

ДО ПИТАННЯ МАНІПУЛЯЦІЇ СУСПІЛЬНОЮ СВІДОМІСТЮ У ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ
ЗМІ

Стаття присвячується такому явищу як "політичний дискурс ЗМІ", який являє собою комунікативну область накладення політичного дискурсу та дискурсу ЗМІ. Політичний дискурс ЗМІ володіє маніпулятивною функцією, тобто можливістю ціленаправлено управляти думками та відносинами аудиторії. Передумовами для маніпулювання суспільною свідомістю є: його мета і завдання, соціокультурний контекст, передача інформації.

Політика – одна зі сфер суспільного життя, з якою стикаються щодня. Боротьба за владу залишається основною темою цієї сфери спілкування. Нею цікавляться як професійні політики, журналісти та політологи, так і широкі маси населення. Політика відноситься до особливого типу спілкування, для якого характерна висока ступінь маніпулювання свідомістю громадян.

Останнім часом все більшого поширення набуває політична лінгвістика. Вона займається вивченням політичної сфери комунікації, розглядає засоби і способи боротьби за політичну владу в процесі комунікативного впливу на політичну свідомість громадян [1: 88]. Вивчення політичної лінгвістики допомагає краще розібратися в процесах, які відбуваються у сучасному світі, а також виявити прихований намір текстів ЗМІ, способи та засоби маніпуляції суспільною свідомістю. Саме цим викликаний інтерес до вивчення цієї проблеми, що й становить актуальність даної роботи.

Мета – вивчення маніпулятивного впливу політичного дискурсу ЗМІ. У межах даної мети виокремлено такі завдання: визначити, що являє собою поняття "дискурс"; розмежувати поняття "політичний дискурс" і "політичний дискурс ЗМІ"; з'ясувати суть поняття "маніпуляція"; визначити маніпулятивний вплив політичного масмедійного дискурсу на політичну свідомість громадян.

Дискурсом займалися і продовжують займатися чимало вітчизняних та зарубіжних лінгвістів: Ф. Р. Анкерсміт, Н. Д. Арутюнова, А. Н. Баранов, Р. Барт, Р. М. Блакар, Ж. Бодрийяр, Т. В. ван Дейк, Ж. Дерріда, Е. Г. Казакевич, Ю. Н. Караулов, К. І. Кубрякова, Л. Марен, П. Рікер, Я. Торфінг, Н. Феркло, М. Фуко, А. П. Чудінов, О. І. Шейгал та багато інших. Значна увага приділялася і масмедійному дискурсу (дискурсу ЗМІ). Масмедійний дискурс і дискурс ЗМІ будемо вважати синонімічними поняттями. Отже, ним займалися: О. О. Анісімова, Т. Г. Добросклонська, Є. Л. Доценко, І. В. Жуков, П. Б. Паршин, Г. А. Шишков, Р. Якобсон та ін.

Загалом дискурс – одне із найскладніших понять, яке піддається чіткому визначенню в напрямі сучасних гуманітарних досліджень. Це – мовлення, яке розглядається як ціленаправлений соціальний вплив [2: 136]. Як зазначає О. І. Шейгал, "мова як абстрактна знакова система реально існує у вигляді дискурсу, точніше дискурсів... Спілкування завжди відбувається у визначеній формі людської діяльності, у визначеному соціальному просторі" [3: 15]. Тому дослідники зосереджують увагу на різних видах дискурсу – медійному, економічному, науковому, художньому, публіцистичному та ін. Для нас важливим є вивчення дискурсу ЗМІ.

Політична комунікація переважно опосередкована дискурсом ЗМІ. Мас-медійний дискурс – дискурс, у межах якого використовуються тексти, створені журналістами та які поширюються за допомогою преси, радіо, телебачення, Інтернету. У дискурсі мас-медіа журналісти виступають як посередники між політиками-професіоналами й масовою аудиторією непрофесіоналів. Оскільки населення відсторонене від уряду та не може безпосередньо спостерігати за процесом прийняття рішень, журналісти виступають у ролі "переповідачів" [4: 104] про політику й політиків та, власне, формують суспільну думку. Можливість взаємозв'язку між владою та громадянами держави досягається саме завдяки ЗМІ, які виконують функцію консолідації громадськості й виступають фактором суспільного розвитку. Отже, ЗМІ – єдиний засіб спілкування політиків і людей.

Потрібно розмежувати поняття "політичного дискурсу" та "політичного дискурсу ЗМІ". Ці два види дискурсу, маючи спільну сферу інтересів – політику, не є ідентичними поняттями. Наприклад, виступ політика на конференції, засіданні, круглому столі – політичний дискурс. Його ж трансляція по телебаченню, радіо чи на сторінках газет і журналів – це політичний дискурс мас-медіа. Текст закону належить до політичного дискурсу, а новинне повідомлення про його прийняття – до політичного дискурсу ЗМІ. Таким чином, політичний дискурс ЗМІ виникає на перетині політичного дискурсу та дискурсу ЗМІ [5: 28].

Пропонуємо робоче визначення: політичний дискурс ЗМІ – складне комунікативне явище, яке має на меті боротьбу за владу за допомогою формування громадської думки, включаючи текст як вербалізований

результат мовлення, контекст – ситуативний, соціокультурний і прагматичний, а також спеціальні мовні засоби, які відповідають цілям та завданням дискурсу.

Значні можливості маніпулятивного впливу на політичну свідомість громадян знаходять своє втілення в засобах масової комунікації. Слово "маніпуляція" походить від латинського *manus* – рука. Оксфордський словник англійської мови трактує "маніпуляцію" як "акт впливу на людей або управління ними зі спритністю". Виданий у 1969 р. в Нью-Йорку "Сучасний словник соціології" подає таке визначення маніпуляції: "вид застосування влади, при якому людина, яка нею володіє, впливає на поведінку інших, не розкриваючи поведінку, яку вона приховує" [6: 11]. Маніпуляція, за С. Г. Кара-Мурзою, – специфічний, прихований вид духовного, мовного, психологічного впливу, мета якого – проникнення до психологічних структур особистості людини" [6: 56]. Під маніпуляцією розумітимемо програмування суспільних думок, настроїв і навіть психічного стану, щоб забезпечити поведінку, вигідну маніпуляторам, надати повідомленню бажаного змісту. Основними ознаками маніпуляції є такі: духовний, психологічний вплив, а не фізичне насилля чи загроза насиллю; прихований вплив, факт якого не повинен бути помітним об'єкту маніпулювання; вплив, який потребує значної майстерності й знань.

Маніпуляція – це частина технології влади [6: 13]. Маніпулятивний потенціал політичного мас-медійного дискурсу зумовлено, передусім, інтенціональною установкою цього виду дискурсу. Його мета – влада: її завоювання, реалізація, збереження. Завдання політичного дискурсу ЗМІ – впливати на формування громадської думки, тобто викликати в громадян необхідні політично правильні рішення або оцінки дій певних політиків [7: 104]. Р. Блакар вважає, що "виразитися нейтрально неможливо, оскільки навіть неформальна розмова передбачає здійснення влади". Досягнення мети та завдання забезпечується тим, що політичний дискурс ЗМІ – комунікативне явище, а будь-яке спілкування – це ціленаправлений вплив [1: 88]. Виходячи з того, що будь-яка діяльність, у тому числі інформаційна, ціленаправлена, будь-яка інформація впливає на аудиторію з певною метою. ЗМІ направлені на формування думки читача (глядача, слухача) у визначеному інституційно-заданому напрямі. Отже, політичний дискурс ЗМІ володіє здатністю впливати й може маніпулювати суспільною думкою в інтересах маніпулятора.

Усе, що проникло в канали масової комунікації, здійснює вплив на розвиток людської свідомості. Маніпуляція "не лише спонукає людину робити те, чого хочуть інші, вона змушує її хотіти це робити" [6: 13]. У результаті сучасна людина не може ухилитися від впливу ЗМІ. Люди переважно не розуміють і не сприймають того, про що їм сповіщають ЗМІ, вони не мають навичок раціонально сприймати й аналізувати повідомлення, не прагнуть цього та навіть інтуїтивно намагаються цьому протидіяти. Говорячи про вплив ЗМІ, можемо з цілковитою впевненістю стверджувати про маніпуляцію, тобто той вплив, що приховується. С. Акімкін висловлює таку думку: "все життя людини будується на маніпулюванні, питання лише про його місце та межі. Ми всі "із задоволенням маніпулюємо іншими, але ображаємось, коли маніпулюють нами" [8]. Якщо ми хочемо жити в суспільстві, яким можна легко маніпулювати завдяки ЗМІ, то потрібно лише вдосконалювати механізми маніпулювання. Якщо ж ні – намагатися протистояти їм і подавати правдиву інформацію.

Політичний дискурс ЗМІ належить до сфери визначеного соціального впливу, забезпечуючи політичні інтереси деяких соціальних груп, несучи певне ідеологічне навантаження. Він відображає погляди, переконання, ціннісні орієнтації визначеної соціальної групи, тобто володіє ідеологією як основним переконанням якої-небудь групи. Ідеологія як передумова маніпулятивності політичного дискурсу ЗМІ пов'язана з тим, що ЗМІ сьогодні є "інструментом ідеології, а не інформації". Ідеології неможливо уникнути в політичному дискурсі ЗМІ. Таким чином, соціально-культурний контекст політичного дискурсу ЗМІ дає змогу реалізувати маніпулятивну спрямованість цього виду дискурсу. Цей контекст включає орієнтацію на масову аудиторію, що є не лише передумовою маніпуляції, а її необхідною умовою. Аудиторія політичного дискурсу ЗМІ належить певній культурі. Текст цього виду дискурсу є культурним продуктом. Згідно з роздумом А. Моля, "засоби масової комунікації фактично контролюють всю нашу культуру, пропускаючи її через свої фільтри, виокремлюючи деякі елементи із суцільної маси, надаючи перевагу одним, залишаючи в тіні інші" [6: 231-232].

Політичний дискурс ЗМІ володіє таким ресурсом управління знаннями суспільства про світ, як інформація. Сучасне суспільство настільки тісно пов'язане з інформацією, що його називають інформаційним. Передача інформації – це не констатація фактів об'єктивної реальності, а їх інтерпретація, тобто перенесення в інформаційну реальність. Інформація формує наші думки, структурує наш досвід і визначає наші погляди на навколишній світ. Політичний дискурс ЗМІ впливає на свідомість громадян, інформуючи. Таким чином, інформація в політичному дискурсі ЗМІ – це інтерпретація фактів, що не може бути об'єктивною. Інформація, яку збирають, аналізують та переробляють конкретні люди для потреб окремих груп її споживачів, не може бути абсолютно об'єктивною. Реципієнт завжди отримує інтерпретацію інформації, як би не був підкреслений її об'єктивний характер. Цей факт визнають і самі журналісти, які нерідко застосовують парадокс: "Правда буває різною". Людський фактор відіграє важливу роль у будь-якому виді дискурсу. Дискурс – явище антропоцентричне, воно відображає світ суб'єктивно, тобто той, хто говорить, "присвоює" мовлення.

Очевидно, що до поля зору людини потрапляє переважно те, що реально або ж потенційно може становити загрозу для неї, а також те, що може стати їй у пригоді. Ця інформація в наш бурхливий час розвитку хай-технологій транслюється, передусім, через ЗМІ. Той факт, що ЗМІ часто нехтують висвітленням тих чи інших фактів, аж ніяк не сприяє їхній популярності, а невиконання функцій у політичній системі призводить до перекручення й спотворення інформації, її цілей та цінностей. Taxis підкреслює той факт, що ЗМІ мають бути вільними від утручання представників уряду, політичних партій або окремих кандидатів під час підготовки програм [9: 11]. У зв'язку з тим, що суб'єкт політичного дискурсу ЗМІ, який відображає деякі інтереси й має визначені цілі та завдання, інтерпретує дійсність у тексті, цей вид дискурсу відрізняється суб'єктивністю. Вищезазначене сприяє маніпулюванню інформацією щодо адресата.

Об'єктивна можливість впливу влади на політичну свідомість суспільства виникає завдяки створенню інформаційного, часто інтерактивного зв'язку між окремим ЗМІ та реципієнтом. Виникає закономірна потреба дозувати інформацію залежно від аудиторії, а також для встановлення зворотного зв'язку.

Отже, політичний дискурс ЗМІ є самостійним комунікативним явищем, утвореним у сфері перехрещення політичного дискурсу та дискурсу ЗМІ. Усе вищесказане свідчить, що політична комунікація не може бути звільнена від маніпуляції, хоча робилися спроби звільнити політичну сферу від такого впливу. Політичний дискурс ЗМІ володіє всіма можливостями для управління думками й відносинами аудиторії в необхідному для суб'єкта руслі. Поява будь-якої теми в пресі обумовлена, передусім, інтересами правлячих еліт, яким корисна визначена орієнтація суспільної думки та свідомості. Ці факти свідчать на користь маніпулятивної функції дискурсу ЗМІ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Блакар Р. М. Язык как инструмент социальной власти / Р. М. Блакар // Языки моделирования социального воздействия. – М., 1987. – 410 с.
2. Лингвистический энциклопедический словарь / [под. ред. В. Н. Ярцевой]. – М. : Большая Российская энциклопедия, 2002. – 683 с.
3. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – М. : "Гнозис", 2003. – 326 с.
4. Цуладзе А. М. Политические манипуляции, или покорение толпы. – М. : Книжный дом "Университет", 1999. – 144 с.
5. Леонтьев А. А. Общение и речевое общение / А. А. Леонтьев ; [под. ред. А. А. Леонтьева] // Психолингвистические проблемы массовой коммуникации. – М., 1975. – 135 с.
6. Кара-Мурза С. Г. Краткий курс манипуляции сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – М. : Издательство Эксмо, 2003. – 288 с.
7. Bayley P. Live oratory in the television age : The language of formal speeches / P. Bayley // G. Ragazzini. – Cooperativa Libreria Universitaria Editrice Bologna, 1985. – 330 p
8. Массовая коммуникация в формировании современного социокультурного пространства // Социологические исследования. – 2000. – № 7. – С. 70–84.
9. Засоби масової інформації і вибори. – Taxis, 1995. – 208 с.

Матеріал надійшов до редакції 01.04. 2011 р.

Лойко В. В. К вопросу манипулирования общественным сознанием в политическом дискурсе СМИ.

Статья посвящена такому явлению как "политический дискурс СМИ", который представляет собой коммуникативную область наложения политического дискурса и дискурса СМИ. Политический дискурс СМИ обладает манипулятивным потенциалом, т.е. возможностью целенаправленно управлять мнениями и отношениями аудитории. Предпосылками для манипуляции общественным сознанием являются особенности данного вида дискурса: его цель и задача, социокультурный контекст, передача информации.

Loiko V. V. To the Question of Public Consciousness Manipulation in the Political Media Discourse.

The article is devoted to the phenomenon of "political media discourse" which presents a combination of a communicative sphere of political discourse and media. Political media discourse is marked by the manipulative potential, i.e. it purposefully directs audience's opinions and attitudes. Some peculiarities of the discourse under study serve as prerequisites for the social consciousness manipulation: the aim and task of the discourse, its social and cultural context, information transmission.