

Лингвопсихологические операции в рамках информационных войн

Хусаинова Елена Юрьевна

Студент (магистр)

Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь, Россия

E-mail: tishina-lena@mail.ru

Развитие киберпространства, стремительный рост количества пользователей Web-ресурсов ставят под угрозу международные отношения в современном мире и выступают оружием еще более опасным, чем ядерное. Все чаще мы наблюдаем процесс создания стереотипов о той или иной стране, искажении событий, происходящих в мировом сообществе, виной тому операции, именуемые информационными войнами.

В современном обществе нет единого понятия для определения термина информационная война. В своей работе мы опираемся на данное определение: "Информационная война - действия, предпринятые для достижения информационного превосходства путем нанесения ущерба информации, процессам, основанным на информации, и информационным системам противника при одновременной защите собственной информации, процессов, основанных на информации, и информационных систем" [3].

США впервые задумались о защите информации, и в 1991 г. ввели в оборот термин "информационная война", таким образом, очевидно, что на современном этапе развития, ведущим государством в данной отрасли выступает Америка. Россия, в свою очередь, о возможности развития "военных действий" в информационной сфере задумалась значительно позже. Президент РФ подписал Доктрину информационной безопасности России, лишь в сентябре 2000 года.

Осуществление информационных манипуляций никогда не может обойтись без использования лингвопсихологических приемов воздействия на сознание человека. В современной лингвистике и смежных дисциплинах этот вопрос вызывает большой интерес в научном сообществе. В последние десятилетия XXв. особое внимание приковано к отрасли, так называемого, нейролингвистического программирования (НЛП), его приемов и методов, широко применяемых в политической сфере, средствах массовой информации, с целью речевого воздействия на сознание человека.

Существует большое количество способов манипуляции сознанием в рамках информационных войн, с помощью СМИ. Мы же, в своей работе, остановимся на психолингвистических операциях. Гитлер писал в «Mein Kampf»: «Силой, которая привела в движение большие исторические потоки в политической или религиозной области, было с незапамятных времен только волшебное могущество произнесенного слова. Большая масса людей всегда подчиняется могуществу слова» [2]. В настоящее время слово остается одним из наиболее эффективных методов воздействия на сознание.

Секретарь компартии Испании Хулио Ангита писал в начале 90-х годов: «Один известный политик сказал, что когда социальный класс использует язык тех, кто его угнетает, он становится угнетен окончательно. Язык не безобиден. Слова, когда их произносят, прямо указывают на то, что мы угнетены или что мы угнетатели». Так, например, понятия "руководитель" и "лидер" имеют в данном случае разную коннотацию, неслучайно пресса настойчиво стремится вывести из употребления термин "руководитель". Исторически данное слово возникло для характеристики индивида, олицетворяющего общественное волеизъявление. Понятие "лидер" возникло из философии конкуренции. Лидер предопределяет индивидуализм человека. Так, в Российской Федерации, средства массовой информации уже не употребят термин "руководитель". Здесь мы чаще всего услышим: лидер США

Барак Обама, лидер Франции Франсуа Оланд [2].

Данный принцип проявляется, например, в случае когда человек с русским менталитетом видит термины «биржевой делец» или «наемный убийца», в сознании всплывают целые синонимические ряды. Однако, если употребить понятия «брокер» или «киллер», человек воспримет лишь скудный, лишенный ярких ассоциаций смысл [2].

При освещении событий, относящихся к военным действиям, СМИ используют особые лингвистические методы манипуляции, с целью сформировать языковое сознание, так называемое, war-mentality. Такой языковой прием создает ошибочную установку, что «происходящие действия совершенно обыденны», военный конфликт — это ситуация, которую необходимо обсуждать, воспринимать обособленно, смотреть, как программу, по телевизору. Среди лингвистических способов воздействия важно отметить «милитаризацию» (употребление военной лексики), снижение стиля и тенденция к упрощению текста. Происходит увеличение частотных показателей применения обыденной лексики военной тематики, терминов (включая аббревиатуры) и жаргонизмов: бомбежка, зона АТО [1].

На усиление воздействия также влияет снижение эмоционально-стилевой окрашенности текста и создание иллюзий "доступности" (большое количество разговорных словосочетаний, лексики и жаргонизмов). Данный лингвистический метод позволяет адресату обойти чувство коммуникативного дискомфорта или в значительной степени снизить его. Из языка прессы исключаются все лексические единицы с отрицательной коннотацией (оружие массового уничтожения, война, осада), а взамен вводится нейтральная лексика (наведения порядка, конфликт и т. п.). Так, создается виртуальная дискурсивная реальность или «редуцированная» версия действительности, в контексте которой описываемые события (война) воспринимаются аудиторией иным образом [1].

Таким образом, для достижения информационной безопасности того или иного государства, необходимо функционирование целого института, занимающегося вопросами информационной безопасности страны. Именно это направление стало основным пунктом в новой редакции Военной доктрины РФ от 19 декабря 2014 г.

Источники и литература

- 1) Гронская Н.Э. Языковые механизмы манипулирования массовым политическим сознанием. — Нижегородский государственный лингвистический университет, 2003.
- 2) Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. — М.: Изд-во: Эксмо, 2005.
- 3) Толковый словарь по информационному обществу и новой экономике — М., 2007.