



**ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ИНФОРМАЦИОННОГО  
ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ИНДИВИДУАЛЬНОЕ И КОЛЛЕКТИВНОЕ  
СОЗНАНИЕ**

**PRAGMALINGUISTIC MEANS OF THE INFORMATION INFLUENCE  
UPON THE INDIVIDUAL AND COLLECTIVE CONSCIOUSNESS**

УДК 81'33

**МУРАВЛЕВА Валерия Романовна**

**MURAVLEVA Valeriya Romanovna**

*Аннотация:* Статья посвящена рассмотрению основных объектов информационного воздействия в современных информационных войнах – индивидуального и коллективного сознания. Автор исследует прагматические основы подбора языковых единиц в воздействующих текстах.

**Ключевые слова:** манипуляция информацией, индивидуальное сознание, коллективное сознание, прагматика, информационная война.

**Abstract.** *The article dwells on the consideration of the main objects of informational impact in modern informational warfare – individual and collective consciousness. The author explores the pragmatic foundations of the selection of linguistic units in influencing texts.*

**Keywords:** *information manipulation, individual consciousness, collective consciousness, pragmatics, information warfare.*

Несмотря на то, что информационные войны – явление не новое, сегодня они приобрели совершенно особенный облик в виду неограниченных возможностей, определённых глобализационными процессами и информатизацией практически всех сфер деятельности человека, что определяет актуальность их более глубокого исследования.

Первые попытки теоретического обоснования информационного воздействия были предприняты ещё в древности: в «Искусстве войны» Сунь-цзы, древнеиндийском трактате «Артхашастра», «Диалогах» Платона, «Риторике» Аристотеля и других трудах. Позднее вопросы роли информации поднимались в «Искусстве убеждения» Паскаля и в работе А. Шопенгауэра «Эристика, или искусство побеждать в спорах».

В наши дни учёные различных направлений продолжают активно исследовать основы манипуляции информацией, однако, в виду наддисциплинарного характера информационных войн, их результаты сложно отнести к какой-то одной науке. Каждый подобный труд в обязательном порядке включает в себя политические, философские, лингвистические, психологические, социологические и многие другие аспекты изучаемого явления. В теории информационных войн наиболее известны работы таких авторов, как М. Либики, С. Манн, А.В. Манойло, И.Н. Панарин, Г.Г. Почепцов, С.П. Расторгуев, В.И. Цымбал и др.

Несмотря на активное применение средств информационного воздействия, до сих пор должным образом не исследованы их механизмы и возможные последствия. Следовательно, на сегодняшний день первостепенной задачей становится тщательное и разностороннее изучение такого явления современной действительности как «*информационная война*».

В настоящее время в литературе существует значительный разброс в терминологии, как в русской – информационно-психологическое противоборство, гибридно-информационная война, диффузная война, информационная интервенция, бихейвиористская интервенция, пропагандистская война, виртуальная революция, смысловая война, медиавойна и другие [3, С. 71], так и в английской – information operations, command and control warfare, psychological operations, information security, influence operations, electronic warfare, cybersecurity, public diplomacy, cyberespionage, cyberwar, hacker war, information economic warfare [4, P. 41; 4, P. 3].

В данной работе под «информационной войной» мы будем понимать «противоборство сторон, которое возникает из-за конфликта интересов и/или идеологий и осуществляется путем намеренного, прежде всего языкового, воздействия на сознание противника (народа, коллектива или отдельной личности) для его когнитивного подавления и/или подчинения для получения определенного преимущества в материальной и/или идеологической сфере, а также посредством использования мер информационно-психологической защиты от такого воздействия» [2, С. 34].

Для качественного противодействия информационным войнам в первую очередь необходимо определить основы их эффективности. Информационное воздействие может быть направлено на две основных категории:

1. индивидуальное сознание (психологические, когнитивные, аксиологические и др. аспекты);

2. коллективное сознание (кризис доверия институтам власти, кризис СМИ и др.).

При воздействии на индивидуальное сознание акторы информационных войн чаще всего руководствуются естественной ленью ума, проявляющейся в недостаточном критическом осмыслении получаемой информации. В быстротечной рутине современной реальности адресанты текстов СМИ не имеют возможности, а иногда и желания, лично проверять каждый факт действительности, представленный многочисленными изданиями. Кроме того, налицо и падение журналистских стандартов. При этом если раньше за достоверность информации отвечали сами журналисты, следуя своим профессиональным этическим нормам, то сегодня это – выбор читателя: верить или не верить. Данный факт является одним из проявлений феномена «кризиса СМИ», причинами которого, с одной стороны, стали высокая производственная и финансовая конкуренция, а с другой – быстрый рост социальных медиа, позволяющих высказываться всем, у кого есть доступ к сети Интернет [1].

Чаще всего аудитория верит в ту информацию, которая не противоречит их предположениям, политическим, религиозным или другим воззрениям, а также не задевает их чувства и соответствуют психо-эмоциональному состоянию, но при этом несёт в себе некую долю новизны. Согласно исследованию группы учёных (S. Vosoughi, D. Roy, S. Aral) так называемые «фейк-ньюз» распространяются значительно быстрее, чем достоверные новости, именно благодаря «эффекту внезапности» [6]. Новизна таких сообщений вызывает значительный интерес, т.к. сопровождается особыми средствами привлечения внимания: такие тексты всегда эмоционально окрашены, зачастую носят решительный оппозиционный настрой, играя на таких чувствах как страх, ненависть, зависть, несправедливость. При этом чаще всего отмечается тенденция, при которой чем больше эмоционально-выразительная компонента новостного текста, тем менее он информативен, а следовательно можно сделать вывод о том, что

цель подобных статей – именно информационно-психологическое воздействие.

Рассмотрим пример статьи из журнала Time «The Most Feared Man in Europe»: *Salvini grabbed the powerful job of Interior Minister, and is now responsible for Italy's policing, national security and immigration policies* [7, P. 36].

В данном предложении автор не ограничивается сообщением о назначении М. Сальвини, а подчёркивает влиятельность (*powerful*) этой должности и даёт косвенную характеристику политику, который смог выхватить (*grabbed*) данный пост, обойдя других кандидатов. Таким образом, наравне с информативной составляющей, журналист передаёт нам свою собственную (или же инициатора информационного воздействия) субъективную оценку, воздействующую на мнение читателя.

Главная цель адресанта текстов информационных войн – вложить необходимую идею в голову адресата, сделав это максимально незаметно для последнего. После того, как мысль оказывается в сознании человека, она автоматически приобретает статус его собственной и начинает, словно компьютерный вирус, «поражать остальные файлы системы».

Воздействие на коллективное сознание осуществляется уже после того, как в голове каждого индивида начала зреть представленная инициатором информационной войны идея, вызывающая активный психо-эмоциональный резонанс. Обращаясь к определенной группе людей, объединенных на основе общности интересов, социального или экономического положения или других факторов, автор текста апеллирует к проблемным вопросам именно данного сообщества.

*“We are working to re-establish the European spirit that has been betrayed by those who govern this union”* [7, P.36].

Автор высказывания косвенно определил людей, к которым обращается: это те, кто не согласен с действующим правительством, разрушившим «Европейский дух» («*European spirit*»). Отдельно следует

отметить, что, употребив личное местоимение «мы» («we»), говорящий объединил себя с данной группой, а значит, заявил о разделении их политических взглядов и своём недовольстве сложившейся обстановкой.

В случае, если автор убеждён в готовности аудитории к получению информации, последовательность воздействия на индивидуальное и коллективное сознание может сливаться воедино.

*For nearly two hours, a beer in one hand, he told the audience he would seize back control of their lives from the European Union's faceless bureaucrats [7, P. 36].*

Таким образом, информационные войны основаны на последовательном воздействии на индивидуальное, а затем коллективное сознание. Прагматингвистические средства манипуляции при этом отбираются автором текста в соответствии с потенциальной аудиторией и суггестивными целями.

#### ***ЛИТЕРАТУРА:***

1. Губенко М.С., Демин П.Е. Функции манипуляции общественным сознанием в СМИ в арабских странах разной социально-политической направленности // Вестник адъюнкта. 2019. №1. [Электронный ресурс]. URL: <http://vestnik-adyunkta.ru> (дата обращения: 20.10.19).
2. Лингвистика информационно-психологической войны: монография. Книга 1 / А.А. Бернацкая, И.В. Евсеева, А.В. Колмогорова и др. Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2017. 340 с.
3. Муравлева В.Р. Информационная война: лингвистические вопросы формирования и структурирования терминологической системы // Политическая лингвистика. 2019. №3 (75). С. 71-76.
4. Franke U. "War by non-military means: understanding Russian information warfare". FOI Report, FOI-R-4065-SE, March 2015, P. 41. [Электронный ресурс]: URL: <http://www.foi.se/en/Top-menu/Pressroom/News/2015/War-by-Non-Military-means> (дата обращения: 20.10.19).

5. Libicki M. What is Information Warfare? The Center for Advanced Command Concepts and Technology Institute for National Strategic Studies, 1995. 104 p.
6. Vosoughi S., Roy D, Aral S. The spread of true and false news online // *Science*. 2018. Vol. 359, Issue 6380. Pp. 1146-1151.
7. Walt V. The Most Feared Man in Europe // *TIME*. 2018. September 26. Pp. 36-38.

#### ***REFERENCES:***

1. Gubenko M.S., Demin P.E. Functions of public consciousness manipulation in the media in Arab countries of different social and political orientation // *Adjunkt's Bulletin*. 2019. №1. [Electronic resource]. URL: <http://vestnik-adyunkta.ru> (Access date: 20.10.19).
2. Linguistics of the Information-Psychological War: Monograph. Book 1 / A.A. Bernackaya, I.V. Evseeva, A.V. Kolmogorova and others. Krasnoyarsk: Sib. Feder. Un-ty, 2017. 340 p.
3. Muravleva V.R. Information warfare: linguistic issues of the formation and structuring of the terminological system // *Political Linguistics*. 2019. №3 (75). Pp. 71-76.
4. Franke U. "War by non-military means: understanding Russian information warfare". FOI Report, FOI-R-4065-SE, March 2015, P. 41. [Electronic resource]. URL: <http://www.foi.se/en/Top-menu/Pressroom/News/2015/War-by-Non-Military-means> (Access date: 20.10.19).
5. Libicki M. What is Information Warfare? The Center for Advanced Command Concepts and Technology Institute for National Strategic Studies, 1995. 104 p.
6. Vosoughi S., Roy D, Aral S. The spread of true and false news online // *Science*. 2018. Vol. 359, Issue 6380. Pp. 1146-1151.
7. Walt V. The Most Feared Man in Europe // *TIME*. 2018. September 26. Pp. 36-38.

**Муравлева Валерия Романовна**

адъюнкт кафедры английского языка (второго)

Военный университет Министерства обороны Российской Федерации

123001, г. Москва, Б. Садовая ул., д. 14.

[VR.Muravleva@mail.ru](mailto:VR.Muravleva@mail.ru)

SPIN-код: 5657-2997

**Muravleva Valeriya Romanovna**

Adjunct at the Department of English Language (second)

Military University of the Ministry of Defence of the Russian Federation

B. Sadovaya ul., d.14, Moscow, Russia, 123001

10.02.19 – Теория языка.