

Е. П. Соколова

ПРИМЕНЕНИЕ МАНИПУЛЯТИВНЫХ ПРИЕМОВ РОССИЙСКИМИ МАССМЕДИА В ПРОЦЕССЕ СОЗДАНИЯ ОБРАЗА МУАММАРА КАДДАФИ

E. P. Sokolova

THE USE OF MANIPULATIVE TECHNIQUE IN THE PROCESS OF CREATION THE IMAGE OF MUAMMAR GADDAFI BY THE RUSSIAN MASS MEDIA

На основе анализа публикаций ведущих российских информационных агентств «Интерфакс» и «РИА Новости» за период с 15 февраля 2011 года (появление первых сообщений о волнениях в Ливии) до 1 мая 2011 года (углубление кризиса, продолжение гражданской войны) автор выявил манипулятивные приемы, используемые журналистами при создании образа Муаммара Каддафи.

Ключевые слова: *манипулятивные приемы, образ политического деятеля, масс-медиа, образ врага, информационные агентства.*

On the basis of the analysis of the publications of central Russian news agencies “Interfax” and “RIA Novosti” over a period from February 15, 2011 (the first news about riots in Libya) till May 1, 2011 (exacerbation of the crisis, continuation of civil war) the author reveals manipulative techniques used by the journalists in creation the image of Muammar Gaddafi.

Keywords: *manipulative techniques, the image of a political figure, mass media, enemy image, news agencies.*

Говоря о медиаобразе политического деятеля, мы предполагаем, что образ действительности, будучи каждодневно обновляемым, благодаря массмедиа становится фиксируемым, «запечатленным образом», упорядоченным в информационных картинах дня, недели, месяца, года, десятилетия. Средства массовой информации как «действующие метафоры» (М. Маклюэн) или «современные мифы» (Р. Барт) становятся своеобразными маскировщиками идеологии, обеспечивая символическое единство социальной среды. Этот символический ряд (социально обусловленных символов), сплетающий, по мнению К. Гирца, «паутину значений» современной действительности, «призван скреплять общество, объединять рассыпающуюся фрагментарность социального бытия в целостный конструкт упорядоченной повседневности»¹.

Справедливо отмечает политический исследователь Д. М. Дурдин: «образ не является совокупностью рациональных суждений; это преимущественно иррациональное отражение представлений, ощущений, оценок, ассоциаций в широком смысле, которое, подобно ауре, обволакивает все предметы сознания и несет на себе яркий отпечаток субъективного восприятия действительности»².

Актуально будет отметить и доклад Владимира Миронова (Институт политики, Москва) «Диктатура СМИ и проблема освобождения»³. Автор, говоря о символическом «захвате реальности» со стороны СМИ, делает вывод, что в условиях власти медиаобраз над реальностью оказывается невозможным

поставить вопрос об «освобождении» индивида. Различные телевизионные жанры — от рекламы и сериалов до новостей — целиком поглощают внимание человека, заранее восполняя все его недостатки и потребности, еще до того, как они успеют возникнуть.

«В настоящее время уже не вызывает сомнений, что у населения складываются определенные «образы» и игроков политической сцены»⁴. Медиаобраз, в свою очередь, можно назвать виртуальным имиджем политика.

Размышляя о технологиях формирования медийного образа необходимо учитывать тот факт, что массмедиа не просто формируют образ действительности, но и отражают уже существующие в общественном сознании ценности. Происходит ситуация ценностного узнавания — когда информация пробуждает в восприятии потребителя комплекс сформированных представлений (закрепляет его или разрушает), резонируя с социальными архетипами сознания»⁵.

В своей работе «Как нами манипулируют» известный исследователь массмедиа И.М. Дзялошинский говорит о нескольких технологиях воздействия на аудиторию, имеющихся в арсенале СМИ. Особо автор выделяет следующие технологии:

- «технологии информационного насилия (угрозы, шантаж, накачка информационным шумом и т. п.);
- технологии духовного насилия (внушение, гипноз, нейролингвистическое программирование, психологические войны);

- убеждающие технологии;
- манипулятивные технологии;
- диалогические технологии»⁶.

Е. Л. Доценко дает следующее определение манипуляции: «Манипуляция — это вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями»⁷.

Особенно энергично используются манипулятивные технологии при создании образа врага.

Зачастую в политической сфере конкретное указание на врага не дается, а приводятся различные факты, аргументы таким образом, что общественность сама делает вывод о том, что данный политический субъект является врагом, кроме этого для создания образа врага часто употребляются различные метафоры и иносказания.

Враждебность в своем развитии может проходить несколько стадий: от одностороннего недружественного акта, до двусторонней полномасштабной вражды; от минутного негативного восприятия, до многовековой ненависти. Традиционно «образ врага», формируется на основе недоброжелательных, неприязненных (враждебных) отношений и/или действий. «Историческая память, стереотипы любого сложившегося социума позволяют людям сохранять и передавать из поколения в поколение ранее сформированные «образы врагов» и механизмы их идентификации»⁸. Поэтому, когда перед социальной общностью возникает та или иная опасность, общественное сознание проецирует соответствующий ситуации стереотип «образа врага», и на его основе в общественном сознании формируется новый «образ врага».

«Образ врага» может формироваться на реальных или мнимых основаниях и представлять собой реальный или мнимый процесс.

По мнению Г. И. Козырева, формирующийся «образ врага» должен отвечать определенным требованиям (потребностям) воспринимающих: «удовлетворять (инструментальные) потребности, например, содержать информацию о реальной или мнимой угрозе, о возможном ходе развития событий; выполнять оценочные функции соответственно существующим в социуме традициям, представлениям, ценностям, мировоззрению; содержать познавательную информацию о количественных и качественных характеристиках «врага»; способствовать внутренней консолидации воспринимающих»⁹.

«Образу врага» вне зависимости от его объективных характеристик часто приписываются определенные черты, отвечающие «требованиям» инициатора создания такого образа. Враг всегда наделяется негативными свойствами и качествами, враг всегда ассоциируется со злом, агрессией, коварством и ненавистью. Негативные эмоции по отношению к врагу могут варьироваться в зависимости от того, кто предстает в «образе врага» — какая-либо организация, нация, этнос, группировка, страна или же отдельная персона.

Ярким примером использования этих технологий может послужить формирование в медиапро-

странстве России образа Муаммара Каддафи в ходе гражданской войны в Ливии.

Официальная версия этих событий выглядит примерно так. В ходе столкновений между сторонниками М. Каддафи и его противниками, был создан Переходный национальный совет (ПНС), который объявил себя законной властью в стране. На стороне ПНС в конфликт вмешалось НАТО после соответствующей резолюции Совета безопасности ООН. В конце августа при поддержке Североатлантического альянса силы ПНС взяли столицу страны, Триполи. Этот орган власти признали легитимным более 60 государств мира, включая Российскую Федерацию. 20 октября в 2011г. был убит сам М. Каддафи. Это произошло во время боев в городе Сирт — «малой родине» бывшего главы государства¹⁰.

31 октября 2011 года НАТО завершает военную операцию в Ливии. Генеральный секретарь НАТО Андерс Фог Расмуссен заявил, что операция Северо-Атлантического альянса в Ливии была одной из самых успешных в истории НАТО¹¹.

Едва начавшись, ливийский кризис вышел за региональные рамки. Россия, в свою очередь, не продемонстрировала, единодушия в принятии решения по сложившейся ситуации. Президент и премьер-министр разошлись во мнениях, что создало, на наш взгляд, благоприятную почву для политических манипуляций. И в центре этих манипуляций, на наш взгляд, оказался образ Муаммара Каддафи — с одной стороны как страшного диктатора современности, и самобытного правителя — с другой.

«Можно по-разному относиться к происходящему в Ливии и вокруг нее, но тому, кто понимает сущность информационных операций очевидно: любые события подобного рода для внешнего мира выступают как результат войны интерпретаций. И неважно, осознает это внешний мир, или не осознает. Как правило, если и осознает, то потом. Профессионалам же в этой области понятно: кто присвоил себе право на интерпретацию, кто дал имя происходящему, которое стало его официальным именем, тот и выиграл войну интерпретаций. И в результате получил шанс выиграть войну горячую. Поскольку в предложенной им системе смыслов именно он ведет войну справедливую»¹².

Мы рассмотрели публикации национальных информационных агентств, занимающих в рейтинге цитируемости в СМИ первых два места (РИА «Новости» и «Интерфакс») за период с 15 февраля 2011 года (появление первых сообщений о волнениях в Ливии) — 1 мая 2011 года (углубление кризиса, продолжение гражданской войны). Остановимся на методике эксперимента.

Анализируя материалы «РИА Новости» и «Интерфакс», мы предположили, что для создания медиаобраза Каддафи в российском Интернет-пространстве в рассматриваемый нами период использовались следующие приемы манипуляции:

- создание ментально-мифологических конструкций;
- контроль над информационными потоками (в частности метод «двустороннего открытого вентилля»);
- использование дезинформации.

Тип исследования (по В. А. Ядову) — описательный.

Метод исследования — анализ документов. Именно этот метод представляется нам наиболее релевантным по отношению к поставленным задачам, т. к. дает возможность констатировать наличие манипулятивных приемов в исследуемых документах.

Базой исследования стали ведущие национальные информационные агентства, занимающие в рейтинге цитируемости в СМИ первых два места. Например, «Интерфакс» продолжает удерживать лидирующие позиции по цитируемости в ведущих зарубежных и российских СМИ среди информационных агентств России. Таковы результаты исследования по итогам первого полугодия 2011 года, полученные на основе анализа публикаций, имеющихся в крупнейшей мировых базах международных СМИ Factiva (31 000 ведущих новостных и бизнес-источников) и LexisNexis (содержит данные из примерно 35 000 международных источников информации), а также базе данных СКАН (Система комплексного анализа новостей, содержит 3435 источников)¹³.

Выбор информационных агентств в качестве базы исследования обусловлен тем, что именно они являются поставщиками информации для СМИ. Именно они, при всей объективности, подают сообщение уже в определенном свете и в определенной тональности. Следовательно, интересно знать, какими приемами пользуются те, кто стоит ближе всего к источникам информации.

За исследуемый период на сайте информагентства «Интерфакс» в разделе «Политика» было опубликовано 48 материалов, так или иначе затрагивающих деятельность и саму личность М. Каддафи, на сайте РИА «Новости» в разделах «Политика» и «Политика и политики» — 82 материала, содержащих манипулятивные приемы.

Выяснилось, что регулярно используются при создании медиаобраза М. Каддафи следующие манипулятивные приемы: мифологизация образа (Дьявол), информационная заслонка, односторонний негативный вентиль, открытый вентиль, шоковая подача информации, воздействие на эмоциональный уровень субъекта, замена, выборочный подбор информации, фрагментации, отвращения, опережающее использование затруднительного вопроса или проблемы, прием объективного подхода, утечка секретной информации, сопоставление мнений экспертов. В исследовании мы основывались на типологии манипулятивных приемов, обозначенных И. М. Дзялошинским¹⁴ и С. Г. Кара-Мурза¹⁵.

Приведем некоторые примеры. Прием «Манипулирование рациональными аргументами»: ««Он (Каддафи) нормально жил и давал жить другим. Все у него просили помощи. Даже французский президент. И он помогал всем. А сейчас он стал никому не нужен. Неправильно это. Просто испугались Америки», — полагает Кадыров»¹⁶. Предоставляя аудитории собственное видение вопроса, автор публикации просто цитирует известного политического деятеля, который «просто рассуждает вслух». Так быстрее идет разрушение не угодной манипулятору точки зрения. Для этого используются соответству-

ющие аргументы, искажение информации, ложные трактовки и умалчивание о тех фактах, которые не выгоды манипулятору.

Прием «Использование слухов. Мифологизация»: «Французская газета Le Figaro предполагает, что лидер государства Муамара Каддафи находится на тщательно охраняемой бойцами элитных подразделений территории военной базы близ Триполи; на территории этой базы находится рабочий кабинет Каддафи. «Мебель в нем очень простая, а главное украшение — большая карта Африки. Из кабинета можно выйти в поросший травой двор, в котором пасутся две верблюдицы. Каддафи каждый день пьет их молоко. На другой стороне двора установлен шатер, в котором летом Каддафи принимает гостей», — отмечает Le Figaro. Издание сообщает, что, возможно, на территории базы есть сеть подземных бункеров. «Сам Каддафи под одеждой носит бронезилет. Его головной убор кажется очень твердым, так как под ним ливийский лидер носит каску из кевлара», — говорится в статье»¹⁷. Слухи прекрасно способствуют созданию негативного образа политического деятеля. Слухи выполняют двойственную функцию: объяснения ситуации и снятия эмоционального напряжения, испытываемого индивидом. На наш взгляд, массмедиа, используя данный прием и достигая эффективности, в то же время снимают с себя ответственность за достоверность информации.

Прием «Сопоставление мнений экспертов» активно использовался в апреле-мае 2011 года: ««Если это вмешательство произойдет, встает вопрос о том, как оно может произойти, будут ли те, кто его планирует сегодня, прежде всего наши англо-саксонские партнеры стремиться получить санкцию Совбеза или же это будут односторонние натовские мероприятия», — сказал Наумкин». «В свою очередь, руководитель Центра ближневосточных исследований Дипломатической академии МИД РФ, бывший посол СССР в Ливии Олег Пересыпкин считает, что в разрешение конфликта в Ливии должны вмешаться арабские государства»¹⁸. Весь секрет данного приема заключается в подборе экспертов в зависимости от их качеств и лояльности к данному масс-медиа.

Прием «односторонний негативный вентиль» был выявлен нами в 14 публикациях, например: «В Москве считают необходимым уход ливийского лидера Муамара Каддафи с политической арены. «Мы исходим из того, что даже если Каддафи удастся сейчас загнать ситуацию вглубь, он — живой политический труп, которому не место в современном цивилизованном мире», — заявил журналистам источник в Кремле. Отмечено также, что «применение военной силы в отношении своего народа неприемлемо». Источник подчеркнул, что президент РФ Дмитрий Медведев «с самого начала негативно воспринял нынешние действия властей Ливии»¹⁹. Прием «односторонний негативный вентиль» подразумевает выпуск в информационное поле только информации с негативной интерпретацией о событии или явлении.

В период с 1 мая 2011 года (углубление кризиса, продолжение гражданской войны) до 31 октября 2011 года (НАТО объявило о завершении военной

операции в Ливии) активно использовался прием «многозвенный селективный вентиль». Для него свойственна комбинированная подача информации. Прием объединяет все выявленные нами методы. Наиболее часто используется многослойная информация, включающая нейтральную информацию, блок позитивной информации, блок «объективистской» информации, в которую эпизодическим фрагментом входит заданная тенденциозная информация.

Проведенный нами анализ публикаций позволил не только выявить манипулятивные приемы, используемые российскими массмедиа в процессе создания образа Муаммара Каддафи, но и увидеть отсутствие четкой идеологической позиции в процессе освещения трагических событий в Ливии. Без этого, на наш взгляд, в общественном сознании формируется очень противоречивый образ бывшего ливийского лидера.

Примечания

1. Зубанова Л. Б. Действительность в суждениях медийных лидеров мнений // Социс. — 2009. — № 10. — С. 109.
2. Дурдин Д. М. Образ политического лидера и возможности его изменения // Полис. — 2000. — № 2. — С. 133—151.
3. Миронов В. Диктатура СМИ И проблема освобождения // Международная конференция «Современные медиа: теория, история, практика», Москва, РГГУ, 17—19 мая 2006 г. <http://magazines.russ.ru/nlo/2006/82/ga41-pr.html>
4. Соловьев А. И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации // Полис. — 2002. — № 3. — С. 5—18.
5. Зубанова Л. Б. Современное медиапространство: подходы к исследованию и принципы интерпретации // Вестник ЧГАКИ. — 2008. — № 2 (14). — С. 9.

6. Дзялошинский И. М. Как нами манипулируют [http://www.dzyalosh.ru/02-dostup/pravo/2004_87_88\(3-4\)/dzylochinskii.htm](http://www.dzyalosh.ru/02-dostup/pravo/2004_87_88(3-4)/dzylochinskii.htm)

7. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. — М.: ЧеРо; Изд-во МГУ, 1997. — С. 59.

8. Козырев Г. И. «Враг» и «образ врага» в общественных и политических отношениях // Социологические исследования. — 2008. — № 1. — С. 121.

9. Там же.

10. В Ливии бойцы ПНС организуют расправы над сторонниками убитого М. Каддафи. <http://www.rbc.ru/rbcfreenews.shtml?20111031002646.shtml>

11. НАТО завершает миссию в Ливии. http://www.bbc.co.uk/russian/international/2011/10/111030_nato_libya_ending.shtml

12. Гавра Д. П. Россия, Ливия и система глобальных смыслов // Федеральное агентство пропаганды и информации http://фапи.рф/analitika/publikacii/rossiya_liviya_i_sistema_globalnyh_smyslov/?Year=2011

13. Интерфакс — лидер по цитируемости <http://www.interfax.ru/society/txt.asp?id=199256>

14. Дзялошинский И. М., Дзялошинская М. И. Российские СМИ: как создается образ врага. Статьи разных лет. — М.: Московское бюро по правам человека Academia, 2007. — 168 с.

15. Кара-Мурза С. Г. Власть манипуляции. — М.: Академический проект, 2007. — 384 с.

16. Рамзан Кадыров: «Умаров не был воином» <http://www.interfax.ru/txt.asp?sec=1483&id=184278>

17. Защищать Ливию. Интерфакс, 25 февраля 2011 года. <http://interfax.ru/politics/txt.asp?id=179041>

18. Арабский мир способен сам нормализовать ситуацию в регионе — эксперты» <http://ria.ru/politics/20110302/341198997.html>

19. Кремль призывает Каддафи уйти <http://www.interfax.ru/politics/txt.asp?id=179484>

Поступила в редакцию 11 февраля 2012 г.

СОКОЛОВА Елена Павловна, кандидат политических наук, доцент, заведующий кафедрой массовой коммуникации, факультет журналистики, Южно-Уральский государственный университет. Докторант, факультет журналистики, Санкт-Петербургский государственный университет. Сфера научных интересов — масс-медиа в политическом процессе. E-mail: kmk_susu@mail.ru

SOKOLOVA Elena Pavlovna is a Candidate of Political Science, an associate professor, the head of the Department of Mass Communication, the Faculty of Journalism of South Ural State University. She is a postdoctoral student of the Faculty of Journalism of Saint Petersburg State University. Research interests: mass media in politics. E-mail: kmk_susu@mail.ru