

Глотова Татьяна Александровна

канд. филол. наук, доцент

Кривова Олеся Геннадьевна

магистрант

ФГБОУ ВПО «Северо-Осетинский государственный
университет им. К.Л. Хетагурова»

г. Владикавказ, Республика Северная Осетия – Алания

**ИНФОРМАЦИОННАЯ ВОЙНА В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ КАК ФАКТОР ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПОЛИТИЧЕСКИЙ
ПРОЦЕСС (НА МАТЕРИАЛЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ВЕРСИИ НОВОСТЕЙ
ИНФОРМАЦИОННОГО АГЕНТСТВА УНИАН)**

***Аннотация:** в статье представлен анализ манипулятивных приемов пропаганды и дезинформации в заголовках веб-страниц информационного агентства УНИАН. Выявление характерных языковых средств манипуляции общественным мнением, их прагматического потенциала позволяют зафиксировать специфику восприятия и осмысления читателями современной политической ситуации между Россией и Украиной.*

***Ключевые слова:** информационная война, заголовки веб-страниц, образ России, негативная коннотация, техника манипуляции.*

Средства массовой информации (СМИ) играют неотъемлемую роль в политической жизни и развития общества, формируют в общественном сознании определённую политическую картину и влияют на выбор общества. Информация – важнейшее средство влияния на международную безопасность, поскольку способность управлять потоком событий и фактов позволяет достичь политических, социальных и военных целей. Однако современные СМИ нередко используются как способ влияния на общественное мнение, своеобразный механизм для формирования взглядов и идей, выгодных руководству страны. Это особенно актуально в период обострения социально-политических отношений между странами, когда действию властей необходима гражданская поддержка.

Известно, что межнациональные конфликты обычно сопровождаются «войнами» в СМИ. Важным дестабилизирующим фактором, равно как и средством воздействия на общественное сознание и формирование негативного отношения к происходящему, являются различные языковые ресурсы манипуляции [1]. Средства массовой информации дают представления о мире фактов, тем самым приравнивая факт к знанию о мире. В свою очередь, система повторяющихся образов и представлений приводит к усвоению этих представлений как показателей культуры и общества. Таким образом, информационная война осуществляется в средствах массовой информации с помощью различных средств, которые включают распространённые техники манипуляции, пропаганды, дезинформации, предполагающие особый подбор языковых средств для создания необходимого образа каких-то явлений, фигур, событий.

В наши дни Интернет занимает главенствующую позицию по скорости, организованности и циркуляции информационных потоков. В особенности сетевых текстов входят как компоненты печатной прессы – шрифт, вставки, нелинейность, фрагментарность, – так и присущие только веб-страницам ссылки по релевантности, возможности найти больше информации по обозреваемым вопросам и высказать свое мнение на соответствующих форумах. В этой связи заголовки статьи является первым сигналом, побуждающим читать страницу в её электронном или печатном оформлении. По заголовкам читатель ориентируется в содержании газеты. Специалисты отмечают, что заголовок статьи – это своего рода её реклама [3, с. 156], что «эмоционально-оценочная доминанта текста нередко задается уже его заголовком...» [2, с. 97]. Согласно исследованиям психологов, около 80% читателей уделяют внимание только газетным заголовкам. Заголовку приписывается текстообразующая функция, при этом он выступает в роли компонента текста, называет текст и дает о нем вводную, первоначальную информацию.

Заголовки веб-страниц, освещающие проблемы политики, несут особую смысловую нагрузку. Предполагается, что в газетном заголовке кратко выражается содержание материала без оценки автора, что свидетельствует о надёжности

информации. Однако любое вербальное изложение материала имеет цель сформировать определённые взгляды общества на представляемую ситуацию. Такое идеологическое моделирование практически незаметно для читателей и действует в скрытой форме через построение информации, использования языковых средств воздействия на сознание читателей.

В данной статье рассматривается реализация некоторых тактик информационной войны на примере заголовков веб-страниц электронной версии информационного агентства УНИАН [www.unian.net]. Это Украинское независимое информационное агентство новостей (сокращённо УНИАН, укр. *Українське Незалежне Інформаційне Агентство Новин*), работающее на информационном рынке Украины с 1993 года. УНИАН входит в медиахолдинг украинского олигарха И.В. Коломойского. Новости УНИАН выходят на украинском, русском и английском языках.

Анализ материала показал, что преобладают однонаправленные полноинформативные заголовки, соотнесенные с одним фактом – «Россия агрессор, оккупант, враг», отражающие и четко определяющие тему всего текста. По структурно-синтаксическому типу все заголовки можно разделить на простые повествовательные предложения с прямым порядком слов (*Порошенко напомнил России о расплате за оккупацию Крыма* – 18.03.16) и двухкомпонентные заголовки с указанием автора сообщения и последующей прямой речью (*Порошенко: Россия ко 2-ой годовщине аннексии Крыма устроила фестиваль цинизма и фальши* – 18.03.16; *Военный эксперт о милитаризации оккупированного Крыма: РФ хочет показать, что пришла на полуостров навсегда* – 27.04.16; *Порошенко: армия и дипломатия со временем заставят оккупантов убраться из Украины* – 27.03.16).

Согласно лексико-семантическому исследованию заголовков агентства УНИАН, если в начале конфликта упор делался на сами действия России («*Азовец*» *Краснов вместе с российскими спецслужбами планировали взорвать Раду* – 23.12.14; *Лидеры стран ЕС призвали Россию освободить незаконно заключенных*

украинцев – 18.03.14; В Европарламенте считают, что Минские договоренности смогли сдержать агрессию России – 19.04.15), то в последнее время информационная война против России приняла жесткий и даже агрессивный характер (МИД протестует против несогласованного с Украиной визита Путина в оккупированный Крым – 18.03.16; Глава СБУ назвал похожими идеологии «Исламского государства» и «русского мира» – 23.03.16; Великобритания призвала РФ вернуть Крым Украине – 24.03.16; Могерини назвала аннексию Крыма прямым вызовом международной безопасности – 17.04.16; Права человека не будут соблюдаться в Крыму, пока не будет изгнан оккупант – 22.03.16).

Предикаты с выраженной негативной коннотативной окраской представлены стилистически нейтральной и разговорной лексикой – «угрожать», «пропускать», «призвать». Наиболее распространённые лексемы – «агрессия», «оккупант», «аннексия», «враг», «вторжение» – употребляются для нагнетания обстановки на фоне отсутствия однозначного решения всего мирового сообщества по украинскому вопросу. В случае если в новостных статьях указывается альтернативная точка зрения по данному вопросу, заголовок всё равно строится по модели «Россия – враг, угроза, агрессор».

Примечательно использование в заголовках электронных страниц слов и сочетаний в несвойственных им значениях контекста, что служит быстрому привлечению внимания читателя к тексту статьи. При этом данные слова или сочетания обычно употребляются в кавычках (*Лавров сравнил кризис в Украине с «мощным генератором»: Пора его отключать – 27.04.16; В ЕС называют запрет Меджлиса «брутальным наступлением» на права крымских татар – 27.04.16; Саакашвили призывает СБУ и Порошенко «заинтересоваться» сепаратистами в Одессе – 26.04.16).*

Таким образом, заголовки веб-страниц информационной версии агентства УНИАН информируя читателей о российско-украинском конфликте, направленно формируют общественное мнение на создание негативного образа России, как страны-агрессора, врага и оккупанта, отвлекая при этом внимание мировой общественности от болезненных и ужасающих проблем внутри самой Украины.

Попытка России помочь Украине в разрешении затянувшегося кризиса между некогда братскими странами представлена как угроза мировому сообществу. Изложение информации УНИАН ориентирует на негативное восприятие действий России, в то время как в самой России взаимоотношения с Украиной рассматриваются лишь с мирных позиций, которые считаются приоритетными во внешней политике нашей страны.

Список литературы

1. Кульбаченко Н.А. Политическая коммуникация с позиции теории эсфемии и дисфемии: манипулирование сознанием и реальность (на материале газеты «Украинская правда») [Текст] / Н.А. Кульбаченко, Т.А. Глотова // Студенческая наука XXI века: Материалы V Междунар. студенч. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 18 мая 2015 г.) / Редкол.: О.Н. Широков [и др.]. – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2015. – 416 с.

2. Матвеева Т.В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий: синхронно-сопоставительный очерк [Текст]: Монография / Т.В. Матвеева. – Свердловск: Изд-во Урал. гос. ун-та, 1990. – 172 с.

3. Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации [Текст]: Монография / А.П. Чудинов. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. пед. ун-та, 2003. – 248 с.