

Р. Р. Юсупова, Р. Р. Теплых
Уфа, Россия

ДЕМОНИЗАЦИЯ «ПЛОХИХ» ПОЛИТИЧЕСКИХ ЛИДЕРОВ КАК ИНСТРУМЕНТ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ

АННОТАЦИЯ. Стратегия демонизации является основным методом информационной войны. Цель данного исследования — выявить приемы речевого воздействия, направленные на создание стратегии демонизации в ходе информационной войны. Демонизация политического лидера исследуется на примере телевизионных передач канала «CNN Live», посвященных войне в Сирии, Башару Асаду и членам его семьи. Установлено, что в период войны в Сирии использовались приемы манипулятивного убеждения и внушения, когда в психику реципиента внедряются цели, оценки, идеи, искажающие картину мира или выгодные коммулятору без учета интереса реципиента. Выделены основные приемы речевого воздействия: апелляция к авторитетным личностям, мнения которых неоспоримы (в эфир приглашаются эксперты — опытные политики и научные сотрудники университетов), персонализация события (внимание реципиентов отвлекается от сути события и акцентируется на личности и ее качествах), апелляция к устоявшимся стереотипам (насаждение своих ценностей и неприятие чужих, активизирующее базовую оппозицию «свой — чужой»), использование полуправды (игнорирование фактов, которые противоречат идеологической установке), устрашение (демонизация иррациональна и всегда воздействует на чувства, сильное воздействие оказывают негативные эпитеты и истории из жизни с участием объектов демонизации), предъявление обвинений (обвинения предъявляются без доказательной базы), апелляция к фоновым знаниям через аналогии (чтобы задействовать фрейм «мафия», автор проводит аналогию с семьей Корлеоне: для каждого члена семьи Башара Асада находится прототип в фильме Ф. Коппола).

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: стратегия демонизации; приемы речевого воздействия; информационные войны; метафорические фреймы; свой — чужой; политический дискурс; политический детели; медиадискурс; медиалингвистика; СМИ; средства массовой информации; политическая метафорология; политические метафоры.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ: Юсупова Розалия Римовна, кандидат филологических наук, доцент, кафедра международного права и международных отношений, Институт права, Башкирский государственный университет; 450076, Россия, г. Уфа, ул. Заки Валиди, д. 32; e-mail: rozaliya-yusupova@yandex.ru.

Теплых Регина Римовна, кандидат филологических наук, доцент, кафедра иностранных языков, Уфимский государственный технический университет; 450062, Россия, г. Уфа, ул. Космонавтов, 1; e-mail: reginateplykh@yandex.ru.

Материалы Международной научной конференции «Один пояс — один путь. Лингвистика взаимодействия» (Екатеринбург, 16—21 октября 2017 г.).

Информационные войны всегда являлись частью внешней политики государств. Даже в догосударственную эпоху вожди/шаманы придумывали и распространяли порочащие соседей слухи для обоснования нападения на них. Самым распространенным основанием было, конечно, богатство соседей. Но и возрастающее могущество в не меньшей мере было причиной объявления так называемых превентивных войн [Шонин, Юсупова 2017: 43—45].

В информационной войне испокон веков используется создание стереотипов у населения своей страны, прежде всего для демонизации и дегуманизации противника. В своем исследовании в качестве рабочего определения информационной войны мы воспользуемся определением А. П. Сковородникова и Г. А. Копнина, в котором учитывается роль языка и речи в психологическом воздействии. Информационно-психологическая война — это противоборство сторон, которое возникает из-за конфликта интересов и осуществляется путем намеренного, прежде всего речевого, воздействия на сознание противника (народа, коллектива или отдельной личности) для его когнитивного подавления и/или подчинения [Сковородников, Копнина 2016: 42—49]. Поскольку применяемые информационные средства носят наступательный характер и направлены на изменение мышления адресата, то страте-

гия демонизации является основным методом такой войны. Эффект демонизации заключается в намеренном создании негативного, а еще более желательно — отталкивающего образа оппонента, в результате чего последний выступает во всех своих проявлениях как абсолютное зло [Иванова 2016: 28—37].

В данной работе мы воспользуемся традиционными методами исследования речи и текста, а именно методами контекстуального, концептуального, сравнительного, дефинитивного анализов и методом критического дискурс-анализа. Цель данного исследования — выявить приемы речевого воздействия, направленные на создание стратегии демонизации в ходе информационной войны на примере войны в Сирии. Под приемами речевого воздействия мы понимаем специфические психологические, речевые действия со стороны воздействующего субъекта, единичные либо совокупные, направленные на достижение его целей [Шелестюк 2014: 66—79].

Материалами для исследования послужили телевизионные передачи американского канала *CNN Live*. Согласно рейтингу Нильсена (англ. *Nielsen ratings* — система измерения количества аудитории), *CNN* занимает первое место среди новостных каналов в США и второе среди международных служб новостей, уступая аудитории BBC. Передачи те-

леканала доступны к просмотру более чем в 212 странах мира. Таким образом, можно заключить, что, имея высокий рейтинг и доверие аудитории, *CNN* оказывает большое влияние на формирование общественного мнения.

Американский телеканал *CNN Live* подготовил серию телепередач с очень громкими названиями: «*Bashar al-Assad: like father, like son*», «*Dictator Dynasty "Syria, Assad Family Business"!*», «*Maher, most ruthless of the al-Assads*». Как правило, заголовки и названия образуют модальную «рамку», содержащую концентрированное выражение модальности текста сообщения и создающую установку на восприятие смысла текста статьи или передачи [Белова 2013: 794—796]. В данных названиях передач вектор коммуникативной направленности четко обозначен: там, где Асады, ничего хорошего нет. Возможно, зрители не знают, кто такой Махер (Maher — младший брат Башара Асада. — *Р. Ю., Р. Т.*), но в названии телепередачи эксплицитно выражено, что он принадлежит к семье Асадов (*of the al-Assads*). Использование прилагательного *ruthless* (*not thinking or worrying about any pain caused to others; cruel*) в превосходной степени позволяет выстроить гипотетическое представление о Махере как об очень жестоком человеке.

В ходе эмпирического анализа мы выделили следующие приемы речевого воздействия, направленные на стратегию демонизации оппонента в телевизионных передачах американского телеканала *CNN Live* в период войны в Сирии: манипулятивное убеждения и внушения, когда в психику реципиента внедряются цели, оценки, идеи, искажающие картину мира или выгодные коммулятору без учета интереса реципиента. Основными приемами речевого воздействия являются следующие.

1. Апелляция к авторитетным личностям, мнения которых неоспоримы. В телевизионных передачах американского телеканала *CNN Live* в качестве экспертов были приглашены Андрою Таблер, представитель Вашингтонского института ближневосточной политики (Andrew Tabler : The Washington Institute for Near East Policy), Флорида Шами, старший научный сотрудник научно-исследовательского центра Гуверовского института войны, революции и мира Стэнфордского университета (Florida Shami, senior fellow at Stanford university's Hoover Institution on War, Revolution and Peace), Тед Каттиф, бывший посол США в Сирии (Ted Kattouf is a former US Ambassador to Syria), профессор Джошуа Ландис из Университета Оклахомы (Prof. Joshua Landis University Ok-

lahoma). Поскольку эксперты выражают свое субъективное мнение и не приводят доказательств, то истинность играет второстепенную роль, иными словами, их мнения представляются единственно правильными.

2. Персонализация события. При создании отрицательного, отталкивающего образа руководителя «неудобной страны» внимание реципиентов отвлекается от сути события и акцентируется на личности. «Не обязательно заставлять ненавидеть весь народ, — писал британский дипломат лорд Артур Понсонби (1871—1946), — надо персонифицировать образ врага, показать своему населению, что глава, руководитель „других“ — это душевнобольной, свихнувшийся, продажный человек» [Понсонби [http](http://)]. Приведем цитату: *His father Hafez al-Assad a brutal and repressive dictator accused of using chemical weapons against his own people.*

При определении Хафеза Асада словом *dictator* (*a leader who has complete power in a country and has not been elected by the people*) в сочетании с эпитетами, которые содержат отрицательную оценку в денотативном компоненте значения: *brutal* (*cruel, violent and completely without feelings*), *repressive* (*controlling what people do, especially by using force*), — адресат воспринимает отца Башара Асада как самое большое зло.

I think that some people have two natures and I think Bashar al-Assad and his wife are this kind of couple they're very deceptive, they're very alluring for those particularly that don't understand what goes on in Syria every day.

Башар Асад и его жена охарактеризованы как *deceptive* (от глаг. *deceive* — *to persuade someone that smth false is truth, or to keep the truth hidden from someone for your own advantage*). То есть за внешней привлекательностью — *alluring* (*the quality of being attractive, interesting or exciting*) — главы Сирии и его супруги скрывается их лживость и двуличие.

Syria is a family business. The Assads is a dynasty, a mafia, Bashar al-Assad was going to be a reformer the reality is: like father, like son.

Таким образом, Асады — авторитарные личности (*dynasty, mafia* — *a close group of people who are involved in similar activities and who help and protect each other, sometimes to the disadvantage of others*), которые подчиняют государство своей воле, и ничего хорошего, пока они у власти, не будет (*the reality is like father like son*).

3. Апелляция к устоявшимся стереотипам. Обращение к исследованию стереотипов, которые удобны для журналистов вследствие своей схематичности, нарочито-

сти и простоты, помогает раскрыть процесс формирования установок на положительное или отрицательное восприятие чужой страны, а также вынесение общей оценки о том или ином государстве и его роли на мировой арене [Иванова, Салимова 2015: 1032—1038]. Насаждение своих ценностей и неприятие чужих активизируют определенные ассоциации, оценки и эмоции, и реализуется базовая оппозиция «свой — чужой». Иными словами, необходимо показать, что все, что связано с Асадами, выходит за пределы человеческих норм, принятых цивилизованным обществом.

It's so amazing because even in my own lifetime Alawites were the drawers of the water wood and the hewers of in Syria. They were maids, they were servants, but found their way to power. And so boys with nothing to do, with no other means of income, with no social skills, with no talent for business became soldiers.

Данный пример ярко иллюстрирует, что алавиты, религиозное течение, к которым принадлежат Асады, необразованные, они способны выполнять только самую некавалифицированную работу (*maids, servants, drawers of the water*), они абсолютно не приспособлены к жизни (*with no other means of income, with no social skills, with no talent for business*), и единственное, на что были способны алавиты, — участвовать в военных действиях (*became soldiers*).

4. Использование полуправды. Для СМИ характерно игнорирование некоторых фактов, если они противоречат идеологической установке.

And the Republican Guard elite Syrian military units composed of mostly minority Alawite Muslims, the same sect as the Assad clan.

В данном примере демонизируется само религиозное течение алавитов, представленное как секта (*sect — a religious denomination*). Совмещение фактов (*the same sect as the Assad clan*) порождает дополнительные смыслы, легко восстанавливаемые реципиентом. Таким образом, зритель подводится к управляемому выводу: даже в элитных военных подразделениях не все хорошо, поскольку они состоят из алавитов, т. е. сектантов. Налицо искажение истинных масштабов явления. Если уже в элитных войсках алавиты, то это серьезная проблема для всей нации и Сирии в целом.

5. Устрашение. Демонизация иррациональна и всегда воздействует на чувства. А страх — очень сильная эмоция, которая привлекает внимание, мы сразу фокусируемся на том, что нас пугает, волнует, таким образом, блокируется осмысленное мышление. Страх часто перерастает в гнев. Негативные

эпитеты, которыми наделяют объектов демонизации, и истории из жизни с участием объектов демонизации имеют очень сильную силу воздействия. Необходимо заметить, что жизненные истории всегда выглядят правдоподобными и убедительными.

If mafia al-Assad is still alive and still helping his brother, he's following a menacing family tradition. Their father dictator Hafez al-Assad placed his own brother Rifat as head of key security units. Rifat al-Assad was reported as a key figure behind a 1982 crackdown in the city of Hama in which tens of thousands of Syrian civilians were massacred.

Перспектива хорошего будущего отсутствует, если Асады останутся у власти. Вся их семья имеет негативную оценку: *menacing (making you think that someone is going to do something bad)*. Башар Асад продолжит семейные традиции (*he's following a menacing family tradition*), а традиции связаны с насилием: отец номинируется как диктатор, а брат Хафеза, Рифат, возглавлял подразделение службы безопасности, участвовал в убийстве десятков тысяч мирных сирийцев (*tens of thousands of Syrian civilians were massacred — to kill many people in a short period of time*).

6. Предъявление обвинений. В приведенных ниже примерах обвинения представлены без доказательной базы, иными словами, они представляют информационный взброс, который является эффективным способом речевого воздействия на массовое сознание.

The Assads treat the country as a kind of kiddie for themselves. They've robbed Lebanon, they had run a racket in Lebanon for 30 years. They've held up the oil Sates, the Arab oil States to ransom and they've received billions from them. Syria has oil in the Northeast. There is enough oil-producing state, there is enough wood and the oil money is also regime money, is also a sad money.

В этом примере показана губительная внутренняя и внешняя политика Асадов. Они в течение долгого времени рэкетирами Ливии (*they've robbed Lebanon, they had run a racket in Lebanon for 30 years*) и установили выкуп для арабских нефтяных государств (*they've held up the oil Sates, the Arab oil States to ransom and they've received billions from them*), несмотря на то, что Сирия имеет достаточно нефти, леса (*Syria has oil in the Northeast. There is enough oil-producing state in a big way but there is enough wood*). Для характеристики внутренней политики используется метафора *kiddie — a small child*, которая в своем значении реализует несерьезность. Надо заметить, что метафоры

имеют очень сильное психологическое воздействие.

7. Апелляция к фоновым знаниям через аналогии. Чтобы попасть во фрейм «мафия», автор проводит аналогию с семьей Корлеоне. При использовании конструкции объект демонизации приравнивается к некоей силе, которая олицетворяет зло.

Since we are using the metaphor of the new mafia think of the older brother of Bashar, Bassel, who died in that car accident, we think about Sonny and think of Bashar as Michael Corleone the cool-blooded guy who inherited the job accidentally and then turns out very good at.

И мама Башара Асада, и его сестра, младший брат, дядя (брат отца), муж сестры, двоюродные братья — для каждого есть свой прототип в фильме Фрэнсиса Форда Coppola.

В ходе своего исследования мы установили, что для реализации стратегии демонизации оппонента были использованы приемы речевого воздействия, а именно манипулятивного убеждения и внушения. Необходимо заметить, что основным инструментом речевого воздействия является психологическая составляющая, связанная с воздействием на эмоциональную сферу адресата. В ходе информационной войны СМИ, создавая новые когнитивные представления, а именно направленные на демонизацию оппонента, делают упор на эмоциональную сферу, что отчетливо выделяется на лексическом уровне языка.

R. R. Yusupova, R.R. Teplykh
Ufa, Russia

DEMONIZATION OF THE “BAD” POLITICAL LEADERS AS A TOOL OF INFORMATION WAR

ABSTRACT. *The strategy of demonization is the basic method used in information war. The goal of this research is to reveal means of speech manipulation aimed at demonization strategy formation in information war. Demonization of a political leader is analyzed on the basis of TV programs in «CNN Live» devoted to Syria war, Bashar Assad and his family members. It is found that during the war in Syria such manipulation techniques were especially frequent: the recipient's mind was filled with the goals, ideas and evaluations that distorted reality and were beneficial for the addresser. The main techniques of speech manipulation are the following: appeal to famous people, whose authority is unchallenged (experts, politicians and scholars from the largest universities are invited to take part in the TV program); personalization of the event (the addressee's attention is focused on the personality and personal traits rather than on the event); appeal to the common stereotypes (introduction of one's values and rejection of the values of the others, the opposition “we – the others”); half-truth (disregard of facts that contradict ideological belief); threatening (demonization is always irrational, it appeals to the senses and feelings; negative epithets and life stories of the demonization subjects are especially strong); accusation (charges are brought without any evidence); appeal to the background knowledge via analogy (to activate the frame “Mafia”, the author brings the analogy with the Corleone family: every member of Bashar Assad's family is compared to the character from the film).*

KEYWORDS: *strategy of demonization; speech manipulation techniques; information war; metaphorical frames; we – the others; political discourse; political leaders; media texts; media discourse; media linguistics; media; mass media; political metaphorology; political metaphors.*

ABOUT THE AUTHORS: *Yusupova Rozaliya Rimovna, Candidate of Philology, Associate Professor, Department of International Law and International Relations, Bashkir State University Institute of Law, Ufa, Russia.*

Teplykh Regina Rimovna, Candidate of Philology, Associate Professor, Department of Foreign Languages, Ufa State Petroleum Technological University, Ufa, Russia.

ЛИТЕРАТУРА

1. Белова Ю. А. Смысл газетного заголовка: трудности интерпретации // Вестн. Башкир. ун-та. 2013. № 3 (18). С. 794—796.
2. Иванова С. В. Лингвистическая ресурсная база информационной войны: создание эффекта демонизации // Политическая лингвистика. 2016. № 5 (59). С. 28—37.
3. Иванова С. В., Салимова Р. М. Стереотипизация и демонизация образа России на страницах британских газет // Вестн. Башкир. ун-та. 2015. № 3 (20). С. 1032—1038.
4. Сковородников А. П., Копнина Г. А. Лингвистика информационно-психологической войны: к обоснованию и определению понятия // Политическая лингвистика. 2016. № 1 (55). С. 42—48.
5. Понсонби А. Ложь во время войны. URL: <http://www.aitrus.info/node/3876/> (дата обращения: 28.08.2017).
6. Шелестюк Е. В. Речевое воздействие. Онтология и методология исследования. — М.: Флинта, 2014. 173 с.
7. Шонин Н. Е., Юсупова Р. Р. Информационная война как часть внешней политики государства // Коммуникация в политике, бизнесе и образовании: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (17—19 мая 2017 г.): науч. электр. изд-е. — М.: Изд-во Москов. ун-та, 2017. 272 с.
8. Cambridge Dictionary. URL: <http://dictionary.cambridge.org/us/dictionary>.
9. Merriam Webster Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary>.
10. New Oxford American Dictionary (for ABBY Lingo x3). — Oxford Univ. Pr., 2005.
11. Oxford Dictionary (for ABBY Lingo x3). — Oxford Univ. Pr., 2005.
12. В Америке рассказали об истинной причине войны в Сирии // Утро.ру. 2016. 11 марта. URL: <https://utro.ru/articles/2016/03/11/1274073.shtml>.
13. Bashar al-Assad: Like father, like son. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=oO7xz1KavgI>.
14. Dictator Dynasty "Syria „Assad Family Business“ ! URL: <https://www.youtube.com/watch?v=USHUjeOBiHg>
15. Maher, most ruthless of the al-Assads. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=fxCONBUsgyg>.

REFERENCES

1. Belova Yu. A. Smysl gazetnogo zagolovka: trudnosti interpretatsii // Vestn. Bashkir. un-ta. 2013. № 3 (18). S. 794—796.
2. Ivanova S. V. Lingvisticheskaya resursnaya baza informatsionnoy voyny: sozдание effekta demonizatsii // Politicheskaya lingvistika. 2016. № 5 (59). S. 28—37.
3. Ivanova S. V., Salimova R. M. Stereotipizatsiya i demonizatsiya obraza Rossii na strantsakh britanskikh gazet // Vestn. Bashkir. un-ta. 2015. № 3 (20). S. 1032—1038.
4. Skovorodnikov A. P., Kopnina G. A. Lingvistika informatsionno-psikhologicheskoy voyny: k obosnovaniyu i opredeleniyu ponyatiya // Politicheskaya lingvistika. 2016. № 1 (55). S. 42—48.
5. Ponsonbi A. Lozh' vo vremya voyny. URL: <http://www.aitrus.info/node/3876/> (data obrashcheniya: 28.08.2017).
6. Shelestyuk E. V. Rechevoe vozdeystvie. Ontologiya i metodologiya issledovaniya. — M. : Flinta, 2014. 173 s.
7. Shonin N. E., Yusupova R. R. Informatsionnaya voyna kak chast' vneshney politiki gosudarstva // Kommunikatsiya v politike, biznese i obrazovanii : materialy Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (17—19 maya 2017 g.) : nauch. elektr. izd-e. — M. : Izd-vo Moskov. un-ta, 2017. 272 s.
8. Cambridge Dictionary. URL: <http://dictionary.cambridge.org/us/dictionary>.
9. Merriam Webster Dictionary. URL: <https://www.merriamwebster.com/dictionary>.
10. New Oxford American Dictionary (for ABBY Lingo x3). — Oxford Univ. Pr., 2005.
11. Oxford Dictionary (for ABBY Lingo x3). — Oxford Univ. Pr., 2005.
12. V Amerike rasskazali ob istinnoy prichine voyny v Sirii // Utro.ru. 2016. 11 marta. URL: <https://utro.ru/articles/2016/03/11/1274073.shtml>.
13. Bashar al-Assad: Like father, like son. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=oO7xz1KavgI>.
14. Dictator Dynasty "Syria „Assad Family Business" ! URL: <https://www.youtube.com/watch?v=USHUjeOBiHg>
15. Maher, most ruthless of the al-Assads. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=fxCONBUsgyg>.