

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ

УДК 81'42:81'27:81'38
ББК Ш105.51+Ш105.551.5

ГСНТИ 16.21.33

Код ВАК 10.02.19

А. Д. Васильев, Ф. Е. Подсохин
Красноярск, Россия

ИНФОРМАЦИОННАЯ ВОЙНА: ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

АННОТАЦИЯ. Информационная война — совокупность массовых коммуникативных практик, целью которых является воздействие (или противодействие подобному воздействию) посредством специфического употребления единиц языка на общность людей (географическую, этнографическую, конфессиональную, политическую, экономическую и т. д.) при одновременном обеспечении безопасности и защиты актора для достижения информационного превосходства в стратегических целях. Международные информационные конфликты, в которые вовлечена сегодня Россия, позволяют сделать умозаключение, что подогреваемые средствами массовой информации тревожные настроения общества и следующие за такой реакцией политические решения являются разными этапами манипуляционной кампании, проводимой неким актором. Основной инструментальной единицей такой манипуляционной кампании необходимо считать слово: его семантику, имиджеобразующую, аксиологическую и культурную функцию, основным объектом воздействия — общественное мнение. В статье манипуляция общественным мнением рассматривается на материале освещения в СМИ событий, происходящих на Украине. Информационная война, связанная с украинскими событиями, представляет огромный интерес и даёт обширный материал для изучения филологам, социологам, политологам, конфликтологам, журналистам, специалистам по связям с общественностью и т. д. Пристальное внимание к украинской тематике в СМИ повлекло за собой изменения в словарном составе — наиболее открытой и подвижной сфере языка. Особое внимание привлекают неологизмы и произведенные от них эпитеты, благодаря которым можно сделать выводы об особенностях употребления того или иного слова. Все подобные единицы убедительно свидетельствуют о том, что дискурс в массмедийном пространстве, получивший мощный импульс от украинских событий, достаточно четко демонстрирует бинарные оппозиции свой/чужой, добро/зло, жизнь/смерть.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: информационная война; массовая коммуникация; массовая аудитория.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Васильев Александр Дмитриевич, доктор филологических наук, профессор кафедры общего языкознания, Красноярский государственный педагогический университет имени В. П. Астафьева (Красноярск); 660049, г. Красноярск, ул. Ады Лебедевой, 89; e-mail: vasileva@kspu.ru.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Подсохин Федор Евгеньевич, аспирант филологического факультета, Красноярский государственный педагогический университет имени В. П. Астафьева (Красноярск); 660049, г. Красноярск, ул. Ады Лебедевой, 89; e-mail: theodor.podsokhin@mail.ru.

Выгоднее вложить один доллар в прессу, чем десять долларов в оружие: оружие вряд ли заговорит вообще, а пресса с утра до ночи не закрывает рта.

Ричард Никсон

С завидной частотой в СМИ стали появляться материалы о возникновении якобы нового типа военных действий — информационных войн (ИВ), сменяющих войны ядерные. Поскольку научных теорий, объясняющих сущность ИВ, не так много, а современная журналистика не преследует цель аналитического осмысления и разъяснения имеющегося феномена, образуется так называемый «информационный вакуум», который, в свою очередь, создает атмосферу таинственности и почву для ложных выводов и умозаключений, не имеющих с реальностью и научным знанием ничего общего.

Далее попытаемся раскрыть понятие информационной войны исключительно с лингвистической точки зрения, выделить основные функции и свойства ИВ и определить особенности бытования термина в лингвистических теориях.

В обществе XXI в. СМИ оказывают огромное влияние на сознание и поступки человека, являются источником и одновремен-

но поставщиком важнейшего в современном мире ресурса — информации. С одной стороны, СМИ публикуют вызывающую интерес аудитории информацию. С другой — транслируют различные ценностные установки, стереотипы, формируют общественное мнение, являясь главным средством изменения массового сознания [Васильев 2010].

Манипуляции общественным мнением можно рассматривать как пример подавления воли граждан путем программирования их поведения, так называемой «промывки мозгов». Данный вид манипуляции направлен не на отдельного индивида, а на общество в целом. Целью манипулятора является навязывание коллективных ценностей, изменение мнений, целей, сознания людей для создания аудитории, поддерживающей правящую элиту. Воздействие на сознание людей происходит не напрямую при непосредственном контакте, а через средства массовой информации, которые создают иллюзию объективной подачи сведений и потому облада-

ют высокой степенью убедительности [Демьяненко 2012: 20—27].

За последние годы понятие информационной войны (ИВ) приобрело достаточно широкое распространение: стабильно растущая политическая и экономическая напряженность в мире, катализируемая подробным освещением (так или иначе — субъективным, порой даже до откровенного лицемерия) в средствах массовой информации, сделала ИВ предметом как научного, так и публицистически-обывательского рассмотрения. Следуя за фразеологизмом французского литератора Ж. Пеше «Всё новое — это хорошо забытое старое», стоит отметить, что явление информационной войны для человеческой истории абсолютно не ново. В свое время античные авторы во всех красках описывали агитационные кампании, деморализующие и таким образом ослабляющие противника, либо наоборот — поднимающие боевой дух соотечественников. В этой связи крылатые слова «красна и сладка смерть за отечество», как и другие произведения Горация, написанные во время нравственного упадка римлян под влиянием Востока, приобретают вполне ясный пропагандистский подтекст.

С течением времени менялись каналы коммуникации, появлялись новые термины и целые науки, но основные принципы информационной войны всегда оставались неизменными.

Спустя две тысячи лет после «Од» Горация американский философ, социолог и футуролог Элвин Тоффлер стал одним из авторов концепции информационного (постиндустриального) общества как третьего (после аграрного и индустриального) типа организации общества.

Развивая идеи теории Тоффлера, Т. Червински, ссылаясь на Джорджа Стейна, отмечает: «Войны „первой волны“ велись за земли, „второй волны“ — за способность физической продуктивности; возникающие войны „третьей волны“ будут вестись за доступ к знаниям и контроль над ними. Поскольку „формы боевых действий“ любого общества следуют за „формами создания благосостояния“ этого общества, то войны будущего будут в основном, но не только, „информационными“» [Czerwinski 1996].

Информационная война оказалась сегодня в центре политики, экономики и военного дела. «Мирные» применения этого инструментария давно вышли за пределы его военного использования. Принятие решений существует во всех областях, и в случае конкурентного столкновения начинается борьба за единственность одного решения и против решений альтернативных [Почепцов 2014].

Современные науки (политология, социология, юриспруденция и некоторые другие) обычно характеризуют понятие ИВ в едином ключе, а сама дефиниция нередко заимствуется дословно или с незначительными акцентами. В «Большом юридическом словаре» находим следующее определение понятия:

«Информационная война — действия, направленные на достижение информационного превосходства, поддержку национальной военной стратегии посредством воздействия на информацию и информационные системы противника при одновременном обеспечении безопасности и защиты собственника информации» [Борисов 2012: 216].

Информационная война является в настоящее время самым перспективным способом «продолжения политики иными средствами». Информационную войну правомерно трактовать как составляющую часть информационной борьбы. В свою очередь, особенность информационной борьбы заключается в том, что она ведется постоянно — и в мирное, и в военное время [Кравченко 2011: 145]. Не случайно среди основных военных опасностей, отраженных в утвержденной в конце 2014 г. действующей редакции Военной доктрины Российской Федерации, числится «использование информационных и коммуникационных технологий в военно-политических целях» и «деятельность по информационному воздействию на население, <...> имеющая целью подрыв исторических, духовных и патриотических традиций» [Петров 2014: 1].

А. Зиновьев отмечает причины, которые сделали возможным повсеместное применение информационных методов противодействия:

- 1) прогресс средств сбора, обработки и передачи информации;
- 2) прогресс средств коммуникаций;
- 3) прогресс средств манипулирования людьми, надзора за ними, пресечения массовых движений;
- 4) влияние массовой культуры на стандартизацию образа жизни людей [Зиновьев 2000].

Попробуем дать определение понятию «информационная война» с позиций лингвистики таким образом, чтобы оно не противоречило вышеописанному опыту исследователей, но раскрывало сущность явления с позиций науки о языке:

Информационная война — совокупность массовых коммуникативных практик, целью которых является воздействие (или противодействие аналогичному воз-

действию) посредством специфического употребления единиц языка на общность людей (географическую, этнографическую, конфессиональную, политическую, экономическую и т. д.) при одновременном обеспечении безопасности и защиты актора для достижения информационного превосходства в стратегических целях.

Интерес современной лингвистики к явлению информационной войны может быть реализован минимум в двух основных направлениях:

1. Структурно-методологическое. В рамках данного направления лингвистическому изучению подвергается совокупность информационных воздействий, структура и методология существующей и возможной коммуникации, дискурс-анализ, контент-анализ.

2. Семантическое. Воздействие в политическом дискурсе обусловлено его когнитивной природой и реализуется через специфическое функционирование языковых средств [Чинарова 2009: 150—152]. Актор информационной войны использует разнообразные языковые приемы для кодирования своих сообщений, позволяющие придать им сильный суггестивный и манипулятивный потенциал. В рамках данного аспекта лингвистика дает возможность классифицировать выявленные языковые приемы, проанализировать вероятные речевые стратегии актора, декодировать сообщения.

Сегодня Россия вовлечена в ряд международных информационных конфликтов. Главными нашими противниками являются (или, во всяком случае, имплицитно преподносятся в таком статусе большинством российских средств массовой информации) так называемые «страны Запада», из которых следует особо выделить США и Великобританию. Помимо собственных СМИ и специальных организаций, в своей информационной борьбе с Россией эти страны в последние десятилетия активно используют как спонсируемые ими силы внутри России («несистемную оппозицию», русофобские СМИ), так и антироссийски настроенные элиты и СМИ некоторых соседних с Россией стран (Польши, Украины, Эстонии, Латвии, Литвы, Грузии).

В случае со странами-соседями, например, значительно участились слухи о якобы готовящихся со стороны России актах агрессии, что создало почву для многочисленных дискуссий, громких заявлений, периодически переходящих в откровенную панику и массовую истерию. В итоге проведение крупных армейских учений, создание новых военных баз в Восточной Европе, разработка новых и продление прежних антироссийских санкций

в большинстве случаев местным населением воспринимается очень тепло и активно поддерживается. Справедливо отметить, что, в свою очередь, описание российскими журналистами тенденций и настроений в соседних странах нередко изображается несправедливо однобоко.

Представляется довольно очевидным умозаключение, что подогреваемые средствами массовой информации тревожные настроения общества и следующие за такой реакцией политические решения являются разными этапами манипуляционной кампании, проводимой неким актором. Основной инструментальной единицей такой манипуляционной кампании необходимо считать **слово**: его семантику, имиджеобразующую, аксиологическую и культурную функцию, основным объектом воздействия — *общественное мнение*.

Процесс воздействия на общественное мнение в СМИ реализуется при помощи богатого арсенала различных вербальных и невербальных приемов и тактик. В некоторых исследованиях, посвященных манипуляции и пропаганде, в качестве идеологических механизмов предлагается рассматривать процессы *эвфемизации* и *дэвфемизации*. Так, в качестве примера данных процессов приводятся понятия «*военное присутствие*» как эвфемизм термину «*интервенция*», который, в свою очередь, рассматривается как его дэвфемизатор. То же в парах: «*регулирование цен*» — «*повышение цен*», «*неполная занятость*» — «*безработица*» [Беркнер 2001: 85—89]. Сталкивание диаметрально противоположных концептов в рамках текста является одним из инструментов манипулирования общественным мнением.

Специфика воздействия на массовую аудиторию довольно подробно изучена в психологии, социологии и различных смежных науках, которые сходятся в утверждении, что в массовой аудитории исчезает обособленная сознательная личность. Общественное мнение становится средством завоевания и удержания власти; рычагом управления политическими и социальными процессами; инструментом ведения борьбы за сегмент рынка и т. д.

Пожалуй, наиболее яркий за последнее время пример информационного противостояния — так называемые события «Евромайда на» на Украине, вылившиеся впоследствии в масштабные боевые действия, именуемые разными сторонами конфликта по-разному.

Явление информационной войны, разворачивающейся в связи с украинскими событиями, особенно в практическом аспекте и приобретенном масштабе, представляет огромный интерес и дает обширный матери-

ал для изучения филологам, социологам, политологам, конфликтологам, журналистам, специалистам по связям с общественностью и т. д.

Значительные объемы информации, подаваемые российскими средствами массовой информации в связи с украинскими событиями, не могли не повлечь за собой изменений в словарном составе — наиболее открытой и подвижной сфере языка. Особенно любопытны для изучения неологизмы и произведенные от них эпитеты, благодаря которым можно сделать выводы об особенностях употребления того или иного слова.

К примеру, широкое употребление в русской речи приобрело слово «укроп». Укропы — граждане Украины, поддерживающие так называемый «курс евроинтеграции», новую власть и антироссийскую риторику. Сами же украинцы объясняют, что укроп — это сокращение от словосочетания «украинский патриот». В более широком смысле укроп — житель Украины.

*Если Порошенко признает военное поражение и остановит операцию, правосеки проволокут его по Банковой за его собственные кишки, намотанные на шею. Если не остановит, ополчение домолотит оставшиеся **укропские части*** [КП 2014: 2—3].

*И вот снаряд попадает в башню **укропского** танка, а танк стоит в линию еще с пятью* [Глушик 2015].

*Поэтому, полагаю, Москва задала себе вопрос: если мы руками ополчения разобьем **укропскую армию** и возьмем Киев, что дальше с ним будем делать?* [КП 2014: 2—3].

*Уже спустя 20 минут после гибели автобуса на фальшивых „сайтах-вонючках“ с адресами novoross появились сообщения якобы от ополченцев: „только что накрыли **укроповский блок под Волновахой!**“* [Стешин 2015].

Словом «колорады» с недавних пор в СМИ начали именовать пророссийски настроенных украинцев. Стоит отметить, что зародился неологизм на Украине, когда накануне празднований Дня Победы несогласные с новой властью и проводимой ею политикой украинцы стали носить георгиевские ленты в знак протеста, которые желто-оранжевым цветом похожи на окрас колорадского жука. Тем не менее «колорады» успешно интегрировались в активе лексикона россиян, а словосочетание «колорадская ленточка» видится волне даже устойчивым.

Следственный комитет по Оренбургской области, уполномоченный по правам ребенка в России Павел Астахов и значительная часть обитателей соцсетей Рунета увидели в танце тинейджеров нелепость, безнравственность, пошлость, ос-

*корбление, совращение, растление, разврат, насилие, и... намек на пришедшие с украинской войны „**колорадские**“ ассоциации* [Фанайлова 2015].

*По его словам, причиной увольнения стали „непатриотизм и непонимание того, что на Украине гибнут люди от рук других людей, для которых **колорадская ленточка** — любимый цвет и сигнал для сбора стаи“* [МК 2015].

Словом «ватник» в русскоязычном масмедиа также называют всех пророссийски настроенных украинцев и противников Евромайдана. Происхождение значения слова, скорее всего, связано с некогда популярным предметом одежды во времена СССР.

*На первомайский „**ватниковский**“ митинг пришли участники немногочисленных шествий из разных концов города, но львиная доля собравшихся — люди, приехавшие в центр общественным транспортом...* [Бурков 2015].

Украинское понятие «національна свідомість» (т. е. «национальная сознательность») породило такие неологизмы, как «свидомый», «свидомит», «свидомитский». Эта национальная сознательность, по сути, означает только соответствие некоему представлению о настоящем украинце: говорит только на украинском, ненавидит русских (извечных врагов и оккупантов), свято чтит национальные праздники, верит в тысячелетнюю историю Украины и ее принадлежность к светлой европейской семье народов [Панков 2015].

*Интересно, что же теперь скажут **свидомые СМИ?*** [Чинкова 2015].

Большое количество эпитетов в российских СМИ связано с именем идеолога и теоретика украинского национализма Степана Бандеры: *бандеровский стиль, нечеловеческие бандеровские идеи, бандеровская биомасса, бандеровское мировоззрение, бандеровские недобитки, бандеровские каратели*. Например:

*Таким образом, купить лояльность **бандеровской биомассы** невозможно* [КП 2014: 2—3].

*Отдадим им должное: они доказали, что способны эффективно обандеривать молодежь в **небандеровских регионах**. Потому что **бандеровское мировоззрение** просто, как любой фашизм* [КП 2014: 2—3].

Имя Степана Бандеры также дало еще такое слово, как «бендерлоги», т. е. последователи идей Бандеры. Более правильным, пожалуй, было бы написание «бандар-логи» — обезьяний народ, вымышленный английским писателем Редьярдом Кипплингом в его «Книге джунглей» и который принято считать примером тонкой сатиры на английскую ли-

беральную интеллигенцию. В 2011 г. Владимир Путин во время «Прямой линии», процитировав фразу из снятого по книге Киплинга мультфильма («Идите ко мне, бандарлоги»), подарил слову новую жизнь. Подхваченная российскими блогерами фраза сначала была широко растиражирована в Сети, став популярной шуткой, а затем, в свете украинских событий, приобрела новую актуальную коннотацию.

Венцом российского современного словотворчества стало слово «Майдан» и образованные от него «майданский», «майдановский», «майданный», «майдаунский» и т. д. Вот что пишет журналист газеты «Завтра» Андрей Фефелов в своей статье «200 олухов Майдана»:

«Москальско-ордынский ученый датского происхождения, уроженец города Луганска Владимир Даль в „Словаре живого великорусского языка“ дал определение словам „майданить“, „майданничать“. Согласно Далю это означает „мошенничать, промышлять игрою, мотать, прогуливать и проигрывать своё“. „Майданник“ или „майданщик“ — это „мошенник, шатающийся по базарам, обыгрывающий людей в кости, в орлянку, в карты“. Далее приводятся пословицы: „На всякого майданщика по десяти олухов“, „Не будь олухов, не стало б и майданщиков“» [Фефелов 2015].

В статье А. Фефелов в качестве введения цитирует частное, второстепенное значение слова «Майдан» и его дериватов, в то время как первостепенное значение — «площадь», т. е. место, где проводились праздничные ярмарки и устраивались базары, на которых, в свою очередь, промышляли различные мошенники. В связи с этим возникает скорее риторический вопрос: является ли это остроумным, находчивым решением при написании статьи или же происходит своего рода избирательное цитирование словарной статьи во вполне прозрачных целях негативной оценки событий на современном Майдане? Так или иначе, в рамках ведения информационной войны в сумме с конкретными журналистскими задачами такой прием видится вполне уместным и удачным.

Эпитеты, произведенные от слова «майдан», довольно многочисленны, но относительно нейтральны сами по себе. Роль эмоционального окрашивания в данных случаях возложена на контекст употребления эпитета.

Теперь же, когда документ был обнаружен и майданная публика забурлила от негодования, Яценюк вновь пытается сохранить лицо [Васин 2015: 4].

Но все эти нацбатальоны — это такая майдановская пена, которая имеет свойство быстро рассасываться [Варсегов 2015].

Достаточно популярен результат сложения слов «майдан» и «даун» (*разг.* человек, страдающий врожденным слабоумием, синдромом Дауна), т. е. «майдаун», нашедший применение, например, в названии одной из статей: *«Майдаунская коалиция поделила власть»*.

В свете украинских событий широкое употребление также приобрели такие слова и идиомы, как «Даунбасс» (Донбасс), «Луганда» (Луганск), «псакнуть» (т. е. сказать глупость, чепуху), «вежливые люди», «диванные войска» и «диванная сотня», «путиноиды» и «правосеки»; «Крымчанка, дочь офицера» и «няш-мяш».

Механизм информационного противодействия достаточно тривиален: создавать резко негативный образ довольно сложно, долго и не так эффективно. Гораздо лучше этот образ заимствовать из истории или литературы и культивировать, тогда весь негативный фон может автоматически отождествиться с сегодняшними событиями и действующими лицами, т. е. породить стереотип.

Так, события на Украине именуются большинством российских СМИ как *нормальный антироссийский фашизм, реальный фашизм* и т. д., где главные «герои» — *фашистские ублюдки, фашистская мерзость* и пр. Безусловно, Великая Отечественная война оставила глубочайший отпечаток в истории страны (в том числе и в русском языке), сделав понятие «фашизм» и его производные, пожалуй, средоточием наивысшей степени негативной оценки.

В ответ украинские источники называют русских и россиян *«шовинистами»* и *«настоящими фашистами»*. Взывая к чувствам национальной гордости и независимости, средства массовой информации Украины оперируют такими эпитетами, как *оккупантские силы, русские оккупанты, безжалостная русская имперская машина* и т. п.

Большое количество эпитетов в российских СМИ связано с именем идеолога и теоретика украинского национализма Степана Бандеры: *бандеровский стиль, нечеловеческие бандеровские идеи, бандеровская биомасса, бандеровское мировоззрение, бандеровские недобитки, бандеровские каратели*.

В рамках информационного противодействия в российских СМИ характерны бинарные оппозиции, противопоставления «своих» (в данном случае — жители Донецкой Народной Республики и Луганской Народной Республики, ополченцы) и «чужих» (сторонники Евромайдана, нынешние сторонники киевских властей, «каратели» (армейские подразделения, проводящие так называемую «карательную операцию»), украинские националисты и пр.).

«Свои»: *бравые ополченцы, «второсортные» жители юго-востока, безвинные жертвы, кровавое гражданское противостояние, павшие товарищи, предсмертные атаки ополченцев, изнуренные рыдающие беженцы, истерзанная и израненная Новороссия, изнуренный израненный Донбасс* и т. д. Каждый из перечисленных эпитетов и все они в целом позволяют сделать вывод: российские средства массовой информации, описывая события на Украине, скорее всего, ставят перед собой главную цель изобразить бедственное положение мирных жителей и отважные, самоотверженные действия ополченцев. Такая картина событий наверняка вызывает у читателей чувства сострадания, сопереживания, сочувствия, поддержки и т. д., тем самым соответствуя основному курсу внешней политики по отношению к происходящим на Украине событиям.

Диаметрально противоположная картина наблюдается при описании в российских СМИ категории «чужие»: *расчеловеченное, обезумевшее стадо; антирусские зомби, обезумевшие националисты, злобные идиоты, умственно неполноценные люди, «нагулявшие жирок» кукловоды, профессиональные погромщики, украинская правящая тусовка, преступная хунта, охамевшие силовики, дикая национал-партиотическая истерия, подворотная хохляцкая ярость*. В данном случае наблюдается даже не осуждение или недовольство, а достаточно откровенная ненависть и неприязнь. Нередко случается, что для придания эмоциональности авторами статей применяется даже «туалетная» лексика, находящаяся на грани цензуры:

Поэтому в случае захвата Центральной Украины Кремль не получит ничего, кроме двадцати миллионов двуногого говна. Говна перевозбужденного, дебильного и агрессивного [ЭГ 2014: 2—3].

Суммируя вышесказанное, необходимо подчеркнуть, что дискурс в массмедийном пространстве, получивший мощный импульс от украинских событий, достаточно четко выделяет бинарные оппозиции *свой/чужой, добро/зло, жизнь/смерть*.

Являясь событием крайне актуальным для россиян, «Евромайдан» породил большое количество неологизмов, коннотаций, коннотативных характеристик и иных новообразований, которые дополнили активный словарный запас носителей русского языка. Представленные в данном кратком исследовании эпитеты, произведенные от неологизмов, иллюстрируют особенности употребления лексических новшеств, важность эпитета как инструмента создания необходимого тому или иному автору образа

в сознании людей и в информационной войне в целом.

Автор считает необходимым отметить, что данная статья не ставит перед собой цель разноаспектного анализа происходящих на Украине событий и их личностную оценку, а лишь описывает представленные в российских СМИ частные случаи употребления эпитетов, проводит их предварительную классификацию и пытается определить вероятные речевые стратегии и их закономерности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Беркнер С. С. Язык как инструмент власти // Эссе о социальной власти языка / под общ. ред. Л. И. Гришаевой. — Воронеж, 2001. С. 85—89.
2. Борисов А. Б. Большой юридический словарь. — М.: Книжный мир, 2012. С. 216.
3. Бурков И. Без названия // CityNews. Новости Луганска и Луганской области. URL: <http://www.citynews.net.ua/news/33493-krasnaya-vata-luganskiy-pervomay-proshel-pod-dulami-avtomatov-i-kriki-rossiya.html> (дата обращения: 11.04.2015).
4. Варсегов Н. Давай за них, давай за нас, и за Луганск, и за Донбасс! // Комсомольская правда. URL: <http://www.kp.ru/daily/26282.5/3159910/> (дата обращения: 06.04.2015).
5. Васильев А. Д. Манипулятивная эвфемизация как атрибут дискурса СМИ // Вестн. Краснояр. гос. пед. ун-та им. В. П. Астафьева. 2010. № 1. С. 150—161.
6. Васин А. В Киеве признали Крым российским. Очень погреться хотелось // Комсомольская правда. 2015. № 5 (26333). С. 4.
7. Глушик Е. Фантасмагория войны // Завтра : газ. 2015. № 7 (1108). URL: www.zavtra.ru/content/view/fantasmagoriya-voynyi/ (дата обращения: 10.04.2015).
8. Демьяненко Н. В. Использование манипулятивных технологий в СМИ как реальная проблема // Российский академический журнал. 2012. Т. 19, № 1. С. 20—27.
9. Кравченко С. А. Словарь новейшей социологической лексики: теории, понятия, персоналии (с английскими эквивалентами). — М.: МГИМО, 2011. С. 145.
10. Учителей из Харькова могут уволить за фото с портретом Путина и георгиевскую ленточку // Московский комсомолец = МК. URL: <http://www.mk.ru/politics/2015/04/01/kharkovskikh-uchiteley-mogut-uvolit-za-foto-s-putinym-i-koloradskuyu-lentochku.html> (дата обращения: 11.04.2015).
11. Панков Д. Общество не в состоянии договориться // Взгляд : интернет-газ. URL: <http://www.vz.ru/club/2015/3/11/733592.html> (дата обращения: 11.04.2015).
12. Петров И. Что доктрина прописала // Российская газета. 2014. № 6570 от 30.12.2014. С. 1.
13. Почепцов Г. Г. Информационная война: определения и базовые понятия. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/informatsionnaya_voyna_opredeleniya_i_bazovye_ponyatiya (дата обращения: 02.04.2015).
14. Стешин Д. Автобус на тот свет «Донецк-Волноваха» // Комсомольская правда. URL: <http://www.kp.ru/daily/26327/3211682/> (дата обращения: 10.04.2015).
15. Фанайлова Е. Грязные танцы // Радио «Свобода». URL: <http://www.svoboda.org/content/article/26956354.html> (дата обращения: 12.04.2015).
16. Фефелов А. 200 олухов майдана // Завтра : газ. 2015. № 8 (1109). URL: <http://zavtra.ru/content/view/200-oluhov-majdana/> (дата обращения: 09.04.2015).
17. Чинарова Е. С. Тактика манипулятивного воздействия на адресата в политическом дискурсе // Вестн. Челяб. гос. ун-та. 2009. № 43 (181). С. 150—152. (Сер.: Филология. Искусствоведение; вып. 39).
18. Чинкова Е. Эй, наемники, кому гражданство Украины? // Комсомольская правда. 2015. № 10 от 03.02. URL: <http://www.kp.ru/daily/26336.7/3219232/> (дата обращения: 11.04.2015).
19. Украинцы омайданены до полной неадекватности // Экспресс газета = ЭГ. 2014. № 38. С. 2—3.
20. Czerwinski T. J. The Third Wave: what the Tofflers never Told You // Strategic Forum. 1996. N 72.

A. D. Vasiljev, F. Y. Podsokhin
Krasnoyarsk, Russia

INFORMATION WARFARE: LINGUISTIC ASPECT

ABSTRACT. *Information warfare is a combination of mass communication materials, the purpose of which is persuasion (or counter-persuasion) by means of specific use of vocabulary on a group of people (geographical, ethnographic, confessional, political, economic, etc.), the addresser is simultaneously protected to achieve informational superiority. International informational conflicts, in which Russia is involved today, make it possible to conclude that anxiety in society and political decisions following this uneasiness are different stages of manipulative campaign held by some figure. The main instrument of such manipulative campaign is a word: its semantics, image-creating, axiological and cultural function; the main target of persuasion is public opinion. The article discusses manipulation with public opinion on the basis of mass media publications covering the conflict in Ukraine. Information warfare in Ukraine is of great interest and gives rich materials to study for linguists, sociologists, politologists, conflictologists, journalists, PR specialists, etc. Such great attention of mass media to the situation in Ukraine caused changes in the vocabulary – the most open and versatile language sphere. Special attention is given to neologisms and epithets coined on their basis, which make it possible to draw conclusions about this or that word. All these units prove that mass media discourse, stimulated by the situation in Ukraine, shows the distinction in such binary oppositions as friend/foe, good/evil and life/death quite clearly.*

KEYWORDS: *information warfare; mass communication; mass audience.*

ABOUT THE AUTHOR: *Vasiljev Aleksandr Dmitrievich, Professor of Department of General Linguistics, Doctor of Philology, Krasnoyarsk State Pedagogical University named after V. P. Astafyev, Krasnoyarsk, Russia.*

ABOUT THE AUTHOR: *Podsokhin Fyodor Yevgenyevich, Post-graduate Student, Faculty of Philology, Krasnoyarsk State Pedagogical University named after V. P. Astafyev, Krasnoyarsk, Russia.*

REFERENCES

1. Berkner S. S. Yazyk kak instrument vlasti // Esse o sotsial'noy vlasti yazyka / pod obshch. red. L. I. Grishaevoy. — Voronezh, 2001. S. 85—89.
2. Borisov A. B. Bol'shoy yuridicheskiy slovar'. — M. : Knizhnyy mir, 2012. S. 216.
3. Burkov I. Bez nazvaniya // CityNews. Novosti Luganska i Luganskoy oblasti. URL: <http://www.citynews.net.ua/news/33493-krasnaya-vata-luganskiy-pervomay-proshel-pod-dulami-avtomatov-i-kriki-rossiya.html> (data obrashcheniya: 11.04.2015).
4. Varsegov N. Davay za nikh, davay za nas, i za Lugansk, i za Donbass! // Komsomol'skaya pravda. URL: <http://www.kp.ru/daily/26282.5/3159910/> (data obrashcheniya: 06.04.2015).
5. Vasil'ev A. D. Manipulyativnaya evfemizatsiya kak atribut diskursa SMI // Vestn. Krasnoyar. gos. ped. un-ta im. V. P. Astaf'eva. 2010. № 1. S. 150—161.
6. Vasin A. V. Kieve priznali Krym rossiyskim. Ochen' pogret'sya khotelos' // Komsomol'skaya pravda. 2015. № 5 (26333). S. 4.
7. Glushik E. Fantasmagoriya voyny // Zavtra : gaz. 2015. № 7 (1108). URL: www.zavtra.ru/content/view/fantasmagoriya-voyni/ (data obrashcheniya: 10.04.2015).
8. Dem'yanenko N. V. Ispol'zovanie manipulyativnykh tekhnologiy v SMI kak real'naya problema // Rossiyskiy akademicheskii zhurnal. 2012. T. 19, № 1. S. 20—27.
9. Kravchenko S. A. Slovar' noveyshey sotsiologicheskoy leksiki: teorii, ponyatiya, personalii (s angliyskimi ekvivalentami). — M. : MGIMO, 2011. S. 145.
10. Uchiteley iz Khar'kova mogut uvolit' za foto s portretom Putina i georgievskuyu lentochku // Moskovskiy komsomolets = MK. URL: <http://www.mk.ru/politics/2015/04/01/kharkovskikh-uchiteley-mogut-uvolit-za-foto-s-putinyim-i-koloradskuyu-lentochku.html> (data obrashcheniya: 11.04.2015).
11. Pankov D. Obshchestvo ne v sostoyanii dogovorit'sya // Vzglyad : internet-gaz. URL: <http://www.vz.ru/club/2015/3/11/733592.html> (data obrashcheniya: 11.04.2015).
12. Petrov I. Chto doktrina propisala // Rossiyskaya gazeta. 2014. №6570 ot 30.12.2014. S. 1.
13. Pocheptsov G. G. Informatsionnaya voyna: opredeleniya i bazovye ponyatiya. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/informatsionnaya_voyna_opredeleniya_i_bazovye_ponyatiya (data obrashcheniya: 02.04.2015).
14. Steshin D. Avtobus na tot svet «Donetsk-Volnovakha» // Komsomol'skaya pravda. URL: <http://www.kp.ru/daily/26327/3211682/> (data obrashcheniya: 10.04.2015).
15. Fanaylova E. Graznye tanty // Radio «Svoboda». URL: <http://www.svoboda.org/content/article/26956354.html> (data obrashcheniya: 12.04.2015).
16. Fefelov A. 200 olukhov maydana // Zavtra : gaz. 2015. № 8 (1109). URL: <http://zavtra.ru/content/view/200-oluhov-majdana/> (data obrashcheniya: 09.04.2015).
17. Chinarova E. S. Taktika manipulyativnogo vozdeystviya na adresata v politicheskom diskurse // Vestn. Chelyab. gos. un-ta. 2009. № 43 (181). S. 150—152. (Ser.: Filologiya. Iskusstvo-vedenie ; vyp. 39).
18. Chinkova E. Ey, naemniki, komu grazhdanstvo Ukrainy? // Komsomol'skaya pravda. 2015. № 10 ot 03.02. URL: <http://www.kp.ru/daily/26336.7/3219232/> (data obrashcheniya: 11.04.2015).
19. Ukraintsy omydaneny do polnoy neadekvatnosti // Ekspres gazeta = EG. 2014. № 38. S. 2—3.
20. Czerwinski T. J. The Third Wave: what the Tofflers never Told You // Strategic Forum. 1996. N 72.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. А. П. Чудинов.