|  |
| --- |
| **Page 1** |

Ministry of Education and Science of the Russian Federation

FGBOU V "Urals State Pedagogical University"

Institute of Philology, Cultural Studies and Intercultural Communication

Department of Intercultural Communication,

rhetoric and Russian as a foreign language

**Language methods of information warfare: materials for**

**lessons of rhetoric for high school students**

Graduation qualification work

Qualifying work

is allowed to protect

Head. chair

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

date

signature

Head of the Program:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

signature

Executor:

Trojan Yana Andreevna

Studying BR-41 groups

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

signature

Scientific adviser:

Dzyuba Elena Vyacheslavovna,

Cand. philol. Sci., Associate Professor

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

signature

Yekaterinburg 2016

|  |
| --- |
| **Page 2** |

2

**CONTENT**

INTRODUCTION ................................................. .................................................. ....... 3

CHAPTER 1. POLITICAL LINGUISTICS AS MODERN

DIRECTION OF SCIENCE ................................................ .................................... 6

1.1. Information-psychological warfare and its properties, types and

basic concepts ................................................ ............................................. 6

1.2. Goals of the information-psychological warfare ..................................... 11

1.3. Technologies of information-psychological warfare

CHAPTER 2. PECULIARITIES OF INFORMATION WAR IN MEDIA ......... 22

2.1. Speech means of information war as a way of influence

modern media on society .............................................. .................... 21

2.2. Manipulation of mass consciousness with the help of the media .......................... 35

2.3. Analysis of language techniques in modern media, the selection of material on

information warfare and its management for senior management in school ............. 42

CONCLUSION ................................................. ................................................. 48

LIST OF SOURCES ...

|  |
| --- |
| **Page 3** |

3

**INTRODUCTION**

**The relevance of the** chosen research topic is determined by a number of

circumstances:

first, the problem of conducting information-psychological wars in

media in terms of timeliness and

social significance is global;

secondly, in the last decade the global Internet

has acquired a special popularity, which strengthened the information-

psychological war several times and laid the foundation for a new war

generation, which is called the "network war";

thirdly, the information-psychological war along with the usual

affects all aspects of society and concerns everyone, its consequences

can be unpredictable.

All of the above predetermined the choice of the theme of the final

qualification work and indicates the relevance of the studied

issue.

**The object of the study** is linguistic expressions representing

The idea of ​​waging information wars between

states.

**The subject of the research** is the specificity and diversity of linguistic

means that actualize the idea of ​​information wars in

domestic media.

**The purpose of the study is to** study the language methods of conducting

information war in modern media; definition and analysis of the most

often used linguistic techniques in modern media for

effective pressure on society; selection of material for the most

affordable

method

understanding of

high school students

notions

"Information war" and its characteristics.

|  |
| --- |
| **Page 4** |

4

In accordance with the stated goal,

the following **tasks** :

- to study the term "political linguistics", as modern

direction of science;

- determine the functions of information and psychological warfare;

- to identify the main directions in the development of forms and methods of conducting

information warfare;

- determine the role of information-psychological warfare in development

States;

- identify the features of information-psychological warfare;

- identify the most used language techniques for conducting

information warfare;

- study modern media in terms of impact on society,

what methods they use, and determine the most effective of them;

- observe the information messages and select articles,

where verbal means of information warfare are presented

most vividly;

- analyze speech media of information war in the media

from the point of view of linguistics;

- choose the most accessible material for understanding

senior students of the concept of "information warfare."

When completing the final qualification work were

Such methods of research as analysis, synthesis, induction,

deduction, observation, comparison, generalization.

The theoretical and methodological basis for this work was the works

domestic and foreign authors, materials of periodicals.

Research into the problems of information-psychological wars is being carried out

such scientists as Beshukova FB, Guskova SV, Kibardin AS, Manoilo

AV, Polushin EO, Tagiltseva Yu.R., Tyurenkova KA and others, works

which were studied in the preparation of this thesis.

|  |
| --- |
| **Page 5** |

5

Graduation qualification work consists of an introduction, two chapters,

conclusion, list of sources used.

In the introduction, the relevance of the topic is substantiated, its purpose is formulated

and tasks, the subject and object of research are defined.

In the first chapter, the essence and concept of political

linguistics, the essence of information-psychological

war and its main characteristics and goals.

In the second chapter,

psychological wars in the media. Special attention

is given to manipulation in the media and language methods of conducting

information wars. The analysis of language techniques in modern

mass media, a selection of material on

information warfare and its conduct for senior management in the school.

In conclusion, the main provisions, conclusions and

results of work.

|  |
| --- |
| **Page 6** |

6th

**CHAPTER 1. POLITICAL LINGUISTICS AS MODERN**

**DIRECTION OF SCIENCE**

**1.1.** **Information-psychological warfare and its properties, types and**

**basic concepts**

Modern scientific research is interdisciplinary and

arise in the area of ​​contact between different areas of knowledge, which should

attributed to political linguistics, which originated at the intersection

such scientific disciplines as political science and linguistics.

Political

linguistics

is an

young,

dynamically

developing science that studies the use of resources

language as a means of fighting for political power, manipulation

public consciousness. It is the research conducted in the field of

political linguistics, provide an opportunity to identify new

trends, features and changes that are manifested in the language in connection with

events that occur in the world [8, p. 156].

Politics, like any other human activity, includes

communication principle and targeted contacts between subjects

politics - individuals, social groups. Subjects of policy

contribute to connecting in the political discourse different levels

political system, provide an opportunity for institutions of power

perform specific functions for the management of the state and

society.

The subject of political linguistics is political

communication, i.e. speech activity, which focuses on

propaganda of ideas, ideological influence on citizens of the country and

awakening them to the development of public consent, acceptance and

substantiation of socio-political decisions in conditions of multiplicity

points of view in society [8, p. 156]. Each person acts as an addressee

|  |
| --- |
| **Page 7** |

7th

political communication when reading newspapers, while watching

TV, and also when listening to the radio. During the election period, a person

takes part in political life. In this case, the sphere

interests of political linguistics is not only the transfer

political information, but the perception and evaluation of political

reality in the process of communicative activity [8, p. 157].

Exercise political information occurs at

information space, so the thesis "who owns the information,

he owns the world "is now acquiring special significance, because

information becomes the technological basis of communication, as well as

in politics.

According to E.K. Pavlova political communication renders

influence on the language as a whole, which is caused by such factors as [8, p. 157]:

- a rapid process of "informatization" of society, in the process

which language material received by subjects through means

mass information prevails over all others. Previously, the language and speech in

society was formed largely artistic

literature, at present it is formed as a result of the language

print and electronic media, which in its

the queue is insufficiently studied;

- Increased public interest in issues of internal and external

policy as a result of significant changes in the world at the end of the XX century. -

beginning of the XXI century;

- constant improvement of methods of speech influence on

emotionally-valued

perception

subject

political

reality.

Formation of political, geopolitical and ideological

views of the bulk of society is based on

received information, which acts as a powerful factor,

has a significant impact on historical development

|  |
| --- |
| **Page 8** |

8

modern society [8, p. 158].

As a result of the globalization of the media, the economy and

policy is the formation of a single - global -

information and communication space, in which the

political discourse and political narrative.

Political discourse is understood to mean the aggregate of oral or

written statements that are logically related,

using a special set of language tools,

purposeful social action in the sphere of politics. Political

discourse in the political narrative realizes the desire to influence the

readers, to form a certain public opinion and influence the

outcome of the situation. Political narrative as a special kind of media text

transmits messages, intended by manipulation

public opinion has an impact on the distribution and use of authorities [8, p. 158].

E.I. Shegal says that the political narrative is

a set of discourse formations of different genres that

are concentrated around a certain political event. As

example of political narrative can be cited, newspaper or

journal article, the material of political content presented in the

global Internet network [8, p. 168].

Russian and foreign literature contains many approaches to

definition of the term "information war", which indicates

unformed unified understanding and essence of information

war.

So, let's single out four groups of definitions of the concept "information

war ", given in the modern scientific literature.

1. Representatives of the first group define an information war

as an armed confrontation between states.

In the opinion of A.V. Mano informational war is a complex

|  |
| --- |
| **Page 9** |

9

enterprises and operations conducted by the armed forces

states and others (for example, governmental or private)

organizations,

directed by

on

security

informational

superiority over the enemy, as well as for the purposes of

material, ideological or other damage.

From the point of view of the military scientist S.A. Komova Information Warfare

is a complex of information support, information

countermeasures, measures of information protection, which are undertaken in

consistent with a unified plan and aimed at achieving and maintaining

information superiority over the enemy during combat

actions [34, p. 190].

I.I. Zavadsky says that information warfare includes

actions taken to achieve information impact

information and information systems of the enemy along with

strengthening and protecting their own information and information

system [34, p. 190].

As one of the ways of fighting or direct

preparation for them, the purpose of which is to achieve an overwhelming

advantages over the enemy in the process of obtaining, processing,

The use of information to develop effective information

decisions and the implementation of successful activities to achieve

superiority over the enemy on this basis understands the information

war VI. Tsymbal [34, p. 191].

From the point of view of the American political scientist R.R. Voglomann

Information warfare is an impact on information and

information capabilities of the enemy for the purpose of protecting his own

information and information opportunities and reducing the ability to

conducting military operations [34, p. 191].

Information warfare there are separate information events

and operations, such an opinion is held by supporters of the second approach.

|  |
| --- |
| **Page 10 10** |

10

Such operations can affect the mass consciousness of citizens in

to change public opinion.

As GG says. Pocheptsov information war is

communicative technology affecting the mass consciousness and

having short-term and long-term goals [34, p. 191].

Supporters of the third group characterize the information warfare with

geopolitical point of view, through which a decision is made

foreign policy and international tasks of different states.

N.N. Panarina, says that the geopolitical information

confrontation - this is one of the modern measures that is carried out by one

state for the purpose of violating the information security of another

state,

simultaneously

carrying out

defense

own

information security from similar actions of another

state [34, p. 192].

G.V. Emelyanov and A.A. Streltsov is regarded as

information war a special kind of relations between states,

implemented to resolve existing interstate

contradictions through methods, means and technologies of power

influence on the information sphere of these states [34, p. 192].

The fourth definition group under the information war understands

information confrontation as a means of corporate struggle. This

confrontation can be either between economic agents within

the country, and in the international arena.

As a result of research on different points of view on the issue

interpretation of the essence of the information war, it can be concluded that in

modern scientific literature, there are many definitions of the given

concepts and each of them has merits and demerits.

In our opinion, information warfare should be understood

targeted actions in the information space between the two

more subjects that are expressed in the application of special means

|  |
| --- |
| **Page 11** |

eleven

and methods aimed at achieving superiority over the enemy in

information space.

Information warfare, as a rule, is divided into two main

of the form [29, p. 228]:

1) information-psychological warfare;

2) information and technology.

Information

war

includes

at

yourself

the following

components of [29, p. 228]:

a) psychological impact on the motivation of servicemen;

b) disinformation, i.e. dissemination of false information;

c) electronic warfare - "blinding" the enemy, preventing

obtaining information;

d) information attack, i.e. destruction

information, without visible damage to the media;

e) information protection;

e) physical impact, i. e. destruction of information systems

enemy.

Information-psychological war in its turn is

political conflict over power and political

leadership, in the process of which the political struggle is carried out in the

form of information and psychological operations through the use of

information weapons.

**1.2.** **Objectives of information and psychological warfare**

The essence of any phenomenon is determined through its signs, goals and

function.

The main

characteristics

information-psychological

wars are [43, p. 48]:

- in the process of information warfare such means are not involved

|  |
| --- |
| **Page 12** |

12

as: psychoactive substances, threats, direct blackmail and intimidation (in

mainly these funds are inherent in various forms of terror), bribery,

physical impact, etc. We note that the application of these effects

It is not mandatory, but can be carried out in parallel with

information warfare;

- as an object of information war is a massive

consciousness of the carriers of "language" as a system of significant signs, and

individual;

- information

impact

carried out

at

conditions

information noise ("noise theory"), information

"Vacuum";

- imposing an object on the subject's goals is what makes

information war, the so-called war and distinguishes it from

ordinary propaganda, advertising or presentation of information;

- as a means of information war are considered

means of transmission of information (information and related

"Markers" - from the media to rumors (or what is in Russia and the CIS countries

called "word of mouth"));

- the message is an act of information impact, so

always contains a distortion or a deliberate exaggeration of the signs of

or other phenomenon, events, and also can impose on him the "necessary"

the subject of communication of this kind of perception, that is, beneficial

the influencing side of communication.

В качестве яркого примера информационной войны можно привести

современную ситуацию вокруг Сирии, т.е. феномен «арабской весны», а

также конфликт Израиля и Палестины, являющийся глобальным, т.к.

затрагивает интересы многих государств и другие современные конфликты.

Отметим, что противоборствующие стороны используют в своих интересах

разнообразные коммуникативные воздействия путем использования

информационных ресурсов: печатных СМИ, телевидения, радио, Интернета,

|  |
| --- |
| **Page 13** |

13

телефонных и прочих коммуникативных сетей, а также активно используют

слухи, листовки и хакерские атаки.

Общими принципами информационно-психологической войны

являются [40, с. 172]:

а) спланированные действия с целью достижения определенных целей

(например, политических, экономических и идеологических);

б) скрытость и анонимность информационно-психологического

воздействия на сознание и подсознание, способное вывести из равновесного

состояния и привести к конкретным действиям;

в) использование некоторых типов информационно-психологического

воздействия («ударов», «шоков», «вбросов», «блокад»);

г) выстраивание информационного воздействия на различные

общественные группы, сферы жизнедеятельности страны в соответствии с

заданным алгоритмом;

д) информатизация, приводящая к информационному доминированию

как залогу лидерства.

Перечисленные принципы информационно-психологической войны

признаются универсальными, т.к. реализуются в локальных и глобальных

информационно-психологических войнах, характерные для соврмененной

политической ситуации.

Ключевая цель информационной войны заключается в провоцировании

социальных и политических конфликтов, массовых беспорядков и

протестных акций. Иными словами, целенаправленное информационное

воздействие, целью которого является ослабление противоборствующей

стороны, способное привести ее к необратимым изменениям и

самоуничтожению.

Информационным войнам характерен перенос агрессии из военно-

географического в информационно-сетевое измерение, способствующее

резкому возрастанию роли телеканалов в разжигании конфликтов.

К приемам позволяющим манипулировать общественным мнением в

|  |
| --- |
| **Page 14** |

14

выгодном направлении для агрессора и при необходимости, оправдывающие

военное вмешательство относятся правдивые репортажи с месть

«злодеяний», сокрытие критически важных фактов, погружение ценной

информации в массив информационного мусора и другие.

В настоящее время усиливается влияние западной идеологии, западных

ценностей на незападные общества, в частности и российское. Хотя в данном

случае нужно отметить не только западные стандарты, сколько некоторую

картину (имидж), т.е. идеал желаемого устройства государства.

Притягательность данного идеала является в некоторых случаях настолько

сильной, что заставляет многих отказываться от собственных условий,

собственного менталитета и культуры. И на выходе «борцы с режимом»

получают не жизнь по западным стандартам, а перманентную гражданскую

войну [31, с. 270].

В случае, когда отсутствуют четкие признаки агрессии, характерные

для обычной войны и используются манипулятивные технологии, все это

способствует тому, что большая часть населения страны-жертвы оказывает

добровольное содействие агрессору и совсем не подозревает, что страна

подвергается информационной атаке.

Информационная война не регламентируется в международном праве и

поэтому стороны, ведущие такую войну, не связаны в данном отношении

нормами международного гуманитарного права и иными нормативными

актами.

В процессе информационной войны посредством манипулятивных

технологий происходит процесс «скрытой ресоциализации», что в результате

приводит к замещению прежних ценностей и моральных установок

общества, навязанными агрессором.

В последнее время возрастает роль информационных технологий и

средств массовой информации, т.к. именно они становятся ключевыми

средствами достижения военно-политических целей государств.

Информационно-психологическая война в современных условиях

|  |
| --- |
| **Page 15** |

15

обладает разрушительной мощью, что в свою очередь ставит под сомнение

независимость побежденного государства и факт существования его народов

как национальной общности. Хочется заметить, что информационная война

имеет свои границы возможностей и эффективна не против любого

противника, поэтому она, скорее всего, дополняет традиционные средства

ведения войны [31, с. 270].

Основными задачами информационной войны являются:

во-первых, оправдание действий в глазах общественности конкретной

страны;

во-вторых, навязывание собственного положения вражеской стороне.

Методика современного информационного противоборства показывает,

что в начале кампании всегда требуются большие ресурсы для формирования

в общественном сознании нужного стереотипа. Но сломать сформированный

стереотип бывает достаточно сложно, а в некоторых случаях практически

невозможно. Поэтому в процессе ведения информационной войны важным

аспектом является правдивость информации и оперативность ее подачи

общественности. Инструментами воздействия на аудиторию являются

главные новости и политическая пропаганда.

Итак, в любой сложной самоорганизованной системе генетически

заложен механизм саморазрушения, имеющий информационную основу,

являющийся уязвимым для чужеродных информационных воздействий. AT

определенные моменты, когда сложная система становится неустойчивой,

любая информация, воздействующая на систему приводит к необратимым

последствиям. Эти свойства определяют эволюционные процессы,

используемые для ведения информационных войн.

**1.3. Технологии информационно-психологической войны**

Информационные войны являются одним из новых направлений

практического применения современных информационных технологий и

|  |
| --- |
| **Page 16** |

16

технических средств. Со времен появления человечества неотъемлемыми

спутниками его развития и бесстрастными биографами являются, как ни

печально признавать, войны.

Типичным примером технологий информационно-психологической

войны является рекламная кампания, которая является комплексом

технологий, обладающих мощной базой знаний и разветвленным «деревом

решений». В тоже время рекламная кампания выступает одним из методов

информационно-психологической войны, расширение которого до смежных

с рекламой сфер деятельности достигается посредством введения

дополнительных переменных и снятия ограничений на значения некоторых

параметров.

В данном случае при необходимости рекламная кампания применяется

в качестве антирекламы, комбинированной технологии «реклама –

антиреклама» (формирование положительного восприятия одних групп

объектов на фоне генерации стойкого отрицательного отношения к объектам

других групп), планирования последовательности решения системы задач, и

даже конструктора (генератора) прогнозов с высокой степенью вероятности.

Классическими инструментами информационно-психологического

воздействия являются [49, с. 206]:

- печатные тексты как пропагандистского, так и экстремистского

характера;

- СМИ, радио, телевидение, печать;

- кино, видеофильмы, аудиоматериалы как пропагандистского, так и

экстремистского характера;

- звуковещание;

- Интернет;

- предметы повседневного обихода, сопровождаемые «специальными»

инструкциями;

- синтезаторы голографических и звуковых эффектов в атмосфере;

- вспомогательная

деятельность

посредством

специальных

|  |
| --- |
| **Page 17** |

17th

мероприятий, акций.

Современные методы ведения военных действий, претерпели

существенные изменения по форме (по сравнению даже с теми, что

использовались веком ранее), но не по содержанию. По-прежнему сутью

конфликтов в большинстве случаев служит перераспространение

материальных благ, и инструменты, с помощью которых достигается

необходимый эффект, различны.

Среди основных методов информационно-психологической войны

можно выделить: специальный выброс информации, пропаганду, внедрение в

сознание искаженных фактов, медиа вирусы, формирование стереотипов и

дезинформацию. В совокупности, перечисленные выше методы способны

изменить общественное сознание, создать панику или сформировать нужную

реакцию.

Основными приемами влияния на массовое сознание являются:

скрытие информации, замещение понятий, информационный мусор,

внедрение понятий, которые не имеют никакого значения, приоритет

информации, несущей негативный характер, ложь, информационное табу,

отвлечение внимания и т.п. [48, с. 247].

1. Скрытие информации – это метод информационно-психологической

войны, который заключается в скрытии значимой информации. Данный

метод в большинстве случае применяется в государственных структурах. AT

частности в СССР скрывали информацию о техногенных катастрофах.

2. Информационный мусор. Применение данного метода является

удобным в случаях, когда информацию нужно скрыть, но полностью это

сделать нет возможности. Сущность данного метода заключается в

скрывании информации за потоком так называемого «информационного

мусора», т.е. за потоком неважной информации, «шума».

3. Замещение понятий заключается в том, что общепринятый термин

используют не по назначению, замещая при этом его другим смыслом.

Иными словами, настоящий смысл термина со временем начинает стираться.

|  |
| --- |
| **Page 18** |

18

4. Отвлечение внимания – данный метод заключается в

акцентрировании внимания на неважных и незначительных событиях, в то

время как наиболее значимые остаются незамеченными.

5. Информационное табу – запрет на распространение информации. On

самом деле информация известна для большинства, но публично не

обсуждается.

Перечисленные инструменты способствуют не только побуждению

объектов к необходимым действиям, но и обеспечивают мощное

психологическое воздействие на них с целью подавления или поднятия

«боевого» духа.

Рассмотренные выше методы, безусловно, не объясняют все способы,

используемые на практике при ведении информационно-психологических

войн. Но дают возможность иметь представление о том, как работает

информационное воздействие. Иными словами, любое информационное

воздействие осуществляется при помощи информационного оружия.

Под информационным оружием понимаются специальные средства и

методы, при помощи которых осуществляется информационное воздействие,

которое приводит к значительному ущербу важным интересам

страны [43, с. 47].

Информационное оружие обладает рядом свойств [43, с. 48]:

а) скрытый характер (возможность достижения целей войны без ее

объявления);

б) возможность масштабного ущерба;

в) многофункциональность (возможность применения военными и

невоенными структурами агрессора).

Большинство авторов различают следующие виды информационного

оружия [45, с. 53]:

- уничтожение, искажение или похищение информации;

- взлом средств защиты информации;

- ограничение допуска законных пользователей к необходимым

|  |
| --- |
| **Page 19** |

19

информационным ресурсам;

- дезорганизация работы технических и программных средств

противника.

Кроме того, среди основных средств информационного оружия []:

а) компьютерные вирусы;

б) логические бомбы или программные закладки;

в) средства подавления информационного обмена или навязывания

ложной информации.

Например, в США информационное оружие разрабатывается и

реализовывается в трех направлениях [41, с. 178]:

1) воздействие на электронные устройства и программное

обеспечение;

2) воздействие на информационные потоки;

3) воздействие на сознание и психику:

а) усилие существующих в сознании людей нужных установок и

закреплении их на уровне мировоззрения;

б) фундаментальное изменение жизненных установок на основе

потрясающих новых данных;

с) связано с конкретным частным изменением взглядов на

определенные события и факты.

Информационное оружие обладает преимуществами по сравнению с

традиционными средствами поражения [49, с. 208]:

во-первых, квантуемость (т.е. дозированность, порционность)

информационного действия имеет глубокий поражающий эффект, который

сохраняется в течение длительного времени вследствие поляризации

общественного мнения. Так заведомо ложные, но качественно

представленные недостоверные данные обладают силой убеждения,

превосходящей правдивые, но недостаточно хорошо оформленные сведения,

и способны вызвать эффект общественного резонанса;

во-вторых, малый срок окупаемости (в некоторых случаях низкий

|  |
| --- |
| **Page 20** |

20

объем капиталовложений) делает информационное орудие для сознательной

дизинформации о намерениях (будущее) и результатах (прошлое)

конкретного и хозяйствующего субъекта. Так во многих странах установлена

ответственность за распространение заведомо ложных данных,

предполагается вынесение решения спустя определенный период, за

который, как правило, достигается цель, ради которой информационное

оружие было применено;

в-третьих, явление запаздывания – когда в течение длительного

времени в отношении конкретного человека или группы людей (например, в

трудовом коллективе) формируется определенное мнение, скрывающее

истинное положение дел.

Инвестиции сполна окупаются, даже если информационное оружие

применимо для решения узких, частных интересов, поскольку поражающий

эффект достигается благодаря явлению масштабируемости. Квантируемость,

окупаемость и запаздывание выступают ключевыми свойствами

информационного оружия, которые формируют не необходимые, но

достаточные условия для эффективного применения информационного

оружия в информационно-психологической войне.

**Выводы по первой главе:**

Политическая лингвистика является наукой, занимающейся изучением

использования ресурсов языка как средства борьбы за политическую власть,

манипуляцией общественным сознанием.

Информационная война – это целенаправленные действия в

информационном пространстве между двумя и более субъектами, которые

выражаются в применении специальных средств и методов, направленных на

достижение превосходства над противником в информационном

пространстве.

Информационно-психологической войной в свою очередь является

политический конфликт по поводу власти и осуществления политического

руководства, в процессе которого политическая борьба осуществляется в

|  |
| --- |
| **Page 21** |

21

форме информационно-психологических операций посредством применения

информационного оружия.

Основными целями информационных войн являются: осуществление

контроля за информационным пространством врага, с возможностью

использования, защищая при этом свои военные информационные функции

от его действий; использование контроля за информацией для атакующих

информационных действий на врага; повышение общей эффективности

вооруженных сил при помощи повсеместного использования военных

информационных функций.

Информационно-психологическая война может привести к таким

последствиям как: утеря части территорий страны, эмиграция населения,

нарушение промышленной структуры, политическая и военная зависимость

от государства, одержавшего победу.

Информационное оружие – это специальные средства и методы, при

помощи которых осуществляется информационное воздействие, которое

приводит к значительному ущербу важным интересам страны.

Различают следующие виды информационного оружия: уничтожение,

искажение или похищение информации; взлом средств защиты информации;

ограничение

допуска

законных

пользователей

to

необходимым

информационным ресурсам; дезорганизация работы технических и

программных средств противника.

Среди основных средств информационного оружия: компьютерные

вирусы; логические бомбы или программные закладки; средства подавления

информационного обмена или навязывания ложной информации.

Информационное оружие обладает преимуществами по сравнению с

традиционными средствами поражения, которые заключаются в

квантуемости, малом сроке окупаемости, запаздывании.

|  |
| --- |
| **Page 22** |

22

**ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ В СМИ**

**2.1. Речевые средства информационной войны**

Специалистами в сфере политических коммуникаций отмечается

возрастающая роль выразительности политической речи. В советские

времена ключевой задачей советской элиты (в частности журналистов СМИ)

являлась «политическая правильность» текста, соответствие его содержания,

господствующей идеологии и традициям его языкового представления, в

дальнейшем в приоритет ставится выразительность речи. Сегодня особую

ценность имеют: яркость и неожиданность способов выражения мысли,

удачная языковая игра, индивидуальность стиля, ясность и политическая

корректность содержания текста отходят на второй план [32, с. 255].

Далее кратко рассмотрим языковые средства, применяемые в

информационно-психологической войне.

Специальными речевыми средствами воздействия на чувства и умы

людей являются различные фигуры и тропы. Оба понятия представляют

собой намеренное отклонение от стандартной речи для целей привлечения

внимания слушателей, заставить их размышлять, увидеть многоплановость

картины и глубже понять смысл и образ.

Стилистической фигурой является необычное, привлекающее

внимание построение текста, которое используется для усиления его

выразительности. Проявление стилистических фигур наблюдается на всех

языковых уровнях: фонетическом, морфемном, синтаксическом. В свою

очередь к числу фигур относят: антитезу, инверсию, эллипсис, парцелляцию,

фонетический, лексический и морфологический повтор, синтаксический

параллелизм, риторический вопрос и риторический диалог [32, с. 255].

Под риторической фигурой понимается необычный оборот речи,

который предназначается для ее украшения, усиления эмоционального

воздействия [32, с. 256].

|  |
| --- |
| **Page 23** |

23

Троп является необычным употреблением одного слова, образным его

использованием, способным служить украшением речи; прямым значением,

становится фоном, оттеняющим специфику нового употребления и

одновременно помогающего его понять [32, с. 256].

В нашей работе мы рассмотрим статьи из информационного портала

«Новая газета», проведем наблюдение, какие речевые средства используют

современные СМИ для возгорания и поддержания информационной войны.

Наш выбор с информационным сайтом был осознанным – это удобный

портал для выбора нужных нам статей, в нем можно найти информационные

сообщения по году и тематике. Выбор на ту или иную статью падал по

заголовку и краткой аннотации после заголовка, где была ярко выражена

главная мысль статьи. Данный метод выборки был оправдан – кроме

эмоционально – окрашенных заголовков и аннотаций ниже, статьи

действительно «пестрили» и другими речевыми средствами, которые

способствуют

возгоранию и поддержанию информационной войны.

Попробуем подобрать наиболее яркие речевые обороты, разделить их в

группы средств речевой выразительности и с помощью словарей и контекста

докажем, что тот или иной метод используется для возгорания или

поддержания информационной войны. Были рассмотрены 20 статей 2014 -

2016 годов, в них выявлены:

Таблица 1

**Речевые средства, используемые в современных СМИ**

**Речевое средство**

**Использование речевых средств в**

**подобранном материале**

Антитеза

15%

Антифразис

5%

Оксюморон

10%

Гиперболизация

5%

Трансформация прецендентного

текста или фразеологизма

20%

|  |
| --- |
| **Page 24** |

24

Намек

10%

Парентеза

5%

Эллипсис

10%

Метафора

10%

Метонимия

5%

Игра с собственными именами

5%

Дилогия

5%

Силлепсис оценочного типа

5%

Восклицательные заголовки

15%

Употребление разговорной лексики,

жаргонизмов

20%

Тавтология

5%

Статитстика показала, что представленных статьях,

наиболее

используемые речевые средства: трансформация прецендентного текста или

фразеологизма, употребление разговорной лексики, жаргонизмов. Менее

частотные: антитеза, восклицательные предложения и заголовки. Следующие

средства по использованию СМИ: оксюморон, намек, эллипсис, метафора,

гипофора. Редко использовались: антифразис, гиперболизация, метонимия,

дилогия,тавтология и силлепсис.

Теперь рассмотрим поподробнее каждое из средств и определим,

каким образом оно проявилось в тексте[55]:

- **антитеза** – фигура, состоящая в сопоставлении логически

противоположных понятий или образов [57] :

**а)**

Это в США время от времени поднимаются дискуссии, можно ли

применять так называемые «интенсивные допросы». То есть пытать

можно или нет. У нас в стране таких дискуссий нет (2015. № 35).

*Комментарий* : Противоположение США и России построено таким

образом и фигурирует в таком контексте, что у читателя создается

|  |
| --- |
| **Page 25** |

25

впечатление, будто в России пытки – обычное дело, и никто с ними не

борется, в отличие от США;

б)

На **фоне агрессора Путина** Александр **Лукашенко начинает**

**мниться** европейцам **почти демократом** (2015. № 28).

*Комментарий: Агрессор - виновник агрессии; тот, кто нападает;*

*нападающая сторона. Демократ - 1. Сторонник демократического*

*правления (полит.).2. Человек, придерживающийся демократических*

*привычек в жизни (разг.). Хороший товарищ, настоящий демократ* [10].

Исходя из политической ситуации на сегодняшний день, В.В.Путин не

является агрессором, а Лукашенко – демократом. Скорее наоборот. Но

судя по статье, два президента противопоставляются именно в таком

контексте, создавая ложную точку зрения у читателя.

в)

**Война за мир** (2014. №69, заголовок)

*Комментарий: Война - вооруженная борьба между государствами или*

*общественными классами; Мир - соглашение воюющих сторон о*

*прекращении войны* [10].

Thus,

образом,

сами

слова

by

лексическому

значению

противопоставлены друг другу и это исключено, чтобы война

происходила ради мира.

-

**антифразис** – стилистическая фигура, употребление данного слова

или выражения в противоположном смысле, обычно ироническом [58] :

а) Решение суда об экстрадиции олигарх ожидал в Вене почти год,

периодически принимая посланцев с родины и сообща обдумывая,

какую бы еще **причинить ей пользу** (2015. № 46)

*Комментарий: причинить - произвести, послужить причиной чего-н.*

*(неприятного). П. боль, огорчения. П. убытки. Польза - Хорошие,*

*положительные последствия, благо; выгода* [1].

То есть слово «причинить» должно сочетаться с существительными,

несущими негативную окраску, как это представлено в словаре, потому

что само по себе слово отличается отрицательным настроем, а в

|  |
| --- |
| **Page 26** |

26th

данном случае в контексте используется слово «польза», которое

является существительным с положительным посылом. Автор статьи

намерено использует данный прием, чтобы скрыто показать свое

мнение по сложившейся ситуации.

-

**оксюморон** – стилистическая фигура, состоящая в намеренном

сочетании противоречивых понятий [58] :

а) В тот же день некоторые СМИ распространили информацию о том,

что **«неизвестные» хорошо известны** как бойцы полка патрульной

службы милиции особого назначения «Днепр-1» (2015. № 32);

*Комментарий:* Сочетая противоположные по смыслу, но одинаковые

по структуре слова, автор статьи привлекает внимание к данному

речевому обороту, в котором и заложена вся суть информационного

сообщения.

б) **Бомба для встречи с Обамой** (2015. №106, заголовок);

*Комментарий: Бомба - 1. Разрывной снаряд, сбрасываемый с*

*самолета, а также вообще разрывной снаряд, ручной или орудийный;*

*взрывное устройство. 2. Округлившийся при полете кусок лавы,*

*выбрасываемый при извержении вулкана (спец.). Встреча - 1. см.*

*встретить, -ся. 2. Собрание, устраиваемое с целью знакомства с*

*кем-н., беседы* [1].

Таким образом, следуя из определения понятий в данном

предложении, слова никак не могут сочетаться в одном контексте, и

сделано это для того, чтобы привлечь внимание читателя к статье с

негативно-информационным содержанием о встрече президентов

США и России, явно указывая на настрой В.В. Путина.

в) **Крымская анестезия отпустила** (2016. №43)

*Комментарий: Крым - Крымский п-ов, на С. Черного моря; Анестезия*

*- потеря чувствительности вследствие поражения чувствительных*

*нервов, наркоз, обезболивание* [3].

Таким образом, полуостров и обезболивающее средство никакого

|  |
| --- |
| **Page 27** |

27th

отношения друг к другу не имеют и связаны между собой только

контекстом для наиболее яркой передачи смысла статьи и

иронического подтекста к происходящему.

-

**гиперболизация** – Образное выражение, содержащее непомерное

преувеличение размера, силы, значения и т. д. какого-либо предмета,

явления [57]:

а)

И вся эта закулисная муть называется новой европейской стратегией

в отношении Беларуси и рассчитана на то, чтобы обогреть Лукашенко,

оторвав его от Путина, **со скоростью курьерского поезда** теряющего

средства, как на содержание собственной страны, так и на поддержку

вассалов (Новая газета. 2015. № 28);

Комментарий: *курьерский поезд - поезд дальнего следования высшей*

*категории, идущий с наиболее высокими допускаемыми техническими*

*и маршрутными скоростями при минимальном количестве остановок*

*по пути следования для технических надобностей и минимальном*

*времени стоянок* [9].

Следовательно, автор, намерено использует это определение, чтобы

акцентировать внимание читателя на то, как быстро и с какой

скоростью президент Белоруссии теряет материальные средства,

сравнивая его с курьерским поездом.

-

**трансформация прецедентного текста или фразеологизма:**

а) Донос крепчал (2015. № 33; заголовок). Ср.: мороз крепчал;

б) Чуден «Днепр-1» при тихой погоде (2015. № 32; заголовок). Ср.:

Чуден Днепр при тихой погоде …;

в) Мир, труд, мост (2015. № 60; заголовок). Ср.: Мир. Труд. Май;

г) Премьер в мешке (2016. №27; заголовок) Ср.: Кот в мешке.

- **намек** - косвенное, непрямое, ассоциативное выражение мысли [58]:

а)

С начала крымско-украинской кампании прошло больше года. Но до

сих пор многим политикам и аналитикам непонятно, **«зачем Кремлю**

**это было надо?»** (2015. № 32)

|  |
| --- |
| **Page 28** |

28

*Комментарий* : намек на агрессивную политику России в отношении

Украины;

б) Так уже было. Санкции будут отменять, объясняя это политической

целесообразностью. Потом вводить новые. Политзаключенных и

репрессированных в Беларуси меньше не станет, но зачем-то же на

свете существуют грабли? (2015. № 28)

*Комментарий:* намек на ошибочную политику Запада в отношении

Беларусии;

– **парентеза** - вставная конструкция с оценочным лексическим

наполнением [58]:

а)

Ну, может быть, тотальная изоляция и невыгодна. Но частичная – с

ограничением вредных контактов и с санкциями, мобилизующими

население **(вот они, гады, как на нас давят, а президент – молодец,**

**не прогибается!)** … вполне полезна (2015. № 32);

*Комментарий* : вставная инструкция в данном контексте используется

для передачи собственного мнения автора, который неравнодушно

относится к ситуации, и для создания эмоциональности текста.

– **эллипсис** – стилистически значимая синтаксическая неполнота

предложения, интенсифицирующая эмоционально-оценочное или

образное значение всего предложения [57]:

а) Гиркина на царство (2015. № 58; заголовок);

б) Друзьям – все. Врагам – закон (2014. № 58; заголовок);

- **метафора** – переносное употребление слова, образование такого

значения [57]:

а)

Но теперь, имея опыт, приобретенный ценой потерь, и в дни

перемирия под покровом многократно простреленных минометами и

«Градами» Минских соглашений, он пытался **соединить людей с**

**оружием в единое управляемое целое** (2015. № 32);

б) 22 марта в Киеве снова **вспыхнул скандал** , связанный со сменой

сфер влияния в госкомпании «Укрнафта» (2015. № 32);

|  |
| --- |
| **Page 29** |

29

в)

Как **российские СМИ раскалывали Германию** (2016. №12,

заголовок)

*Комментарий:* Данный вид тропа в тексте использован для того, чтобы

передать оценку и уже изначально выразить мнение ко всему

происходящему и тому, что происходило ранее не прямыми словами, а

в переносном значении «завуалировать» мысль.

– **метонимия** - сближение, сопоставление понятий, основанное на

замене прямого названия предмета другим по принципу смежности

[58]:

а)

Москве предлагают подождать в прихожей (2015.№131)

*Комментарий: Прихожая - первая (нежилая) комната при входе в*

*квартиру, где обычно снимают верхнее платье, то же, что передняя*

[10]. Автор статьи, соединяя слова «Москва» и

«прихожая»,

акцентирует читателя о низком и неуважительном отношении Франции

и США к нашей стране. То есть побыть и подождать «при входе, не

раздеваясь» и не принимать участие в происходящем.

- **игра с именами собственными** :

а)

Иосиф Виссарионович Грозный (2015. № 35; заголовок);

*Комментарий:* Иван Васильевич Грозный - великий князь московский

и всея Руси с 1533 года, первый царь всея Руси (с 1547 года).

– **дилогия** - совмещение в одном слове двух значений, обусловленное

стилистическим контекстом[58]:

В опере прозвучала **партия** жуликов и воров (2015. № 35; заголовок);

*Комментарий:* в статье речь идет о министре культуры РФ (по

совместительству члене высшего политсовета «Единой России»)

Владимире Кехмане, который, раскритиковав постановку «Тангейзер»,

был назначен на эту должность. В статье подробно раскрывается суть

заголовка. Слово «партия» имеет в сообщении двойное значение.

Автор статьи намерено использует его, чтобы передать содержание

|  |
| --- |
| **Page 30** |

thirty

статьи, которая пусть и косвенно, но связана с оперой, в то же время,

говоря о «партии жуликов и воров».

**– экспрессивное иносказание –** использование слов не в их значении,

применяющееся в литературе для воздействия на читателя [5].

Последовало сворачивание «модернизационного проекта», усиление

репрессий и включение **думского «взбесившегося принтера»,** чтобы

запугать оппозиционеров и сузить правовое пространство свободы

(2015. № 32);

*Комментарий: Бешенство - 1. Вирусное заболевание, поражающее*

*нервную систему. 2. перен. Крайняя степень раздражения. Принтер -*

*Внешнее печатающее устройство ЭВМ, служащее для представления*

*выводимой из нее информации в буквенно-цифровом виде* [1].

«Взбесившийся принтер» - словосочетание, связанное между собой

только контекстом, так как, следуя из определений, лексической связи

между ними нет и термин «взбесившийся» употреблен для воздействия

на читателя и привлечения внимания к сути статьи.

– **гипофора** (вопрос или цепочка вопросов, предполагающих ответ на

них, часто развернутый):

а) Для начала отбросим очевидно пропагандистские версии …. what

остается? Недопущение Украины в НАТО и натовской базы в

Севастополь? Укрепление безопасности страны? … Рост влияния

России в мире? Сплочение «русского мира»? Консолидация в рамках

«Евразийского проекта»? (2015. № 32);

б) Бросали камни и яйца, чтобы насолить? (2015. № 61,заголовок)

*Комментарий:* Автор задает вопросы и намеренно не отвечает на них,

оставляя ответ за читателем, хотя в самим вопросах и скрыто вся суть

и задано направление ответа, следующего за читателем.

– **силлепсис оценочного типа** (постановка в ряд перечисляемых слов

понятий, обозначающих отрицательные явления, слова-понятия,

называющего дискредитируемую мишень):

|  |
| --- |
| **Page 31** |

31

а) Разговор с психологами **о ненависти, агрессии, российском**

**менталитете,**

**параличе**

**сознания,**

**потере**

**социальной**

**чувствительности и неуверенности в себе** (2014. № 10).

– **восклицательные предложения,** привлекающие внимание,

в

частности, заголовки:

а)

…А на Украине Шустера линчуют! (2016. №46).

б)

Блин наш! (2016. №30)

в) «Смертники — во Франции с ее культом жизни!» (2016. №126)

– **употребление разговорной лексики, жаргонизмов** :

а) … **кризис власти не рассосался** …;

б) … **продолжали темнить** …; (2016. №27.);

в) По версии представителей ПС, **депутат Ланьо «забил им стрелку»**

(2015. №74)

г) Пропагандисты России недоумевают — **почему нам все гадят**

(2016. № 15,заголовок);

*Комментарий: рассасываться - исчезать (исчезнуть) постепенно,*

*медленно, рассеиваясь в пространстве* [2].

*Темнить - обманывать, морочить, дезориентировать, утемнять,*

*скрывать, запутывать* [7].

*Забить стрелку - (из сленга хиппи) - назначить свидание* [4].

*Гадить - пакостить, пачкать* [4].

д) Правительство и премьер-министр планомерно **теряют очки** в глазах

общества… (2016.№43)

*Комментарий* : очки в данном контексте употреблены в значении

«баллы», «рейтинг», «заслуги».

– **тавтология –** термин античной стилистики, обозначающий

повторение однозначных или тех же слов:

а) **«Список списков»** или как российская политика и отношения с

Украиной свелись к составлению проскрипционных бумаг (2016.№35,

|  |
| --- |
| **Page 32** |

32

заголовок)

*Комментарий:*

Данное речевое средство употреблено для

эмоциональной окрашенности текста и привлечения внимания к статье

читателя.

После анализа речевых средств, которые способствуют разжиганию

и поддержанию информационно-психологической войны, мы пришли к

выводу о том, что авторы информационных сообщений в «Новой Газете»

очень часто эмоционально-окрашенными словами передают собственную

точку зрения на происходящее, ну и, конечно же, оказывают влияние на

общество. Журналисты очень аргументированно подводят нас к

передаваемой информации и передают оценку происходящего, формируя у

населения нужную для СМИ точку зрения на ту или иную ситуацию.

После анализа выбранных статей было выявлено, что информационная

война разгорается не только между государствами, хотя, конечно же,

подавляющее количество статей с эмоциональной окрашенностью оказалось

именно о внешней политике, но также «информационные столкновения»

происходят внутри страны, в частности, внутри России и внутри Украины.

Об этом сообщает нам информационное агенство «Новая Газета».

С лингвистической точки зрения в политических коммуникациях

применяются стилистические средства, которые используются и в других

коммуникациях, что делает изложение более ярким, выразительным,

привлекает внимание читателей и слушателей.

Другим средством ведения информационно-психологической войны

выступает разграничение речевого воздействия и манипулирования.

Под речевым воздействием понимается воздействие на человека

посредством речи для целей побуждения его принять изложенную точку

зрения, сознательного принятия решения о каком-либо действии, передаче

информации и т.д. [32, с. 258]

Речевое манипулирование является воздействием на человека с целью

побуждения его сообщить информацию, совершить поступок, изменить свое

|  |
| --- |
| **Page 33** |

33

поведение, т.е. бессознательно или вопреки собственному мнению,

намерениям [32, с. 258].

В лингвистической литературе различают два основных аспекта

речевого воздействия: вербальный и невербальный.

Вербальное речевое воздействие является воздействием посредством

слов, при котором имеет значение, в какой речевой форме выражается мысль,

какими словами, в какой последовательности, с какой громкостью,

интонацией что когда и кому говорится [32, с. 258].

Невербальное воздействие является воздействием при помощи

несловесных средств, сопровождающих речь (жесты, мимика, поведение во

время речи, внешность говорящего, дистанция между собеседниками и

т.п.) [32, с. 258].

Современные средства массовой информации применяют различные

методы манипуляции сознанием общества, в большинстве случаев одни

накладываются на другие или происходит одновременное использование

нескольких способов. Единая классификация языковых средств манипуляции

используемых средствами массовой информации отсутствует.

С. Зелинский классифицирует языковые средства манипуляции

используемый СМИ по следующим принципам [3, с. 59]:

- очередность, т.е. основное внимание обращается на сенсанционность

и новизну материала, даже в том случае, когда достоверность информации

ставится под сомнение. Данный метод активно применяется в предвыборных

кампаниях;

- ложные свидетели, т.е. сообщения от очевидцев или неявных

участников событий, которым доверяют окружающие. В данном случае

срабатывает эффект доверия к другим людям;

- образ врага, т.е. создается мнимая угроза, на противостояние которой

выделяются человеческие, финансовые и другие ресурсы. В некоторых

случаях угроза действительно существует, но ее опасность значительно

преувеличивается;

|  |
| --- |
| **Page 34** |

34

- смещение акцентов, т.е. намеренное искажение фактов. Происходит

переключение внимания аудитории с одних проблем и явлений на другие;

- «лидеры мнений», т.е. оценка ситуации производится публичными

личностями, которые пользуются доверием в силу собственной

популярности, высокого социального и политического статуса;

- переориентация внимания – имеются сходства с методом» смещения

акцентов». Сущность метода заключается в незаметной подаче информации

на фоне другой, чаще всего эмоционально заряженной, что не позволяет в

должной степени критически воспринять первую;

- эмоциональная зараженность, когда подается достоверная

информация, но преднамеренно в эмоциональной форме;

- показная проблематика – отвлечение аудитории от насущных

проблем посредством заострения внимания на других, которыем являются

менее значимыми;

- информационная блокада – осуществляется замалчивание каких-

либо событий, проблем в течение некоторого времени;

- удар на опережение – вброс информации, которая задевает честь и

достоинство. Такой метод используется в большей части накануне выборов;

- эффект присутствия – осуществляется сообщение о каком-либо

событии от лица, непосредственно участвующего в нем, наблюдающего за

ним;

- повторение – применяется повторение простых, суррогатных истин,

в большинстве случаев простыми словами, которые рассчитаны на

низкоинтеллектуальную публику, составляющую большую часть населения;

- полуправда – используется утаивание части информации в выгоду

чьи-либо интересам для целей сокрытия полноты картины.

Иными словами, множество разновидностей речевых средств

информационно-психологической войны свидетельствует о чрезвычайной

опасности и разнообразии каналов ее влияния.

|  |
| --- |
| **Page 35** |

35

**2.2. Манипуляции массовым сознанием с помощью СМИ**

Понятие манипулирование находится в центре внимания современного

социогуманитарного знания. Так, в работах отечественных исследователей

под манипулированием понимается форма духовного воздействия, скрыто

господство, осуществляемое насильственным путем, управление внутренним

миром человека, его духовностью.

Е.Л. Доценко пишет, что манипуляция сознания – это вид

психологического воздействия, при котором мастерство манипулятора

используется для скрытого внедрения в психику адресата цепей, желаний,

намерений, отношений или установок, не совпадающих с теми, которые

имеются у адресата в данный момент; психологическое воздействие,

нацеленное на изменение направления активности другого человека,

выполненное настолько искусно, что остается незамеченным им [36, c. 72].

Манипуляция определяется как: «общественное и государственное

культивирование ситуации посредством целенаправленного управления с

тем, чтобы решающим образом формировать общественную структуру

(Г. Шишков); «духовное управление человеком, обусловленное воздействием

иррациональных и эмоциональных средств и аргументов: в политике –

обращение к нации, любви, к отечеству, к крови, расе, чести» (Элвайн);

«психологическое

воздействие,

которое

производится

тайно,

а

следовательно, в ущерб тем лицам, на которых оно направлено» (Франке);

побуждение поведения посредством обмана или игрой на предполагаемых

слабостях другого (Дж. Рудинов); скрытое принуждение, программирование

мыслей и намерений, чувств, установок и поведения (Шиллер); скрытое

применение

force

вразрез

с

предлагаемой

волей

другого

(Шостром) [34, с. 192].

В настоящее время мир находится в фазе становления

информационного общества. Все новые достижения логической информации

и основанных на ней технологий уже практически полностью объединены в

|  |
| --- |
| **Page 36** |

36

единый информационный пул и единую технологическую систему планеты.

Ведущая роль информации в этом процессе очевидна и не требует

доказательств.

Термин «массовое сознание» трактуется довольно широко и чаще всего

синтезирует в себе духовные образования, порожденные отдельными

людьми, группами, коллективами.

Массовое сознание представляет собой совокупность суждений,

взглядов, идей, доминирующих в обществе в определенный временной

период. Многие исследователи массового сознания предлагают

рассматривать его как арифметическую сумму духовных достояний

множества индивидов. Массовое сознание есть целостная духовная система,

выражающая наиболее значимые черты, присущие конкретной социальной

группе. При этом массовое сознание подвержено формированию и

регулированию посредством множества факторов, среди которых в

сегодняшнем информационном обществе нет более влиятельного института,

чем средства массовой информации [36, с. 73].

Информационная среда направлена на изменение сложившихся

стереотипов, парадигм и установок деятельности, не только отражает

глобальную политику по формированию развитого общества, но и

качественно трансформирует ее.

Общественное мнение выступает внешним выражением общественного

сознания, которое является способом формирования массового сознания и

отношение (скрытое или явное) различных групп людей к событиям и

процессам, которые происходят в жизни, затрагивают их потребности и

интересы. Формирование и развитие общественного мнения осуществляется

планомерно, под воздействием на массовое сознание политических

институтов и социальных учреждений, а также может осуществляться

стихийно – под влиянием жизненных обстоятельств, стереотипов, опыта и

традиций [25, с. 29].

Эффективным способом формирования общественного мнения

|  |
| --- |
| **Page 37** |

37

является использование коммуникационных технологий. При помощи

информационно-психологического воздействия с легкостью моделируется

реакция на события определенных социальных групп.

В процессе информационно-психологического воздействия население

становится носителем нужной идеологии, что предоставляет возможность в

полной мере использовать средства производства, рабочую силу,

инфраструктуру в целях субъекта манипулятивного воздействия.

Для достижения наибольшего эффекта в психологическом подчинении

масс посредством передачи информации предпочтительно охватить как

можно более широкую аудиторию, что достигается за счет таких факторов

как: во-первых, применения технических средств коммуникации; во-вторых,

максимальной доступности (понятности) информации [25, с. 30].

Иными словами, средства массовой информации в жизни современного

общества играют значительную роль, когда подменяют свою изначальную

функцию информирования населения на выполнение задач по

формированию определенных мнений, представлений и взглядов.

Исследователи выделяют два подхода к пониманию роли средств

массовой информации в обществе. Либеральный подход – информация о том,

что происходит интересного и важного для общества, должна отражаться в

новостях. Т.е. социально-ответственная функция средств массовой

информации заключается в использовании информации для целей

поддержании основ общества и воспитания индивидов с целью

совершенствования их как социальных субъектов. Такой подход присущ

обществу, в котором контроль за деятельностью СМИ осуществляется

государством. По нашему мнению в данном случае журналисты и редакторы

не могут выступать арбитрами, которые определяют социальные ценности в

обществе, в котором существуют различные точки зрения [25, с. 30].

По мнению других ученых влияние средств массовой информации на

поведение граждан осуществляется путем создания определенного

общественного мнения. Благодаря такой возможности как придание

|  |
| --- |
| **Page 38** |

38

общественному мнению массовости, средства массовой информации

способны управлять и манипулировать ими.

Далее рассмотрим приемы манипуляции массовым сознанием,

используемые в современных средствах массовой информации [6, с. 50]:

1. Наклеивание ярлыков. Одним из наиболее действенных орудий

политического языка являются манипулятивные термины, или «ярлыки»,

которые «навешиваются» политическим оппонентам.

Во фразеологическом словаре Федорова этому выражению дано

следующее толкование: наклеить ярлыки (ярлык) (разг. неодобр.) – это

давать кому-либо поверхностную, поспешную оценку

В отличие от стереотипов, ярлыки не используют заданное отношение

к объекту, а пытаются сформировать новое, приписывая какие-либо

характеристики.

Опасность их в том, что, входя в широкий обиход благодаря СМИ, они

приживаются надолго, становятся привычными, повседневными словами.

Можно рассмотреть ряд примеров [50]:

«Красно-коричневые». Этот термин возник в период ожесточения

борьбы «демократов» и КПСС. Цель, которую преследовали создатели

термина, очевидна: поставив знак равенства между коммунизмом и

фашизмом, опорочить КПСС. Частое употребление этого термина привело к

тому, что люди свыклись с мыслью, что «красные» и «коричневые» - одного

поля ягоды.

«Лица кавказской национальности». Термин придуман журналистами.

Термин этот носит уничижительный и оскорбительный характер, но

псевдоофициальная форма (ассоциации с термином «юридическое лицо»)

служит ему своего рода фиговым листком.

«Кровавый режим» и «жестокая диктатура» относительно

правительства Башара Аль-Асада: «С кровавыми репрессиями со стороны

сирийского режима по отношению к движению протеста, хорошие

|  |
| --- |
| **Page 39** |

39

экономические и политические отношения между турецким и сирийским

правительствами стали ухудшаться».

В 68 текстах из 214, посвященных деятельности оппозиции, народная

армия названа «борцами за демократию». Данное определение положительно

воспринимается французскими читателями, однако зачастую дальнейший

материал говорит о зверствах сил оппозиции: «Сирийские борцы за

демократию этой ночью обстреляли турецкое поселение близ границ с

Сирией».

2. Замена имен – сокращение полного имени на краткую форму.

Данный метод используется в материалах российских СМИ и связан

он, прежде всего, с сокращением формы имени президента Сирии.

Во всех иностранных источниках его имя звучит как Башар Аль-Асад,

в то время как в российских новостных материалах часть имени «Аль»

отсутствует. «Участники первой, которых, как сообщили в российском

посольстве, было около 400 человек, выражали благодарность России за ее

позицию в СБ ООН, скандировали лозунги в поддержку сирийского народа и

президента Сирии Башара Асада» («Акции сторонников и противников

позиции РФ по Сирии прошли в Ливане»). Когда речь идет о Ближнем

Востоке, приставка Аль ассоциируется с террористическими организациями.

Российские же СМИ стараются избежать данной параллели, в то время как

западные наоборот делают акцент на связи имени президента Сирии с

составной частью слова – приставкой [56].

3. «Лексика ненависти»

Википедия говорит нам, что язык вражды или «лексика ненависти» -

обобщённое обозначение языковых средств выражения резко отрицательного

отношения «оппонентов»

– носителей иной системы религиозных,

национальных, культурных или же более специфических, субкультурных

ценностей. Это явление может выступать как форма проявления расизма,

ксенофобии, межнациональной вражды и нетерпимости, гомофобии, а также

сексизма.

|  |
| --- |
| **Page 40** |

40

Известный лингвист, профессор Российской академии народного

хозяйства и государственной службы (РАНХиГС), автор книги «Русский

язык на грани нервного срыва» Максимом Кронгауз: «Вырабатываются

специальные слова ненависти, когда для одной или другой

противоборствующей стороны придумывается как можно более

оскорбительное название, потому что привычные нам «кацап», «москаль» и

«хохол» никого уже не обижают: они слабые».

«Так появилось название «ватник» для прорусски настроенных

граждан - тут не только национальная окраска, но и социальная: ватник - это

одежда для не самых высоких слоев общества, поэтому это еще и

принижение по социальному признаку», – отмечает Кронгауз [53].

Проукраинская сторона использовала в СМИ «лексику ненависти» –

«колорады», «ватники», «титушки», «террористы» – для очернения своих

пророссийских оппонентов. Россия парировала акцентом на бандеровской

символике евромайдановцев и «нацистской сути» новой власти в Киеве, а

также на олигархическом характере новой власти. В отношении сторонников

майдана, независимо от их этнической принаддлежности, стали

употребляться слова «укры», «укропы», «майдауны», «каратели» и

другие [53].

Еще примером может служить то, как называются участники боевых

действий с двух сторон. Есть нейтральные определения: «силы украинской

армии» и «ополченцы». В слове «повстанцы» уже появляется легкий знак

минуса, который может усиливаться разными способами, но максимальный

минус – это, конечно, «террористы». Соответственно, от «сил регулярной

армии» мы тоже переходим к «бандеровцам», «фашистам» и так далее. Эта

линейка, когда от нейтрального самоназвания переходят к максимально

негативной номинации [56].

4. «Фейки» и ложные заявления («утки», «вбросы»).

Ярким фейком считается заявление украинских СМИ о причастности

сепаратистов к ракетному обстрелу Луганска 2 июня 2014 года. Более ранним

|  |
| --- |
| **Page 41** |

41

примером фейка считается информация о снайперах, которые расстреливали

протестующих якобы по приказу Януковича. Отличием фейка от вброса

является наличие визуального материала в виде фотографии или

видеоролика, снятого по другому поводу [56].

Информационная война также шла во время грузино-осетинского

конфликта в августе 2008 года. Так Михаил Саакашвили поначалу заявлял:

«На нашу территорию вторглись более 80 тысяч солдат, было введено более

трех тысяч единиц бронетехники и ещё около тысячи бронемашин стояло у

наших границ. Наши территории бомбили несколько десятков, а может, и

сотен самолетов, которые совершили более 200 боевых вылетов. Реально это

была попытка искоренения и уничтожения нашего народа».– Михаил

Саакашвили Это не соответствовало действительности: Южная Осетия – 3

тыс. личного состава и не меньше 20 танков и 25 САУ, Абхазия – 5 тыс.

личного состава, контингент России – 15 тыс. личного состава [54].

5. Постановка риторических вопросов, или распускание слухов.

Являясь основным проводником общественного мнения, СМИ, как

никакой другой субъект политического процесса, ощущают потребность

общества в той или иной информации и значимость данной темы для

конкретного сегмента аудитории. Поэтому не случайно именно СМИ

называют официальным источником распространения слухов.

Примером распространения слухов в СМИ может стать совсем

недавняя новость: «В кулуарах волгоградской политики обсуждают

очередную волну слухов о якобы скором уходе Андрея Бочарова с поста

губернатора. Это уже вторая волна сплетен - первая возникла еще в январе,

сразу после завершения новогодних каникул. Тогда местные пикейные

жилеты активно тиражировали «совершенно достоверную информацию» о

том, что сразу после празднования годовщины разгрома немецко-

фашистских войск под Сталинградом 2 февраля Бочаров сложит

губернаторские полномочия и отправится представителем президента РФ в

Крым.

|  |
| --- |
| **Page 42** |

42

В апреле возникла вторая волна «отставочных» слухов - на этот раз

Андрея Бочарова начали «провожать» на должность представителя

президента РФ в Южном федеральном округе. Согласно этим сплетням,

Бочаров должен был сменить нынешнего полпреда главы государства в

ЮФО Владимира Устинова сначала 10-го, потом 15-го, а теперь уже 20 мая.

Те же пикейные жилеты уверяют, что вместо Бочарова исполнять

обязанности губернатора станет нынешний вице-губернатор Александр

Беляев, по слухам, очень тесно связанный с заместителем полпреда

президента РФ в ЮФО Леонидом Беляком.

Логика распространителей слухов проста - чтобы новый губернатор

смог принять участие в досрочных выборах в сентябре 2015 года, он должен

быть назначен временно исполняющим обязанности главы региона не

позднее начала июня. Соответственно, если Бочаров не покинет до этого

времени свой нынешний пост, никаких досрочных выборов не будет» [52].

Естественно, это далеко не весь список методов, которыми пользуются

журналисты, политики, репортеры для разжигания вражды как между

людьми, так и между государствами, но эти типы наиболее часто и наиболее

эффективно используются для данной цели- цели столкнуть политические

организации, частные предприятия и даже целые государства.

**2.3. Анализ языковых приемов в современных СМИ, подбор материала**

**об информационной войне и ее ведении для старшего звена в школе**

Отличительная черта политических и военных конфликтов XXI века

являются информационные войны, которые разворачиваются на страницах и

телеэкранах СМИ. В современных реалиях борьба с противником

происходит при помощи оружия – искусного владения словом.

Представители средств массовой информации выстраивают контекст какого-

либо события в соответствии со своим восприятием, таким образом,

навязывая собственное мнение, истолкование чтобы представление о

|  |
| --- |
| **Page 43** |

43

действительности было предъявлено в желательном для манипулятора

направлении.

Актуальные общественные темы и дискуссии отражаются не просто

посредством СМИ, они оформляются и инсценируются журналистами-

профессионалами, а также нередко преподносятся с определенной оценкой.

Ученикам старшего звена в школе будет сложно понять, что же такое

«информационная война», исходя из того материала, который мы

проанализировали, так как с подобными средствами речевой

выразительности они не знакомы, поэтому для урока по риторике

необходимо подобрать свой перечень речевых средств выразительности,

который будет наиболее доступен и понятен старшеклассникам. Для этого

мы рассмотрели лексико-фразеологические средства языка, которые

учащиеся изучают в старшей школе и классифицировали подобранный нами

материал.

Лексико-фразеологические средства для ведения информационно-

психологической войны в СМИ:

1. ***Оценочные эпитеты*** : кромешные результаты, коррумпированный и

мафиозный режим, состояние полной беспомощности и апатии, имперская

политика, бессубектная история, преднамеренное банкротство, вовремя

подсуетившийся, феерические новости, громкоголосые молодчики,

сепаратисткое движение (Донбасса), абсурдное представление, негативное

общественное мнение, некачественное расследование, заплеванный пол,

преступная группировка, запятнанная честь, нехитрая мысль, кривляющийся

перед камерой казак, рыбодержавные идеи, живодерская идея,

катастрофическое истребление, непродуманные антисанкции, варварское

браконьерство и т. п. [55].

2. ***Слова, обозначающие негативные явления, или слова и***

***фразеологизмы***

***с***

***отрицательно-оценочной***

***коннотацией,***

***характеризующие ту или иную мишень (личность, партию, идеологию,***

***процесс и т. д.)*** : эйфория, мифы, аннексия, преступления, дискредитация,

|  |
| --- |
| **Page 44** |

44

зачистка, ущерб, банкротство, абсурд, молодчики, сепаратисты (вместо

ополченцы), фигурант (уголовного расследования), вылазка, подделка,

отморозки,

донос,

империя

зла,

репрессии,

несправедливость,

фальсификация, закручивание гаек, насаждение, муть, говорящие головы,

агрессия, интервенция, оккупация, тирания, эксплуатация, выпрашивание,

негодяи, вакханалия, синдром, гадина, ад, предатели, ненависть, фальшивка,

несознанка, бесстыдство, бред, клептократия, клоуны, безвременье, разводка,

хулиганство, людоедство, челядь и т. п.[55].

3. ***Политические ярлыки, под которыми понимаются «слова и***

***словосочетания общественно-политического содержания»*** . Добавим к

этому, что, как правило, политические ярлыки в силу своей повторяемости

представляют собой стереотипные языковые единицы типа красно-

коричневые, национал-патриоты, фашисты, коммуняки, совок, демшиза и т.

п. Не гнушается политических ярлыков и «Новая газета»: Открытие центров

толерантности вызвало протесты традиционалистов и национал-патриотов

(2014. № 17); От советского патриотизма бежали в каратэ, рокмузыку,

бродяжничество, походы. Что угодно, только не хитрая морда позднего совка

(2014. № 110) и т. п. [55].

4. ***Синтаксические конструкции с отрицательно-оценочными***

***предикатом (группой сказуемого):*** …Это единственный язык, который

понимает Путин; …Рэнд Пол осудил аннексию Крыма…; Кремлевские силы

… ностальгируют по СССР и хотели бы его реставрации; …Эта политика

аморальна; Общество и общественное мнение находятся в состоянии полной

беспомощности и апатии; …Политика – грязное дело…; Most

современную имперскую политику поддерживает; Авторы, которые

предлагают альтернативную историю, замалчиваются; Новый директор …

стал фигурантом большого скандала…; Компания JFC … похитила у

кредитных организаций более 5 млрд. рублей; …под его Дмитрия Носова

руководством пытались сорвать траурный митинг памяти Немцова 1 марта в

Красноярске; борьба с наркотиками… вылилась в борьбу с людьми,

|  |
| --- |
| **Page 45** |

45

собравшимися почтить память убитого оппозиционера; Слишком абсурдным

было прокурорское представление; прокурор ответить не смог; Они кочуют

из программы в программу; Эта доктрина опасна не только для Украины… и

т. п. [55].

6. ***Графическое средство – кавычки как маркер иронии и/или***

***сомнения в истинности того, что обозначено словом или***

***словосочетанием, заключенным в них:*** Авторы напоминают, что Москва не

делает секрета из участия российских «добровольцев» в боях на стороне

сепаратистов в Украине, но отрицает вовлеченность российских

вооруженных сил, хотя множатся свидетельства обратного (2015. № 35);

Погромы выставок, уничтожение картин стали обычным делом для

«православных активистов» (2015. № 33).

Кроме стилистически нейтральной лексики, составляющей основу

формирования любых текстов, в текстах информационно-психологической

войны для формирования соответствующих коммуникативных тактик,

оценочной тональности и усиления экспрессии используются в основном

следующие средства: оценочные эпитеты; номинации предметов (в широком

смысле) и фактов, наделенные отрицательно-оценочной коннотацией; слова,

обозначающие

отрицательные

явления;

политические

ярлыки;

синтаксические конструкции с отрицательно-оценочными предикатами;

стилистические фигуры и тропы; такое графическое средство, как кавычки.

Важно, чтобы ученики могли отличать речевые средства для

возгорания и поддержания современными СМИ, могли распознавать их в

тексте и формировать свое объективное мнение о представленной ситуации.

**Выводы по второй главе:**

Мы проанализировали 20 статей из информационного агенства «Новая

Газета» и определили в них наиболее частотные речевые средства, которые

используют современные СМИ для возгорания и поддержания

информационно-психологической войны. Среди них наиболее частотные

(20% среди всех статей) средства: трансформация прецендентного текста,

|  |
| --- |
| **Page 46** |

46

употребление разговорной лексики и жаргонизмов в информационных

сообщениях, следующими по частоте употребляемости выступают

восклицательные заголовки и антитеза(15% от всего материала), затем

оксюморон, намеки, эллипсис, метафоры, гипофора (10%). Самыми редкими

в использовании СМИ оказались: гиперболизация, парентеза, метонимия,

игра с именами собственными, дилогия и силлепсис).

Также, речевыми средствами информационно-психологической войны

являются: речевое воздействие и манипулирование, языковые манипуляции и

воздействия, применяемые средствами массовой информации (очередность,

ложные свидетели, образ врага, смещение акцентов, «лидеры мнений»,

переориентация внимания, эмоциональная зараженность, показная

проблематика, информационная блокада, удар на опережение, эффект

присутствия, повторение, полуправда).

Манипуляция сознания – это вид психологического воздействия, при

котором мастерство манипулятора используется для скрытого внедрения в

психику адресата цепей, желаний, намерений, отношений или установок, не

совпадающих с теми, которые имеются у адресата в данный момент;

психологическое воздействие, нацеленное на изменение направления

активности другого человека, выполненное настолько искусно, что остается

незамеченным им.

Массовое сознание представляет собой совокупность суждений,

взглядов, идей, доминирующих в обществе в определенный временной

период. При этом массовое сознание подвержено формированию и

регулированию посредством множества факторов, среди которых в

сегодняшнем информационном обществе нет более влиятельного института,

чем средства массовой информации

Безусловно, «наклеивание ярлыков», замена имен, «фейки» и ложные

заявления, лексика «ненависти», постановка риторических вопросов и

распускание слухов негативно влияют на авторитет объекта, на которого

направлена информация, что, в свою очередь, отражается на его репутации.

|  |
| --- |
| **Page 47** |

47

Мы

подобрали

лексико-фразеологические

средства

ведения

информационной войны, используемые современными средствами массовой

информации, для урока риторики в старшем звене школы, которые буду

понятны и доступны для понимания и осознания материала учениками.

Языковыми приемами ведения информационно-психологической войны

являются: оценочные эпитеты; слова, обозначающие негативные явления,

или слова и фразеологизмы с отрицательно-оценочной коннотацией,

характеризующие ту или иную мишень (личность, партию, идеологию,

процесс и т. д.); политические ярлыки; синтаксические конструкции с

отрицательно-оценочными

предикатом

(группой

сказуемого);

стилистические фигуры и тропы; графическое средство: кавычки как маркер

иронии и/или сомнения.

|  |
| --- |
| **Page 48** |

48

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В результате выполнения выпускной квалификационной работы

поставленные задачи были решены, цель работы достигнута и сделаны

следующие выводы.

Политической лингвистикой является наука, занимающейся изучением

использования ресурсов языка как средства борьбы за политическую власть,

манипуляцией общественным сознанием.

Информационно-психологической войной – это политический

конфликт по поводу власти и осуществления политического руководства, в

процессе которого политическая борьба осуществляется в форме

информационно-психологических операций посредством применения

информационного оружия.

Основными целями информационных войн являются: осуществление

контроля за информационным пространством врага, с возможностью

использования, защищая при этом свои военные информационные функции

от его действий; использование контроля за информацией для атакующих

информационных действий на врага; повышение общей эффективности

вооруженных сил при помощи повсеместного использования военных

информационных функций.

Речевыми средствами информационно-психологической войны

являются: стилистические фигуры и тропы, речевое воздействие и

манипулирование, языковые манипуляции и воздействия, применяемые

средствами массовой информации (очередность, ложные свидетели, образ

врага, смещение акцентов, «лидеры мнений», переориентация внимания,

эмоциональная зараженность, показная проблематика, информационная

блокада, удар на опережение, эффект присутствия, повторение, полуправда).

Информационное оружие – это специальные средства и методы, при

помощи которых осуществляется информационное воздействие, которое

приводит к значительному ущербу важным интересам страны.

|  |
| --- |
| **Page 49** |

49

Различают следующие виды информационного оружия: уничтожение,

искажение или похищение информации; взлом средств защиты информации;

ограничение

допуска

законных

пользователей

to

необходимым

информационным ресурсам; дезорганизация работы технических и

программных средств противника.

Среди основных средств информационного оружия: компьютерные

вирусы; логические бомбы или программные закладки; средства подавления

информационного обмена или навязывания ложной информации.

Информационное оружие обладает преимуществами по сравнению с

традиционными средствами поражения, которые заключаются в

квантуемости, малом сроке окупаемости, запаздывании.

Основными приемами влияния на массовое сознание являются:

скрытие информации, замещение понятий, информационный мусор,

внедрение понятий, которые не имеют никакого значения, приоритет

информации, несущей негативный характер, ложь, информационное табу,

отвлечение внимания.

Манипуляция сознания – это вид психологического воздействия, при

котором мастерство манипулятора используется для скрытого внедрения в

психику адресата цепей, желаний, намерений, отношений или установок, не

совпадающих с теми, которые имеются у адресата в данный момент;

психологическое воздействие, нацеленное на изменение направления

активности другого человека, выполненное настолько искусно, что остается

незамеченным им.

Массовое сознание представляет собой совокупность суждений,

взглядов, идей, доминирующих в обществе в определенный временной

период. При этом массовое сознание подвержено формированию и

регулированию посредством множества факторов, среди которых в

сегодняшнем информационном обществе нет более влиятельного института,

чем средства массовой информации

|  |
| --- |
| **Page 50** |

50

Безусловно, «наклеивание ярлыков», замена имен, «фейки» и ложные

заявления, лексика «ненависти», постановка риторических вопросов и

распускание слухов негативно влияют на авторитет объекта, на которого

направлена информация, что, в свою очередь, отражается на его репутации.

В рассмотренном материале (20 статьей) были выявлены наиболее

частотные речевые средства, которыми пользуются СМИ для ведения

информационной войны, среди них: трансформация прецендентного текста

или фразеологизма, дилогия и восклицательные заголовки. Менее частотные:

антитеза, намек, эллипсис, метафора, метонимия, игра с собственными

именами. Редко использовались: антифразис, оксюморон, гиперболизация,

парентеза и силлепсис.

Мы подобрали материал для урока риторики старшеклассников по

информационно-психологической войне и для наиболее полного понимания

школьников сгруппировали их в лексико-фразеологические средства языка,

которые им уже знакомы.

|  |
| --- |
| **Page 51** |

51

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

**Словари и энциклопедии**

1. "Словарь русского языка" (1949, 22-е издание, 1990; с 1992 - "Толковый

словарь русского языка", совместно с Н. Ю. Шведовой) / Ожегов С.И. – М. –

1964. С. 221,478, 583, 629.

2. Большой толковый словарь русских глаголов. / Составители: Людмила

Бабенко, Ирина Волчкова, Юрий Казарин, Маргарита Кусова, Михаил

Мухин, Анна Плотникова, Елена Плотникова, Татьяна Попова, Татьяна

Сивкова. – М.: АСТ-Пресс Книга. 2009. C. 389.

3. Географические названия мира: Топонимический словарь. / Поспелов

Е.М. –М: АСТ. 2001. C. 165.

4. Живая речь. Словарь разговорных выражений. / В.П. Белянин, И.А.

Бутенко – М.: ПАИМС.. 1994. C. 164-231.

5. Литература и язык. Современная иллюстрированная энциклопедия. -

М.: Росмэн. Под редакцией проф. Горкина А.П. 2006. C. 367.

6. Поэтический словарь А.П. Квятовского – лучший отечественный

справочник по теории поэзии [Текст] / А.П. Квятовский. – М.: Советская

Энциклопедия: науч. ред. И. Роднянская, 1966. – C.800

7. Словарь синонимов русского языка. Практический справочник. / З. Е.

Александрова. – М.: Русский язык. 2011. C. 254.

8. Словарь-тезаурус синонимов русской речи. / Бабенко Л. Г. – М:.АСТ-

ПРЕСС. 2007. C. 88.

9. Технический железнодорожный словарь. / Н. Н. Васильев, О. Н.

Исаакян, Н. О. Рогинский, Я. Б. Смолянский, В. А. Сокович, Т. С.

Хачатуров.– М.: Государственное транспортное железнодорожное

издательство. 1941. C.278.

10. Толковый словарь Ушакова / Д.Н. Ушаков – 1935-1940. – C. 336

|  |
| --- |
| **Page 52** |

52

**Библиография**

1. Андрусова, Т.Б., Гомонова, Ю.Г., Багаева, А.П. Информационное

оружие и информационные войны [Текст] / Т.Б. Андрусова, Ю.Г. Гомонова,

А.П. Багаева // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2010. – №6.

– С. 403-404.

2. Белова, Н.Е. Информационная война: понятие и основные

характеристики [Текст] / Н.Е. Белова // В сборнике: Современное

инновационное общество: динамика становления, приоритеты развития,

модернизация: экономические, социальные, философские, правовые,

общенаучные аспекты материалы международной научно-практической

конференции. 2015. – С. 35-37.

3. Бешукова, Ф.Б., Меретукова, Б.А. Лингвокультурологический

аспект функционирования медиа-текста в современном информационном

обществе [Текст] / Ф.б. Бешукова, Б.А. Меретукова // Вестник Адыгейского

государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. -

2010. – №3. – С.59-65.

4. Валиуллин, И.И. Эволюция понятия «информационная война» в

политической науке [Текст] / И.И. Валиуллин // Международные отношения.

2014. № 1. С. 68-74.

5. Голодов, А.Г. Язык информационной войны в немецкой массовой

публицистике [Текст] / А.Г. Голодов // Вестник Рязанского государственного

университета им. С.А. Есенина. – 2015. – №1 (46). – С.104-116.

6. Горбунов, К.В., Федорова Е.Е. Информационная война и ее

технологические особенности [Текст] / К.В. Горбунов // Научные дискуссии

о ценностях современного общества. – 2014. – №6. – С. 46-57.

7. Гузев, С.А., Комиссарова М.Н. Информационные войны: типы и

особенности [Текст] / С.А. Гузев // Современные наукоемкие технологии. -

2013. – №10. – С. 232-233.

8. Гуськова, С.В. Речевая агрессия: способы выражения в

региональной прессе [Текст] / С.В. Гуськов // Вестник ТГУ. – 2012. – №1. -

|  |
| --- |
| **Page 53** |

53

С. 156-165.

9. Декатова, К.И. Семантика термина «Информационная война» в

публицистическом тексте [Текст] / К.И. Декатова // Известия ВГПУ. – 2015. –

№3 (98). – С. 150-154.

10. Дементьева, К.В. Информационная война и социальная

ответственность журналистов [Текст] / К.В. Дементьева // Журналистский

ежегодник. – 2014. – №3. – С. 14-16.

11. Демчук, Н.В. Информационные войны на муниципальном уровне

[Текст] / Н.В. Демчук // Журналистский ежегодник. – 2012. – №1. – С.62-65.

12. Ерофеева, Н.В. Современные информационные войны и их влияние

на политическую стабильность государства [Текст] / Н.В. Ерофеева //

PolitBook. – 2015. – №2. – С. 74-83.

13. Иванов, С.А. Информационная война: сущность и основные формы

проявления [Текст] / С.А. Иванов // Известия АлтГУ. – 2013. – №4 (80). -

С. 276-279.

14. Карапетян, А.А., Тагильцева, Ю.Р. Игра на понижение: последствия

информационно-психологической войны и религиозный экстремизм [Текст] /

А.А. Карапетян, Ю.Р. Тагильцева // Политическая лингвистика. – 2013. – №4.

– С. 256-261.

15. Кибардин, А.С., Денисенко, С.З., Саруханян, Х.С. Информационная

война как основной способ достижения военно-политических целей в XXI

веке [Текст] / А.С. Кибардин, С.З. Денисенко, Х.С. Саруханян //

Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. –

№11. – С. 88-91.

16. Короткова,

О.В.

Анализ

последствий

отрицательного

информационно-психологического влияния на общественно-политическую

ситуацию в России [Текст] / О.В. Короткова // Известия ТулГУ.

Экономические и юридические науки. – 2010. – №1-2. – С. 337-348.

17. Коцюбинская, Л.В. Понятие «информационная война» в

современное лингвистике: новые подходы [Текст] / Л.В. Коцюбинская //

|  |
| --- |
| **Page 54** |

54

Политическая лингвистика. – 2015. – № 4. – С. 93-96.

18. Крынина, О.Ю. Дефиниции понятия «Информационная война»:

анализ российского и зарубежного опыта [Текст] / О.Ю. Крынина // Новые

технологии. – 2009. – №3. – С. 68-70.

19. Кудряшова, Г.Н. Информационно-психологическое противоборство

с террористами в условиях психологической войны [Текст] / Г.Н. Кудряшова

// Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2008. – №63-2. – С. 69-72.

20. Кунакова, Л.Н. Информационная война как объект научного

анализа (понятие и основные характеристики информационной войны)

[Текст] / Л.Н. Кунякова // Альманах современной науки и образования. -

2012. – №6. – С. 93-96.

21. Лисина, И.А. Политический PR в современных информационных

войнах [Текст] / И.А. Лисина // Научные дискуссии о ценностях

современного общества. – 2014. – №6. – С. 58-62.

22. Макарова, И.В., Беззапонный, А.С. Информационные войны

современности: некоторые вопросы теории [Текст] / И.В. Макарова, А.С.

Беззапонный // Общество и право. – 2006. – №4 (14). – С. 46-49.

23. Макарова, Ю.О. Особенности осуществления информационных

войн в Интернете [Текст] / Ю.О. Макарова // Вестник ЗабГУ. – 2014. – №5. -

С. 72-78.

24. Македонская, В.А., Швец, Т.Д. Информационно-психологическое

противоборство СССР и Германии в годы Великой Отечественной войны

[Текст] / В.А. Македонская, Т.Д. Швец // Исторические, философские,

политические и юридические науки, культурология и искусствоведение.

Вопросы теории и практики. – 2013. – №3-2 (29). – С. 144-149.

25. Манойло, А.В. Информационно-психологические технологии

разрешения современных конфликтов [Текст] / А.В. Манойло // Власть. -

2008. – №5. – С. 27-30.

26. Манойло, А.В. К вопросу о содержании понятия «информационная

война» [Текст] / А.В. Манойло // Дневник АШПИ. – 2012. – № 28. – С. 17-24.

|  |
| --- |
| **Page 55** |

55

27. Маруев, А.Ю. Информационная безопасность России и основы

организации информационного противоборства [Текст] / А.Ю. Маруев //

Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. -

2010. – №1. – С. 47-54.

28. Меньщиков, А.А. Технологии информационно-психологического

воздействия как основа специальной психологической подготовки

дипломатических кадров [Текст] / А.А. Меньщиков // Научные исследования

в образовании. – 2007. – №1. – С. 83-87.

29. Мусуралиева, М.М. Понятие и сущность информационной войны

[Текст] / М.М. Мусуралиева // Известия ВУЗов Кыргызстана. – 2015. – № 1. –

С. 227-229.

30. Николенко, Т.А., Боликова, Д.Е. Возникновение и развитие

информационных войн [Текст] / Т.А. Николаенво, Д.Е. Боликова // Educatio. -

2015. – №2(9)-7. – С. 42-44.

31. Остроумов, А.И. К вопросу о понятии «информационная война»

[Текст] / А.И. Остроумов // В сборнике: Информационное поле современной

России: практики и эффекты Сборник статей XI международной научно-

практической конференции. – 2014. – С. 267-272.

32. Петрова,

М.С.

Агрессивный

журнализм

as

элемент

информационных войн [Текст] / М.С. Петров // Вестник ЛГУ им. А.С.

Пушкина. – 2015. – №4. – С. 255-263.

33. Пискун, А.В. Проблема смысла в эпоху информационных войн

[Текст] / А.В. Пискун // Известия МГТУ. – 2010. – №2. – С. 211-214.

34. Полушин, Е.О. К вопросу о понятии и сущности информационной

войны [Текст] / Е.О. Полушин // Вестник Московского государственного

областного университета. Серия: История и политические науки. – 2009. – №

2. – С. 189-193.

35. Романов, А.А. Политическая лингвистика: Функциональный подход

[Текст] / А.А. Романов. – М.: ИЯ РАН, ТВГУ, 2002. – 191 с.

36. Самохвалова, В.И. Специфика современной информационной

|  |
| --- |
| **Page 56** |

56

войны: средства и цели поражения [Текст] / В.И. Самохвалов // Философия и

общество. – 2011. – №3. – С. 54-73.

37. Сауков, А.А., Черепанова, В.Н. Информационная война: понятие и

методы [Текст] / А.А. Сауков, В.Н. Черепанова // В сборнике: Водные

ресурсы и ландшафтно-усадебная урбанизация территорий России в XXI веке

сборник докладов XVII Международной научно-практической конференции:

в 2-х томах. Тюмень, 2015. – С. 276-280.

38. Сергеев, И.В. Социальные сети в Интернете как средство

реализации операций информационно-психологической войны [Текст] / И.В.

Сергеев // МНИЖ. – 2015. – №9-4 (40). – С. 101-104.

39. Соловьев, А.В. Информационная война: понятие, содержание,

проспектива [Текст] / А.В. Соловьев // Пространство и Время. – 2010. – №2. -

С. 75-81.

40. Тагильцева Ю.Р. Локальные информационно-психологические

войны: особенности развития в современной России // Политическая

лингвистика. – 2010. – №4. – С. 171-175.

41. Тагильцева, Ю.Р. Методологический анализ информационно-

психологической войны: теоретический аспект [Текст] / Ю.Р. Тагильцева //

Политическая лингвистика . – 2012. – №4 (42). – С. 175-178.

42. Тагильцева, Ю.Р. Экстремистские материалы как инструмент

информационно-психологической войны [Текст] / Ю.Р. Тагильцева //

Политическая лингвистика. – 2012. – №3 (41). – С. 99-102.

43. Тихомиров, С.А К вопросу о некоторых технологиях ведения

«Информационных войн» [Текст] / С.А. Тихомиров // Армия и общество. -

2012. – №3. – С.47-51.

44. Токаренко, А.В., Суржик, Д.В. В смертельном пике

информационной войны [Текст] / А.В. Токаренко, Д.В, Суржик //

Пространство и Время. – 2014. – №3. – С. 34-44.

45. Тонконогов, А.В. Информационно-психологическая безопасность в

системе духовной безопасности современной России [Текст] /

|  |
| --- |
| **Page 57** |

57

А.В. Тонконогов // Власть. – 2010. – №6. – С. 53-56.

46. Тошпулатов, И. Понятие и сущность информационных войн [Текст]

/ И. Тошпулатов // Молодой ученый. – 2015. – № 14. – С. 378-380.

47. Тюренкова, К.А. Вооруженный конфликт и информационная война:

критерии соотношения понятий [Текст] / К.А. Тюренкова // В сборнике:

Информационная среда и ее особенности на современном этапе развития

мировой цивилизации. Саратов, 2015. – С. 46-50.

48. Фарина, А.Я. Анализ современных форм, методов и приемов

информационно-психологического воздействия по каналам СМИ [Текст] /

А.Я. Фарина // Вестник МГЛУ. – 2010. – №58. – С. 247-266.

49. Чернякова, Н.Н. Методы информационно психологической войны

[Текст] / Н.Н. Чернякова // Психология и педагогика: методика и проблемы

практического применения. – 2010. – №14. – С. 206-210.

50. Швидунова, А. СМИ как субъект политического процесса и

инструмент

политических

технологий.

Приемы

политического

манипулирования, используемые СМИ [Электронный ресурс] // URL:

http://society.polbu.ru/shvidunova\_smi/ch07\_i.html

(дата

обращения

18.05.2016).

51. Якименко, А.А. Особенности информационной политики журнала

«Наука и жизнь» [Текст] / А.А. Якименко // Наука и современность. – 2011.

№9-1. – С. 77-80.

52. Бушко, О.М. Словарь литературоведческих терминов [Текст] / О.М.

Бушко. – Калуга: Золотая аллея, 2012. – 500 с.

**Библиографические ссылки на электронные ресурсы**

1.

«Блокнот» - новости Волгограда и области [Электронный ресурс] //

URL: bloknot-volgograd.ru).

2.

Лингвисты о пропаганде в СМИ: вырабатываются специальные

слова ненависти [Электронный ресурс] // URL: http://www.newsru.com

3.

Новостной портал Baltnews [Электронный ресурс] // URL:

|  |
| --- |
| **Page 58** |

58

http://baltnews.lt/

4.

Официальный сайт «Новая газета» [Электронный ресурс] // URL:

http://www.novayagazeta.ru/