



Контент-анализ как метод исследования информационной войны (на материале репрезентации китайско-американской торговой войны в медиадискурсе КНР и США)

О. И. Калинин¹, М. В. Приходько²

^{1,2}Военный университет имени князя Александра Невского Министерства обороны Российской Федерации, Москва, Россия

¹Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия

¹okalinin.lingua@gmail.com

²marko007@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются особенности применения контент-анализа в исследовании информационной войны, изучаемой на нескольких уровнях информационного воздействия. Инструментальный уровень информационной войны актуализирован на лексическом уровне и может быть исследован посредством критического дискурс-анализа, основанного на количественном и качественном контент-анализе. Результаты подтверждают успешность использования описанного подхода и демонстрируют особенности дискурсивной реализации торговой войны между КНР и США.

Ключевые слова: информационное воздействие, информационная война, контент-анализ, медиадискурс, торговая война

Для цитирования: Калинин О. И., Приходько М. В. Контент-анализ как метод исследования информационной войны (на материале репрезентации китайско-американской торговой войны в медиадискурсе КНР и США) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 12 (880). С. 39–47.

Original article

Content analysis as a method of information war research (based on the representation of the Sino-American trade war in the media discourse of the PRC and the USA)

Oleg I. Kalinin¹, Mark V. Prikhodko²

^{1,2}Prince Alexander Nevsky Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation, Moscow, Russia

¹Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia

¹okalinin.lingua@gmail.com

²marko007@mail.ru

Abstract. The article studies the problem if content analysis is applicable to research information warfare, considered at several levels of information impact. The instrumental level is actualized at the lexical level and can be studied through critical discourse analysis based on quantitative and qualitative content analysis. The results confirm the applicability of the described approach and demonstrate the features of the “US-China trade war” discourse.

Keywords: information impact, information warfare, content analysis, media discourse, trade war

For citation: Kalinin, O. I., Prikhodko, M. V. (2023). Content analysis as a method of information war research (based on the representation of the Sino-American trade war in the media discourse of the PRC and the USA). Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 12(880), 39–47.

ВВЕДЕНИЕ

События последнего времени явно продемонстрировали, что информация превратилась в средство контроля и управления массовым сознанием. В этой связи массовая медиакommunikация как в форме традиционных, так и новых СМИ может быть рассмотрена как перманентно осуществляемое информационное воздействие. В этой связи «информационная война и смежные с ней понятия и явления представляются нам важным предметом исследования лингвистики, где последняя может проявить себя как поистине «наука стратегического значения» [Калинин, Князева, 2023, с.442].

Отметим, что медиадискурс представляется одной из наиболее продуктивных форм информационного воздействия, так как общественное мнение, во многом определяющее направления принятия политических и экономических решений, в значительной степени формируется посредством медиадискурса, который, как известно, не только отражает социальную действительность, но и конструирует ее. Представления о медиадискурсе как об особом типе речевой коммуникации и целенаправленном социальном действии предполагают актуальность рассмотрения дискурсивной формы информационной войны.

Рассматривая дискурс как «единство языковой формы, значения и действия в социальном контексте» [Калинин, 2018, с.13], мы полагаем, что одна из основных функций дискурса – это продуктивная репрезентация окружающего мира в формально-языковых структурах, что делает дискурс одним из инструментов познания мира и конструирования концептуальной картины мира человека. При этом на современном этапе развития информационных технологий роль СМИ в вопросах конструирования мира посредством медиа становится более очевидной, чем простая репрезентация, поскольку «социальный контекст однозначно подчинен языковому контексту, который ограничивает первый своими языковыми условиями и доступными ему интеллектуальными ресурсами» [История понятий, история дискурса, история менталитета, 2010, с. 13]. Как следствие, анализ медиадискурса, представляется значимым методологическим подходом при изучении информационной войны.

Многообразие концептуальных подходов и методических приемов к дискурс-анализу создает очевидную сложность. В этой связи мы ставим целью нашего исследования описание возможностей использования качественно-количественного контент-анализа для изучения информационной войны (далее ИВ).

Для достижения данной цели мы решаем ряд последовательных задач:

- 1) описание уровневой структуры ИВ и рассмотрение контент-анализа как одного из возможных методов исследования ИВ;
- 2) апробация возможностей качественно-количественного контент-анализа как метода исследования ИВ на материале репрезентации китайско-американской торговой войны в медиадискурсе КНР и США.

КОНТЕНТ-АНАЛИЗ КАК СПОСОБ ИССЛЕДОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ НА ИНСТРУМЕНТАЛЬНОМ УРОВНЕ

В нашем предыдущем исследовании мы описали уровневую модель ИВ как когнитивно-дискурсивного явления [Приходько, 2013]. Информационная война представляет собой сложносистемное когнитивно-дискурсивное явление, определяющееся перманентным многоуровневым информационным воздействием. Стратегической целью информационного воздействия выступает внесение изменений в концептуальную картину мира реципиента, так как «ИВ разворачивается в коммуникативном пространстве – пространстве эпистемологическом, смысловом, в котором языковые средства порождают, передают и хранят смыслы, способные трансформировать действительность в сознании реципиента» [Сидорова, Муравлёва, 2021, с. 34].

При этом минимальной единицей информационного воздействия является текст в его дискурсивной обусловленности, что представляет собой инструментальный уровень информационного воздействия. Несколько текстов, объединенных тематически, темпорально и прагматически, или один текст в совокупности с экстралингвистическими факторами его производства составляют дискурс, что представляет собой тактический уровень информационного воздействия [Приходько, 2023].

В этой связи одним из возможных подходов к изучению ИВ представляется критический дискурс-анализ [Simpson, Mayr, Statham, 2018; Wodak, 2011] видится предложенная Н. Фэйркло трехмерная модель, в которой речевой случай (коммуникативное событие) представлен в трех измерениях:

- 1) произнесенный / написанный текст (семантические, синтаксические и другие его особенности);
- 2) дискурсивная практика производства текста (контекст создания сообщения);
- 3) обрамляющая дискурсивную практику социальная действительность [Fairclough, 2013].

Подобная теоретическая основа проведения критического дискурс-анализа, являющаяся одной из возможных, предполагает исследование текстового уровня дискурса, а именно: выявление наиболее значимых с точки зрения частотности и смыслопорождения лексических единиц. Так мы приходим к уже известному и в значительной степени апробированному методу контент-анализа, который предполагает исследование лексического уровня информационного воздействия, т. е. выявление потенциально воздействующих лексических единиц, частотное использование которых предполагает достижение стратегической цели ИВ.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Материалом исследования послужили тексты информационных сообщений, опубликованных на наиболее посещаемых новостных интернет-сайтах китайского и американского сегментов Интернета, освещающих политическую и экономическую обстановку в указанных странах с середины 2018 года до конца 2019 года. В фокусе нашего внимания оказалась ситуация «торговой войны» между США и Китаем. Общее количество текстов по данной тематике составило 100 единиц (около 150 тыс. иероглифов и более 50 тыс. слов).

Методология исследования заключается в проведении лингвопрагматического анализа текста, направленного на выявление общих лингвистических и прагматических характеристик текстов дискурса ИВ. Методологический инструментарий ограничен проведением контент-анализа, который включает два этапа:

- 1) **количественный контент-анализ** предполагает использование специального программного обеспечения для составления списка наиболее частотных лексем;
- 2) **качественный контент-анализ** состоит в группировании частотных лексем по тематическим блокам, выявлении смысловых закономерностей в их употреблении.

Для проведения контент-анализа нами использовалась программа для построения конкорданса и анализа текста AntConc (Build 3.5.8) [Anthony, 2013]. Выбранное программное обеспечение (далее ПО) обладает широким функционалом для проведения подробного анализа больших объемов текстовой информации и выявления заданных пользователем лексических единиц и их сочетаний.

Основной функцией ПО стала функция «Word List», которая позволяет быстро провести подсчет лексем корпуса. Результат представляется в виде упорядоченного списка, который дает возможность наглядно определить частотность всех лексем.

После проведения количественного анализа мы разделили наиболее частотные лексем на тематические группы, внутри которых проводили дальнейший качественный анализ частотности каждой лексической единицы. Значимым этапом в нашем исследовании стал качественный анализ отдельных предложений, которые отражают позиции автора медиасообщения относительно торговой войны.

Кроме того, в ходе количественного анализа частотности лексем в собранных корпусах нами учитывались те лексические единицы, которые употреблялись 10 раз и более. В отдельных случаях мы обращали внимание на лексем, частотность употребления которых ниже заявленной с целью изучения их окружения.

В результате проведения анализа нами был выделен перечень наиболее частотной и значимой с точки зрения изучаемого события лексики. Все полученные лексем, кроме служебных, общепотребительных и не имеющих коннотативного и эмоционально окрашенного значения, были разделены на несколько тематических разделов: государство и власть, география, военное дело, экономика.

Согласно результатам анализа (см. табл. 1), в данной тематической группе в текстах американских и китайских СМИ показатели лексики, называющей личность Д. Трампа и наименование его должности употребляются намного чаще, чем личность и должность Си Цзиньпина. Так, рейтинг частотности имени президента США в американских текстах занимает 15-е место, имя Си Цзиньпина – 400-е место. Такие показатели дают основания полагать, что президент США репрезентируется как медийная личность в контексте торговой войны, как один из основных ее факторов, а его личная роль в развитии событий по сравнению с руководителем такого же уровня со стороны КНР в медиадискурсе приобретает большое значение. Однако это не отрицает того, что СМИ КНР могут умышленно дистанцировать личность Си Цзиньпина от событий торговой войны в целях сохранения его репутации. Применимо к этому, стоит отметить факт низкой частотности употребления лексемы 中国共产党 (КПК), что также может относиться к попытке китайской прессы отделить власть от событий торговой войны. Сопоставив рейтинги словоупотреблений применительно к теме власти, отметим, что в китайских СМИ наблюдается высокая частотность обращения к лексеме 政策 (политический курс). Это позволяет судить о роли установленного политического курса, задающего ориентиры в развитии страны и подчеркивающего его плановость, отсутствие спонтанности и зависимости от внезапных шокирующих решений одного человека или

Таблица 1

РЕЗУЛЬТАТЫ КОЛИЧЕСТВЕННОГО АНАЛИЗА
КИТАЙСКОГО И АМЕРИКАНСКОГО МЕДИАДИСКУРСА: ГОСУДАРСТВО И ВЛАСТЬ

КНР			США		
Рейтинг	Частотность	Лексема	Рейтинг	Частотность	Лексема
38	186	特朗普	15	423	trump
400	28	习近平	183	36	xi
			456	15	jinpings
1572	6	总书记	320	21	secretary
432	26	主席	1700	3	chairman
205	47	总统	48	149	president
55	142	政策	48	149	president
2372	3	中国共产党	62	115	administration

Таблица 2

РЕЗУЛЬТАТЫ КОЛИЧЕСТВЕННОГО АНАЛИЗА
КИТАЙСКОГО И АМЕРИКАНСКОГО МЕДИАДИСКУРСА: ГЕОГРАФИЯ

КНР			США		
Рейтинг	Частотность	Лексема	Рейтинг	Частотность	Лексема
2	159	中国	8	922	china
57	139	中方	17	368	chinese
592	19	中国政府	5108	1	sino
3	1495	美国	24	281	american
40	182	美方	30	233	states
209	47	美国政府	31	229	united
862	13	美国公司	144	46	america
1019	11	美国商务部			
1098	10	美资			
120	70	日本	188	34	japan
380	30	欧洲	200	33	korea
423	27	欧盟	264	25	europa
748	15	德国	293	22	hong
763	15	英国	344	19	kong
770	15	韩国	360	18	canada
975	11	加拿大	374	18	mexico
1062	10	印度	398	17	europaean
1245	8	俄罗斯	403	17	japanese
1268	8	墨西哥	472	15	singapore
1659	6	非洲	478	15	vietnam
4197	2	香港	582	12	korean
2694	3	法国	614	11	asian
			658	10	argentina
			665	10	brazil
			766	9	malaysia
			828	8	germany
			1010	6	canadian
			1066	6	iran

КНР			США		
Рейтинг	Частотность	Лексема	Рейтинг	Частотность	Лексема
2497 4541 2208	3 1 4	台湾 中国台湾 港澳台侨	408 5303	17 1	taiwan taiwanese
4197 4549	2 1	香港 中国香港	293 344	22 19	hong kong
28 31 35 250 638	222 207 201 41 18	世界 全球 国际 全球化 多边	77 78 117 1247 1513	90 88 54 5 4	global world international globalization multilateral
92 100 129	88 81 66	关系 中美关系 经贸关系	379 434	18 16	relations relationship

группы лиц. При этом американские СМИ концентрируют внимание реципиента на администрации президента США, привлекая основное внимание именно к ней и ее представителям, что персонализирует события торговой войны для американской аудитории.

Согласно результатам анализа (см. табл. 2), названия стран США и Китая являются наиболее частотными по употреблению для новостных текстов обеих стран, но пропорциональное значение числа словоупотреблений различается. Так, и китайские, и американские СМИ одинаково часто используют слова со значением *Китай* и *китайский*, при этом наименование страны *США* и *Америка* (или *американский*) часто используется в китайских новостях, но редко в американских. Такое наблюдение дает основания судить о том, что американские СМИ создают дискурсивную реальность, для которой Китай связан с динамикой торговой войны гораздо больше, чем США. Предположительно, это делается для того, чтобы сфокусировать внимание реципиента на вопросах, связанных с действиями китайской стороны. При этом китайские новостные тексты оказываются более интроспективны за счет высокой частотности употребления лексики, связанной с Китаем.

Помимо основных участников торговой войны в текстах СМИ обеих сторон упоминаются и другие. Так, частотность упоминаний Японии, Южной Кореи и Европы (в качестве части света) пропорционально идентична, что может указывать на одинаковую вовлеченность в происходящие события. При этом для китайского новостного дискурса более релевантно упоминание Англии, России, Индии и даже Африки как части света, а для

американского – более характерно апеллировать к Сингапуру, Вьетнаму, Гонконгу, Аргентине, Бразилии, Малайзии и Ирану. Допускаем, что СМИ обеих стран, ссылаясь на разные страны в новостных текстах, демонстрируют свою шкалу приоритетов в вопросах международного экономического сотрудничества. Так, частотность лексики 关系 (*отношения*) в китайских новостях заметно выше, чем аналогичное *relations* (или *relationship*) в американском. Данное наблюдение говорит о том, что Китай в контексте торговой войны поддерживает свою вовлеченность в отношения с другими странами и подчеркивает высокую значимость феномена «отношений». Это также подтверждается устойчиво высокой ролью концептуального значения «гуаньси» (т. е. отношения) в глазах китайской аудитории. Кроме того, отмечается упоминание нового концепта китайской лингвокультуры – Сообщество единой судьбы (命运共同体), которое предполагает инклюзивность стран всего мира в дело создания человечества с общими целями и устремлениями.

Рассматривая результаты сравнения употребления лексем, связанных с пониманием мира и глобальных процессов, мы наблюдаем, что лексемы 世界 (*мир*), 全球 (*мировой, во всем мире*), 国际 (*международный*) имеют заметно более высокие показатели с аналогичными лексемами в американском дискурсе, что позволяет судить о взгляде китайских СМИ на торговую войну как на крупномасштабное явление, имеющее глобальное значение. В то время как для США, вероятно, торговая война представляется более значимым относительно локальным событием в парадигме отношений США – КНР, возможно, из-за личных

Таблица 3

РЕЗУЛЬТАТЫ КОЛИЧЕСТВЕННОГО АНАЛИЗА
КИТАЙСКОГО И АМЕРИКАНСКОГО МЕДИАДИСКУРСА: ВОЕННОЕ ДЕЛО

КНР			США		
Рейтинг	Частотность	Лексема	Рейтинг	Частотность	Лексема
13	376	贸易战	36	206	war
24	243	摩擦	311	21	fight
101	81	竞争	487	14	conflict
847	13	战争	718	10	wars
1008	11	斗争			
101	81	竞争	36	206	war
103	79	应对	205	32	hit
159	56	反制	225	30	threat
160	56	坚持	269	25	tensions
164	54	维护	311	21	fight
168	53	挑战	313	21	hurt
184	49	保护	384	18	threatened
241	42	冲击	474	15	target
364	31	打压	487	14	conflict
403	28	加强	488	14	damage
422	27	战	512	14	threats
704	16	反击	557	13	tat
712	16	捍卫	559	13	tit
847	13	战争	654	11	threatening
872	13	霸凌	706	10	retaliate
918	12	报复			
991	11	对抗			
1008	11	斗争			
71	107	战略	509	14	strategic
			713	10	strategy
2604	3	战术	989	7	tactics
			5300	1	tactic
1247	8	军事	1078	6	military
5039	1	军事力量			
2194	4	武器	1363	5	weapons
6841	1	核武器			

интересов президента США, что допустимо предположить исходя из высокой частотности обращения к его личности.

Также необходимо заметить, что в американских новостных текстах чаще, чем в китайских, встречаются наименования Тайваня и Гонконга. Это, возможно, объясняется тем, что американские СМИ рассматривают эти два субъекта отдельно от Китая. Такая установка противоречит официальной позиции Пекина, заключенной в политическом слогане «Одна страна – две системы» (一国两制).

Рассматривая показатели употребления лексики, описывающей противостояние сторон в борьбе (см. табл. 3), наблюдаем одинаковый уровень употребления синонимов, следовательно, торговая война для аудитории обеих стран интерпретируется именно как война, борьба, противостояние, битва, драка. При этом необходимо отметить существенное различие: в китайских новостных текстах чаще можно встретить 战略 (*стратегия, стратегический*), а в американских *tactics* или *tactic* (*тактика, тактический*). Это может свидетельствовать о том, что китайский новостной дискурс более

сосредоточен на стратегических аспектах торговой войны, которые, будучи крупнее по масштабам, затрагивают больше участников и т. д. В то время как для США эти экономические трения представляют собой локальный характер. Отметим, что для обеих сторон исключается тема силового воздействия друг на друга, торговая война остается лишь противостоянием экономик. Об этом свидетельствуют очень низкие показатели употребления лексем 军事 (военный) и 武器 (оружие), а также *military* (военный) и *weapons* (вооружение).

Несмотря на вышесказанное, для текстов обеих стран характерно использование военизированной лексики с одним различием: лексика, связанная с борьбой, сопротивлением, отстаиванием, защитой и провокациями чаще встречается в текстах китайских СМИ, при этом американский

дискурс характеризуется лексикой со значением агрессивного настроения: *бить, угрожать, драть-ся, ранить, напряженность, цель, конфликт, урон*. Это может косвенно свидетельствовать об «агрессивном» настроении американских СМИ, транслирующего соответствующее настроение своему реципиенту.

Рассматривая показатели употребления экономической лексики (см. табл. 4), мы наблюдаем ее высокую частотность в новостных текстах СМИ обеих стран, поскольку тема торговой войны освещает основные вопросы, напрямую связанные с экономической деятельностью. При этом представляется возможным сделать замечание, заключающееся в разнице тематических акцентов США и Китая. Так, в китайских новостных текстах наблюдается большое количество лексем: *экономика*

Таблица 4

РЕЗУЛЬТАТЫ КОЛИЧЕСТВЕННОГО АНАЛИЗА
КИТАЙСКОГО И АМЕРИКАНСКОГО МЕДИАДИСКУРСА: ЭКОНОМИКА

КНР			США		
Рейтинг	Частотность	Лексема	Рейтинг	Частотность	Лексема
11	526	经济	11	637	trade
12	515	贸易	46	152	economic
20	262	经贸	63	115	economy
208	47	经济体	150	44	trading
89	90	进口	76	93	imports
1222	9	进口商品	274	24	import
1916	5	进口关税	580	12	imported
			757	9	importing
43	177	出口	84	80	exports
783	14	出口额	272	24	export
829	13	出口商品	1231	5	exporting
867	13	进出口			
1052	10	出口品			
82	98	投资	133	49	investment
917	12	投资者	430	16	investors
1098	10	美资	581	12	investments
2073	4	外国投资	1835	3	invest
2379	3	中资	1836	3	investing
16	311	关税	14	429	tariffs
572	20	征税	96	75	tariff
929	12	税率	2898	2	tariffed
1916	5	进口关税			
360	31	华为	171	37	huawei
1101	10	苹果	1381	4	apple
312	35	大豆	213	31	soybeans
			407	17	soybean

(经济), торговля (贸易) и торгово-экономический (经贸). В то же время в американских новостных текстах единственная лексема по частоте употребления может соотноситься с вышеуказанными лексемами текстов СМИ КНР – *trade* (торговля). Остальные лексемы *economy* (экономика), *economic* (экономический) хотя и являются частотными, число их употреблений намного ниже. Это позволяет нам предположить, что для американских СМИ торговая война рассматривается как отдельно взятое событие, частично способное оказывать влияние на экономику в целом. При этом для Китая торговая война представлена с точки зрения ее экономической, торговой и торгово-экономической ценности.

Также, изучив показатели употребления лексем *import* (进口, *import*) и *export* (出口, *export*) в новостных текстах США и КНР, наблюдаем, что в китайских СМИ тематический акцент смещен в сторону экспорта, а в американском – импорта. Предположительно, это связано с приоритетами в вопросах экономической деятельности. В то же время лексема *investment* (投资, *investment*) в китайских новостях употребляется в два раза чаще, чем *investment* (инвестиция) в американских. Это говорит о большой сфокусированности на экономических вопросах, связанных с инвестициями. Наиболее частотной лексемой, связанной с экономикой, в американских новостных текстах является *tariff* (налог, пошлина), что вместе с показателями употребления лексемы *trade* (торговля) может говорить о большой значимости темы торговых пошлин на товары в информационном дискурсе США.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Предложенный метод анализа лингвистического материала является простым инструментом и не дает полного понимания о воздействии на концептуальную сферу массового адресата в рамках информационного воздействия в медиадискурсе, поскольку в значительной степени исключает анализ социального контекста и, следовательно, обладает определенной долей погрешности. Однако его использование позволяет составить

базовое представление содержательной стороны сложившегося дискурса торговой войны между КНР и США и демонстрирует возможности использования качественно-количественного контент-анализа как метода исследования ИВ.

Учитывая промежуточные выводы по каждому тематическому направлению, представляется целесообразным объединить их: так, торговая война характеризуется агрессивной риторикой со стороны США, ярко фокусируемой на медийной личности президента США Дональда Трампа и его администрации. Они используют данное событие как показательную для всего мира «карательную» операцию в отношении Китая. В рамках данной риторики Гонконг и Тайвань как отдельные регионы Китая испытывают на себе особое внимание с американской стороны. Д. Трамп использует методы повышения таможенных пошлин на импортируемые из Китая товары. Для медиадискурса США свойственна стратегия, характеризующаяся позицией нападения в локальном противостоянии с Китаем.

Со стороны Китая ситуация характеризуется защитной риторикой, дистанцированностью власти от торговой войны, вероятно, для сохранения репутации политиков. В то же время акцентируется внимание на плановости экономики, позволяющей способствовать ее планомерному и поступательному развитию. При этом большое внимание уделяется объяснению данного события с опорой на концепцию «Сообщества единой судьбы». Исключается использование силовых методов, торговая война рассматривается лишь как взаимопротивостояние экономических систем. Новостной дискурс КНР характеризуется защитной позицией, задача которой транслировать концепт «торговая война» в качестве противостояния стратегического размаха.

Таким образом, использование контент-анализа как базового метода исследования инструментального уровня ИВ продемонстрировало свою валидность. Выявление частотной лексики, ее систематизация и кластеризация по тематическому признаку и последующий анализ могут быть признаны базовым этапом в системном исследовании ИВ как когнитивно-дискурсивного феномена.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Калинин О. И., Князева, Е.Г. Информационная война с позиций когнитивно-дискурсивного подхода // Когнитивные исследования языка. 2023. № 3 (54). С. 441–446.
2. Калинин, О. И. Основы лингвопрагматического исследования политического имиджа. М.: КноРус, 2018.
3. История понятий, история дискурса, история менталитета : сборник статей ; пер. с нем. / гл. ред. Х. Э. Бёдекер. М.: Новое литературное обозрение, 2010.
4. Приходько, М. В. Лингвистическая модель информационной войны: структурные элементы и уровни воздействия // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2023. № 3. С. 57–71.

5. Сидорова Н. А., Муравлёва В. Р. Коммуникативная ситуация «информационная война»: прагматика и лингвистика. Москва: ИП Колмогоров Игорь Александрович, 2021.
6. Simpson P., Mayr A., Statham S. Critical Linguistics and Critical Discourse Analysis // Language and Power. Second edition. New York: Routledge, 2018. P. 58–65.
7. Wodak R. Critical Linguistics and Critical Discourse Analysis // Discursive Pragmatics. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2011. P. 50–70.
8. Fairclough N. Critical Discourse Analysis: The Critical Analysis of Language. Abingdon: Routledge, 2013.
9. Anthony L. A critical look at software tools in corpus linguistics // Linguistic Research, 2013. Vol. 30. № 2. P. 141–161.

REFERENCES

1. Kalinin, O. I., Knyazeva, E. G. (2023). Cognitive-discursive approach to information war. Cognitive Studies of Language, 3(54), 441–446. (In Russ.)
2. Kalinin, O. I. (2018). Osnovy lingvopragmaticheskogo issledovaniya politicheskogo imidzha = Fundamentals of linguo-pragmatic study of language. Moscow: KnoRus. (In Russ.)
3. Byodeker, H. E. (Ed.) (2010). Istoriya ponyatij, istoriya diskursa, istoriya mentaliteta = History of terms, history of discourse, history of mentality. Digest of articles, transl. from German. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie. (In Russ.)
4. Prikhodko, M. V. (2023). Linguistic model of information war: structural elements and impact levels. Vestnik of Moscow Region State University. Series: Linguistics, 3, 57–71. (In Russ.)
5. Sidorova, N. A., Muravlyova, V. R. (2021). Kommunikativnaya situatsiya "informacionnaya vojna": pragmatika i lingvistika = Communicative situation "information war": pragmatics and linguistics. Moscow: IE Kolmogorov Igor Aleksandrovich. (In Russ.)
6. Simpson, P., Mayr A., Statham, S. (2018). Critical Linguistics and Critical Discourse Analysis. In Language and Power (pp. 58–65). Second edition. New York: Routledge.
7. Wodak, R. (2011). Critical Linguistics and Critical Discourse Analysis. In Discursive Pragmatics (pp. 50–70). Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
8. Fairclough, N. (2013). Critical Discourse Analysis: The Critical Analysis of Language. Abingdon: Routledge.
9. Anthony, L. (2013). A critical look at software tools in corpus linguistics. Linguistic Research, 30(2), 141–161.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Калинин Олег Игоревич

доктор филологических наук

доцент 36-й кафедры

Военного университета имени князя Александра Невского Министерства обороны Российской Федерации

доцент кафедры китайского языка переводческого факультета

Московского государственного лингвистического университета

Приходько Марк Владимирович

адъюнкт Военного университета имени князя Александра Невского Министерства обороны Российской Федерации

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Kalinin Oleg Igorevich

Doctor of Philology (Dr. habil.)

Associate Professor at the 36th Department

Prince Alexander Nevsky Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation

Associate Professor at the Chinese Language Department, Faculty of Translation and Interpreting

Moscow State Linguistic University

Prihodko Mark Vladimirovich

Adjunct, Prince Alexander Nevsky Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation

Статья поступила в редакцию
одобрена после рецензирования
принята к публикации

10.08.2023
30.09.2023
18.10.2023

The article was submitted
approved after reviewing
accepted for publication