

Корнійчук Ю.Р.,

Національний університет “Острозька академія”

МАНІПУЛЯТИВНИЙ ВПЛИВ У ПОЛІТИЧНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ

Зміна наукової парадигми наприкінці ХХ – на початку ХХІ століття спричинила розширення кола мовознавчих досліджень. Зокрема явище маніпулятивного впливу на свідомість людини до-недавна вивчалось переважно у сфері психології (С. І. Бернштейн, Р. Р. Гаріфуллін, Г. В. Грачев, Є. Л. Доценко, В. М. Панкратов, К. Провант) та політології (Е. Я. Баталов, Дж. Ванкін, Р. Гудін, С. Кроссен, К. Плешаков, Г. Г. Почепцов) [4:6].

Інтерес лінгвістів до феномена маніпуляції зумовлений тим, що маніпулятивний вплив здійснюється за допомогою природної мови. Елементи аналізу маніпуляції з позицій власне вербальних засобів можна знайти в дослідженнях вже у 80-х років минулого століття, де автори торкалися маніпулятивних аспектів номінації (Д. Болінджер, Х. Вайнріх). Сьогодні більшість науковців погоджуються, що найбільш характерною рисою маніпуляції є відношення до партнера по взаємодії не як до особистості, а як до об'єкта або специфічного засобу, за допомогою якого досягаються приховані цілі маніпулятора, реалізуються його інтереси та задовольняються власні потреби без врахування інтересів, волі та бажань людини, яка виступає об'єктом маніпуляцій. Так Б.Н. Бессонов під маніпуляцією розуміє “форму духовного впливу, прихованого панування, яке реалізується насильницьким шляхом”, Р. Гудін акцентує увагу на “прихованому застосуванні влади врозріз з бажаннями іншого”, а Г. Шиллер визначає маніпуляцію як “прихований примус, програмування думок, почуттів, відносин,

поведінки”. Ще однією характеристикою маніпуляції є той факт, що у об’єкта маніпулювання залишається ілюзія самостійності у прийнятті рішень та дій. У зв’язку з прихованим характером маніпулятивного процесу виділяють три джерела інформації про її існування: позиція об’єкта маніпулятивного впливу, маніпулятора та зовнішнього спостерігача [1:3].

М.Р. Бітянова визначає маніпуляцію як гру на особливостях людської природи та людських слабкостях, які забезпечують “комунікативну сліпоту” реципієнта, роблять його пасивно-слухняним у визнанні правоти комунікатора. У структурі маніпуляції особистістю виділяють “цілі впливу” – слабкості, психологічні структури, на які впливає маніпулятор. Чим ширша аудиторія, тим універсальнішими повинні бути використовувані цілі. До них належать гордість, прагнення насолоди, комфорту, бажання мати сімейний затишок, успішна кар’єра, слава та стереотипи. Більш прогресивні способи маніпуляції пропонують попереднє виготовлення поглядів та бажань, закріплення їх у свідомості мас або в уявленні однієї конкретної людини для того, щоб потім можна було на них посилатися [1:5:6].

Для ефективного маніпулятивного впливу через засоби масової інформації автори політичних дискурсів використовують різні стратегії та тактики. Стратегія та тактика – це планування мовленнєвої діяльності, підбір принципів, способів та прийомів, які зможуть забезпечити досягнення мети. Стратегія – це максимально узагальнений тип планування. В політичному дискурсі стратегія орієнтована на зміну політичних поглядів адресата, на зміну його ставлення до тих чи інших подій, явищ та людей. Стратегію завжди обирають залежно від мети та існуючої ситуації. Тактика – це використання конкретних мовних засобів для здійснення маніпуляції.

Лінгвістичні механізми маніпуляції реалізуються за допомогою функціонально-семантичних категорій кількості (тактики гіперболізації та применшення), модальності (стратегія модифікації іллокутивної сили висловлювань), оцінки (стратегії ухиляння від істини й викривлення інформації) та дейксису (стратегія групової ідентифікації).

Перша стратегія маніпулятивного впливу на читача – стратегія ухиляння від істини – включає у себе таку тактику, як “навішування ярликів” (name calling, labelling). Специфіка цієї тактики полягає у тому, що автор дискурсу використовує лексику, яка має негативну конотацію та викликає негативні емоції в адресата,

для позначення певного явища, людини або ідеї. Такі негативні емоції викликають негативні асоціації з усією поданою у дискурсі інформацією. Цю тактику активно використовували англomовні політичні дискурси на позначення образу судочинства та розгляду судових справ та винесення вироків у Росії на прикладі суду над М. Ходорковським.

Інша стратегія маніпулятивного впливу через ЗМІ включає в себе тактики повторення, перебільшення або применшення, спростування та перекручення понять. Так, досить успішно було перекручено поняття “верховенства закону” у Російській Федерації за допомогою тактики перекручення понять, таким чином піддаючи жорсткій критиці дії Володимира Путіна:

“These events demonstrated beyond doubt that, under Mr Putin, opposition was not acceptable, the rule of law meant the law of the ruler and the Kremlin would keep a firm grip on Russia’s energy resources. (The Economist 02.04.09) / Всі ці події, поза будь-якими сумнівами, продемонстрували, що Путін не сприймає будь-яку опозицію, що верховенство закону означає закон правителя, і що Кремль і надалі утримуватиме повний контроль над енергоресурсами Росії”.

Тактика повторення має на меті переконання у правдивості твердження. З часом така повторюваність призводить до стереотипного бачення та сприйняття певного типу реакції. Так, у майже всіх англomовних виданнях можна зустріти інформацію про те, що Дмитрій Медведєв є лише ще одним пішаком у грі Володимира Путіна. Постійне повторення цієї точки зору призвело до появи нового стереотипу: всі заяви та рішення Медведєва не мають жодної ваги, якщо вони не узгоджені з Путіним.

Стратегія імунізації висловлювань також використовує маніпулятивну тактику посилення на авторитети. Мета цієї тактики – переконання адресата у правдивості оцінки адресанта за допомогою подання такої ж оцінки, але вже з боку шанованої та відомої особи. Людина, для якої вона є авторитетом, швидше погодиться з такою думкою, ніж з думкою невідомого журналіста. Також за допомогою цієї тактики журналіст може подати різку оцінку фактам, використавши слова відомої людини як “прикриття”. Таким чином журналіст позбавляє себе відповідальності за надруковане, адже так він буде просто цитувати чужі слова. В залежності від мети можуть подаватися думки людини, яка має позитивний або ж і негативний образ у суспільстві.

Тактику гіперболізації часто застосовують разом з тактикою

повторення для відвернення уваги від реальних проблем або для надання їм більшої ваги. Головна мета тактики – викликати незадоволення у суспільстві та загострити сприйняття подій. На сьогоднішній день стала актуальною тема майбутнього використання ядерної зброї Іраном проти мирних жителів планети. Тому журналісти повсякчас намагаються нагадувати про цю проблему. Так, навіть у статті про конфлікт між Ізраїлем та Сектором Гази, та про спроби Ірану надати матеріальну допомогу піднімається питання про ядерну зброю.

Окремої уваги заслуговує метафора, як один з найпоширеніших та найефективніших лінгвістичних засобів. Такі сучасні дослідники когнітивної лінгвістики, як Н.Д. Арутюнова, А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов, Е.С. Кубрякова, А.П. Чудінов, розглядають метафору як базову розумову операцію, як спосіб пізнання, структурування, оцінки та пояснення світу. Людина використовує метафори не тільки для вираження власних думок, а й мислить метафорами, пізнає за допомогою метафор світ, в якому вона живе, і також метафори використовуються в процесі комунікативної діяльності для того, щоб змінити мовну картину світу в свідомості адресата [3:6].

Використання паралінгвістичних засобів ґрунтується на апеляції до образно-емоційної сфери свідомості, воно підпорядковане певним маніпулятивним стратегіям і спрямоване на інтеракцію з вербальними засобами з метою посилення аргументативного впливу та перлокутивного ефекту. Різноманітні графічні засоби, кольори, сприяючи візуалізації тексту, збільшують психологічний вплив на адресата та здійснюють значний маніпулятивний вплив, перехоплюючи фокус уваги.

Отже, проаналізувавши різні техніки маніпулятивного впливу на здатність адресата оцінювати різні події, явища та вчинки людей, можна зробити висновок, що ця галузь науки постійно розвивається та удосконалюється. Не завжди можна одразу виявити та зрозуміти, що той чи інший дискурс містить у собі приховану мету – не тільки подати матеріал, але й переконати у його правдивості. Маніпулятивні стратегії рідко застосовують окремо, найчастіше у одній статті можуть синтезуватися декілька. На сьогоднішній день політичний дискурс та політична мова розвиваються дуже швидко, тому кожного року з’являються не тільки нові слова, вирази, але й розроблюються нові стратегії подання цих лексичних одиниць та використання їх у створенні того чи іншого образу.

Література

1. Битянова М.Р. Социальная психология: наука, практика и образ мыслей. Учеб. пособие. – М.: Изд-во “ЭКСМО-Пресс”, 2001. – 576 с.
2. Демьянков В.З. Интерпретация политического дискурса в СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: Учебное пособие / Отв. ред. М.Н. Володина. М.: Изд-во Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова, 2003. – С.116-133.
3. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: Феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко . – М.: ЧеРо, Юрайт, 2000 – 342 с.
4. Дмитрук О.В. Маніпулятивні стратегії в сучасній англомовній комунікації: автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.04 / О.В. Дмитрук; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. – К., 2006. – 19 с.
5. Михальская А.К. Язык СМИ как манипулирующая система / А.К. Михальская // Язык СМИ как объект междисциплинарных исследований. – Сб. тезисов конференции. – М., МГУ, 2001.
6. Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. I (Глава 1-2) / А.П. Чудинов. – Екатеринбург, 2003. – 248 с.