

МАНИПУЛЯТИВНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ВОЙН В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МИРЕ

Герловская Элеонора Олеговна

магистрант ИФЖиММК Южного федерального университета, РФ, г. Ростов-на-Дону

Гущина Людмила Викторовна

научный руководитель, кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и практики английского языка, ИФЖиММК Южного федерального университета РФ, г. Ростов-на-Дону

Начало XXI в. в современных социосистемах ознаменовано акцентированием информационно-коммуникативного компонента, ставшего одновременно своеобразной опорой и инструментом в решении ряда политических, экономических, военных, бизнес и прочих задач [3].

Учитывая и анализируя современные военно-политические конфликты, становится очевидным, что сегодня достижение стратегических целей проводится с использованием как традиционных (т.е. войн и вооруженных конфликтов), так и нетрадиционных способов ведения боевых действий, т.е. с помощью информационно-психологического оружия. И в этом случае такие психологические «боевые действия» и именуются информационной войной.

Периодом зарождения современных информационных войн можно считать 1976 г., когда информационное пространство вышло на новый технологический уровень, и в это время ученый-физик Т. Рона впервые заговорил об информационной войне [3]. Безусловно, и до появления современных информационных войн существовало искусство управления мыслями и поступками людей, развитое и используемое в качестве секретного оружия правителями древних цивилизаций Вавилона, Египта, Китая, Греции и Рима. Применяемые ими средства и приемы были направлены на подавление воли к сопротивлению, вызывали предательство или провоцировали панику среди населения вражеского народа.

Небезызвестный А. Гитлер также добился успехов в информационной войне, создав положительный образ нацистской Германии с помощью XI Олимпийских игр в 1936 г. и завоевав таким образом личную популярность [4].

Сегодня технология информационной войны разрабатывается и осваивается, прежде всего, развитыми странами, основной целью которых является установление контроля и его поддержание в течение длительного периода времени над важными процессами в политической, экономической, социальной, духовной и др. сферах жизни, происходящих в стране-противнике [4].

Чем же по сути является информационная война? С.В. Ткаченко трактует ее как «нашествие определенных идей, которые разрушают национальное самосознание целого народа» [4]. Согласившись с его точкой зрения, становится очевидным, что манипуляция представляет собой один из основных механизмов ведения современных информационных войн.

Как известно, речевая манипуляция является разновидностью речевого воздействия, а именно: скрытое психологическое, при мастерском исполнении которого у манипулируемого появляются намерения, не совпадающие с его оригинальными желаниями [1].

Манипулирование сознанием людей осуществляется посредством использования определенных стратегий и тактик, которые совершают целенаправленное преобразование информации или влияние на субъективную сферу реципиента.

Так, О.Л. Михалева выделяет три стратегии речевой манипуляции, характерные, на наш взгляд, для любого вида манипуляции: 1) стратегия на понижение; 2) стратегия на повышение; 3) стратегия нейтральности. Реализации каждой из перечисленных стратегий соответствует определенный набор манипулятивных тактик [2].

1. Стратегия на понижение по своей сути представляет собой анализ – «минус», основанный на скрытом выражении отрицательного отношения к описываемому объекту, ситуации и пр., реализуясь в современном англоязычном политическом дискурсе в основном при помощи **тактики негативной оценки**.

Используя **тактику негативной оценки**, манипулятор приписывает конкретному лицу вину за какое-либо действие, представляет человека, его действия, качества или поступки в неблагоприятном свете. Однако обвинения предъявляются на основании собственных представлений манипулятора о норме, морально-этических установках. Например: *"MS. HARF: We have conveyed our serious concerns over this action directly to Turkish authorities, both from here and on the ground. Obviously, we support freedom of expression in Turkey and everywhere else. We oppose any action to encroach on the right to free speech, and continue to urge directly the Turkish Government to unblock its citizens' access to Twitter and ensure free access to all social media platforms –"* (Daily Press Briefing, 2014). Как известно, правительство Турции приняло решение заблокировать пользование «Твитером» в своей стране. В данном примере мы видим, что М. Харф негативно оценивает данное решение турецкого правительства, комментируя это тем, что все граждане Турции и вообще всех стран должны иметь свободу слова.

2. Стратегия на повышение включает в себя анализ – «плюс» и реализуется в основном за счет тактик **мнимой любезности** и **поддержки от авторитетного лица**.

В рамках стратегии на повышение коммуникативная тактика **мнимой любезности** предполагает положительную оценку адресантом качеств реципиента или «дружеское» сообщение ему той или иной «секретной» информации. Так, манипулятор как бы советует по-дружески принять какое-либо решение, тем самым склоняя адресата к конкретному варианту решения, необходимому в первую очередь самому манипулятору (Агапова, Агапова, Гущина, 2014, 27). Например: *"MS. PSAKI: Hi, everyone. Well, welcome everybody visiting in the back, great to have you here in the briefing room. I don't have anything at the top. So Matt and your lovely scarf, let's go to what's on your minds. QUESTION: Thank you. And the people of New Zealand appreciate it as well"* (Daily Press Briefing, 2014).

В данном примере Дж. Псаки положительно оценила внешний вид репортера, используя эпитет (*lovely scarf*), благодаря которому она сделала комплимент, касающийся его шарфа. Тем самым манипулятор, прикрываясь мнимой любезностью, готов создать теплую «дружескую» атмосферу, в которой склонить реципиента к мнению, выгодному ему, будет гораздо проще.

В манипулятивной тактике поддержки **авторитетным лицом**, манипулятор ссылается на имеющуюся у него авторитетную поддержку. Например: *"MS. PSAKI: Well, that's one component of what we're working on. It's – we're exploring ways to make progress in all of the areas. We're not saying one is acceptable. We're continuing to work on all of them"* (Daily Press Briefing, 2014). Так, мы наблюдаем ссылку на авторитетное лицо, т.е. Соединенные Штаты Америки, это навязывает мысль, что только США могут оказать помощь Украине в разрешении ситуации, происходящей на их территории.

3. Стратегия нейтральности реализуется в речи рядом коммуникативных тактик, таких как: *утаивание информации, повтор информации, обилие информации, информация, поданная мелкими порциями, уход в сторону* (реализуемый за счет перебивания или ухода мысли).

Тактика утаивания информации реализуется посредством намеренного замалчивания определенных тем. Разновидностями указанной коммуникативной тактики следует считать **частичное освещение** или **избирательную подачу** материала, когда информация преподносится таким образом, что, на самом деле, присутствует исключительно видимость ее

передачи (Агапова, Агапова, Гущина, 2014, 27). Например: *“QUESTION: Right. So you don’t expect Turkey to adopt the same thing. MS. HARF: We expect countries around the world to uphold the basic fundamental human freedoms that include freedom of speech, freedom of expression, freedom to be able to choose your own future and say what you want and speak your mind, even if that speech is offensive to some people. Again, it doesn’t mean you have to say things that are offensive to prove you can. These are individual decisions for people and organizations to make”* (Daily Press Briefing, 2015).

В представленном выше примере создается только видимость ответа, так как в реплике М. Харф отсутствует информация, касающаяся именно Турции, но создается иллюзия ее передачи посредством ряда повторов (*freedom of speech, freedom of expression*).

Повтор информации (в виде **повторяемости фраз** или **навязывания мыслей**) имеет место тогда, когда манипулятор как бы приучает адресата к конкретной информации, которую намеревается навязать ему за счет частоты повторенных фраз.

Тактика повтора информации очевидна и в следующем примере: *“MS. HARF: We continue to provide support to governments in the region, including through intelligence sharing and are increasing our support for these efforts. The U.S. is committed to supporting the efforts of the multinational joint task force and we commend efforts by the African Union and the Lake Chad Basin Commission to bring together the MNJTF, and we will continue to work with our regional and international partners to make it an effective force”* (Daily Press Briefing, 2015). Здесь мы встречаем повтор однокоренных слов «*support / supporting*», за счет которого М. Харф убеждает оппонента в том, что Америка постоянно поддерживает Федеральную Республику Нигерии. Говорящий также прибегает к использованию кольцевого повтора фразы «*we continue*».

Манипулятивная тактика **обилия информации**, поданной в сыром или несистематизированном виде, позволяет заполнить речь бесполезной информацией, осложняющей адресату поиски смысла. Например: *“QUESTION: And what kind of additional steps you could take, you could take to response to the violence in Ukraine? I mean, you mentioned in your statement that you could – you would consider additional steps. What could – MS. HARF: Mm-hmm. Including possibly sanctions. I don’t have more details on what those sanctions might look like. But we will continue to consider additional steps, as I said, including sanctions, in response to the use of violence. We urge – continue to urge President Yanukovych and his government to protect the democratic rights of all Ukrainians, including the right to peaceful protest. And if we have to take additional steps, we will”* (Daily Press Briefing, 2014). В представленном выше примере представитель Госдепартамента США (М. Харф) повторяет одну и ту же мысль несколько раз, также используя эллиптические конструкции и повтор *“additional steps”*, «*including sanctions*», тем самым наполняя свой ответ ненужной, путающей информацией.

Манипулятивная тактика **увода в сторону** от темы может быть реализована средствами **перебивания** и / или **замалчивания**, когда манипулятор добивается своей цели постоянным перебиванием речи и мыслей адресата, фактически направляя и подстраивая темы беседы в необходимое манипулятору русло. Например: *“QUESTION: Okay. So you don’t know if you were informed in advance or if – MS. PSAKI: I don’t have any other details about it, other than what I just conveyed”* (Daily Press Briefing, 2015).

Рассмотрим еще один пример: *“MS. PSAKI: I was asked a similar question yesterday. QUESTION: I understand, but – MS. PSAKI: I don’t have anything new to add. Said”* (Daily Press Briefing, 2015).

В целом, из указанных примеров видно, что представитель Госдепартамента США Дж. Псаки не может сообщить конкретные детали информации, о которой она говорит. И потому она использует перебивы и ссылки на отсутствие дополнительной информации, чтобы уйти от ответа.

Таким образом, следует заключить, что в связи с ведением информационной войны манипуляция сознанием стала основным инструментом современной политики и СМИ, что делает необходимым изучать новые манипулятивные технологии и степень их влияния на

массовое сознание.

Список литературы:

1. Агапова С.Г., Агапова Е.А., Гущина Л.В. Манипуляция общественным сознанием в политическом дискурсе СМИ (на материале английского языка): учебное пособие. – Ростов-на-Дону: СКНЦ ВШ ЮФУ, 2014. – 88 с.
2. Михалева О.Л. Политический дискурс как сфера реализации манипулятивного воздействия: дис. ... канд. филол. наук. – Иркутск, 2004.
3. Почепцов Г.Г. Информационные войны. Новый инструмент политики. – Москва: Алгоритм, 2015. – 256 с.
4. Ткаченко С.В. Информационная война против России. – Санкт-Петербург: Питер, 2011. – 224 с.