

А. Г.-Б. Салахова, К. Л. Грачева  
Челябинск, Россия

**ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ МАНИПУЛЯТИВНЫХ СРЕДСТВ ВОЗДЕЙСТВИЯ СМИ  
В ПЕРИОД ИНФОРМАЦИОННЫХ ВОЙН (НА МАТЕРИАЛЕ ПРЕССЫ ГЕРМАНИИ)**

**АННОТАЦИЯ.** В статье представлен анализ средств речевого воздействия на немецкоязычного читателя средствами массовой коммуникации Германии. Особенностью современной медиакоммуникации является манипулятивное воздействие на адресата с целью формирования у него определенного отношения к объектам, событиям, людям. В ходе лингвистического анализа немецких средств массовой информации выявлено, что в процессе открытой информационной войны, развернутой европейскими и мировыми СМИ против Российского государства, средства массовой коммуникации Германии нацелены на формирование образа врага. Образ России как врага является основной мифологемой современного европейского медиапространства. Данный образ формируется посредством создания негативного образа президента Российской Федерации, Российского государства, русского народа, а также при формировании образа российской оппозиции как жертвы государственного строя. Для этого используются такие методы манипулятивного воздействия, как принцип контраста, манипулятивное комментирование, показная проблематика, недоступность информации, ложные аналогии и неожиданное цитирование. Средствами выражения манипулятивных методов воздействия на немецкоязычного читателя выступают лексические единицы с негативнооценочной коннотацией, усилительные частицы, прецедентные имена собственные, формирующие в сознании реципиента негативный образ и апеллирующие к пафосу.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** информационные войны; медиатексты; медиадискурс; речевое воздействие; манипуляция сознанием; средства массовой информации; манипулятивное воздействие; образ врага.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Салахова Аделина Гюль-Балаевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры романо-германских языков и межкультурной коммуникации факультета лингвистики и перевода, Челябинский государственный университет; 454001, Россия, г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129; e-mail: adelina-salakhova@yandex.ru.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Грачева Ксения Леонидовна, переводчик, отдел международного сотрудничества, Челябинский государственный университет; 454001, Россия, г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129; e-mail: gracheva.k.l@mail.ru.

Современная геополитическая ситуация определяется тем, что любая страна мира нуждается в создании эффективной системы противодействия формированию ее негативного имиджа на мировой арене. Именно поэтому в последнее время говорят о проведении крупномасштабной информационной войны как эффективном инструменте реализации внешней политики государств, влияющих на состояние внешнеполитического равновесия. Вовлечение России в ряд международных информационных конфликтов определяет ее стратегию информационного поведения и противостояния главным нашим противникам, которыми «являются (или, во всяком случае, имплицитно преподносятся в таком статусе большинством российских средств массовой информации) так называемые „страны Запада“» [Васильев 2016: 12]. А. Д. Васильев и Ф. Е. Подсохин отмечают, что при этом используются не только собственные СМИ и специальные организации данных стран, но и спонсируемые ими силы внутри России («несистемная оппозиция», русофобские СМИ), а также антироссийски настроенные элиты и СМИ некоторых соседних с Россией стран [Там же]. Как указывает Г. Г. Почепцов, информационная война представляет собой «всеобъемлющую, целостную стратегию, призванную отдать должное значимости и ценности информации в вопросах командования, управления и выполнения приказов вооруженными силами и реализации национальной политики» [Почепцов 2000: 3].

Следует заметить, что информационная война имеет целью использование всех возможностей и факторов уязвимости, возникающих в возрастающей зависимости от информации, а также использование информации в конфликтных ситуациях. Как правило, сам факт и последствия ведения информационной войны не являются очевидными для того, против кого она ведется. Однако в последнее время все чаще российские и зарубежные СМИ открыто говорят о проведении информационной войны.

Несмотря на то, что «технология информационной войны была хорошо отработана на Западе еще в годы так называемой „холодной войны“ как форма разрушения государственности своего основного геополитического противника — СССР» [Чумичкин 2012: 35], в современной политической ситуации она приобретает новые акценты и средства реализации основной цели.

Особую роль при этом играют средства массовой коммуникации, которые призваны «осуществлять социально-информационное регулирование жизнедеятельности общества» [Юдина 2006: 85]. Именно этим определяется возросший интерес к исследованию медиапространства со стороны политологов, PR-технологов, психологов и филологов [Алещанова 2005; Лучинский 2012; Леготина 2016]. Как справедливо замечает С. С. Борисова, «сегодня наиболее актуальной темой выступает изучение информаци-

онного аспекта освещения событий, процесса трансляции информации через медиатекст, одновременно с изучением способов медийного давления и того, как это давление производится» [Борисова 2015: 103]. Медийное давление осуществляется вербальными или невербальными способами воздействия на реципиента. Так, Е. В. Шелестюк считает, что речевое воздействие может предполагать перестройку целых концептуальных структур реципиента — его мироощущения, мировосприятия, мировоззрения. Кроме того, речевое воздействие влияет на эмоции реципиента, внушает определенные образы и мысли, преодолевая психологическое сопротивление реципиента [Шелестюк 2008: 166]. Цели речевого воздействия могут носить как манипулятивный, так и неманипулятивный характер, т. е. могут учитывать или не учитывать интересы адресата. Кроме того, речевое воздействие может осуществляться при помощи корректных и некорректных приемов и инструментов [Там же].

В процессе ведения информационной войны для идеологической обработки психического сознания масс активно используются методики манипулятивного воздействия. Е. Л. Доценко под манипуляцией понимает «вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями» [Доценко 2000: 109]. Автор выделяет следующие существенные признаки манипулятивного воздействия: 1) психологическое воздействие; 2) отношение к объектам манипулирования как средству достижения собственных целей; 3) стремление получить односторонний выигрыш; 4) скрытый характер воздействия; 5) использование (психологической) силы, игра на слабостях (использование психологической уязвимости); 6) мастерство и сноровка осуществления манипулятивных действий. Манипуляция в отношении к политике и идеологии часто понимается как процесс и результат формирования мифа или особым образом мифологизированной картины мира. Данное определение основывается на мифологической модели Р. Барта, определяющего миф как основу массовой культуры и идеологии [см.: Барт 1989].

Основной мифологемой, используемой в период информационной войны, является «образ врага», создаваемый различными манипулятивными методами. Далее в статье мы рассмотрим основные методы манипулятивного воздействия, применяемые в СМИ Германии. В качестве материала исследо-

вания нами были выбраны статьи немецких онлайн-изданий «Frankfurter Allgemeine Zeitung» и «Deutsche Welle».

В качестве методов манипулятивного воздействия для создания образа врага, как отмечает С. А. Зелинский, СМИ применяют следующие: принцип первоочередности, использование «очевидцев» событий и «лидеров мнений», одобрение мнимого большинства, смещение акцентов, переориентацию внимания, эмоциональное заражение и экспрессивный удар, показную проблематику, недоступность информации и односторонность освещения событий, удар на опережение, принцип контраста и др. [Зелинский 2008].

В ходе проведенного исследования было выявлено, что образ врага немецкими СМИ формируется посредством создания негативного образа президента РФ, образа Российского государства, образа русского народа и позитивного образа страдающей оппозиции; российские СМИ, в свою очередь, нацелены на корректировку формируемых образов и на создание негативного образа немецких СМИ. Рассмотрим более детально формируемые образы и лингвистические средства воздействия на адресата.

Немецкие СМИ при создании образа президента Российской Федерации очень категоричны и стремятся показать его не как человека, а как машину, которая не способна на сострадание, а может только разрушать жизни людей. Вся деятельность российского президента — это игра, в которой он демонстрирует свое превосходство.

Одним из ярких примеров тому является статья А. Кайзера «Putins Muskelspiel», где немецкий публицист создает негативный образ президента Российской Федерации при помощи большого количества образных средств.

*Wladimir Putin lässt sich gerne die Muskeln spielen, auch in der weltpolitischen Bühne* [Kaiser 2015]. — *Владимир Путин позволяет себе охотно играть мышцами также на мировой политической арене.*

Политика президента России для автора — это игра мышцами (*die Muskeln spielen*). Более того, Владимир Путин делает это охотно (*gerne*) на мировой политической арене (*weltpolitische Bühne*). Данным высказыванием журналист хочет сформировать мнение реципиентов о президенте России как амбициозном человеке, желающем показать всему миру свою силу и готовность к решительным действиям. Согласно автору статьи, политика для В. Путина — это только игра на политической арене. Всеми своими действиями он стремится показать решительный настрой и военный потенциал, что

демонстрирует следующий пример:

*In Russland mischt sich die Körperkultur seit einigen Jahren in die politische Kultur* [Kaiser 2015]. — В России понятие „физическая культура“ смешивается с политикой на протяжении нескольких лет.

Под физической культурой в данном примере понимается военный потенциал государства, но автор намеренно использует эвфемизм, чтобы скрыть явную речевую агрессию.

Немецкие СМИ стараются сформировать образ В. Путина не как президента, а как царя, у которого есть свой замок. Так, продолжая создавать образ могущественного и сильного политика, А. Кайзер отмечает:

*Putin trainiert im prächtigen Trohnsaal des Kremls sein persönliches geostrategisches Gleichgewicht* [Kaiser 2015]. — Путин тренируется в великолепном зале Кремля выстраивать свое личное геостратегическое равновесие.

По словам автора, Кремль — это не место работы президента, а его тронный зал. И президент России действует не в соответствии с интересами страны, а согласно своим личным представлениям о расстановке сил в мире. Здесь А. Кайзер сравнивает президента России с царем посредством употребления существительного «Trohnsaal», что может свидетельствовать об отсутствии демократии в России, поскольку царь правит безраздельно, не учитывая мнение и желания народа.

Путем искусственного создания угрозы в лице президента России немецкие СМИ формируют основную мифологему информационной войны — образ врага. Для формирования и закрепления такого образа используются методы манипуляции: принцип контраста, манипулятивное комментирование и использование лидеров мнений. Как показал лингвистический анализ текстов, в немецких СМИ президент России — жестокий лидер, подопечный которого — диктатор (Башар Ассад), он руководит пропагандой, не учитывает мнение народа, устраняет критиков своей власти. Немецкие СМИ формируют образ президента России посредством логического выстраивания и описания нескольких метафорических образов: Путин — спортсмен, Путин — царь, Путин — диктатор. Немецкие СМИ для создания образа российского президента используют эмоционально окрашенные лексические единицы с негативно-оценочной коннотацией, отрицательные частицы, а также метафоры и эвфемизмы.

В немецких СМИ Россия изображается как авторитарное государство. Для доказа-

тельства авторитарных порядков в России президента сравнивают с царем, судебную систему — с жестокими порядками периода правления И. Сталина. При создании образа авторитарного государства немецкие СМИ поддерживают отрицание существования демократии в России, осуждают российскую систему правосудия, указывая на несоответствие требованиям Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод, которую Россия ратифицировала 30 марта 1998 г., за исключением 3 протоколов. При этом в качестве доказательства агрессивной политики государства выступает Российско-украинский конфликт, в котором жертвой выступает суверенная Украина, а «захватчиком» — Россия. Украинцы позиционируются как жертвы, в связи с чем указывается на деспотизм российских властей:

*Poroschenko sprach über „Absurdität und Brutalität“, die von einer Rückkehr der russischen Justiz zu Stalin-Zeiten zeuge* [Goncharenko 2016]. — Порошенко говорит о „нелепости и жестокости“, которые свидетельствуют о возвращении российской судебной системы в сталинские времена.

В данном примере президент Украины П. Порошенко выступает как лидер мнения, человек, который в курсе ситуации и, соответственно, может оценивать происходящее. Автор статьи приводит цитату Порошенка для описания состояния российской судебной системы — «нелепость и жестокость» (Absurdität und Brutalität). Кроме того, автор использует такой метод, как ссылка на авторитеты (в данном случае прецедентное имя) и оперирует образом Сталина в своих интересах, стремясь указать на несправедливость судебной системы — «возвращение российской судебной системы в сталинские времена» (von einer Rückkehr der russischen Justiz zu Stalin-Zeiten). В некоторых случаях в СМИ могут одновременно сочетаться такие методы манипуляции, как использование лидеров мнений и манипулятивное комментирование.

В противостоянии России и Украины создается образ Украины как борца за справедливость. Соответственно противоположный образ должен быть сформирован для России. Россия не отстаивает свои права, не защищает своих граждан, Россия ведет пропаганду и стремится показать всем свою силу. Это иллюстрируют следующие примеры:

*Russische Medien und Politiker betrieben Hetze* [Johann 2016]. — Российские СМИ и политикой устроили травлю; Für die ukrainische Seite ist es sehr wichtig, direkt danach konkrete Schritte für die Freilassung von Sawtschenko zu unternehmen [Goncharenko 2016]. —

Для украинской стороны очень важно то, что сразу после этого будут предприняты меры по освобождению Савченко.

Для создания образа врага используется негативнооценочное образное устойчивое выражение «устраивать травлю» (betrieben Hetze). Автор пытается использовать такой метод манипуляции, как принцип контраста. Положительная информация преподносится на фоне большого количества негативной. Создается четкое представление о том, что украинская сторона олицетворяет борцов за справедливость, которые уже готовы сразу же (direkt danach) дать отпор и предпринять конкретные меры (konkrete Schritte für die Freilassung zu unternehmen).

Как показал лингвистический анализ, немецкие СМИ создают негативный образ Российской Федерации, сравнивая ее с авторитарным государством. Россия представлена как страна-агрессор. Судебная система в России нелепая и жестокая, действует без соблюдения международных прав и Гаагской конвенции. Для создания негативного образа государства используются образные устойчивые выражения и лексические единицы с негативной оценкой. При создании образа государства используются следующие методы манипуляции: эффект правдоподобия, ложная аналогия, манипулятивное комментирование, лидер мнения, односторонность освещения событий, принцип контраста. Одновременное использование нескольких методов манипуляции в одной статье подготавливает почву для воздействия таких методов манипуляции, как информационный штурм и эмоциональное заражение.

Одной из целей воздействия медиатекста на аудиторию является формирование образа народа. Немецкие СМИ формируют негативный и противоречивый образ русского народа. Россия ими представлена как большая страна, в которой не учитывается мнение народа, а власти только отвлекают внимание населения от существующих проблем. СМИ Германии формируют образ легкоуправляемого народа, который не заинтересован в переменах к лучшему.

*Russland ist eine Zivilisation des kosmisch großen, infolge sterbender Dörfer immer leerer werdenden Raumes* [Holm 2016]. — *Россия представляет собой цивилизацию с достигающим космических размеров свободным пространством вследствие вымирания деревень.*

Автор подчеркивает размеры России при помощи эпитета «космические» (kosmisch großen). При этом свободные площади никак не заняты (infolge sterbender Dörfer im-

mer leerer werdenden Raumes). В данном случае используется такой метод манипуляции, как показная проблематика.

Вместо того чтобы решать социальные и экономические проблемы, русские только впадают в депрессию и ностальгируют:

*Neujahrsgrußkarten im Retrodesign des neunzehnten Jahrhunderts, sowjetisches Traditionskonfekt, eine neue App, mittels deren man Smartphoneporträtfotos die Züge von Stalin verleihen kann, zeugen von einer wahllos allesfressenden Nostalgie* [Holm 2016]. — *Новогодние ретрооткрытки в духе девятнадцатого века, кондитерские в советских традициях, новое приложение, при помощи которого можно на фотографию наложить черты Сталина, — все это свидетельствует о бездумной всепоглощающей ностальгии.*

Дизайн в стиле ретро (Retrodesign), кондитерские в советских традициях (sowjetisches Traditionskonfekt) и прецедентное имя *Сталин*, усиливающее создаваемый автором негативный образ, в очередной раз подчеркивают ностальгию, которая становится беспорядочной (wahllos) и всепоглощающей (allesfressend). Пример показывает, что русские не развиваются, живут только своей историей и все время оглядываются на прошлое, как принято считать на Западе. Данная информация не противоречит укрепившимся ранее представлениям о русских, которые все еще живут в Советском Союзе. Поэтому понять противоречивый характер такой информации становится сложно. Приведенный пример демонстрирует употребление такого метода манипуляции, как принцип первоочередности. На сформированное ранее мнение накладываются новые факты, и информация принимается на веру, так как не противоречит уже сложившемуся мнению.

Итак, при создании образа русского народа немецкие СМИ стремятся показать его как пассивную массу, находящуюся в депрессии и ностальгирующую по временам СССР. Роль народа в государстве принижается, и в огромной стране живут одни алкоголики. Для создания негативного образа народа используются следующие методы манипуляции: принцип контраста, показная проблематика, принцип первоочередности, недоступность информации.

Для формирования образа России как врага немецкие СМИ также активно используют российскую оппозицию, которая критикует власть и систему правосудия. Как правило, российские оппозиционеры представлены как жертвы авторитарной системы, а также, что весьма примечательно, как жертвы В. Путина. Так, наиболее часто ис-

пользуемые представители оппозиции — это журналистка Жанна Немцова и артистка и политическая активистка Надежда Толоконникова. Следует заметить, что Жанна Немцова в настоящий момент работает редактором в «Deutsche Welle». Надежда Толоконникова же выпустила на немецком языке книгу «Руководство к революции», которую можно было приобрести на Кельнской книжной ярмарке.

Жанна Немцова стала популярным комментатором и критиком российской власти после убийства ее отца и активно высказывает свое мнение в зарубежных СМИ.

*Nemzows Tochter Zhanna Nemzowa griff aus Anlass des Jahrestages des Mordes den russischen Präsidenten scharf an: "Putin mache ich politisch für das Attentat verantwortlich", sagte die 31-Jährige Redakteurin der Deutschen Welle, der "Neuen Osnabrücker Zeitung" [Tausende erinnern... 2016]. — По случаю годовщины убийства Немцова его дочь Жанна Немцова жестко критикует российского президента: „Я возлагаю политическую ответственность за убийство на Путина“, — заявила газете „Hohe Osnabrücker Zeitung“ 31-летний редактор „Немецкой волны“.*

Этот пример демонстрирует применение таких методов манипуляции, как использование лидеров мнений и манипулятивное комментирование. Жанна Немцова возлагает «политическую» ответственность за убийство своего отца на В. Путина (*Putin mache ich politisch für das Attentat verantwortlich*). В данном случае Ж. Немцова рассматривается как лидер мнения, непосредственно знающий ситуацию и дающий официальное интервью немецкой региональной газете. Так как Ж. Немцова является пострадавшим лицом, то ее комментарий, безусловно, носит эмоциональный характер.

Надежда Толоконникова в немецких СМИ представлена как жертва политики В. Путина. Она способна рассказать о проблемах в России, так как она — представитель оппозиции, и ее мнение для немецких СМИ приравнивается к мнению эксперта.

*Gleichzeitig zeichnete Tolokonnikowa ein Bild von Russland als autoritärer Staat, in dem Putin nach Belieben schaltet und waltet [6\*]. — В то же время Толоконникова описывает Россию как авторитарное государство, в котором Путин царит и властвует по своему усмотрению.*

В данном примере Россия — это авторитарное государство, руководитель которого царствует. Для создания образа используется устойчивое выражение «*schalten und walten*», которое означает «действовать по своему усмотрению». При этом сама Н. Толо-

конникова представлена в статье не как оппозиционер или политический активист, она — участница группы (*Bandmitglied*), деятель искусства (*Aktionskünstlerin*), артистка (*Künstlerin*). При этом изображение Н. Толоконниковой в Кельне как артистки, деятеля искусства — это использование метода манипуляции «взгляд изнутри», за счет которого создается эффект правдоподобия, несмотря на то, что Толоконникова основывается только на личном опыте и события освещаются односторонне.

Таким образом, оппозиционеры российской власти представляются в СМИ как жертвы системы, страдающие за высказывание своего мнения. Для подтверждения этого авторы используют такие методы манипуляции, как манипулятивное комментирование, одностороннее освещение событий, ложная аналогия.

Итак, развернутая западными СМИ информационная война против России имеет целью создание образа врага в лице Российского государства. Речевое взаимодействие в рамках такого геополитического информационного противостояния, по справедливому замечанию О. В. Красовской, представляет собой «высокоинтенсивную коммуникацию, к участию в которой привлекаются самые разные слои населения, которая стремится к расширению своего пространства, преодолению монолога, использованию невербального компонента для усиления вербального» [Красовская 2006: 57—58]. В проанализированных нами текстах статей отмечены следующие признаки образа России как врага, выделенные Д. А. Денисовым [Денисов 2009: 121]: выделение оппозиции «мы» — «они», акцентирование отличий посредством дегуманизации врага, выражение тревоги по поводу угрозы, деструктивное начало, символическая принадлежность злу, возложение вины за негативные последствия, ложность идеологии, целей, верований, наличие жертвы деятельности врага, сюжет предательства, персонализированный образ агентов врага, сила, могущество, потенциал врага, негативные эмоции (страх, ненависть, гнев), что ведет к угрозе в будущем и последующей деструктивной деятельности врага. Создание такого образа достигается применением различных методов манипуляции сознанием реципиентов.

К средствам информационной войны относятся способы передачи ложной или искаженной информации, информационно-психологическое пропагандистское воздействие. Именно с их помощью осуществляется коммуникативное воздействие и, как следствие, происходит изменение картины

мира реципиентов.

В лице В. Путина немецкие СМИ создают образ врага. Немецкие СМИ при создании образа президента Российской Федерации очень категоричны. Они стремятся показать В. Путина не как человека, а как машину, которая не способна на сострадание, а может только разрушать жизни людей. Вся деятельность российского президента — это игра, в которой он демонстрирует свое превосходство. Согласно немецким СМИ, Путин — царь, спортсмен, реальная опасность.

Немецкие СМИ для создания образа президента Российской Федерации используют следующие методы манипуляции: образ врага, принцип контраста, манипулятивное комментирование и использование лидеров мнений. Согласно информации в немецких СМИ, В. Путин — не человек, а машина, которая способна только разрушать жизни людей. При этом президент России правит, не учитывая мнение народа, и устраняет конкурентов.

Немецкие СМИ формируют негативный и противоречивый образ русского народа в своих статьях. Как показал анализ, немецкие СМИ для создания негативного образа России используют следующие методы манипуляции: принцип контраста, показную проблематику, принцип первоочередности, недоступность информации, формирование образа врага.

Россия в немецких СМИ изображена как тоталитарное государство, которым правит царь, а судебная система сравнима с периодом тоталитарного режима И. Сталина. При создании образа России как государства немецкими СМИ используются следующие методы манипуляции: эффект правдоподобия, ложная аналогия, образ врага, манипулятивное комментирование, лидер мнения, односторонность освещения событий, принцип контраста.

Популярными методами манипуляции у немецких СМИ являются следующие: образ врага, принцип контраста, манипулятивное комментирование. Кроме того, немецкие СМИ используют показную проблематику, недоступность информации, ложные аналогии, неожиданное цитирование. Комплексное использование нескольких методов манипуляции позволяет использовать более сложные методы, такие как ложный накал страстей, эмоциональное заражение, экспрессивный удар.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Алещанова И. В. Предпосылки нарративных манипуляций в массово-информационном дискурсе // Науч. вестн. Воронеж. гос. арх.-строит. ун-та. Современные лингвистические и методико-дидактические исследования. 2006. Вып. 6. С. 84—89.
2. Барт Р. Избранные работы: семиотика. Поэтика / пер. с фр., сост., общ. ред. и вступ. Г. К. Косикова. — М.: Прогресс, 1989. 616 с.
3. Борисова С. С. Реализация персуазивных стратегий в аналитическом жанре «передовая статья» (Leitartikel) как ресурс информационного доминирования // Науч. вестн. Воронеж. гос. арх.-строит. ун-та. Современные лингвистические и методико-дидактические исследования. 2015. Вып. 1 (25). С. 102—114.
4. Васильев А. Д., Подсохин Ф. Е. Информационная война: лингвистический аспект // Политическая лингвистика. 2016. — Вып. 2 (56). С. 10—16.
5. Денисов Д. А. Идентификация образа врага в политической коммуникации // Вестн. РГГУ. Сер.: Политология. История. Международные отношения. Зарубежное регионоведение. Востоковедение. 2009. № 1. С. 113—126.
6. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. — М.: ЧеРо, 2000. 342 с.
7. Зелинский С. А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. — СПб.: Скифия, 2008. 404 с.
8. Красовская О. В. Информационная война как коммуникативный феномен // Политическая лингвистика. 2016. Вып. 4 (58). С. 53—59.
9. Леготина Е. В., Саяхова Д. К. К определению понятий «медиапространство» и «медиапространство» // Актуальные проблемы русской и сопоставительной филологии: теория и практика. — Уфа: БашГУ, 2016. С. 302—306.
10. Лучинский Ю. В. Теория политических псевдомифов и современное медиапространство // Медийные стратегии современного мира. — Сочи, 2012. С. 3—8.
11. Почепцов Г. Г. Информационные войны. — М.: Рефлбук; Киев: Ваклер, 2000. 523 с.
12. Чумичкин А. А. Современные вызовы развитию информационных технологий в условиях использования сетевых сообществ в реализации стратегий информационных войн // Угрозы и безопасность. 2012. № 9. С. 33—41.
13. Шелестюк Е. В. Комплексная методика исследования речевого воздействия произведения письменной речи // Вестн. Челябин. гос. ун-та. 2008. № 20. С. 166—176.
14. Юдина Е. Н. Медиапространство как культурная и социальная система: моногр. Сер.: Научные труды / М-во образования и науки Рос. Федерации, Моск. пед. гос. ун-т. — М.: Прометей, 2005. 160 с.
15. Goncharenko R. Trauer und Trost nach Sawtschenko-Urteil // Deutsche Welle. URL: <http://www.dw.com/de/trauer-und-trost-nach-sawtschenko-urteil/a-19134676> (date of access: 28.10.2016).
16. Holm K. Russlands Umgang mit der Krise: Vodka heilt jede Krankheit // Frankfurter Allgemeine Zeitung. URL: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/russlands-umgang-mit-der-krise-14031886.html> (date of access: 28.10.2016).
17. Johann B. Kommentar: Unrecht im Namen des Kreml // Deutsche Welle. URL: <http://www.dw.com/de/kommentar-unrecht-im-namen-des-kreml/a-19134053> (date of access: 28.10.2016).
18. Kaiser A. Putins Muskelspiel // Frankfurter Allgemeine Zeitung. URL: <http://www.faz.net/aktuell/stil/mode-design/lagerfelds-karikaturen/karl-lagerfeld-warnt-vor-putins-machtspielen-13847921.html> (date of access: 28.10.2016).
19. „Pussy Riot“: Nicht alle Russen sind für Putin // Deutsche Welle. URL: <http://www.dw.com/de/pussy-riot-nicht-alle-russen-sind-f%C3%BCr-putin/a-19114623> (date of access: 28.10.2016).
20. Tausende erinnern in Moskau an Putin-Kritiker Nemzow // Deutsche Welle. URL: <http://www.dw.com/de/tausende-erinnern-in-moskau-an-putin-kritiker-nemzow/a-19079574> (date of access: 28.10.2016).

A. G.-B. Salakhova, K. L. Gracheva  
Chelyabinsk, Russia

LINGUISTIC ANALYSIS OF MANIPULATIVE MEANS OF MASS MEDIA INFLUENCE  
IN THE TIME OF INFORMATION WARFARE (ON THE MATERIAL OF GERMAN MASS MEDIA)

**ABSTRACT.** *The article deals with the analysis of the means of verbal influence on the German-speaking reader in mass media communication in Germany. The peculiarity of modern media communication has been identified, which is the manipulative influence on the recipient to form their attitude to objects, events, or people. The linguistic analysis of German media texts has revealed that in the process of an open information warfare the mass media communication is aimed at the formation of the image of enemy. The image of Russia as an enemy is a key myth of modern European media space. This image is built by forming a negative image of the President of the Russian Federation, the Russian state, the Russian people and the image of the Russian oppositionists as the victims of the political system. The authors use such manipulative techniques as contrast, manipulative commenting, ostensible problems, unavailability of information, false analogies and unexpected quoting. The means of expression of manipulative techniques that influence the German reader are words with negative connotation, emphatic particles, precedent proper names, which form negative image in the minds of the readers.*

**KEYWORDS:** *information warfare; media texts; media discourse; verbal communication; manipulation of consciousness; mass media; manipulative influence; the image of enemy.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Salakhova Adelina Gyl-Balayevna, Candidate of Philology, Associate Professor, Department of German Language, Faculty of Linguistics and Translation, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Gracheva Ksenia Leonidovna, Translator, International Department, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia.*

REFERENCES

1. Aleshchanova I. V. Predposylki narrativnykh manipulatsiy v massovo-informatsionnom diskurse // Nauch. vestn. Voronezh. gos. arkh.-stroit. un-ta. Sovremennye lingvisticheskie i metodiko-didakticheskie issledovaniya. 2006. Vyp. 6. S. 84—89.
2. Bart R. Izbrannye raboty: semiotika. Poetika / per. s fr., sost., obshch. red. i vstup. G. K. Kosikova. — M. : Progress, 1989. 616 s.
3. Borisova S. S. Realizatsiya persuazivnykh strategiy v analiticheskom zhanre «peredovaya stat'ya» (Leitartikel) kak resurs informatsionnogo dominirovaniya // Nauch. vestn. Voronezh. gos. arkh.-stroit. un-ta. Sovremennye lingvisticheskie i metodiko-didakticheskie issledovaniya. 2015. Vyp. 1 (25). S. 102—114.
4. Vasil'ev A. D., Podsokhin F. E. Informatsionnaya voyna: lingvisticheskiy aspekt // Politicheskaya lingvistika. 2016. — Vyp. 2 (56). S. 10—16.
5. Denisov D. A. Identifikatsiya obraza vraga v politicheskoy kommunikatsii // Vestn. RGGU. Ser.: Politologiya. Istoriya. Mezhdunarodnye otnosheniya. Zarubezhnoe regionovedenie. Vostokovedenie. 2009. № 1. S. 113—126.
6. Dotsenko E. L. Psikhologiya manipulatsii: fenomeny, mekhanizmy i zashchita. — M. : CheRo, 2000. 342 s.
7. Zelinskiy S. A. Informatsionno-psikhologicheskoe vozdeystvie na massovoe soznanie. — SPb. : Skifiya, 2008. 404 s.
8. Krasovskaya O. V. Informatsionnaya voyna kak kommunikativnyy fenomen // Politicheskaya lingvistika. 2016. Vyp. 4 (58). S. 53—59.
9. Legotina E. V., Sayakhova D. K. K opredeleniyu ponyatiy «mediaprostranstvo» i «mediatekst» // Aktual'nye problemy russkoy i sopolstavitel'noy filologii: teoriya i praktika. — Ufa : BashGU, 2016. S. 302—306.
10. Luchinskiy Yu. V. Teoriya politicheskikh psevdonimov i sovremennoe mediaprostranstvo // Mediyne strategii sovremennogo mira. — Sochi, 2012. S. 3—8.
11. Pocheptsov G. G. Informatsionnye voyny. — M. : Refl-buk ; Kiev : Vakler, 2000. 523 s.
12. Chumichkin A. A. Sovremennye vyzovy razvitiyu informatsionnykh tekhnologiy v usloviyakh ispol'zovaniya setevykh soobshchestv v realizatsii strategiy informatsionnykh voyn // Ugrozy i bezopasnost'. 2012. № 9. S. 33—41.
13. Shelestyuk E. V. Kompleksnaya metodika issledovaniya rechevogo vozdeystviya proizvedeniya pis'mennoy rechi // Vestn. Chelyab. gos. un-ta. 2008. № 20. S. 166—176.
14. Yudina E. N. Mediaprostranstvo kak kul'turnaya i sotsial'naya sistema : monogr. Ser.: Nauchnye trudy / M-vo obrazovaniya i nauki Ros. Federatsii, Mosk. ped. gos. un-t. — M. : Prometey, 2005. 160 s.
15. Goncharenko R. Trauer und Trost nach Sawtschenko-Urteil // Deutsche Welle. URL: <http://www.dw.com/de/trauer-und-trost-nach-sawtschenko-urteil/a-19134676> (date of access: 28.10.2016).
16. Holm K. Russlands Umgang mit der Krise: Vodka heilt jede Krankheit // Frankfurter Allgemeine Zeitung. URL: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/russlands-umgang-mit-der-krise-14031886.html> (date of access: 28.10.2016).
17. Johann B. Kommentar: Unrecht im Namen des Kreml // Deutsche Welle. URL: <http://www.dw.com/de/kommentar-unrecht-im-namen-des-kreml/a-19134053> (date of access: 28.10.2016).
18. Kaiser A. Putins Muskelspiel // Frankfurter Allgemeine Zeitung. URL: <http://www.faz.net/aktuell/stil/mode-design/lagerfelds-karikaturen/karl-lagerfeld-warnt-vor-putins-machtspielen-13847921.html> (date of access: 28.10.2016).
19. „Pussy Riot“: Nicht alle Russen sind für Putin // Deutsche Welle. URL: <http://www.dw.com/de/pussy-riot-nicht-alle-russen-sind-f%C3%BCr-putin/a-19114623> (date of access: 28.10.2016).
20. Tausende erinnern in Moskau an Putin-Kritiker Nemzow // Deutsche Welle. URL: <http://www.dw.com/de/tausende-erinnern-in-moskau-an-putin-kritiker-nemzow/a-19079574> (date of access: 28.10.2016).

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Л. А. Нефедова.