

РАЗДЕЛ 6. РЕЦЕНЗИИ. ХРОНИКА

Политическая лингвистика. 2024. № 4 (106).
Political Linguistics. 2024. No 4 (106).

УДК 81'42+81'38+81'27

ББК Ш105.51+Ш105.551.5+Ш100.621

ГРНТИ 16.21.07, 16.21.29

Код ВАК 5.9.8

Ирина Владимировна Евсеева^{1✉}, Галина Анатольевна Копнина^{2✉}

^{1,2} Сибирский федеральный университет, Красноярск, Россия

¹ ivevsееva@yandex.ru ✉, SPIN-код: 4056-4629, <https://orcid.org/0000-0003-0495-033X>

² gkopnina@mail.ru ✉, SPIN-код: 1968-0006, <https://orcid.org/0000-0001-9883-3892>

Роль средств массовой коммуникации в информационно-психологической войне

АННОТАЦИЯ. Статья посвящена описанию роли средств массовой коммуникации в современной информационно-психологической войне, ведущейся против России, и представляет собой рецензию на монографию Л. А. Гаврилова и Р. И. Зарипова «Язык массовой коммуникации и информационная война». В этой книге рассматриваются генезис средств массовой коммуникации, их функциональные и языковые особенности в условиях глобальной (повсеместной) информационно-психологической войны. Авторы монографического исследования называют его обзорным, однако следует иметь в виду, что в нем представлены результаты анализа иллюстративного материала на нескольких языках и предлагается методика дешифровки манипулятивных коммуникативных установок, «вшитых» в тексты массмедиа.

В статье актуализированы аргументы авторов книги в пользу тезиса о манипулятивной природе массмедиа, а также их предложения и рекомендации по защите российского общества от негативного информационно-психологического влияния. Делается вывод, что рецензируемое исследование, последовательно раскрывая механизмы воздействия средств массовой коммуникации на индивидуальное и общественное сознание, не только способствует развитию лингвистики информационно-психологической войны, но и решает задачу формирования у читателей критического восприятия массмедийных сообщений, понимания важности противодействия различным угрозам информационной безопасности общества и государства.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: журналистика, медиалингвистика, СМИ, средства массовой информации, медиадискурс, медиатексты, язык СМИ, языковые средства, политический дискурс, средства массовой коммуникации, функции массовой коммуникации, информационно-психологическая война, манипуляция сознанием, манипулятивное воздействие, массовое сознание, лингвистика информационно-психологической войны, образ России, рецензия.

ТИП ПУБЛИКАЦИИ: рецензия.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ: Евсеева Ирина Владимировна, доктор филологических наук, доцент, заведующий кафедрой русского языка и речевой коммуникации, Сибирский федеральный университет; 660041, Россия, Красноярск, пр-т Свободный, 82а; email: ivevsееva@yandex.ru.

Копнина Галина Анатольевна, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры русского языка и речевой коммуникации, Сибирский федеральный университет; 660041, Россия, Красноярск, пр-т Свободный, 82а; email: gkopnina@mail.ru.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Евсеева, И. В. Роль средств массовой коммуникации в информационно-психологической войне / И. В. Евсеева, Г. А. Копнина. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2024. — № 4 (106). — С. 363-368.

Irina V. Evsееva^{1✉}, Galina A. Kопnina^{2✉}

^{1,2} Siberian Federal University, Krasnoyarsk, Russia

¹ ivevsееva@yandex.ru ✉, SPIN-код: 4056-4629, <https://orcid.org/0000-0003-0495-033X>

² gkopnina@mail.ru ✉, SPIN-код: 1968-0006, <https://orcid.org/0000-0001-9883-3892>

The Role of Mass Media in Information and Psychological Warfare

ABSTRACT. The article describes the role of mass media in the modern information and psychological warfare waged against Russia and is in fact a review of the monograph “Mass Media Language and Information Warfare” by L. A. Gavrilov and R. I. Zaripov. This book examines the genesis of mass media and their functional and linguistic features in the situation of a global (ubiquitous) information and psychological warfare. The authors of the monograph call their study a review, but it should be borne in mind that it presents the results of analyzing illustrative material in several languages and suggests methods of deciphering manipulative communicative purposes “inbuilt” into mass media texts.

The article accumulates the arguments of the authors of the book in favor of the thesis about the manipulative nature of mass media, as well as their proposals and recommendations aimed to protect the Russian society from the negative information and psychological influence. It is concluded that the reviewed study, consistently revealing the mechanisms of impact of mass media on individual and public consciousness, not only contributes to the development of linguistics of information

and psychological warfare, but also solves the problem of forming in readers a critical attitude to mass media messages, and emphasizes the importance of countering various threats to the information security of society and the state.

KEYWORDS: *journalism, media linguistics, mass media, media discourse, media texts, mass media language, language means, political discourse, mass media functions, information and psychological warfare, manipulation of consciousness, manipulative effect, mass consciousness, linguistics of information and psychological warfare, image of Russia, reviews.*

TYPE OF PUBLICATION: *review.*

AUTHOR'S INFORMATION: *Evseeva Irina Vladimirovna, Doctor of Philology, Associate Professor, Head of Department of Russian Language and Speech Communication, Siberian Federal University, Krasnoyarsk, Russia.*

Kopnina Galina Anatol'evna, Doctor of Philology, Professor of Department of Russian Language and Speech Communication, Siberian Federal University, Krasnoyarsk, Russia.

FOR CITATION: *Evseeva I. V., Kopnina G. A. (2024). The Role of Mass Media in Information and Psychological Warfare. In Political Linguistics. No 4 (106), pp. 363-368. (In Russ.).*

ВВЕДЕНИЕ В ПРОБЛЕМАТИКУ МОНОГРАФИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Издание книг, посвященных раскрытию технологий ведения информационных войн, — важная задача противостояния реальным и потенциальным угрозам российскому обществу и государству. Одной из таких книг является монография Л. А. Гаврилова и Р. И. Зарипова «Язык массовой коммуникации и информационная война», опубликованная в Москве в 2023 году. Ее выход из печати не остался незамеченным. Доктор философских наук Д. В. Винник в авторском блоге ежедневного интерактивного издания «Завтра.ру» пишет, что книга «помимо собственно анализа языка информационной войны содержит интересный исторический взгляд, апеллирующий к истории Великой Французской и Русской революций, к пропаганде времён Наполеона», а также «знания о природе информационно-пропагандистской монополии Запада». По его словам, «ее написали правильные люди достойной профессии» (военные лингвисты), «обобщив свой значительный академический и боевой опыт» [Винник 2023]. Будучи филологами, имеющими публикации о языке информационно-психологической войны, мы также не могли обойти вниманием это издание.

По названию исследование Л. А. Гаврилова и Р. И. Зарипова вписывается в «коммуникативно-прагматическую траекторию» [Кушнерук 2019] лингвистики информационно-психологической войны [Лингвистика... 2017], но по содержанию оно гораздо шире проблематики этого научного направления, поскольку описывает истоки и эволюцию средств массовой коммуникации, дает экскурс в историю различных информационных войн, на что обращает внимание в своей рецензии Д. В. Винник. Вероятно, поэтому в

аннотации книги авторы охарактеризовали ее как «обзорное исследование массовой коммуникации» [Гаврилов 2023: 2]. Однако, с нашей точки зрения, рецензируемое монографическое исследование, как будет показано ниже, содержит значимые научные выводы и наблюдения о «роли языка в трансляции массовой информации и репрезентации окружающей действительности в медиaprостранстве» [Там же: 5].

Обратим внимание, что, помимо комплексного изучения языка массовой коммуникации от ее истоков до современного состояния в условиях глобальной информационной войны, авторы книги ставят перед собой не менее важную задачу, которая заключается в «разъяснительной, информационной и военно-политической работе с читателем» [Там же: 11]. Решение этой задачи приобретает особую значимость на фоне нарастающего информационно-психологического противостояния между Россией и Западом.

Тем самым монография решает обозначенную Президентом в «Доктрине по информационной безопасности»¹ приоритетную государственную задачу, направленную на нейтрализацию воздействия тех средств массовой информации, прежде всего — зарубежных, которые стремятся создать агрессивную оппозицию российской государственности, используя информационные атаки на ее историю, народ, русский язык и поддерживаемые ценности.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ: «МЫ — ЭТО ТО, ЧТО МЫ ЧИТАЕМ, СЛУШАЕМ, СМОТРИМ»

В монографии четко прослеживаются два теоретических блока: массовая коммуникация: ее история и специфика, в том числе функционально-стилевая (главы 1—2), и манипулятивные возможности массмедиа,

¹ Указ Президента РФ от 05.12.2016 № 646 «Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации» // Президент России [Официальный сайт]. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41460> (дата обращения: 8.07.2024).

их роль в информационно-психологической войне (главы 3—4), — связь между которыми последовательно выстраивается на протяжении всего текста. Не пересказывая содержание глав, сосредоточимся на вопросах, принципиально важных для понимания той роли, которую играют массмедиа и их язык в информационно-психологических войнах.

Установки теоретиков ораторской речи (подбор убедительных аргументов; использование приемов, способствующих сопереживанию оратору; воздействие на оценки, мнение и поведение слушателей), сформулированные Цицероном и положенные в основу публичной коммуникации, прежде всего в сфере политики, не потеряли актуальность и сегодня. Они свойственны современной коммуникации, ориентированной на массового потребителя информации, однако, если «для первых газет было характерно доминирование информационной функции» [Гаврилов 2023: 29], то современные массмедиа, трансформирующие и дозирующие информацию, используют новые технологии, позволяющие «превратить публику в объект манипулирования» [Там же: 28]. Сохраняя важнейшие функции (информационную, социализирующую и др.), массовая коммуникация в первую очередь решает задачу «воздействия на взгляды и поведение людей» [Там же: 34], то есть выполняет функцию управления обществом, или «коллективно-регулятивную функцию», но управления, как правило, манипулятивного. Именно поэтому глава 3 называется «Массовая коммуникация, которая приручает и манипулирует».

По мнению авторов монографии, «четвертая власть» проводит свою политику в четырех ипостасях: информирование, убеждение, манипулирование (внушение) и обман (дезинформирование), причем соотношение первого к последним в настоящее время падает» [Там же: 37]. Вызывает интерес, что позволило авторам сделать такой вывод о современных СМИ. Аккумулируем основные аргументы, приведенные на разных страницах книги.

- СМИ потенциально манипулятивны, поскольку в сфере массовой коммуникации «субъект речи менее привязан к строгим рамкам беспристрастности, рассматривает происходящие события и процессы по отношению к самому себе или кому-либо другому и стремится интерпретировать <...> факты», а ведь «каждый случай можно преподнести с различных точек зрения» [Там же: 33]; нередко политические и медийные фигуры стремятся «выдать массовой аудитории свои субъективные суждения за объектив-

ные» [Там же: 43]. И это неудивительно, особенно если учесть, что, как известно, из одного и того же факта можно сделать противоположные выводы. Специалисты в области риторики утверждают, что «факты всегда предлагаются аудитории уже обработанными в чьей-то оценке» [Анисимова, Гимпельсон 2002: 73]. Реципиент зачастую не учитывает и того, что «субъект речи часто не столько пытается выразить свои собственные чувства, сколько, „возбудить“ их в аудитории», спровоцировать у нее определенную реакцию [Гаврилов, Зарипов 2023: 45], и это наблюдение важно для нас в свете изучения триггерных высказываний (см. о них [Копнина 2024]) в массмедийной речи.

- «Все современные СМИ, позиционирующие себя как развитые и самодостаточные, нацелены на полную самокупаемость» [Гаврилов, Зарипов 2023: 55], что вынуждает их постоянно искать новые способы привлечения аудитории, в том числе в сети Интернет, приближаясь к «образу социальной сети» [Там же: 56], «приручать» адресата к себе путем создания авторского профиля, возможности оставлять комментарии к публикации и т. д., что увеличивает манипулятивные возможности ресурса.

- Наблюдается статистически подтвержденное засорение информационного пространства массовой коммуникации дезинформацией и контентом, который, развлекая или удивляя, отвлекает людей от действительно актуальных проблем [Там же: 57], уводит человека из общественной жизни [Там же: 84]. Потоки неструктурированной информации, целенаправленно создаваемый информационный шум лишают реципиента способности и желания критически анализировать сообщения, и он постепенно начинает их принимать на веру. «Не поддающееся объективному прогнозированию и контролю внезапное появление, хаотичное распространение и непрерывное дублирование непроверенных, нередко ложных сообщений делают практически невозможной их оперативную проверку» [Там же: 61]. Особенно если учесть, что «доходящая до адресата информация носит избирательный, неполный характер» [Там же: 93].

- В сети Интернет существует огромное количество преступных сообществ, ботов, псевдонимов и т. д., что позволяет актерам без последствий для себя использовать этот канал для ведения информационных операций [Там же: 60]. Различные информационные подпространства держат «основную массу аудитории в гиперреальности, альтернативном мире», «в устойчивой и запрограммированной мозаике симулякров» [Там же: 92].

• Наблюдается проникновение в политический массмедийный дискурс рекламных технологий, создающих иллюзию свободы выбора [Там же: 100, 105].

• «Практически все СМИ, особенно массовые и тиражные, находятся в зависимости от определенных коммерческих кругов, политических элит и властных структур, имеющих свои интересы» [Там же: 107], и могут выступать в качестве инструмента «мягкой силы», формируя информационное поле и, как следствие, ценностно-мировоззренческое восприятие мира [Там же: 45].

• Развитие интернет-технологий, с одной стороны, позволяет человеку искать альтернативные источники информации, с другой — выводит его из сферы влияния традиционных СМИ, где его мировосприятие и поведение оказываются под контролем тех сил, которые призывают к антигосударственным действиям, организуют цветные революции [Там же: 122].

Авторы монографии стараются убедить читателя в манипулятивной природе СМИ: приводят яркие цитаты (например, из книги Э. Бернейса «Пропаганда»: «Сознательное и умелое манипулирование упорядоченными привычками и вкусами масс является важной составляющей демократического общества»), показательные примеры (в частности о замалчивании фактов геноцида русскоязычного населения на Донбассе с 2014 г. зарубежными СМИ и преподнесение ими специальной военной операции как оккупации Украины), делают умозаключения (например, о том, что массовой коммуникации «принадлежит решающее значение в распространении позиций и оценок, в которых истинное положение вещей часто соседствует с искаженной картиной мира и даже откровенным вымыслом, выдающимся за истину» [Гаврилов 2023: 91]).

Рассуждая о манипулятивной природе СМИ, они признают, что «в наше время остается значительное количество информационных источников, позиционирующих себя как объективные, независимые и авторитетные. Их типичными примерами являются оперативно-новостные СМИ...», тексты которых стилистически нейтральны, однако и они «нередко содержат скрытые элементы дезинформации и манипуляции смыслами» [Там же: 111]. Тем не менее надо отдать должное СМИ, которые нейтрализуют действие информационных вбросов, фейков и разъясняют действительное положение вещей в современной информационной обстановке [Там же: 108]. У отечественной аудитории растет доверие к военно-патриотическим телеграм-каналам и военным корреспондентам [Там же: 112—113].

Как вызвать доверие у иностранной аудитории в ситуации информационного противостояния — еще одна важная проблема, которая ставится в книге. Авторы пишут, что «только правдой мы сможем победить откровенную ложь западных СМИ» [Там же: 113], поэтому сообщения с манипулятивными посылами «должны оперативно комментироваться субъектами власти, а при необходимости — опровергаться и пресекаться в целях нивелирования деструктивного воздействия и предотвращения возможных практических последствий» [Там же: 185]. Чтобы избавиться от «роли догоняющих», наша страна должна продвигать в мировом медиaprостранстве собственные информационные источники, «развивать англоязычный сегмент российских социальных сетей» [Там же: 191]. Добавим, что развивать важно и русскоязычный сегмент, учитывая, что «текущие политические события подогревают интерес к нашей стране, к её культуре и языку», «несмотря на демонизацию России и „отмену“ русской культуры, количество изучающих русский язык, интересующихся русской культурой, <...> осталось на довольно высоком уровне», как отмечают лингвисты [Хрулёва 2022]. «В языке <...> залог существования нации как таковой», — пишет Л. А. Шестак [Шестак 2011: 103]; «...отстоять русский язык — значит отстоять Россию» [Там же: 108].

В условиях информационно-психологической войны для рядового потребителя информации, по мнению авторов книги, главное — выбрать верный национально-ориентированный, высокоинтеллектуальный и духовно-нравственный источник информации, поскольку «информация формирует человека» [Гаврилов, Зарипов 2023: 189], а также уметь распознавать массовые сообщения, используемые как «оружие информационно-психологической войны» по двум основным критериям: эксплицитно или имплицитно формируемые негативный образ мишени информационного воздействия и/или установка, которая «подрывает ее жизненно важные характеристики» — «фундаментальные морально-нравственные, ценностно-социальные и информационно-идеологические основы» [Там же: 159]. Причем следует иметь в виду, что оружием информационно-психологической войны могут выступать сообщения невоенного и неполитического характера [Там же: 163].

Многоаспектно характеризуя массмедийную коммуникацию, авторы монографии уделяют внимание и специфике ее языка: пишут о спектре массово-коммуникативных стилей (языке газеты, языке радио, языке

телевидения и кино, языке Интернета, языке рекламы), каждый из которых, наряду с традиционно выделяемыми параметрами, отличается определенными особенностями. Особое внимание они обращают на приемы «разговорной» риторики, когда «эффективность воздействия достигается за счет не только логичности или аргументированности сообщения, но и экспрессивно-эмоциональных элементов разговорной речи» [Там же: 66—67]. Эта особенность современного языка СМИ связана с их воздействующей ролью, так как разговорный язык является «лучшим способом внушить мысль» [Балли 1961: 329]. Особо останавливаются на характеристике интернет-дискурса, который неоднократно попадал в исследовательское поле лингвистов в разных аспектах [Ахренова 2018; Горошко 2009; Иванов 2003; Кронгауз 2008 и мн. др.].

Заслуживают внимания представленные в книге наблюдения над «языком войны»: обозначены используемые в массмедиа эвфемизмы, дисфемизмы, оксюмороны, эпитеты, метафоры и другие языковые следы информационно-психологических войн. Авторы указывают на ведущую роль языковой метафоры и других эмоционально-экспрессивных элементов в создании стереотипов и предубеждений в массовом сознании [Гаврилов 2023: 134]. Приведенные ими слова Н. А. Бердяева «Мы заколдованы словами и в значительной степени живем в их царстве» [Там же: 132—133] очень точно отражают современную действительность.

В монографии предложена методика распознавания (дешифровки) «манипулятивных посылов», или концептуальных установок манипулятора, «вшитых» в массмедийное сообщение. Такие установки строятся по классической для метафоры (см., например, работы А. П. Чудинова [Чудинов 2003: 69]) схеме «X — это Y», где X — мишень воздействия, Y — вербализованные смыслы относительно этой мишени, но эта схема (модель) авторами экстраполируется и на неметафорические послылы. Концептуальные установки (это понятие надо бы соотносить с термином «социальные установки», или «аттитюды» [Татарко 2018: 83]), будучи зашифрованными и в нейтральном, неметафорическом тексте, имеют «отрицательный коннотативный вектор в отношении мишени информационного воздействия» и направлены на ее «репутационный ущерб» [Гаврилов, Зарипов 2023: 164]. Приводится интересное наблюдение о негативизации образа мишени в ее же военных интересах. Методика дешифровки манипулятивных посылов, демонстрируемая в книге на целом ряде

показательных примеров [Там же: 140—142], имеет образовательно-просветительное значение.

Авторы приводят разнообразный иллюстративный материал, демонстрирующий ведение информационно-психологической войны против России западными массмедийными источниками, подчеркивая, что война против нашей страны находится в стадии предельной интенсификации. Поэтому нельзя не согласиться с тем, что без адекватного и комплексного противодействия в информационно-психологической войне «может наступить крах общества и государства» [Там же: 123].

ВЫВОДЫ

Рецензируемое научное исследование вполне может быть отнесено к категории патриотических. В книге выражается обеспокоенность тем, что народы России, будучи подверженными влиянию недобросовестных СМИ, западной пропаганды (продвижение американского образа жизни и культа потребления, трансляция западного видения культурно-исторических, военно-политических, социально-экономических реалий, подрыв традиционных российских ценностей и проч.), теряют свое социально-культурное наследие. Выход из этой ситуации авторы видят, среди прочего, в собственном идеологическом наполнении материалов государственных национально-ориентированных СМИ, так как если такового не будет — «будет чужеродное, деструктивное, хаотическое» [Там же: 188], и язык в этом играет далеко не последнюю роль.

Исследование Л. А. Гаврилова и Р. И. Зарипова вносит вклад в развитие лингвистики информационно-психологической войны, медиалингвистики, политической дискурсологии и медиакоммуникации. Оно, несомненно, будет востребовано широким кругом читателей, неравнодушных к судьбе своего народа и России.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Анисимова, Т. В. Современная деловая риторика : учеб. пособие / Т. В. Анисимова, Е. Г. Гимпельсон. — Москва : Московский психолого-социальный институт ; Воронеж : Изд-во НПО «МОДЭК», 2002. — 432 с. — Текст : непосредственный.
2. Ахренова, Н. А. Доминанты современной интернет-лингвистики : 10.02.19 : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Ахренова Н. А. — Мытищи, 2018. — 53 с. — Текст : непосредственный.
3. Балли, Ш. Французская стилистика / Ш. Балли. — Текст : непосредственный. — Москва : Издательство иностранной литературы, 1961. — 394 с.
4. Гаврилов, Л. А. Язык массовой коммуникации и информационная война / Л. А. Гаврилов, Р. И. Зарипов. — Москва : Ленанд, 2023. — 216 с. — Текст : непосредственный.
5. Горошко, Е. И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии / Е. И. Горошко. —

Текст : непосредственный // Жанры речи. — 2009. — Вып. 6. Жанр и язык. — С. 11–27.

6. Иванов, Л. Ю. Язык в электронных средствах коммуникации / Л. Ю. Иванов. — Текст : непосредственный // Культура русской речи : энциклопедический словарь-справочник / под ред. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева и др. — Москва : Флинта : Наука, 2003. — С. 791–793.

7. Копнина, Г. А. Триггерные высказывания как объект лингвистических исследований: проблема определения и критерии идентификации / Г. А. Копнина, А. Н. Поу (Забродина), Г. А. Цатурян. — Текст : непосредственный // Журнал Сиб. федер. ун-та. Гуманитарные науки. — 2024. — 17 (5). — С. 916–925. — EDN: QJRUGR

8. Кронгауз, М. А. Русский язык на грани нервного срыва / М. А. Кронгауз. — Москва : Знак, 2008. — 231 с. — Текст : непосредственный.

9. Кушнерук, С. Л. Траектории исследования информационно-психологической войны в российской лингвистике / С. Л. Кушнерук. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2019. — № 6 (78). — С. 12–22. — DOI 10.26170/pl19-06-01.

10. Лингвистика информационно-психологической войны : моногр. Книга I / А. А. Бернацкая, И. В. Евсеева, А. В. Кологорова [и др.] ; под ред. проф. А. П. Сковородникова. — Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2017. — 340 с. — Текст : непосредственный.

11. Морозова, О. В. Образ России сквозь призму информационно-психологической войны в медиатекстах // Проблемы речевой коммуникации : межвуз. сб. науч. тр. : в 2 кн. — Саратов, 2018. С. 124–132.

12. Татарко, К. И. Понятие социальной установки в системе научного знания социальной психологии / К. И. Татарко. — Текст : непосредственный // Журнал Белорус. гос. ун-та. Философия. Психология. — 2018. — № 2. — С. 83–88.

13. Хрулёва, Е. Русский язык за рубежом: каково реальное положение дел? / Е. Хрулёва. — 02.12.2022. — URL: <https://russkiymir.ru/publications/308029/> (дата обращения: 20.06.2024). — Текст : электронный.

14. Чудинов, А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации : моногр. / А. П. Чудинов ; Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург : [б. и.], 2003. — 248 с. — Текст : непосредственный.

15. Шестак, Л. А. Русский язык в мире и мир в русском языке: язык как будущее / Л. А. Шестак. — Текст : непосредственный // Известия Волгоградского педагогического университета. — 2011. — № 8 (62). — С. 102–109.

REFERENCES

1. Anisimova, T.V., & Gimpel'son, E.G. (2002). *Sovremennaya delovaya ritorika* [Modern business rhetoric]. Moscow: Moscow Psychological and Social Institute, Voronezh: MODEK. 432 p. (In Russ.)

2. Ahrenova, N.A. (2018). *Dominanty sovremennoj internet-lingvistiki* [Dominants of modern Internet linguistics] [Abstract of Dis. of Cand. of Philology]. Mytishchi, 53 p. (In Russ.)

3. Balli, Sh. (1961). *Francuzskaya stilistika* [French stylistics]. Moscow: Publishing house of foreign literature, 394 p. (In Russ.)

4. Gavrilov, L.A., & Zaripov, R.I. (2023). *Yazyk massovoj kommunikacii i informacionnaya vojna* [The Language of Mass Communication and Information War]. Moscow: Lenand, 2023. — 216 p. (In Russ.)

5. Goroshko, E.I. (2009) *Internet-zhanr i funkcionirovanie yazyka v Internete: popytka refleksii* [Internet genre and language functioning on the Internet: a reflection attempt]. In *Zhanry rechi* (Iss. 6. Genre and language, pp. 11–27). (In Russ.)

6. Ivanov, L.Yu. (2003). *Yazyk v elektronnyh sredstvah kommunikacii* [Language in electronic mass media]. In *Kul'tura russkoj rechi* [Culture of Russian speech] (pp. 791–793). Moscow: Flinta: Nauka. (In Russ.)

7. Koptina, G.A., Rou (Zabrodina), A.N., & Caturyan, G.A. (2024). Triggernye vyskazyvaniya kak ob'ekt lingvisticheskikh issledovanij: problema opredeleniya i kriterii identifikacii [Trigger statements as an object of linguistic research: the problem of definition and its identification criteria]. *J. Sib. Fed. Univ. Humanit. soc. sci.*, 17(5), 916–925. (In Russ.)

8. Krongauz, M.A. (2008). *Russkij yazyk na grani nervnogo sryva* [Language on the verge of a nervous breakdown]. Moscow: Znak, 231 p. (In Russ.)

9. Kushneruk, S.L. (2019). *Traektorii issledovaniya informacionno-psihologicheskoy vojny v rossijskoj lingvistike* [Trajectories of Information and Psychological War Research in Russian Linguistics]. *Political Linguistics*, 6(78), 12–22. DOI 10.26170/pl19-06-01. (In Russ.)

10. *Lingvistika informacionno psihologicheskoy vojny* [Linguistics of the information-psychological war] (Book I, 2017). Krasnoyarsk: Sib. Fed. Univ., 340 p. (In Russ.)

11. Morozova, O.V. (2018). *Obraz Rossii skvoz' prizmu informacionno-psihologicheskoy vojny v mediatekstakh* [The Image of Russia through the Prism of Information-psychological Warfare in Media Texts]. In *Problems of Verbal Communication: Interuniversity collection of scientific works* (In 2 books, pp. 124–132). Saratov. (In Russ.)

12. Tatarko, K.I. (2018). *Ponyatie social'noj ustanovki v sisteme nauchnogo znaniya social'noj psihologii* [Concept of attitudes in the system of scientific knowledge of social psychology]. *J. Belarus. State Univ. Philos. Psychol.*, 2, 83–88. (in Russ.)

13. Hrulyova, E. (2022). *Russkij yazyk za rubezhom: kakovo real'noe polozhenie del?* [Russian language abroad: what is the real situation?] Retrieved from <https://russkiymir.ru/publications/308029/> (in Russ.)

14. Chudinov, A.P. (2003). *Metaforicheskaya mozaika v sovremennoj politicheskoy kommunikacii* [Metaphorical mosaic in modern political communication]. Ekaterinburg: Ural St. Ped. Univ., 248 p. (In Russ.)

15. Shestak, L.A. (2011). *Russkij yazyk v mire i mir v russkom yazyke: yazyk kak budushchee* [The Russian language in the world and the world in the Russian language: language as the future]. *Izvestiya Volgogradskogo pedagogicheskogo universiteta*, 8(62), 102–109 p. (In Russ.)