

*ДМИТРУК О. В.*

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

## КОМПЛЕКСНЕ ЗАСТОСУВАННЯ МАНІПУЛЯТИВНИХ СТРАТЕГІЙ І ТАКТИК В АНГЛОМОВНИХ ЗМІ, ЩО ОСВІТЛЮЮТЬ ПОДІЇ В ЛІВІЇ

Статтю присвячено дослідженню мовних засобів, що використовуються англомовними мас медіа для маніпулювання свідомістю адресата при описі подій у Лівії з метою формування позитивного ставлення до участі західних країн у військових подіях.

**Ключові слова:** маніпулятивна стратегія й тактики, масова свідомість, вербальні й невербальні засоби маніпуляції, оцінне значення, політичний дискурс.

Статья посвящена исследованию языковых средств, используемых англоязычными масс-медиа для манипулирования сознанием адресата при описании событий в Ливии с целью формирования положительного отношения к участию западных стран в военных действиях.

**Ключевые слова:** манипулятивные стратегии и тактики, массовое сознание, вербальные и невербальные средства манипуляции, оценочное значение, политический дискурс.

The article looks into the language means used by the English language mass media to manipulate the addressee's mind when enlightening the events in Libya in order to evoke positive attitude to the Western countries' participation in military operations.

**Key words:** manipulative strategies and tactics, mass consciousness, verbal and non-verbal means of manipulation, evaluative meaning, political discourse.

Сучасні мас медіа використовують маніпулятивні прийоми і тактики для впливу на масову свідомість в інтересах правлячих кіл, і в час світової економічної кризи, коли боротьба за утримання та збереження влади і майнових ресурсів виходить на перший план, маніпуляції масовою свідомістю набувають все більшого масштабу. Це зумовлює **актуальність дослідження** маніпулятивних стратегій і тактик в англомовних мас медіа з лінгвістичної точки зору, особливо якщо взяти до уваги той факт, що об'єктивне повідомлення інформації, вільне від будь-якої інтерпретації та оцінки, неможливе, оскільки вже сам вибір мовних засобів передбачає ставлення суб'єкта до змісту інформації [1:130]. Зокрема це стосується подій на Близькому Сході, які з втручанням західних союзників у військові дії в Лівії набули особливого значення. Політична еліта західних країн, які брали безпосередню участь у наступу в Лівії, намагалися з одного боку захистити свої фінансові інтереси, а з другого боку

забезпечити собі підтримку електорату, щоб залишитися при владі [2:114].

Оскільки йдеться про виправдання війни, яка, безперечно, призведе до загибелі як військового, так і мирного населення, масової підтримки можна досягнути переважним чином за допомогою впливу на свідомість аудиторії маніпулятивними засобами.

**Метою** даного дослідження є визначення низки конкретних прийомів, які використовуються для маніпулювання свідомістю в сучасних англомовних ЗМІ, та прослідкувати, як вони вживаються у комплексі стратегій і тактик для формування цілісної картини подій на Близькому Сході.

**Об'єктом дослідження** є гіпертексти сучасних англомовних ЗМІ, які містять як вербальні, так і невербальні маніпулятивні стратегії й тактики.

**Предметом дослідження** виступають вербальні засоби та невербальні засоби, які застосовуються для маніпуляції свідомістю адресата.

На особливу увагу заслуговують статті в Інтернет виданнях, що виступають **матеріалом дослідження**, через їх своєчасність, доступність, мультимедійність й інтерактивність.

**Наукова новизна** дослідження полягає у розгляді маніпуляції свідомістю, яка має місце при освітленні подій у Лівії, зокрема ролі західних країн, як комунікативного явища.

При аналізі матеріалів Інтернет видань важливу роль відіграють заголовки статей, які виступають першим чинником формування сприйняття тексту статті читачем. Заголовок – це компонент тексту, який з одного боку, обмежує текст, а з іншого, наділяє його завершеністю [3:137]. Заголовок виконує низку функцій, серед яких виділяють номінативну, інформативну, графічно-видільну, рекламну, оцінно-експресивну, атрактивну та інші [4:26–44]. В газетному заголовку зосереджена вся дійсність та всі найважливіші пункти повідомлення в легкій та стисnutій формі. Заголовки та підзаголовки статей Інтернет видань розміщуються на головній сторінці видання, що робить їх більш важливими у порівнянні з друкованими виданнями, оскільки завдяки ним читач приймає рішення, чи варто йому читати статтю повністю.

Освітлюючи промови президента США щодо необхідності рішучих дій, щоб відсторонити Муамара Каддафі від влади, видання *The Washington Post* подає заголовок статті таким чином, щоб одразу розставити акценти відповідним чином: *Obama: U.S. had responsibility to act in Libya* [13:28.03.11]. Вживання двох особових іменників поряд допомагають об'єднати президента країни і власне країну в одне ціле, що додає ваги рішенням голови держави, обмежує негативне сприйняття рішень Барака Обама, оскільки він включається до “свого кола” американськими читачами. Включення до “свого кола” в даному випадку ґрунтується (що особливо важливо для політичного дискурсу) на різниці у світосприйнятті, ідеології, мисленні. Боротьба за владу і дискурсивна полеміка, що відображає її, обумовлюють формування на значеннєвому рівні політичного дискурсу стійкої конструкції “Ми – Вони”, що виступає в якості особливої універсалиї політичного дискурсу та такої, що специфічно відображає об'єктивно існуюче протистояння різних соціальних груп за допомогою створення максимально позитивної репрезентації власної політики суб'єкта дискурсу на тлі негативного образу його політичного опонента [5:203–204].

Заголовок даної статті ілюструє вживання тактики інклюзивності в межах стратегії групової ідентифікації. В заголовку також використовується лексема *responsibility*, яка тлумачиться як *something that you ought to do because it is morally or socially right* [6], тобто залучається конотативний аспект значення слова. В такий спосіб підкреслюється виправданість наступу союзників на Лівію.

У подібний спосіб інформацію подає також видання *The USA Today: Obama cites 'responsibility' of U.S. in Libya intervention* [14:29.03.11]. Для порівняння варто навести заголовок статті, яку розмістило видання *The Guardian*, оскільки він має нейтральний характер: *Barack Obama's address on Libya* [15:29.03.11].

Заголовок іншої статті, розташованій на сайті видання *The Washington Times*, апелює до емоцій адресата: *Rebels say Gadhafi uses rape as fear tactic in war* [16:29.03.11]. Іменник *rape* має різко негативне значення, викликає неприємні асоціації: *the crime of forcing someone to have sex, especially by using violence* [6]. Однак джерело такої інформації, згідно з текстом статті, – самі повстанці, і немає жодних задокументованих свідчень правдивості таких

звинувачень. Формулювання заголовку статті є прикладом тактики фабрикації фактів, що використовується в рамках маніпулятивної стратегії викривлення інформації. Заслуговує на увагу й фотографія, яка ілюструє статтю, оскільки вона жодним чином не може слугувати доказом правдивості слів повстанців й фактично не має прямого відношення до тексту статті. У підпису біля фотографії також фактично переказуються чутки.



*Libyan rebels watch shelling near Bin Jawaad, east of Col. Moammar Gadhafi's hometown of Sirte. Rebels say loyalist forces rape to terrorize opponents of Col. Gadhafi's regime. Almost all of the victims of sexual assault who have gone to hospitals have said they were attacked by the regime's soldiers.*

В подібний спосіб західні ЗМІ фабрикували й інші міфи про Каддафі: про авіацію Каддафі, яка бомбардує мирні міста, про артилерію Каддафі, яка в упор розстрілює мирні демонстрації, про 50 тисяч африканських найманців, які влаштували терор проти лівійців тощо. Ця інформація згодом не знайшла документального підтвердження, однак допомогла сформуванню думки про необхідність захисту населення Лівії.

Для позначення власне військових дій в Лівії вживаються евфемізми, основне завдання яких полягає у зменшенні негативних емоцій у адресата при сприйнятті інформації про війну. Розповсюджені такі номінативні одиниці як *mission, operation, military intervention, military action* (більш нейтральне), *clashes, conflict: British MPs back Libya mission* [17:22.03.11]. Підмінюючи конкретні номінації має медіа знімають гостроту й екстраординарність ситуації, вуалюють проблемні ділянки суспільного життя [7:46]. Таким чином, західні ЗМІ вдаються до маніпулятивної тактики перенесення в межах стратегії ухиляння від істини.

Образний опис подій, що формує в свідомості читача яскраві картини, є особливо ефективним із залученням базових почуттів,

наприклад, страху. Яскравий приклад – опис жахів війни, коли окремі деталі кривавих подій подаються з художньою майстерністю, що виходить за межі традиційного публіцистичного стилю. Стаття, розміщена на веб-сайті видання *The Guardian*, описує поточний стан подій у країні і має таку назву: *Libyan rebels encounter fierce fighting and 'dirty tricks' from Gaddafi's troops* [15:28.03.11]. Прикметник, який вживається у дескриптивній функції, має яскраве емоційне забарвлення, і більше підходить для вживання в текстах художнього стилю. Це також стосується словосполучення *dirty tricks*, яке настільки очевидно суперечить загальноприйнятим нормам викладу матеріалу у серйозних мас медійних виданнях, що його взято у лапки.

У першому абзаці статті описується, в чому саме полягає “брудна хитрість”, після чого окремим абзацом подано таке речення: *Several of the rebels were wounded, including one whose left arm was hanging by a string of flesh*. Жахаюча образність викликає сильні негативні емоції, за рахунок чого формується негативне ставлення до лівійців, що беруть участь у воєнних діях на боці Муамара Каддафі.

В останньому абзаці статті автор цитує слова одного з повстанців: *Gaddafi will be gone before the end of the week. We thank Sarkozy and Cameron for getting rid of him. Their friends in Libya will always remember them.* Слова подяки й згадка про дружбу апелюють до притаманного людині бажання належати до єдності інших індивідуумів, тобто адресат залучається до “свого кола”. В такий спосіб реалізується тактика інклюзивності в межах стратегії групової ідентифікації.

В цілому, заголовок статті, перший та останній абзаци, де використовуються маніпулятивні стратегії, метою яких є формування негативного ставлення до Муамара Каддафі та позитивного ставлення до втручання коаліційних сил у повстання у Лівії, є прикладом застосування стратегії структурування за принципом релевантності. Завдяки особливості людського мозку краще запам’ятовувати початок і кінець повідомлення, відомий як *bathtub effect*, автор статті робить акцент на позитивному боці втручання коаліції.



У подібний спосіб побудовано й іншу статтю під назвою *Gaddafi will retake Misrata in days without Nato help, say rebels* [15:18.04.11]. Заголовок статті закликає сили НАТО рішуче втрутитися найближчим часом, перший абзац статті підтримує цю думку: *Forces loyal to Muammar Gaddafi could retake Misrata within days unless Nato steps up its military intervention to assist the besieged rebels, according to an opposition spokesman inside the shell-battered city*. Власне текст статті містить жахливі описи життя повстанців та мирних жителів у місті: *Some of those who have managed to flee described terror and wretched conditions in the city. “In Misrata, people are just waiting for their time to die.”* Останній абзац знову повертається до початку статті: *The rebel opposition felt “disappointed and let down by Nato”*. Отже, стратегія структурування за принципом релевантності посідає досить вагоме місце серед інших стратегій маніпуляції свідомістю завдяки її схематичному характеру й відносній простоті вживання.

Однією з найдієвіших тактик маніпуляції свідомістю є тактика повторення, яку дослідники називають методом несумлінної пропаганди [8:240]. Вона широко застосовується англомовними мас медіа в контексті військових дій в Лівії, повторюючи інформацію про те, що перемога повстанців і коаліційних сил неминуча, і це лише питання часу. Так, у статті, розміщеній у виданні *The Guardian*, ця думка повторюється декілька разів у різних частинах тексту: 1) *The surge in the number of attacks on targets in Tripoli, which follows the incorporation of attack helicopters into Nato’s mission at the weekend, is a clear attempt to end the military stalemate on the ground and hasten Gaddafi’s exit.* 2) *But the rebels, described as “bastards” in Gaddafi’s television broadcast, are making very slow progress towards Tripoli, where the regime still has a tight grip on the population.* 3) *The US president, Barack Obama, said on Tuesday that the operation was progressing well, and that it was “just a matter of time before Gaddafi goes”* [15:8.06.11]. Схожим чином прийом повторення цієї інформації використовується й іншими виданнями: *Merkel told reporters: “Gaddafi needs to step down and he will step down.”* [18:7.06.11]; *WASHINGTON – Opposition forces in Libya have made gains in the east and west and Moammar Gadhafi’s regime is weakening, Leon Panetta said Thursday, telling senators that the rebel leaders could maintain*

*continuity in the country if the current rulers are ousted [13:9.06.11]; Nuland and other officials accompanying Clinton to Abu Dhabi said the time had come to look at the next phase of the Libya situation – what replaces the despotic Gadhafi regime [14:9.06.11].* В останньому прикладі використовується дейктичний елемент, що зсуває фокус сприйняття з поточної ситуації, яка склалася не на користь коаліції, на можливе майбутнє, яке у статті замальовується у “рожевих кольорах”. Статус мовців, чії слова цитують видання, надає висловлюванню додаткової ваги, що посилює маніпулятивний ефект. Причина вживання прийому повторення, що є складовою стратегії викривлення інформації, полягає в тому, що повторення впливає на підсвідоме адресата, який не усвідомлює цього факту. При цьому чим частіше використовується цей прийом стосовно конкретної інформації, яка навіюється адресату, тим сильніше вона викарбовується в його підсвідомому.

Частина західних мас медіа намагається подати події в Лівії як такі, які матимуть позитивні наслідки для світової спільноти найближчим часом. З цією метою використовується стратегія викривлення інформації. Наприклад, видання *The Washington Post* у статті під назвою *US, allies look to, plan for post-Gadhafi era in Libya* подає наступну інформацію: *The officials, including U.S. Secretary of State Hillary Rodham Clinton, hope to boost support for the Libyan opposition, which has been seeking broad international recognition and financial support with mixed results* [13:9.06.11]. У статті не розкривається зміст висловлювання, що міститься наприкінці речення. Фактично серед 28 країн-союзників, які є членами НАТО, станом на початок червня лише 14 підтримували ведення військових дій на території Лівії й готові були забезпечити їхню фінансову підтримку [9].

Значна кількість західних видань регулярно наголошує на тому, що кількість жертв бомбардувань у Лівії, що проводяться військовими НАТО, не можна перевірити, тому цифри, які подають офіційні представники уряду Каддафі, однозначно є перебільшенням. Наприклад, у статті видання *The Wall Street Journal* наводяться такі дані: *Libya’s government says more than 700 civilians have been killed and more than 4,000 wounded in NATO airstrikes. But officials haven’t shown foreign reporters in Tripoli evidence of large*

*numbers of civilian casualties* [19:7.06.11]. Маніпуляція цифрами, що стосуються кількості жертв військових операцій, є типовою при освітленні таких подій. Числа є знаковою системою, що справляє надзвичайне враження як на свідомість, так і на уяву. Магія числа полягає в тому, що воно, на відміну від слова, чи метафори, має авторитет точності й неупередженості [10:451]. Завдяки наведенню конкретних чисел формується відповідне сприйняття читачем масштабу операції та її наслідків. У випадку подій у Лівії слід зазначити, що удари з повітря завдаються лише авіаційними силами НАТО, в той час як армія Каддафі не має змоги відповісти на них в адекватний спосіб. Зрозуміло, що кількість жертв ударів з повітря серед населення Лівії (військових та цивільних) не підлягає порівнянню з кількістю жертв наземних сутичок. Щоб відвернути увагу адресата від цього факту західні мас медіа й вдаються до маніпулятивної тактики применшення, спростовуючи будь-які кількісні дані щодо загиблих внаслідок бомбардувань. Такий підхід цілком узгоджується з результатами досліджень сучасними лінгвістами комунікативних стратегій, які стверджують, що при зображенні військових США найуживанішою є конвенція, що реалізується узгодженням та виправданням дій американських військових, виходом із існуючої конфліктної ситуації. [11:225], тобто фактично військові НАТО не визнають той факт, що повітряні удари по Лівії завдають значної шкоди цивільному населенню та будівлям. Тактика применшення реалізується в межах стратегії викривлення інформації, що підкреслюється також назвою даної статті: *Libya's PR Efforts Are Falling Short*. Використання лексеми *PR* у даному випадку робить будь-які заяви щодо кількості жертв серед лівійців несерйозними, бутафорськими, такими, що сприймаються як черговий трюк спеціалістів з піару.

Після смерті Каддафі англомовні мас медіа підсумовують результати подій в Лівії, порівнюючи їх з іншими військовими операціями, в яких США брали участь протягом останніх років. У статті, присвяченій цій темі, критикується політика попередників Барака Обама й звеличується його підхід: *We are witnessing an evolution in the American way of war* [15:21.10.11]. Тактика інклюзивності, що наскрізно використовується автором у тексті статті, забезпечує згоду адресата, в той час як лексема *evolution*



підкреслює позитивний розвиток американського способу ведення військових дій. В такий спосіб автор статті намагається вселити думку, що участь Сполучених Штатів у війні є не тільки звичною справою, але й їхнім обов'язком для забезпечення демократії у світі. Інші видання висловлюють подібну думку: *But with Colonel Qaddafi joining the lengthening list of tyrants and terrorists dispatched during the Obama presidency, even critics conceded a success for Mr. Obama's approach to war — one that relies on collective, rather than unilateral, action; on surgical strikes rather than massive troop deployments [20:20.10.11].* Вживання лексем *tyrants* й *terrorists* забезпечують підтримку адресата щодо необхідності боротьби з ними, а надання негативної думки, яка заперечується, закріплюють ефект впливу.

Військові дії в Лівії безперечно викликають асоціації з подіями в Іраку. Іракську кампанію навряд чи можна назвати успішною з точки зору її сприйняття громадськістю, оскільки незважаючи на масштабну мас медійну пропаганду необхідності й виправданості військового вторгнення в Ірак, в кінцевому рахунку ставлення до подій в Іраку було переважним чином негативним. Цього разу ЗМІ з більшою обережністю представляють події в Лівії. На відміну від військових дій в Іраку, які висвітлювалися переважною більшістю мас медіа з позиції життєвої необхідності для західного світу покласти край тиранії в Іраку та знайти зброю масового знищення, події в Лівії та місце західних країн в цих подіях висвітлюються з різних позицій, що стає предметом обговорення [12]. ЗМІ відкрито визнають, що на даному етапі іде інформаційна війна.

Отже, для успішного впровадження маніпулятивних стратегій і тактик західними мас медіа у питанні подій в Лівії маніпуляція повинна бути тонкою й ледь помітною, а прийоми, які використовуються для впливу на свідомість читача, повинні бути максимально дієвими. Аналіз матеріалів, присвячених цій темі, показав, що ЗМІ послуговуються так би мовити глобальними, всеохоплюючими стратегіями, щоб досягти максимального ефекту. Таким чином, маніпуляції в першу чергу здійснюються на структурному рівні тексту, тобто залучається заголовок й підзаголовок через їх імплікативний потенціал й здатність формувати перше враження до нових перипетій у Лівії. Власне тексти статей відрізняються загальною спрямованістю до

оптимістичного представлення подій, зсувом фокусу в бік майбутнього, яке представляється виключно у вирашному світлі. В текстах статей переважає використання стратегії викривлення інформації з відповідним набором тактик, оскільки дана стратегія є найбільш всеосяжною.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Боярко Г. В. ЗМІ: Засіб подання інформації чи маніпуляції? / Г. В. Боярко, Г. П. Проценко // Мовні і концептуальні картини світу / відп. ред. Олександр Іванович Чередниченко. – К.: Видав. Дім Дмитра Бураго, 2009. – Вип. 26, ч. 1. – С. 129–133.
2. Rozina G. The Use of Language in Political Rhetoric: Linguistic Manipulation / Gunta Rozina, Indra Karapetjana // SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyal Bilimler Dergisi. – May 2009. – P. 111–122.
3. Шевченко Н. В. Основы лингвистики текста / Н. В. Шевченко. – Саратов: Изд-во Саратовск. пед. ин-та, 2000. – 156 с.
4. Лазарева Э. А. Заголовок в газете / Э. А. Лазарева. – Свердловск: Изд-во Уральск. ун-та, 1989. – 84 с.
5. Матковська М. Категорії “своє – чуже” та “ми – вони” в англomовному політичному дискурсі / М. Матковська // Наукові записки. – Серія: “Філологічні науки”. – 2010. – Вип. 89 (5). – С. 202–206.
6. Longman Dictionary of Contemporary English fifth edition DVD-ROM [Електронний ресурс] / Pearson Education Limited. – 2009. – [5-th ed.]. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. – Назва з контейнера.
7. Быкова О. Н. Опыт классификации приёмов речевого манипулирования в текстах СМИ / О. Н. Быкова // Речевое общение: Вестник Российской риторической ассоциации. – Красноярск. гос. ун-т, 2000. – Вып. 1 (9). – С. 42–53.
8. Лебон Г. Психология народов и масс / Г. Лебон. – СПб.: “Макет”, 1995. – 316 с.
9. Генсек НАТО призывает союзников активнее поддерживать операцию в Ливии [Електронний ресурс] / Война и мир. – Режим доступу: <http://www.warandpeace.ru/ru/news/view/58764>.
10. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием / С. Кара-Мурза – М.: ЭКСМО-Пресс, 2002. – 833 с.
11. Лисичкіна І. О. Відтворення іміджу військових при перекладі (на матеріалі інтернет-повідомлень про військових США та України) / І. О. Лисичкіна // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики / відп. ред. Ніна Миколаївна Корбозерова. – К.: Логос, 2009. – Вип. 15. – С. 231–238.
12. Greenslade R. Where do newspapers stand on the no-fly zone? [Електронний ресурс] / Roy Greenslade // Greenslade Blog. – Режим доступу: <http://www.guardian.co.uk/media/greenslade/2011/mar/21/national-newspapers-libya>.

## ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

13. The Washington Post [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.washingtonpost.com](http://www.washingtonpost.com).
14. The USA Today [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.usatoday.com](http://www.usatoday.com).
15. The Guardian [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.guardian.co.uk](http://www.guardian.co.uk).
16. The Washington Times [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.washingtontimes.com](http://www.washingtontimes.com).
17. Euronews [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.euronews.net](http://www.euronews.net).
18. Reuters [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.reuters.com](http://www.reuters.com).
19. The Wall Street Journal [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://europe.wsj.com/home-page>.
20. The New York Times [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com).