

УДК: 811.111.42

DOI: 10.22363/2312-9182-2017-21-1-203-220

МЕДИЙНЫЙ ДИСКУРС В СИТУАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ: ОТ МАНИПУЛЯЦИИ — К АГРЕССИИ

В.И. Озюменко

Российский университет дружбы народов
117198, Россия, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6

В ситуации информационной войны воздействующая функция средств массовой информации заметно усилилась, отодвинув на второй план другие функции, в том числе и информационную. Изменились также и формы воздействия: открытое убеждение заменяется скрытым манипулированием, которое перерастает в открытую агрессию. Поскольку в медийном дискурсе агрессия может осуществляться как вербальными, так и невербальными средствами, предлагаем использовать термин *информационная (или медийная) агрессия*, который шире, чем *речевая агрессия*. Медийная агрессия рассматривается двупланово — по отношению к референту (*аффективная агрессия*) и по отношению к адресату (*когнитивная агрессия*). В результате под информационной (медийной) агрессией понимается выражение открытой неприязни и враждебности к референту и целенаправленное воздействие на сознание адресата (целевой аудитории) с целью его идеологического подчинения. Цель данной статьи — на основе комплексного анализа стратегий и тактик вербальной и невербальной агрессии обосновать гипотезу о том, что в условиях информационной войны формируется и усиливается функция информационной агрессии, которая может рассматриваться в рамках манипулятивного дискурса как манипулятивное убеждение. Исследование выполнено на материале американских и британских СМИ, информационных сайтов *The New York Times*, *The Washington Post*, *The Economist*, *The Guardian*, освещающих главным образом российско-американские отношения и ситуацию в Сирии. Результаты анализа, проведенного с применением критического дискурс-анализа (Fairclough 2001, Van Dijk 2006, 2009; Weiss, Wodak 2007, Wodak 2007 и др.) и мультимодального подхода (Иванова, Сподарец 2010; Ponton 2016), позволили выявить различные приемы и средства манипуляции и показать, что основной целью информационной агрессии является преднамеренное введение аудитории в заблуждение и внушение определенной идеи с целью ее идеологического подчинения. Знание механизмов манипулятивного воздействия в условиях его усиливающейся агрессивности необходимо для противостояния информационной и психологической войне.

Ключевые слова: медийный дискурс, информационная война, убеждение, манипуляция, манипулятивный дискурс, информационная агрессия, мультимодальность

1. ВВЕДЕНИЕ

Явление речевого воздействия, в том числе речевой агрессии, которая в последнее время нарастает в обществе и характерна для всех типов дискурса, привлекает внимание как лингвистов, так и исследователей других областей знания — психологов, социологов, философов (Л. Берковиц, Р. Бэрн, Д. Ричардсон, Е.Н. Басовская, Т.А. Воронцова, В.И. Жельвис, К.Е. Изард, Р. Ротмайр, К.Ф. Седов, Е.И. Шейгал, Ю.В. Щербинина и др.). И это не случайно, так как данное явление

может рассматриваться только на междисциплинарном уровне. Исследование различных форм воздействия в средствах массовой информации представляет собой одно из актуальных направлений, поскольку его объектом становятся широкие слои общества, а результат этого воздействия может иметь самые серьезные последствия.

В условиях напряженной международной обстановки средства массовой информации выступают важной политической силой воздействия на умы масс. Воздействующая функция СМИ стала основной, отодвинув на задний план другие функции, в том числе и информационную. Вся информация теперь подчинена конкретным, как правило, политическим целям, все большую роль играют «концентрированные целенаправленные сгустки информационной агрессии, которые обеспечивают выполнение ... политически крупных социальных, идеологических и прочих (военных очень часто) задач» (Информационные войны в современном мире, 2008: 17). За последние годы эта тенденция усилилась и приобрела регулярный характер.

В результате мы являемся свидетелями того, как СМИ играют все более деструктивную роль — обостряют политические конфликты, углубляя пропасть между «своими» и «чужими», создавая негативные стереотипы «чужих» и даже демонизируя их. Манипулирование общественным мнением, которое стало важнейшей функцией СМИ, из скрытого воздействия на аудиторию превращается в более явное и принимает все более агрессивные формы. Не случайно в конце прошлого века как в английском, так и русском языке появились термины *информационная война* — *information warfare*, которые прочно вошли в политический лексикон. Началось открытое обсуждение технологий воздействия на противника, реального и потенциального, посредством информационного давления на него, появились методы направленного воздействия на общественное мнение. С тех пор военная лексика прочно закрепилась в языке как зарубежных, так и российских СМИ (*пропагандистская атака, полководец пропагандистской армии, war of words, information warfare, information operations, public clashes* и др.).

Поскольку война — это всегда агрессия, в данных условиях можно говорить об *информационной, или медийной, агрессии*. Агрессия в СМИ проявляется в двух направлениях — в отношении референта, который часто является идеологическим и политическим оппонентом (аффективная агрессия) и в отношении адресата, т.е. аудитории (когнитивная агрессия). В результате агрессию в медийном дискурсе мы определяем как *выражение открытой неприязни, враждебности к референту и целенаправленное воздействие на сознание адресата (целевой аудитории) с целью ее идеологического подчинения*. Во втором случае имеет место вторжение в когнитивное пространство адресата, когда в результате агрессивного навязывания адресату негативного отношения к референту высказывания адресант стремится «изменить представление адресата о предмете речи в негативную сторону и, как следствие, его место в картине мира адресата» (Воронцова 2006: 85). Другими словами, имеет место как выражение открытой неприязни и враждебности к референту, так и регулярное и целенаправленное воздействие на аудиторию с целью вызвать у нее те же враждебные чувства.

Информационная агрессия нацелена не только на идеологического противника, но и на собственный народ — его убеждают в наличии врага, с которым необходимо бороться. И это не случайно, поскольку от того, что пишут в газетах, показывают по телевидению и в Интернете, в значительной мере зависит оценка событий обществом, а ее результатом становятся судьбоносные политические решения для конкретных стран.

Именно поэтому воздействие на умы и чувства людей со стороны власти принимает все более агрессивный характер и осуществляется как через манипулирование общественным мнением, так и через открытое убеждение, которое в итоге так же подчинено целям манипуляции общественным сознанием. По мнению С.Г. Кара-Мурзы, человечество стоит на пороге создания такого типа общественного жизнеустройства, где манипуляция сознанием становится главным средством господства (Кара-Мурза 2004).

Манипулирование массовым сознанием — это реализация стратегии идеологического подчинения, когда доминирующая политическая элита стремится навязать массам определенные взгляды, мнение, отношение с целью получить одобрение своих действий. Как отмечает Т. ван Дейк, манипуляция в социальном плане — это дискурсивная форма воспроизводства власти элиты, которая направлена против интересов большинства и выражает социальное неравенство («discursive form of elite power reproduction that is against the best interests of dominated groups and (re) produces social inequality») (Van Dijk 2006: 364). Она осуществляется элитами, у которых есть доступ к СМИ и контроль над ними.

Понятие информационной агрессии также связано с понятием власти. Информационная агрессия осуществляется властью, в интересах власти и способствует реализации ее целей, в том числе военных. Для их достижения в современную эпоху общественное мнение играет решающую роль.

Если мы посмотрим на события последних десятилетий, то без труда заметим, что информационные войны предшествуют военным конфликтам, они подготавливают общественное мнение к необходимости военных действий в той или иной части мира. В качестве примеров можно назвать информационную войну против Сербии с целью свержения правительства Милошевича и последующего отторжения Косово, информационную войну против Ирака, где якобы были сосредоточены огромные запасы оружия массового поражения, которых потом никто так и не нашел. Сейчас мы являемся свидетелями информационно-психологической войны против России, в ходе которой целенаправленно демонизируется образ страны и ее президента. Как справедливо отмечает С.В. Иванова, демонизация противника является одним из главных методов такой войны, цель которого состоит «в намеренном создании негативного, а еще более желательного — отталкивающего образа оппонента, в результате чего последний выступает во всех своих проявлениях как абсолютное зло» (Иванова 2016: 28). Чтобы противостоять подобным войнам, чреватым серьезными последствиями, необходимо изучать их средства, стратегии и тактики.

В любой войне есть две стороны, которые в своем противостоянии используют практически одно и то же оружие и одни и те же инструменты борьбы. В данной статье мы рассмотрим лишь одну сторону — сторону Запада. На мате-

риале американских и британских СМИ в статье проводится комплексный анализ стратегий и тактик вербальной и невербальной агрессии, выдвигается и обосновывается гипотеза о том, что в условиях информационной войны формируется и усиливается функция информационной агрессии.

2. УБЕЖДЕНИЕ И МАНИПУЛЯЦИЯ КАК ФОРМЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА АУДИТОРИЮ

Воздействие на аудиторию может оказываться как в открытой форме, через открытое убеждение, влияющее на разум адресата (например, парламентские дебаты, дискуссии в СМИ), так и в скрытой, имплицитной, подтекстовой форме, оказывающей влияние на его подсознание, то есть в манипулятивной. Убеждение и манипуляция представляют собой близкие понятия, но полностью они не совпадают.

Манипуляция может рассматриваться как форма убеждения, однако в то же время существенно от него отличается. Как отмечает Т. ван Дейк, убеждение оставляет за адресатом выбор, он может как принимать навязываемые ему идеи, так и отвергать их, совершать или не совершать действия, к которым его побуждают; в манипуляции у адресата более пассивная роль, он не может противостоять манипуляции и становится ее жертвой (Van Dijk 2006: 361). Негативные последствия манипулятивного воздействия возникают тогда, когда адресат не понимает истинных намерений манипулятора, последствий тех действий, к которым его побуждают, а также не обладает достаточными знаниями, чтобы противостоять манипуляции.

Манипуляция носит дискурсивный характер, так как главным образом осуществляется через текст, прежде всего — текст СМИ. В последнее время исследователи все чаще говорят о дискурсе СМИ как не просто о воздействующем типе дискурса, но как о манипулятивном, подавляющем рациональное восприятие информации и навязывающем адресату заданные смыслы сообщения (Клушина 2008: 45). Происходит становление новой функции самого языка — функции управления поведением огромных массивов и коллективов людей, функции манипулирования их сознанием, распространения определенной идеологии той частью общества, в руках которой СМИ находятся (Кубрякова 2003: 61).

Языковая (речевая) манипуляция (манипулирование) является наиболее распространенным и эффективным видом скрытого воздействия на сознание. Под ней понимается «разновидность манипулятивного воздействия, осуществляемого путем искусного использования определенных ресурсов языка с целью скрытого влияния на когнитивную и поведенческую деятельность адресата» (Копнина, 2014: 25). Иными словами, это использование скрытых возможностей языка с целью навязать адресату определенное представление о действительности, сформировать нужное отношение к ней, вызвать необходимую оценку, эмоциональную или поведенческую реакцию.

Манипуляция осуществляется различными способами, через использование многообразных стратегий и тактик и при помощи различных языковых и неязыковых средств (см. [Будаев, Чудинов 2006; Иванова, Садуов 2008; Иванова, Чанышева 2014; Кара-Мурза 2004, Копнина 2014; Ларина, Озюменко, Пономаренко

2011; Озюменко 2011, Сковородников, Копнина 2012; Чудинов 2003, Шейгал 2004; Van Dijk 2006 и многие др.]). Рассмотрим стратегии и тактики, которые по результатам проведенного нами анализа оказались наиболее частотными при освещении таких острых тем, как, российско-американские отношения, ситуация в Сирии и на Ближнем Востоке в целом.

В первую очередь следует назвать *стратегию устрашения*, которая используется для нагнетания массовых психозов с целью превращения граждан в единую управляемую массу (толпу), в результате чего средний обыватель беспрекословно верит самым нелепыми утверждениям. Под таким психозом, например, находятся жители Прибалтики, которых призывают строить бомбоубежища и готовиться к нападению России; такой же психоз нагнетается в США, где во всех проблемах власти винят Россию и Путина, даже в проигрыше Хиллари Клинтон на выборах.

Важной стратегией манипуляции, нацеленной на создание образа врага, является *стратегия идеологической поляризации*, которая осуществляется через противопоставление «мы — они», при этом «мы» (наши действия, ценности, взгляды, поступки и т.д.) представляются преимущественно в положительном свете, в то время как «они» (их действия, ценности, взгляды, поступки и т.д.) — в отрицательном. Для ее реализации используется *тактика обращения к фундаментальным ценностям* («мы» придерживаемся ценностей свободы и демократии, «они» — приверженцы деспотии и тоталитаризма). Существенную роль играет отбор событий реальности — Россия на протяжении многих лет упоминается в западных СМИ преимущественно в контексте негативных событий.

Также для реализации стратегии поляризации широко используется тактика двойных стандартов (*Operation Allied Force* — о бомбардировках НАТО Белграда и *annexation of Crimea, incursions into Ukraine, intervention to Syria* — о действиях России; *sophisticated weapons, precision-guided bombs* — высокотехнологичное оружие, высокоточные бомбы американцев и *dumb bombs* — «тупые бомбы» русских). Действия НАТО на границе с Россией, связанные с вводом дополнительных войск, называются «оборонительными» и «пропорциональными» (1), в то же время аналогичные действия России у своих границ называются агрессивными, а реакция России, обвиняющей НАТО в экспансии, комментируется как передергивание фактов (2):

- (1) *To bolster its eastern defenses, NATO has agreed to establish multinational troops in four member nations bordering Russia. — Asked about those steps, Mr. Stoltenberg called them “defensive” and “proportionate”.* (BBC, 26.10.2016)
- (2) *The Russian military's increasingly aggressive patrolling and exercises on the margins of Nato have raised genuine concerns. Russia, of course, puts the boot on the other foot and blames Nato's expansion for its increased military readiness.* (BBC, 11.02.2016)

Одной из важных стратегий является *введение в заблуждение*, что осуществляется через различные тактики, среди которых:

- ◆ намеренное сокрытие тех или иных фактов (практически не получает освещения в западных СМИ информация о гуманитарной помощи России в Сирии, о разминировании жилых кварталов);
- ◆ фабрикация фактов в результате мелких отклонений, используемых при подаче материала, но действующих всегда в одном направлении (напр.,

в телевизионных новостных программах визуальный ряд зачастую не соответствует передаваемой информации, используются постановочные кадры, как, например, раненые в ходе «российской бомбардировки» сирийские дети, которых снимали в Египте);

- ◆ ложное оперирование понятиями (military incursion into Syria, annexation of Crimea);
- ◆ бездоказательные или ложные утверждения (...the Syrian government forces' attacks on homes and hospitals. NYT 26.10.2016).

Наш материал показал, что в манипулятивном дискурсе для введения в заблуждение допускается высокая степень неопределенности, утверждения часто носят голословный характер, далеко не всегда подкрепляются конкретными фактами. Все это позволило нам выделить *тактику ухода от определенности*, предполагающую использование размытой неопределенной информации:

- (3) *Russia has been accused by several governments of barbarity and potentially committing war crimes.* (BBC, 30.09.2016) — Букв.: **Несколько** правительств обвинили Россию в варварстве и **потенциальном** совершении военных преступлений.
- (4) *He also said his country had come under a cyber attack during a referendum and local elections last year, which he said was almost certainly linked to Russia.* (BBC News, 4.11.2016) — Букв.: Он [президент Болгарии] также сказал, что в прошлом году во время референдума и местных выборов его страна подверглась кибератакам, которые **почти точно** связаны с Россией.
- (5) *This is an attack on the Bulgarian state and the Bulgarian democracy and it's conducted with a high probability from Russia.* (BBC News, 4.11.2016) — Это — атака на Болгарию и ее демократию, и с высокой степенью вероятности она осуществлена Россией.

Как видно из примеров (3—5) не столь важно, кто обвиняет Россию, в чем и насколько эти обвинения объективны, главное, что в этих негативных контекстах упоминается Россия и именно это запоминает читатель.

Для реализации данной тактики широко применяются средства модальности, которые могут многократно использоваться в одном тексте. Рассмотрим в качестве примера информационное сообщение, опубликованное 20.09.2016 в *New York Times* под заголовком, в котором уже содержится неопределенность:

- (6) *U.S. Officials Say Russia **Probably** Attacked U.N. Humanitarian Convoy* — Американские официальные лица сообщают, что Россия, **возможно**, атаковала гуманитарный конвой ООН.

Далее в сообщении говорится о возможной ответственности России за бомбардировку конвоя ООН (7), о том, что американские разведслужбы полагают, что атаку осуществил российский самолет, а Пентагон определил с «очень высокой степенью вероятности», что русский штурмовик Су-24 был непосредственно над колонной менее чем за минуту до авиаудара (8):

- (7) *Russia was **probably** responsible for the deadly bombing of a United Nations humanitarian aid convoy in Syria, American officials said Tuesday.*
- (8) *Privately, American officials said their intelligence information **suggested** Russian aircraft had actually carried out the attack, and the Pentagon has determined with **“very high probability”** that a Russian Su-24 attack plane was directly over the convoy less than a minute before the airstrike was reported, a senior American official said.*

Разновидностью данной тактики является выделенная нами *тактика вопроса*, которая нередко порождает прагматическую пресуппозицию негативного характера:

- (9) *Is Vladimir Putin really trying to break up the EU?* — Владимир Путин действительно пытается развалить ЕС?

В примере (9) утверждение о действиях Путина отсутствует, однако оно называется, что влияет на подсознание аудитории, которой навязывается идея о том, что Путин пытается развалить ЕС.

Также не утверждаются и связи Трампа с Путиным, однако поставленный вопрос говорит о возможности их существования (10). Тактика вопроса может применяться многократно в рамках одной статьи, а переход от общего вопроса к специальному превращает вопрос в утверждение, что является искусным способом манипулирования, как в примерах (10—12):

- (10) *Are there any Trump links to Putin?* — Существуют ли связи Трампа с Путиным?
(11) *So are there really any links between the New York hotel developer and Moscow?* — Действительно ли существуют связи между нью-йоркским девелопером отелей и Москвой?
(12) *So what links are there between Mr Trump and Russia?* — Итак, какие связи существуют между Трампом и Россией?

Широко используемым приемом манипулятивного воздействия является *генерализация*, когда на основе отдельных, часто незначительных фактов делаются широкого плана обобщения. Например, обвинение России в победе Трампа на основе всего лишь факта публикации переписки руководителя избирательного штаба демократов, в котором якобы замешаны русские хакеры:

- (13) *US media reports said the CIA had “high confidence” that Russians were trying to influence the election in Mr Trump’s favour* (BBC News, 11.12.2016). — По сообщению американских СМИ, ЦРУ с большой долей уверенности отмечает, что русские пытались повлиять на исход выборов в пользу Трампа.
(14) *Russian agents apparently broke into the Democrats’ digital offices and tried to change the election outcome* (NYT, 17.12.2016) — Российские агенты, очевидно, взломали серверы демократов и попытались изменить исход выборов.
(15) *Director of National Intelligence James R. Clapper Jr. on Jan. 5 told the Senate Armed Services Committee that Russia meddled in the U.S. election through hacking, propaganda and fake news* (The Washington Post, 5.01.2017) — 5 января глава национальной разведки Джеймс Р. Клеппер сообщил комитету Сената по вооруженным силам, что Россия вмешалась в выборы США посредством хакерского взлома, пропаганды и ложных новостей.

Для усиления воздействия на аудиторию нередко используется комбинирование нескольких приемов. Так, в примере (16) мы наблюдаем ложное оперирование понятиями (*военное вторжение в Сирию*), подмену понятий и бездоказательное утверждение о том, что цель Москвы — поддержка армии Асада, а не борьба с терроризмом:

- (16) *Moscow cited the battlefield successes of the Nusra Front to justify its military incursion into Syria as a campaign to fight terrorism — even if its primary goal was to*

shore up Mr. Assad's military... — Москва говорит о военных успехах против «Фронт Нусра», чтобы оправдать свое военное вторжение в Сирию, называя его кампанией по борьбе с терроризмом, хотя ее основная цель — поддержка армии Асада.

Регулярно используемой является *стратегия внушения*, которая реализуется через утверждение и повторение, когда информация подается в виде готовых шаблонов, а чрезмерное повторение притупляет сознание, позволяет любой информации откладываться в подсознании (*annexation of Crimea, Russian intervention, Russian campaign meddling* и др.). Внушение может носить скрытые формы, как в рассмотренных примерах (10—12), где ставится вопрос о связях Трампа с Путиным, но повторенный трехкратно, он не оставляет сомнения в том, что эта связь существует, остается только выяснить — какая (*So what links are there between Mr Trump and Russia?*). Таким образом идея о связи Трампа с Россией внушается косвенно, но последовательно.

Стратегией, оказывающей серьезное воздействие особенно на сознание молодого поколения, является *искажение исторических фактов*, манипуляция исторической памятью. Примерами здесь могут служить попытки девальвации значимости победы СССР во Второй мировой войне, в результате чего большая часть жителей Европы считает, что от фашизма их освободили американцы, а в Японии многие убеждены, что атомные бомбы на Хиросиму и Нагасаки сбросили русские. Делается это не случайно. Как отмечают исследователи, особо сложными для разоблачения и потому опасными являются тексты, для осмысления манипулятивной сущности которых требуется большая осведомленность в сфере истории, литературы, политики и т.д. (Сковородников, Копнина 2012: 481).

Речевое манипулирование осуществляется при помощи различных языковых средств, среди которых слова с эмоционально-оценочным компонентом, различные риторические фигуры, метафоры, сравнения, идеологемы, эвфемизмы, дисфемизмы, средства модальности и др. Они уже являлись объектом изучения многих исследований. В нашей работе мы придерживаемся мнения исследователей, считающих, что при анализе дискурса следует рассматривать не отдельные средства воздействия, а использовать комплексную модель описания, основанную на мультимодальности и включающую как вербальные, так и невербальные средства манипулятивного воздействия на сознание и восприятие аудитории (Иванова, Сподарец 2010; Ponton 2016 и др.). Среди них — особое звуковое, визуальное или графическое оформление сообщения, фотографии, рисунки, карикатурные изображения, их цветовое оформление, расположение текста, расположение и шрифт заголовка и др. Следует отметить, что и сам заголовок является важным средством манипулирования. Удачно сформулированный, броский, привлекающий внимание, он может оказывать большее воздействие на адресата, чем сам текст, и обеспечивать более глубокое закрепление в сознании. Все эти средства требуют рассмотрения и специального изучения.

Ограничимся здесь лишь одним примером и покажем, как знаки препинания, а именно кавычки, могут служить средством манипулирования.

19.10.2016 накануне открытия российского духовного центра в Париже Газета “The Guardian” опубликовала статью под заголовком “*Russian ‘spiritual centre’ set*

to open in the heart of Paris”, где выражение «духовный центр» взято в кавычки. Далее в статье говорится о планирующемся открытии «духовного и культурного центра» (так же в кавычках) как о стремлении России создать образ мощной религиозной страны (17), а впоследствии, со ссылкой на французские СМИ, сообщается, что французские службы по борьбе со шпионажем окружили здание средствами радиоэлектронного подавления, чтобы не дать русским использовать средства электронного наблюдения (18). Таким образом читателям дается понять суть кавычек и наводится мысль, что это не культурный и духовный центр, а центр шпионажа.

- (17) *A vast Russian “spiritual and cultural centre” crowned by a golden-domed Orthodox cathedral — widely seen as a grand expression of Moscow’s quest to project an image of itself as a powerful, religious country — is set to open in Paris.*
- (18) *French media reports say that country’s counter-espionage services have surrounded the building with jamming devices to prevent the Russians from using it for electronic surveillance (The Guardian 19.10.2016).*

Таким образом, если убеждение — это открытое воздействие, которое оставляет за аудиторией выбор, то манипуляция — это скрытое воздействия на сознание аудитории. Однако в настоящее время мы наблюдаем, как манипуляция приобретает все более агрессивные формы, превращаясь из скрытого воздействия на подсознание людей в открытое агрессивное воздействие, что позволяет говорить о новой функции СМИ — функции информационной, или медийной, агрессии, которую можно охарактеризовать как *манипулятивное убеждение*.

3. ИНФОРМАЦИОННАЯ АГРЕССИЯ В СМИ

Информационная агрессия может касаться как прямого убеждения, так и манипулятивного воздействия, между которыми в данном случае трудно провести четкую грань. На наш взгляд, агрессивный дискурс можно рассматривать в рамках манипулятивного, поскольку при более прямых формах воздействия в конечном итоге он нацелен на манипуляцию общественным мнением, на формирование образа врага, с которым необходимо бороться. Этот факт позволяет рассматривать агрессию как манипулятивное убеждение, которое следует отличать от открытого убеждения, наблюдаемого, как уже отмечалось, в парламентских выступлениях или дискуссиях в СМИ.

Поскольку в медийном дискурсе агрессия может выражаться как языковыми, так и неязыковыми средствами, то наряду с термином *речевая агрессия* предлагаем использовать термин *информационная*, или *медийная*, *агрессия*, который шире, чем речевая и рассматривает агрессию с учетом мультимодальности. Еще раз попытаемся провести различия между манипуляцией и агрессией. Если речевая манипуляция — это скрытое влияния на когнитивную и поведенческую деятельность адресата (Копнина, 2014: 25), то речевая агрессия — это открытое выражение враждебности к референту и вторжение в когнитивное пространство адресата.

Речевая агрессия в языке СМИ активно проявляется через использование различных стратегий и тактик, среди которых можно выделить следующие: прямое обвинение, угроза, дискредитация, ложь, прямое порицание, навешивание ярлыков

и даже оскорбление. С целью оскорбления часто используются оскорбительные сравнения и дисфемизмы, как в примерах (19—20), где Трамп сравнивается с болонкой и называется русским пуделем, а Путин называется «кровожадным иностранным диктатором»:

- (19) *But if the C.I.A. is right, Russia apparently was trying to elect a president who would be not a puppet exactly but perhaps something of a lap dog — a Russian poodle.* (NYT, DEC. 17, 2016).
- (20) *I never thought I would see a dispute between America's intelligence community and a murderous foreign dictator in which an American leader sided with the dictator.*

Приведем некоторые примеры других проявлений вербальной агрессии, взятые из опубликованного на сайте “The Washington Post” доклада главы ЦРУ Клеппера в Сенате США. Хотя они касаются политического дискурса, но, опубликованные на новостном сайте, могут, на наш взгляд, рассматриваться и в рамках медийного дискурса.

Прямое обвинение:

- (21) *The country's top intelligence official said Thursday that Russia's meddling in the 2016 presidential campaign consisted of hacking, as well as the spreading of traditional propaganda and “fake news”.* — Глава ЦРУ заявил в четверг, что вмешательство России в президентскую кампанию 2016 года заключалось в хакерстве, а также в традиционной пропаганде и «фейковых новостях».

Преувеличение:

- (22) *McCain ... pressed Clapper on whether the campaign meddling was an attack on the United States and an “act of war.”* — Маккейн настойчиво просил Клеппера дать ответ, не являлось ли вмешательство в избирательную кампанию атакой на США и «актом войны».

Угроза:

- (23) *Graham criticized President Obama's response, saying he had thrown “a pebble” at the Russians, adding, “I'm ready to throw a rock.”* — Грэм раскритиковал реакцию президента Обамы, заявив, что он бросил «камешек» на русских, добавив: «Я готов бросить камень».

Призывы к агрессии, в том числе и физической:

- (24) *Clapper also called for a more aggressive counter-propaganda effort.* — Клеппер также призвал к более агрессивной контрпропаганде.
- (25) *Ladies and gentlemen, it is time now not to throw pebbles, but to throw rocks.* — Дамы и господа, теперь настало время бросать не камешки, а камни.

Судя по приведенным примерам, здесь вряд ли можно говорить о манипуляции как о скрытом воздействии на сознание аудитории с целью навязать определенное представление о действительности. Это примеры прямой вербальной агрессии в адрес оппонента и агрессивного воздействия на аудиторию.

Факт ведения информационной войны, которую мы называем информационной или медийной агрессией, признают сами СМИ, которые часто открыто говорят об этом, используя военную терминологию:

- (26) *The war of words continues.* — Словесная война продолжается (BBC 15.05.2016);
- (27) *The importance of information operations was most clearly illustrated by the extraordinary concert mounted in the ruins of Palmyra after its recapture from so-called Islamic State (IS) by Syrian forces.* — Важность информационной операции была

ярко проиллюстрирована необыкновенным концертом, состоявшимся на руинах Пальмиры после ее освобождения от так называемого исламского государства сирийской армией (BBC 30.09.2016);

- (28) *Mr Yakovenko's comments come amid public clashes between the UK and Russia.* — Комментарии Яковенко прозвучали на фоне публичных столкновений между Великобританией и Россией (BBC 22.10.2016).

Выражение агрессии в СМИ обязательно подразумевает образ врага (Закоян 2009). В рассматриваемом нами случае информационного противостояния речь идет о внешнем враге. Из публикаций зарубежных СМИ нетрудно понять, кто этим врагом является.

24 декабря 2016 *The New York Times* опубликовала статью под заголовком *Putin Is Waging Information Warfare. Here's How to Fight Back* («Путин ведет информационную войну. Вот как надо ударить в ответ»). Начинается статья с того, что ее автор (Mark Galeotti) называет конфликт 21 века скорее макиавеллианским, чем военным, поскольку вместо самолетов, бомб и ракет имеют место хакерские взломы, утечки информации и фейковые новости. Далее автор статьи отмечает, что вмешательство России в президентские выборы США только нагоняет аппетит:

- (29) *Welcome to 21st-century conflict, more Machiavellian than military, where hacks, leaks and fake news are taking the place of planes, bombs and missiles. The Russian interference in the United States presidential election is just a taste of more to come* (NYT, 24.12.2016).

Следует обратить внимание и на картинку, которая сопровождает публикацию. На ней изображен огромный медведь, залезающий лапами в Капитолий, из которого течет мед, а летающие вокруг пчелы не могут ему помешать.

Putin Is Waging Information Warfare. Here's How to Fight Back.
By MARK GALEOTTI DEC. 14, 2016



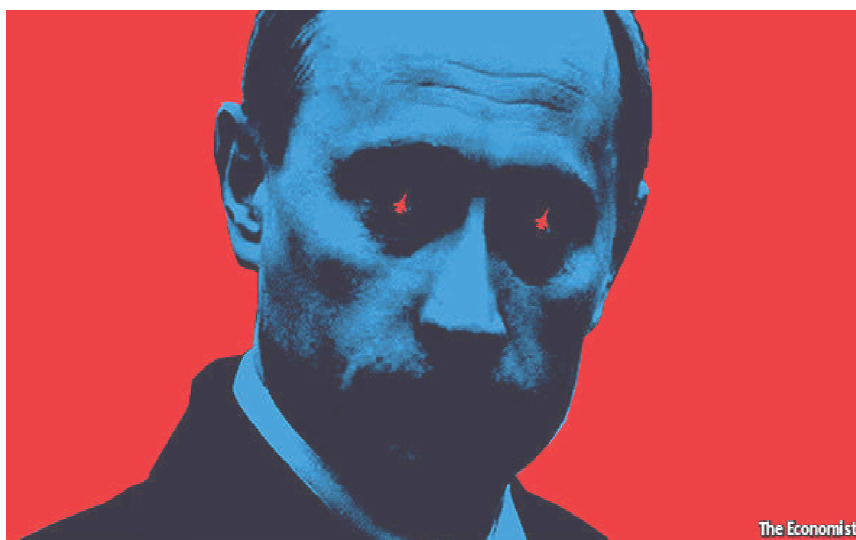
Как уже отмечалось, вслед за исследователями критического дискурс-анализа мы считаем, что анализ агрессивного информационного дискурса должен проводиться комплексно, на основе мультимодальности, с учетом как вербальных, так и невербальных средств, с помощью которых достигается больший прагматический эффект.

В качестве примера рассмотрим публикацию в британском издании “The Economist” от 22.10.2016 под заголовком “*The threat from Russia*” («Угроза со стороны России») и не менее выразительным подзаголовком *How to contain Vladimir Putin’s deadly, dysfunctional empire* (букв.: Как сдерживать смертоносную, неуправляемую империю Владимира Путина). Текст заголовка нельзя назвать манипулятивным, поскольку в нем прямо говорится о том, что Россия представляет собой угрозу. В то же время следует обратить внимание на его размер. Выделение заголовка более крупным шрифтом является одним из действенных способов манипуляции, так как он привлекает внимание читателей и лучше закрепляется в их сознании. Под заголовком дается портрет Путина на кроваво-красном фоне. Сам портрет затемнен, а вместо глаз — зловещие черные впадины, в которых изображены красные российские истребители. Увидев заголовок и сопровождающий его портрет, читатель уже и без текста получает достаточный стусок информации о том, что представляет собой Россия и кто такой Путин.

THE THREAT FROM RUSSIA

How to contain Vladimir Putin’s deadly, dysfunctional empire

22.10.2016 The Economist



The Economist

Что касается текста, то он представляет собой весьма интересный пример информационной агрессии, где используются как прямые, так и манипулятивные средства воздействия. Текст наполнен военной терминологией — *nuclear weapons, nuclear-capable missiles, ballistic missiles, bomb shelters, mass slaughter, aircraft-carrier group, nuclear consequences* и др. Многократно используются глаголы устрашения, содержащие семантический компонент агрессии: *scare, threaten*, глаголы, называющие военные действия — *shoot down, fight, attack, strike* и др.:

- (30) *Every week Vladimir Putin, Russia’s president, finds new ways to **scare the world**. Recently he moved **nuclear-capable missiles** close to Poland and Lithuania. This week he sent an aircraft-carrier group down the North Sea and the English Channel. He has **threatened to shoot down** any American plane that attacks the forces of Syria’s despot, Bashar al-Assad.*

Россия называется геополитическим врагом номер один (*number-one geopolitical foe*):

- (31) “*Four years ago Mitt Romney, then a Republican candidate, said that Russia was America’s “number-one geopolitical foe”.*”

Для ее характеристики далее используется целый набор негативных определений: помимо упомянутых в заголовке *deadly* и *dysfunctional*, встречаются *weak*, *insecure*, *unpredictable*, т.е. *слабая, ненадежная, непредсказуемая* страна, которую отличает «*хроническая нарастающая неомощность*» (*chronic, debilitating weakness*). Используется и такое средство манипуляции, как сравнение — Россия называется более опасной, чем бывший Советский Союз (32), через сравнение утверждается, что Россия коррумпированная страна и ее политическая система сфальсифицирована (38):

- (32) “*Yet a weak, insecure, unpredictable country with nuclear weapons is dangerous — more so, in some ways, even than the Soviet Union was.*”

Из тактик манипуляции можно отметить многократную подмену понятий и фальсификацию фактов, как в примере (33), где утверждается, что Россия осуществляла хакерские атаки во время американской избирательной кампании, руководит массовыми убийствами в Сирии, аннексировала Крым и постоянно говорит о применении ядерного оружия, что якобы свидетельствует о верности вывода о том, что она представляет угрозу номер один:

- (33) *With Russia hacking the American election, presiding over mass slaughter in Syria, annexing Crimea and talking casually about using nuclear weapons, Mr Romney’s view has become conventional wisdom.*”

Еще одной тактикой, которая используется в этом тексте, является уход от определенности, использование размытой неопределенной информации, как в примере (34), где говорится, что в российских телевизионных новостях постоянно показывают баллистические ракеты и бомбоубежища, при этом неясно, о каких ракетах идет речь, где и кто строит эти бомбоубежища.

- (34) *Russian television news is full of ballistic missiles and bomb shelters.*

Используются выхваченные из контекста фразы, которые также нагнетают психоз, поскольку речь в них идет о возможных ядерных последствиях (*nuclear consequences*), о неизбежности столкновения (*if a fight is inevitable*) и первом ударе России:

- (35) “*Impudent behaviour” might have “nuclear consequences”, warns Dmitry Kiselev, Mr Putin’s propagandist-in-chief — who goes on to cite Mr Putin’s words that “If a fight is inevitable, you have to strike first.”*”

Возвращаясь к реальности, автор статьи утверждает, что Россия не собирается развязывать войну против Америки и это все пустые слова, тем не менее прямо подчеркивается, что она представляет собой угрозу стабильности и порядку:

- (36) *In fact, Russia is not about to go to war with America. Much of its language is no more than bluster. But it does pose a threat to stability and order.*

Однако далее делается несколько парадоксальный вывод о том, что для ответа российской угрозе важно понять, что воинственность России не является признаком ее возрождения, а свидетельствует о хронической, прогрессирующей слабости:

(37) *And the first step to answering that **threat** is to understand that Russian belligerence is not a sign of resurgence, but of a **chronic, debilitating weakness**.*

В статье используется и такая тактика манипуляции, как обращение к универсальным ценностям, угрозу которым представляет Россия, которая стремится дискредитировать эти ценности и разрушить их, не предлагая при этом никакой другой привлекательной идеологии. Таким образом, здесь мы видим акцентирование противопоставления на «мы» — те, кто разделяет универсальные либеральные ценности, и «они», представляющие угрозу этим ценностям:

(38) *Russia does not pretend to offer the world an attractive ideology or vision. Instead its propaganda aims to **discredit and erode universal liberal values** by nurturing the idea that the West is just as **corrupt** as Russia, and that its political system is just as **rigged**.*

Далее (39) выражается прямое убеждение в том, что Россия хочет расколоть Запад, и содержится призыв к единству всего западного мира и твердости перед лицом угрозы со стороны России:

(39) *It wants to create a divided West that has lost faith in its ability to shape the world. In response, the West should be united and firm.*

Как видим, в данной статье используются как прямые, так и манипулятивные способы воздействия на аудиторию, в результате чего происходит агрессивное воздействие на сознание аудитории и создается демонический образ как российского президента, так и страны в целом, представляющей угрозу всему цивилизованному западному миру.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основе анализа американских и британских СМИ в данной статье было продемонстрировано усиление воздействующей функции средств массовой информации, показано, как в условиях информационной войны, явившейся результатом политического противостояния России и Запада, изменились формы воздействия: открытое убеждение сменилось скрытым манипулированием, которое переросло в открытую агрессию, что позволяет говорить о новой функции СМИ — функции информационной, или медийной, агрессии, представляющей собой манипулятивное убеждение.

Мы попытались определить сходства и различия между тремя видами воздействия: убеждением, манипуляцией и агрессией. Убеждение не всегда является манипулятивным, это может быть открытое воздействие (дискуссии в СМИ), которое оставляет за аудиторией выбор. Манипуляция — это скрытое влияние на сознание аудитории, которая выступает пассивной жертвой. Агрессия в медийном дискурсе рассматривалась нами в двух планах — в отношении референта (*аффективная агрессия*) и в отношении адресата (*когнитивная агрессия*). В ре-

зультате мы пришли к выводу, что в рассмотренном нами материале агрессия — это выражение открытой неприязни, враждебности к объекту речи и, в то же время, целенаправленное воздействие на сознание адресата (целевой аудитории) с целью его идеологического подчинения. Таким образом, агрессия — это прямое воздействие на адресата, но предполагающее манипулятивную цель, что и позволяет говорить о *манипулятивном убеждении*.

При более прямых формах воздействия на уровне отдельного высказывания или семиотического знака в конечном итоге оно представляет собой вторжение в когнитивное пространство адресата с целью воздействия на его картину мира, т.е. нацелено на манипуляцию общественным сознанием в интересах власти. В связи с этим, на наш взгляд, агрессивный дискурс можно рассматривать в рамках манипулятивного и его можно охарактеризовать как манипулятивное убеждение. При этом мы не исключаем, что он может иметь целью создание и позитивного имиджа. Поскольку в медийном дискурсе агрессия может осуществляться как вербальными, так и невербальными средствами, для ее обозначения предлагаем использовать термин *информационная (или медийная) агрессия*, который шире термина *речевая агрессия*.

В статье было продемонстрировано, что анализировать агрессивный дискурс целесообразно на основе мультимодального подхода, предполагающего комплексное описание стратегий и тактик манипулирования и используемых для их реализации языковых и неязыковых средств, репертуар которых постоянно расширяется. Описанные в статье стратегии и тактики — лишь часть целой системы дискредитационной лингвистики. Эти приемы частотны, но не исчерпывающи для манипуляции в СМИ. Знание механизмов манипулятивного воздействия СМИ, принимающего новые агрессивные формы, необходимо для противостояния информационно-психологической войне.

© Озюменко В.И., 2017

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

- Басовская Е.Н. Творцы черно-белой реальности: о вербальной агрессии в средствах массовой информации // *Критика и семиотика*. Новосибирск: НГУ, 2004. Вып. 7. С. 257—263. [Basovskaya E.N. (2004). *Tvortsy cherno-beloi real'nosti: o verbal'noi agressii v sredstvakh mas-sovoi informatsii. Kritika i semiotika*. Novosibirsk: NGU. Вып. 7. 257—263 (In Russ).]
- Берковиц Л. *Агрессия: причины, последствия и контроль*. СПб.: Прайм, 2002. [Berkovits L. (2002). *Agressiya: prichiny, posledstviya i kontrol'*. St Petersburg: Prime (In Russ).]
- Бэрон Р., Ричардсон Д. *Агрессия*. СПб.: Издательский дом Питер, 2001. [Beron R., Richardson D. (2001). *Agressiya*. St Petersburg: Izdatel'skii dom Piter. (In Russ).]
- Будаев Э.В., Чудинов А.П. *Метафора в политическом интердискурсе*. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2006. [Budaev E.V., Chudinov A.P. (2006). *Sovremennaya politicheskaya lingvistika*. Ekaterinburg. (In Russ).]
- Володихин Д., Елисеева О., Олейников Д. *История России в мелкий горошек*. М.: ЗАО «Мануфактура», ООО «Издательство „Единство“», 1998. [Volodikhin D., Eliseeva O., Oleinikov, D. (1998). *Istoriya Rossii v melkii goroshek*. Moscow: Manufaktura, Edinstvo (In Russ).]

- Воронцова Т.А. Речевая агрессия в коммуникативно-дискурсивной парадигме // *Вестник ВГУ, Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация*. 2006. № 1. С. 83—86. [Vorontsova T.A. (2006) Rechevaya agressiya v kommunikativno-diskursivnoi paradigme *Vestnik VGU, Seriya: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya*, 1, 83—86. (In Russ).]
- Жельвис В.И. *Поле брани. Сквернословие как социальная проблема в языках и культурах мира*. М.: Ладомир, 2001. [Zhel'vis V.I. *Pole brani. Skvernoslovie kak sotsial'naya problema v yazykakh i kul'turakh mira*. Moscow: Ladomir, 2001. (In Russ).]
- Закоян Л.М. Выражение агрессии в российских СМИ // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Вопросы образования: языки и специальность*. 2009. № 2. С. 44—47. [Zakoyan L.M. (2009). Vyrazhenie agressii v rossiiskikh SMI. *Bulletin of Peoples' Friendship University of Russia. Ser.: Voprosy obrazovaniya: yazyki i spetsial'nost'*, 2, 44—47 (In Russ).]
- Информационные войны в современном мире: материалы международной конференции*, Москва, 2 октября 2008 года. М.: Ключ-С, 2008. [Informatsionnye voiny v sovremennom mire: materialy mezhdunarodnoi konferentsii, oscow, October, 2, 2008. Moscow: Klyuch-S, 2008. (In Russ).]
- Иванова С.В. Лингвистическая ресурсная база информационной войны: создание эффекта демонизации // *Политическая лингвистика*. 2016. № 5 (59). С. 28—37. [Ivanova S.V. (2016) Linguistic resources employed in an information warfare: demonization effect techniques. *Political Linguistics Journal*. № 5 (59). S. 28—37. (In Russ).]
- Иванова С.В., Садуов Р.Т. Политическая коммуникация как образец речевого манипулирования // *Политическая лингвистика*. 2008. № 25. С. 52—59. [Ivanova S.V., Saduov R.T. (2008). Political Communication as a Model of Verbal Manipulation. *Political Linguistics Journal*, 25, 52—59. (In Russ).]
- Иванова С.В., Сподарец О.О. Реализация стратегия субъективизации в структуре новостного политического дискурса СМИ // *Политическая лингвистика*. 2010. № 3. С. 71—75. [Ivanova S.V., Spodarets O.O. (2010). Implementation of Subjectivization Strategy in the Structure of Mass Media Political Discourse, *Political Linguistics Journal*, 3, 71—75. (In Russ).]
- Иванова С.В., Чанышева З.З. Технологии дискурсивного оформления слухов в политическом дискурсе массмедиа // *Политическая лингвистика*. 2014. № 2. С. 39—49. [Ivanova S.V., Chanysheva Z.Z. (2014). Rumor introducing discursive technologies in mass media political discourse. *Political Linguistics Journal*, 2, 39—49. (In Russ).]
- Кара-Мурза С.Г. *Манипуляция сознанием*. М.: Алгоритм, 2004. [Kara-Murza S.G. (2004). *Manipulyatsiya soznaniem*. M.: Algoritm. (In Russ).]
- Клушина Н.И. *Стилистика публицистического текста*. М.: Медиа Мир, 2008. [Klushina N.I. (2008). *Stilistika publitsisticheskogo teksta*. Moscow: Media Mir. (In Russ).]
- Копнина Г.А. *Речевое манипулирование: учеб. Пособие*. 5-е изд. М.: Флинта: Наука, 2014. [Kopnina G.A. (2014). *Rechevoe manipulirovanie: ucheb. posobie*. 5-e izd. Moscow: Flinta: Nauka. (In Russ).]
- Ларина Т.В., Озюменко В.И., Пономаренко Е.Б. Языковые механизмы манипулирования общественным мнением в английских и русских информационных текстах // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика*. 2011. № 1. С. 35—45. [Larina T.V., Ozyumenko V.I., Ponomarenko E.B. (2011). Language mechanisms used to manipulate public opinion in English and Russian texts. *Russian Journal of Linguistics*, 2, 35—45. (In Russ).]
- Озюменко В.И. Языковые средства воздействия на аудиторию в английских, американских и российских СМИ // *Профессионально ориентированное обучение иностранному языку и переводу в вузе*. М.: изд-во РУДН, 2011. С. 258—263. [Ozyumenko V.I. (2011). Yazykovye sredstva vozdeistviya na auditoriyu v angliiskikh, amerikanskikh i rossiiskikh SMI // *Professional'no orientirovannoe obuchenie inostrannomu yazyku i perevodu v vuze*. Moscow: RUDN. 258—263. (In Russ).]

- Ротмайр Р. «Пробивные» стратегии на деловых переговорах как пример «положительной» завуалированной агрессивности // *Агрессия в языке и речи*: сб. науч. ст. под ред. И.А. Шаронова. М.: РГГУ, 2004. С. 53—67. [Rotmair R. “Probivnye” strategii na delovykh peregovorakh kak primer “polozhitel’noi” zavualirovannoi agressivnosti. I. Sharonov (ed.) *Agressiya v yazyke i rechi*. Moscow: RGGU, 2004. 53—67 (In Russ).]
- Седов К.Ф. Агрессия как вид речевого воздействия // *Прямая и непрямая коммуникация*. Саратов: изд-во Колледж, 2003. С. 196—212. [Sedov K.F. *Agressiya kak vid rechevogo vozdeistviya. Pryanaya i nepryanaya kommunikatsiya*. Saratov: izd-vo Kolledzh, 2003. 196—212. (In Russ).]
- Сковородников А.П., Копнина Г.А. Тексты СМИ как поле речевых манипуляций и их разоблачений (на материале российской прессы // *Лингвистика речи. Медиастилистика*: колл. монография, посвященная 80-летию проф. Г.Я. Солганика. М.: ФЛИНТА, 2012. С. 467—492. [Skovorodnikov A.P., Koptina G.A. (2012). *Teksty SMI kak pole rechevykh manipulyatsii i ikh razoblachenii (na materiale rossiiskoi pressy)*. *Lingvistika rechi. Mediastilistika*. Moscow: FLINTA, 2012. 467—492. (In Russ).]
- Чудинов А.П. *Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации*: Монография. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т. 2003. [Chudinov A.P. (2003). *Metaforicheskaya mozaika v sovremennoi politicheskoi kommunikatsii*. Ekaterinburg: Ural. State ped. University: 2003. (In Russ).]
- Шейгал Е.И. *Семантика политического дискурса*. М.: Гнозис, 2004. [Sheigal E.I. (2004). *Semiotika politicheskogo diskursa*. Moscow: Gnozis. (In Russ).]
- Щербинина Ю.В. *Вербальная агрессия*. Изд-е 2. М.: Изд-во ЛКИ, 2008. [Shcherbinina Yu.V. (2008). *Verbal’naya agressiya*. 2 ed-n. Moscow: LKI. (In Russ).]
- Fairclough N. Critical discourse analysis as a method in social scientific research. In: *Methods of Critical discourse analysis*. London: Thousand oaks and Delhi: Sage, 2001. 121—139.
- Ponton D. Movement and Meaning: Towards an Integrated Approach to Political Discourse Analysis. *Russian Journal of Linguistics*. 2016. Vol. 20 (4).
- Van Dijk, T. Discourse and manipulation. *Discourse & Society*. 2006, 17 (2), 359—383.
- Van Dijk, T. *Society and discourse. How social contexts influence text and talk*. Cambridge: Cambridge University press. 2009.
- Weiss G., Wodak R. (eds.) *Critical discourse analysis: theory and interdisciplinarity*. London, Basingstoke, New York: Palgrave, Macmillan. 2007.
- Wodak R. Critical discourse analysis. In: *Qualitative research practice*. London: Sage, 2007. 185—201.

История статьи:

Дата поступления в редакцию: 15 декабря 2016

Дата принятия к печати: 17 января 2017

Для цитирования:

Озюменко В.И. Медийный дискурс в ситуации информационной войны: от манипуляции — к агрессии // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика*. 2017. Т. 21. № 1. С. 203—220.

Сведения об авторе:

Озюменко Владимир Иванович, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков юридического факультета Российского университета дружбы народов. *Сфера научных интересов*: сопоставительная лингвистика, теория и практика перевода, методика преподавания иностранных языков и перевода, межкультурная коммуникация. *Контактная информация*: e-mail: vladimir@ozyumenko.ru

УДК: 811.111.42

DOI: 10.22363/2312-9182-2017-21-1-203-220

MEDIA DISCOURSE IN AN ATMOSPHERE OF INFORMATION WARFARE: FROM MANIPULATION TO AGGRESSION

Vladimir I. Ozyumenko

Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University)
6, Miklukho-Maklaya str., 117198 Moscow, Russian Federation

Abstract. In today's atmosphere of information warfare the biased impact of the media has increased, pushing behind other functions, including the informative one. The forms of media influence have also changed: direct persuasion has been replaced by implicit manipulation, which develops into outright aggression. Since, in the media discourse aggression can be both verbal and non-verbal, we propose to use the term *information (or media) aggression*, which is broader than *verbal aggression*. Media aggression can be considered as a binary process — in relation to the referent (affective aggression) and in relation to the audience (cognitive aggression). As a result, the information under media aggression refers to the expression of open hostility and animosity towards the referent and meaningful impact on the consciousness of the recipient (the target audience) to its ideological subordination. The purpose of this article is to justify the hypothesis that the growing media aggression is a feature of modern media discourse in the atmosphere of information warfare, and this function can be analysed within the framework of manipulative discourse as manipulative persuasion. The data has been taken from quality British and American newspapers, news websites of *The BBC*, *The Economist*, *The Guardian*, *The New York Times*, *The Washington Post*, and some others covering the relations between Russia and the USA, the situation in the Middle East, particularly in Syria. The study was conducted using critical discourse analysis (Fairclough 2001, Van Dijk 2006, 2009; Wodak 2007; Weiss, Wodak 2007) and the multimodal approach (Ivanova, Spodarets 2010; Ponton 2016), and reveals various strategies and means of linguistic manipulation and media aggression. It also shows that the main aim of linguistic manipulation accentuated by verbal and non-verbal aggression is to deliberately mislead the audience imposing on it the desired idea of ideological subordination. Therefore, a knowledge of the mechanisms of manipulative influence is essential to counter the information and psychological war.

Keywords: media discourse, information warfare, persuasion, manipulation, manipulative discourse, media aggression, multimodality

Article history:

Received: 15 December 2016

Revised: 12 January 2016

Accepted: 17 January 2016

For citation:

Ozyumenko, V. (2017). Media Discourse in an Atmosphere of Information Warfare: From Manipulation to Aggression. *Russian Journal of Linguistics*, 21 (1), 203—220.

Bio Note:

Vladimir I. Ozyumenko, PhD, Associate Professor at Institute of Law, RUDN University. *Research Interests:* Contrastive Linguistics, Theory and Practice of Translation, Methods of Language Teaching, Intercultural Communication. *Contact information: e-mail:* vladimir@ozyumenko.ru