політики, яка проводять США та країни –члени блоку НАТО стосовно Лівії та Ємену.

Для досягнення максимального ефекту маніпулювання свідомістю журналісти часто вдаються до замовчування фактів. Так, жодне англomовне видання або новостійна агенція жодного разу не згадує той факт, що полковник Каддафі був талановитим реформатором, і що саме за часів його правління були реалізовані масштабні програми будівництва державного житла, розвитку охорони здоров'я та освіти, а також те, що саме завдяки Каддафі, Лівія стала однією із наймогутніших економік свого регіону і увійшла в число двадцяти найрозвиненіших економік світу [9].

Однак, досить часто згадується той факт, що тимчасовий уряд Лівії (National Transitional Council) готовий поновити усі контракти, підписані урядом Каддафі з великими західними нафтовими корпораціями і заключити цілу низку нових угод: “Libya's new ruling body, the National Transitional Council, has said it will honour all contracts signed with the Gaddafi regime. ... the new regime will at some point start looking to offer new contracts. An auction scheduled for this year is unlikely to take place, but the likes of ENI, Repsol, Total, China National Petroleum Corporation, BP, and Exxon Mobil are already jostling to be in pole position when the contracts are doled out.” [10, Sep. 8, 2011].

Тактика посилення на авторитети також має місце при зображенні подій лівійської революції. У цьому випадку у англomовних ЗМІ наводяться висловлення відомих американських та європейських політиків, які засуджують діяння полковника Каддафі та його прибічників та підтримують політику втручання свого уряду у внутрішні справи цієї країни. Таким чином, адресата маніпулятивного впливу переконують у

правильності політичного курсу лідерів їхньої держави щодо Лівії. “UK Foreign Secretary William Hague spoke of London's "grave concern" at the escalation of violence. Libya's actions were "unacceptable and would result in worldwide condemnation", Mr Hague said”. [10, Feb. 20, 2011], “The Chief of Defence Staff's spokesman, Major General John Lorimer, said on Saturday: "For decades, Col Gaddafi has hidden from the Libyan people behind these walls, spreading terror and crushing opposition”. [10, Aug. 25, 2011], "It appears that there is a systematic policy to detain anyone suspected of opposition to Colonel al-Gaddafi's rule, hold them incommunicado, and transfer them to his strongholds in western Libya," said Malcolm Smart, Amnesty International's director for the Middle East and North Africa.” [12, March,28, 20110]. Імена видатних політиків та високопосадовців міжнародних організацій імпліцитно вказують на авторитетність та справедливість.

Таким чином, можна зробити висновок, що різноманітні маніпулятивні стратегії та тактики впливу на свідомість адресата застосовуються в англійських ЗМІ при висвітленні революцій у північній Африці та на Близькому Сході, основною метою яких є схвалення та підтримка аудиторією політики своїх держав стосовно країн цього регіону, яка полягає у втручанні у внутрішні справи цих країн. До того ж, жорсткість та суворість застосованих тактик та стратегій залежить від рівня стратегічних інтересів США та західноєвропейських держав у тій чи іншій країні, що з нашої точки зору, також можна інтерпретувати як маніпулятивну тактику.

Література

1. Бекетова О.В. Фігури повтору та організаційні форми аргументації в текстах публічної мови / О.В. Бекетова / Мовознавство. – 1997. - №4/5.-С. 32-37.
2. Дмитрук О.В. Маніпулятивні стратегії в сучасній англійській комунікації (на матеріалі текстів друкованих та інтернет-видань 2000-2005 років): автореф. дис. ... канд.філол.наук : 10.02.04 / О.В.Дмитрук; КНУ ім..Т.Шевченка. – Київ, 2006 – 19 с.
3. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е.Л. Доценко. – М.: Изд-во ЧеРо, Юрайт, 2000 – 344с.
4. Зирка В.В. Реклама: манипулятивная игра с потребителем / В.В. Зирка / Вісник Дніпропетровського університету економіки та права ім. Альфреда Нобеля. Серія “Філологічні науки”. – Дніпропетровськ, 2011. - № 1(1) – С. 158-163.
5. Катенева И.Т. Наклеивание ярлыков как эффективный прием манипуляции в текстах оппозиционных изданий / И.Т.Катенева / Мир науки, культуры, образования: сб. науч. ст. – Новосибирск : НГПУ, 2009. - № 1(13) – С. 83-86.
6. Киричук Л.М. Прагмакогнітивні особливості стереотипів як засобів маніпуляції в публіцистичному дискурсі / Л.М. Киричук / Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки. Розділ IV. Прагмалінгвістика. – Луцьк, 2009. - № 6. – С.195-199.
7. Попова Е.С. Рекламный текст и проблемы манипуляции: автореф. дис. канд. филол. наук : 10.02.01 / Е.С. Попова : Екатеринбург,2005 – 27с.
8. Goodin R. Manipulatory Politics / Robert Goodin - New Haven, London: Yale University Press, 1980. – 250p.

i. Інтернет-джерела

9. [www.bbc.co.uk/news/country profile](http://www.bbc.co.uk/news/country_profile)
10. www.bbc.co.uk/news/world
11. <http://www.economist.com>
12. <http://edition.cnn.com>
13. <http://www.guardian.co.uk>