

УДК 32.019.51

Ю.В. РОМАНЕНКО

КОМУНІКАТИВНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОПАГАНДИСТСЬКИХ КАМПАНІЙ В ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОМУ ПРОТИСТОЯННІ В ЛІВІЇ 2011 РОКУ

Романенко Юрій Вікторович – доктор соціологічних наук, професор кафедри міжнародних медіакомунікацій та комунікативних технологій, Інститут міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Статтю присвячено аналізу побудови та взаємозв'язку набору пропагандистських повідомлень (месиджів), використовуваних учасниками військового конфлікту у Лівії (2011 рік)

Ключові слова: пропаганда, військова пропаганда, Лівія, США, Каддафі, ЄС, НАТО, повідомлення, месидж, аудиторія.

Романенко Ю.В. Коммуникативные особенности пропагандистских кампаний в информационно-психологическом противостоянии в Ливии 2011 года

Статья посвящена анализу построения и взаимосвязей пропагандистских сообщений (месиджей), используемых участниками военного конфликта в Ливии (2011 год)

Ключевые слова: пропаганда, военная пропаганда, Ливия, США, Каддафи, ЕС, НАТО, сообщение, месидж, аудитория.

Romanenko Yu. V. Communicative peculiarities of propaganda companies in informationpsychological antagonism in Lebanon in 2011

The article is devoted to analyzing the build-up and mutual references of propaganda messages used by participants of military conflict in Lybia (2011)

Key words: propaganda, military propaganda, Lybia, USA, Gaddafi, EU, NATO, message, audience

Постановка проблеми. На сьогодні військові конфлікти міжнародного значення супроводжуються як ніколи інтенсивними інформаційно-пропагандистськими кампаніями. В світі, що стрімко глобалізується, військові кампанії все більше реалізуються через відповідні спеціальні інформаційні операції, котрі нерідко проводяться самими військовими. Про це свого часу сказав один із американських генералів, відзначивши, що американська армія не виграє війни, поки цього не показують по CNN.

У випадку війни в Лівії 2011 року про значну роль у ній символічного та інформаційного компоненту дуже чітко висловився Алі Адуллатфі Ахміда (Ali Adullatif Ahmida), політолог і експерт з лівійських справ із Університету Нової Англії (University of New England). Він зазначив, що неузгодженості між керівниками держав НАТО щодо Лівії чітко продемонстрували, що конфлікт у цій країні був «Символічною та інформаційною битвою» не менш ніж військовою [6, с.6].

Військова пропаганда також активно використовується для виправдання тих чи інших дій або сторін конфлікту, для соціо-культурної легітимації вторгнення в ту чи іншу країну, військових санкцій проти неї чи підтримку тих чи інших протидіюючих сторін. При цьому сторони, котрі напряму чи не напряму задіяні в конфлікті, використовують ряд повідомлень, спрямованих на такі аудиторії:

1. Внутрішні аудиторії (легітимація вторгнення, яка зреалізовується через послугоування стереотипами буденної свідомості).

2. Аудиторії зовнішні (легітимація підтримки, яка дозволяє остаточно деморалізувати супротивника шляхом посилення на широке коло

суб'єктів, котрі схвалюють ворожі щодо нього дії).

Метою дослідження є побудова концептуальної схеми комунікативних особливостей пропагандистських повідомлень, котрі застосовувались різними учасниками війни у Лівії: силами уряду Муаммара Каддафі, загонами антиурядових сил (Національно-визвольна Армія, НВА), коаліцією сил НАТО [7, с.3].

Завданнями статті, у зв'язку з вищезазначеним, є:

- визначення комунікативних особливостей ключових повідомлень, використовуваних силами уряду Муаммара Каддафі;
- визначення комунікативних особливостей ключових повідомлень, використовуваних загонами антиурядових сил;
- визначення комунікативних особливостей ключових повідомлень, використовуваних коаліцією сил НАТО.

Аналіз досліджень та публікацій, в яких започатковано розв'язання наукової проблеми. Аналіз пропагандистських кампаній, що розгортались навколо війни у Лівії, вівся значною кількістю дослідників та аналітичних центрів. Чимала кількість матеріалів, присвячених інформаційному протистоянню, вийшла також і в різних ЗМІ.

Слід відзначити, що значну увагу аналітики та представники ЗМІ приділили таким аспектам інформаційного протистояння в Лівії, як:

- Інформаційно-комунікаційні ресурси, котрі знаходились у розпорядженні сторін протистояння.
- Перебіг самого військового конфлікту та достовірність даних про військові маневри.

Водночас дехто із авторів звернув увагу саме на наповнення повідомлень стосовно війни в Лівії.

© Ю.В. Романенко, 2013

Так, наприклад, С. Чіверс із «Нью-Йорк Таймс» у своїй публікації звернув увагу на фальсифікації, до яких вдавались представники антиурядових сил для того, щоб спозиціонувати уряд Каддафі у вигідному для себе світлі [1, с. 3-4].

Значну увагу проблемі інформаційного протистояння приділив також дослідницький центр «The Voltaire Network». Матеріали цього центру вказують на високоінтенсивне інформаційне протистояння, котре велось учасниками конфлікту і дозволяють зрозуміти особливості ведення пропагандистської роботи країн НАТО та антиурядових загонів у Лівії. Особливо цікавою з точки зору аналізу особливостей пропагандистських месиджів стала частина досліджень The Voltaire Network, в котрій аналітики довели необгрунтованість звинувачень проти уряду Лівії, що лягли в основу рішення міжнародних організацій (ООН, НАТО) стосовно вторгнення в Лівію [4, с.3-4].

Потрібно одразу відзначити, що до завдань статті не входить перевірка відповідності дійсності тих чи інших пропагандистських матеріалів. Адже, за влучним висловом американського сенатора Хайрема Уоррена Джонсона (Hiram Warren Johnson), «першою супутньою жертвою війни стає правда» («The first casualty when war comes is truth»). Натомість автор статті фокусує дослідження на тому, якими були особливості створення повідомлень всіма сторонами інформаційного протистояння і чому пропагандистські повідомлення були оформлені саме тим чи іншим чином.

Виклад основного матеріалу. Аналізуючи комунікаційні особливості пропагандистських месиджів військового конфлікту в Лівії в 2011 році варто звернути увагу на комунікаційні завдання (та відповідні інтенційні програми) учасників конфлікту. Ще одним важливим елементом розуміння таких особливостей є аналіз аудиторій, на які було спрямовано комунікаційний вплив учасниками конфлікту.

Комунікаційні завдання антиурядових загонів, котрі ідентифікували себе як НОА (Національно-Визвольна Армія Лівії) були прямо пов'язані із ключовим і необхідним для них втручанням іноземних військових у конфлікт. На думку військових експертів, погано організовані, слабо підготовлені та обладнані бійці НВА не вистояли б проти потужної лівійської армії якби не втручання військ НАТО [10, с.3] [12, с.2-3].

Відтак, комунікаційні завдання НОА під час війни в Лівії були такими:

1. Забезпечити сприйняття НВА як громадян Лівії, котрі борються із тиранічним режимом.

2. Позиціонувати Муаммара Каддафі як лідера із тиранічним стилем правління, котрий масово вбиває громадян своєї країни заради підтримання власної влади.

3. Забезпечити неможливість будь-яких переговорів між силами коаліції Західних держав та урядом Каддафі.

4. Позиціонувати власні військові дії як дії у відповідь на розстріли мирних демонстрантів військовими уряду Каддафі

Комунікаційні завдання військової коаліції

НАТО в конфлікті з Лівією були такими:

1. Легітимізувати іноземне військове втручання в лівійський конфлікт як «Гуманітарне».

2. Позиціонувати Муаммара Каддафі як тиранічного лідера, котрий здійснює насилля над мирними жителями.

3. Уникнути ідентифікації своїх дій як військового втручання в справу незалежної держави

4. Позиціонувати антиурядові сили в Лівії як представників легітимного волевиявлення громадян країни.

Комунікативні завдання уряду Муаммара Каддафі були такі:

1. Позиціонувати себе як єдину легітимну владу в Лівії.

2. Заперечити звинувачення в рострілах мирного населення.

3. Позиціонувати антиурядові сили як найманців та заколотників, котрі виступають проти законної влади в Лівії.

4. Позиціонувати участь НАТО в конфлікті як інтервенцію в Лівію, а не гуманітарну операцію.

Як бачимо, всі сторони конфлікту використовували у своїй пропагандистській роботі прийом, котрий відомий у НЛП (нейролінгвістичному програмуванні) як рефреймінг - накладення на сприйняття тих чи інших подій перцептуальних рамок (фреймів). Особливістю застосування рефреймінгу в пропагандистській роботі є мультиплікація заданої пропагандистом перцептивно-світоглядної схеми через медійні інструменти. На думку визнаних експертів у сфері пропаганди у військових конфліктах та сторона, котрій вдалось нав'язати свою систему перцептуально-світоглядних фреймів цільовій аудиторії, отримує під час конфлікту стратегічну перевагу, котра виявляється у:

- деморалізації військ та прихильників противника, демобілізації частини із них;

- морально-психологічну підтримку для власних військ (чи військ союзних сил) та їх прихильників.

При цьому слід відзначити, що в процесі дослідження пропагандистських повідомлень та їх «упаковки» (рефреймінгу), автор дійшов до висновку, що значна частина аудиторії, на яку були спрямовані пропагандистські повідомлення, знаходилась поза межами безпосереднього здійснення конфлікту в Лівії. Йдеться про аудиторію жителів країн НАТО, військові сили якого брали участь у лівійському конфлікті, а також аудиторію журналістів мас-медіа країн ЄС та США.

Таким чином, протистояння у Лівії стало міжнародним не лише з точки зору участі в ньому військових із різних країн, але й з точки зору інформаційно-пропагандистського протистояння, інакшими словами - конфлікту Лівії був міжнародним інформаційно-пропагандистським конфліктом. Для того, щоб переконатись у такій особливості цього військового конфлікту, варто проаналізувати ключові повідомлення, використовувані в комунікаційно-пропагандистській роботі різних сторін конфлікту.

Основні повідомлення антиурядових сил у Лівії:

• Муаммар Каддафі віддав наказ про розстріл військами мирного протесту в м. Бенгазі.

• Урядові сили Лівії використовують у війні проти антиурядових сил найманців із інших країн Африки [17, с.5].

• Урядові війська організують масові зґвалтування в тих районах, котрі вони звільняли від антиурядових сил [4, с.2]

• Війська прихильні до уряду Муамара Каддафі бомбардують невійськові об'єкти і тероризують мирне населення [14, с.6].

• Військові урядової армії отримують препарат «Віагра» для стимулювання їх до злочинів (зґвалтувань) у районах, звільнених від антиурядових сил [4, с.2].

• Військове втручання іноземних/міжнародних структур необхідне антиурядовим силам задля того, щоб уникнути гуманітарної катастрофи і масового терору з боку прихильників Муаммара Каддафі [10, с.2]

Основні повідомлення представників НАТО відносно конфлікту в Лівії:

• Використання зброї урядовими військами Лівії проти мирних демонстрантів у Бенгазі [2].

• Дії Каддафі підпадають під класифікацію «Злочини проти миру» [2, с.3].

• Урядові війська організують масові зґвалтування в тих районах, котрі вони звільняли від антиурядових сил [4, с.4].

• Війська, прихильні до уряду Муаммара Каддафі, бомбардують невійськові об'єкти і тероризують мирне населення [2, с.3].

• Військове втручання в громадянську війну в Лівії є необхідним для того, щоб запобігти гуманітарній катастрофі [14, с.6].

• Військове втручання в події в Лівії санкціоноване Організацією Об'єднаних Націй [3, с.2].

• Військові з'єднання країн НАТО не беруть участі у наземних операціях в Лівії [5, с.3]

• Прихильники уряду Муаммара Каддафі користуються послугами найманців [17, с.2].

Основні повідомлення представників уряду Муаммара Каддафі відносно конфлікту в Лівії:

• Військова операція сил НАТО в Лівії є іноземною інтервенцією у внутрішньолівійській справі [15, с.4].

• Антиурядові сили використовують найманців для повалення уряду [13, с.1].

• Сили НАТО здійснюють бомбардування мирних районів Лівії [13].

• Уряд Муаммара Каддафі є урядом, підтримуваним більшістю громадян країни [13, с.1] [15, с.4].

• Антиурядовим військам таємно надають допомогу наземні з'єднання НАТО [2].

• Франція таємно постачає зброю та обладнання представникам антиурядових сил [4].

• Військовий конфлікт у Лівії - це боротьба за контролем над нафтовими ресурсами країни між іноземними загарбниками та лівійським урядом [4].

• Війна в Лівії є спровокованою ззовні іншими країнами в боротьбі за нафтові ресурси в Лівії [6, с.2]

Спрямованість даних пропагандистських повідомлень свідчить про те, що інформаційно-комунікаційний вплив учасників конфлікту був спрямований не лише на аудиторію, що розташовувалась безпосередньо в районі розгортання військових дій (тобто в самій Лівії). Значна частина цього впливу була спрямована на аудиторію, розташовану в країнах НАТО (Північна Америка та Європа).

Підтвердженням таких особливостей пропагандистського впливу слугують кілька фактів:

• Військовій кампанії в Лівії передувала «легітимація» її через ООН шляхом оприлюднення даних про буцімто розстріл мирної демонстрації [3, с.3] [4, с.9].

• Комунікаційні повідомлення про порушення прав людини (розстріл мирних демонстрацій та масові зґвалтування) ефективно діють лише на масову аудиторію в ЄС та США, тоді як в країнах Африки чи Близького Сходу вони не сприймаються як потужні месиджі. Проте такі пропагандистські повідомлення ефективно діють на громадян США та країн із сталими демократичними країнами, перш за все – країнами ЄС.

• Значна увага до гуманітарної шкоди від війни, що також спрямована на аудиторію розвинутих західних демократій.

Висновки. Аналіз комунікативних особливостей пропагандистських кампаній під час військового конфлікту в Лівії в 2011 році, здійснений за допомогою аналізу ключових повідомлень учасників конфлікту, дозволив вийти на ряд висновків стосовно характеру інформаційного протистояння під час цього конфлікту.

Комунікаційними особливостями пропагандистських кампаній стали:

• Використання мультиплексованих через засоби масової інформації фреймованих відповідно до інтересів тієї чи іншої сторони повідомлень.

• Орієнтація ключових повідомлень пропагандистів не тільки на внутрішньолівійську, але й на зарубіжну аудиторію, перш за все – аудиторію з країн розвинутої демократії, війська яких підтримали НВА (США та Європейські країни). Основні інформаційно-комунікаційні протистояння будувались учасниками пропагандистських кампаній навколо рефреймінгу та медійної мультиплікації таких ключових визначень:

• Легітимна влада в Лівії.

• Право лівійців на самовизначення.

• Гуманітарна допомога.

• Військове втручання, інтервенція.

• Гуманітарна катастрофа.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА:

1. Chivers C.J., Propaganda at the Heat of Lybian Battlefield // The New York Times, November 2, 2011
2. Thierry Meyssan, War Propaganda: Libya and the End of Western Illusions // Global Research, August 20, 2011 <http://www.globalresearch.ca/war-propaganda-libya-and-the-end-of-western-illusions/26084>
3. Libya: The propaganda war // Al Jazeera, <http://www.aljazeera.com/programmes/listening->

post/2011/03/20113121012263363.html

4. War propaganda: mass rapes in Libya, Voltaire Network, 13 June 2011, <http://www.voltairenet.org/article170429.html>
5. William Maclean, Libya foes in propaganda war, seeking rifts in each other's ranks. // Al Arabiya News Friday, 05 August 2011 <http://www.alarabiya.net/articles/2011/08/05/160998.html>
6. William Maclean, Propaganda may prove to be the most important battleground for Western forces seeking to protect Libyan civilians, Reuters <http://in.reuters.com/article/2011/03/23/idINIndia-55811120110323>
7. Uri Friedman, Comparing Propaganda in Libya: Qaddafi vs. the Rebels // The Atlantic Wire, Apr 11, 2011 <http://www.theatlanticwire.com/global/2011/04/comparing-libyan-propaganda-qaddafi-vs-rebels/36548/>
8. Umar Khan and Mary Fitzgerald, The mess we left behind in Lybia. // Foreign Policy http://www.foreignpolicy.com/articles/2012/12/19/the_mess_we_left_behind_in_Lybia
9. Mohamed Eljarh, Libya struggles to come to terms with the past, // Foreign Policy http://transitions.foreignpolicy.com/posts/2013/02/28/libya_struggles_to_come_to_terms_with_the_past
10. Libya: UK forces prepare after UN no-fly zone vote // BBC News, 18 March 2011 <http://www.bbc.co.uk/news/uk-politics-12770467>
11. Ian Black, Gaddafi-controlled media wages propaganda war // The Guardian, Thursday 17 March 2011, <http://www.guardian.co.uk/world/2011/mar/17/gaddafi-controlled-media-propaganda-war-libya>
12. Chris McGreal, Undisciplined Libyan rebels no match for Gaddafi's forces // The Guardian, Wednesday 30 March 2011, <http://www.guardian.co.uk/world/2011/mar/30/libyan-rebels-no-match-gaddafi>
13. Libya Resorts To Propaganda War Amidst Attack // <http://sizly.com/libya-resorts-to-propaganda-war-amidst-attack/854893/>
14. Duncan Cameron, The five principles driving war propaganda are in play in Libya By | March 22, 2011
15. Hanan Habibzai, The info-propaganda drives libyan coverage toward single focus // Veterans Today, <http://www.veteran-stoday.com/2011/07/25/libya-the-propaganda-war/>
16. Von Rohr, Mathieu (26 July 2011). «Tribal Rivalries Complicate Libyan War». Der Spiegel. Retrieved 26 July 2011.
17. Plasse, Stephanie (24 March 2011). «Libya: Gaddafi and His Mali-Chad Tuareg Mercenaries». Afrik News.

Стаття надійшла до редакції 12.04.2013