

Научная статья

УДК 81'33

DOI 10.52070/2542-2197_2023_3_871_46



Вербальные и невербальные приемы в технологии информационно-психологического воздействия

Р. И. Зарипов

*Военный университет им. князя Александра Невского Министерства обороны Российской Федерации, Москва, Россия
lieutenant-en-chef@ya.ru*

Аннотация. В статье раскрываются технологии информационно-психологического воздействия на аудиторию в условиях массовой коммуникации, освещаются методы и приемы ведения информационно-психологической войны в медиапространстве на примерах вербальных и поликодовых текстов. Применяются описательный, синхронический, семасиологический и функциональный методы, а также методы метафорического моделирования, компонентного, контекстуального и коммуникативно-прагматического анализа.

Ключевые слова: информационно-психологическое воздействие, информационно-психологическая война, манипулирование, информационно-психологическое оружие, индивидуальное сознание, массовое сознание, метафора, метафорическая модель.

Для цитирования: Зарипов Р. И. Вербальные и невербальные приемы в технологии информационно-психологического воздействия // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 3 (871). С. 46–54. DOI 10.52070/2542-2197_2023_3_871_46

Original article

Verbal and Nonverbal Techniques in Information-Psychological Impact Technology

Ruslan I. Zaripov

*Prince Alexander Nevsky Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation
lieutenant-en-chef@ya.ru*

Abstract. The purpose of the article is to reveal the technology of information-psychological impact on the audience in terms of mass communication and to highlight the methods and techniques of information-psychological warfare in the media space on current examples of verbal and multimodal texts. The article applies descriptive, synchronic, semasiological and functional methods, as well as methods of metaphorical modeling, component, contextual and communicative-pragmatic analysis.

Keywords: information-psychological impact, information-psychological warfare, manipulation, information-psychological weapon, individual consciousness, mass consciousness, metaphor, metaphorical model

For citation: Zaripov, R. I. (2023). Verbal and Nonverbal Techniques in Information-Psychological Impact Technology. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 3(871), 46–54. 10.52070/2542-2197_2023_3_871_46

ВВЕДЕНИЕ

В условиях интенсификации геополитического противостояния и возрастания рисков глобальной катастрофы основные акторы стремятся нанести друг другу критический урон невоенными средствами, применяющимися в рамках концепции гибридной войны. В ее ходе применяются не только собственно военные, но и дипломатические, научно-технические, экономические, идеологические и другие меры, направленные на подавление воли противника к сопротивлению. Информационно-психологическое противоборство как часть многомерных нелинейных войн проходит в виртуальном коммуникативном пространстве и затрагивает бесчисленное множество объектов, выбранных коммуникаторами в качестве мишеней воздействия. Дезинформирование и проецирование влияния с помощью информации достигли таких масштабов, что представляется возможным констатировать открытие отдельного «фронта» – информационного, не уступающего по своей значимости и масштабам реальным боевым действиям. В этой связи растет общественный и научный интерес к проблемам необъективного информирования, скрытого влияния массовой коммуникации на аудиторию и построения альтернативной реальности в медиапространстве. Какие средства и механизмы обеспечивают эффективное информационно-психологическое воздействие на реципиента – один из основных вопросов лингвистики информационно-психологической войны.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

На основе актуального языкового и вспомогательного русскоязычного и иноязычного материала, обобщенного по результатам анализа более ста информационных сообщений общественно-политической тематики, нами предпринята попытка определить, как происходит информационно-психологическое воздействие на аудиторию. Результаты получены на основе применения описательного, синхронического, семасиологического («языковая форма – внеязыковое содержание») и функционального методов, а также методов метафорического моделирования, компонентного, контекстуально-го и коммуникативно-прагматического анализа.

Технология информационно-психологического воздействия

Информационно-психологическая война определяется лингвистами как «противоборство сторон,

которое возникает из-за конфликта интересов и / или идеологий и осуществляется путем намеренного, прежде всего, языкового воздействия на сознание противника (народа, коллектива или отдельной личности) для его когнитивного подавления и / или подчинения, а также посредством использования мер информационно-психологической защиты от такого воздействия» [Сковородников, Копнина, 2016, с. 43]. В общем виде главная цель информационно-психологического воздействия сводится к тому, чтобы *вербальными и невербальными средствами* сформировать в информационном пространстве, а затем в индивидуальном и массовом сознании, выгодный коммуникатору стереотип мышления, идеологическое клише, концептуальную установку «по умолчанию» (не исключая при необходимости определенного манипулятивного посыла), которая при идеальном раскладе повлияет на действия человека и общества в целом: «Каковы бы ни были характер и цель войны, она всегда сводится к столкновению желания человека и его воли, поэтому победа будет определяться возможностью навязать желаемое поведение выбранной аудитории»¹ [Cluzel du F., 2020, с. 10].

Любой стереотип – результат закрепления в сознании (подсознании) реципиента ассоциативной связи между определенным объектом и образом, которая складывается из многократного и вариативного повторения субъективно-оценочной или стилистически нейтральной информации, подаваемой имплицитно, эксплицитно и в смешанной форме. Эта связь между понятийными сферами (или их элементами) концептуальна и наиболее четко может быть выражена в виде образующей тождество метафорической модели: «X – это Y» [Чудинов, 2012], с помощью которой «говорящий способен выстроить выгодную ему картину мира в сознании слушателя» [Михалева, 2004, с. 123]. Причем речь идет не только о языковой метафоре – она может быть и невербализованной, аудиальной или визуальной.

Метафора как сложный когнитивный феномен и интерпретативная категория универсальна с точки зрения возможности продвижения образа или, наоборот, дискредитации какого-либо объекта действительности. Она очень удобна по трем причинам:

- во-первых, живая метафора – всегда образ, который вызывает в сознании эмоцию, а именно, через эмоционально-чувственную сферу легче всего сдвинуть позицию человека с мертвой точки;
- во-вторых, метафорические смыслы не поддаются мгновенному пониманию и переводят осмысление действительности в иной,

¹Зд. и далее перевод наш. – Р. И.

нерациональный формат, который часто реализует суггестивный, манипулятивный потенциал: «активное использование метафоры с ее способностью воздействовать на восприятие действительности под определенным углом зрения является ярким примером отказа от открытой пропаганды тех или иных идей и перехода к завуалированному манипулированию массовым сознанием» [Байгарина, 2004, с. 18];

– в-третьих, с помощью образного сравнения возможно поставить в один ряд и соотнести даже самые далекие друг от друга и, казалось бы, нереальные для семантического сближения сущности или объекты. Это сближение не является буквальной истиной и создается «виртуально» – с целью рождения образа. Неважно, насколько он реален или далек от интересующего объекта: главное – связать их семантически, обозначить номинацию, обыграть ее и закрепить в информационном пространстве. Чтобы это сделать, необходимо сравнить этот объект с кем-то (чем-то) или к кому-то (чему-то) его приравнять и тем самым перенести на него искомые «характеристики». Так, если Саддама Хусейна в западном медиаполе продолжительное время называли «тираном», то с его персоналией у аудитории логично оказались связаны концептуальные векторы жестокости, страха, несправедливости, опасности и др.

«Тираном» или другим именем нарицательным можно назвать по-разному: открыто, прямой номинацией, или косвенно, имплицитно, используя различные языковые приемы, части речи, лексические единицы и выражения. Метафора чрезвычайно обширна и многогранна по своему применению и может быть выражена по-разному, поэтому при ее анализе «принимаются во внимание не только собственно метафоры, но и сравнительные обороты, разнообразие перифразы, метонимия и иные образные средства, учитываются не только собственно слова, но и фразеологизмы, составные наименования; в равной степени рассматриваются слова, относящиеся к различным частям речи, лексико-грамматическим разрядам и семантическим объединениям. Иначе говоря, понятийное сближение воспринимается как фактор значительно более важный, чем уровневые или структурные различия» [Чудинов, 2001, с. 37]. Таким образом, метафора объединяет в себе абсолютно все возможные варианты употребления языковых смысловых единиц в непрямом значении [Зарипов, 2016, с. 46].

Другими словами, метафора может быть и не метафорой вовсе в классическом ее понимании, потому что при назывании мишени информационно-психологического воздействия в сознании

реципиента не всегда может возникать ее образ. Всё зависит от того, возникает ли метафорический перенос в связи с выбором той или иной номинации при характеристике мишени. Так, если Украину называют самым коррумпированным в Европе государством, реципиент не видит в такой информации никакого образа. Образная составляющая здесь отсутствует, поскольку нет классического метафорического переноса, который связывал бы лексему *государство* и некий объект другой понятийной сферы. Тем не менее при такой номинации в сознании реципиента возникают негативные коннотации и ассоциации, связанные с воровством и присвоением денежных средств. Только на этом этапе восприятия могут возникать какие-то образы. Главное состоит в следующем: даже без обозначения образа произошло *называние* мишени воздействия и была сконструирована ее характеристика. При этом ни коммуникатору, ни реципиенту не важно, действительно ли Украина – коррумпированное государство. Первому – поскольку он прагматически заинтересован в такой номинации, и его может не интересовать действительное положение вещей; второму – поскольку он не может объективно оценить истинность предоставляемой информации, и ему остается принять ее к сведению, а при постоянном повторении – считаться с ней и, возможно, даже принять ее как данность. Так мы приходим к выводу, что конструируемая в информационном пространстве картина мира фактически доминирует над объективной действительностью. Более того, для аудитории она важнее и довлеет над ней, пока та не столкнется с реалиями и личным опытом.

Образы и ассоциации – это недостаточно устойчивые элементы мышления, которые могут появляться и изменяться, переписываться и со временем уходить из сознания человека. Чтобы зафиксировать ассоциативную связь двух объектов (сущностей) и получить стереотип как стандартизированный и суперфиксированный образ сознания, необходимо вариативное и протяженное во времени повторение семантически гомогенных манипулятивных посылов, которые соответствуют по своему выражению метафорическим моделям. Кроме того, должна быть создана благоприятная информационная среда, и это едва ли не главное условие успешного ведения информационно-психологической войны.

Стереотипы аудитории в отношении выбранной мишени информационно-психологического воздействия формируются по-разному. Коммуникатор может выбрать в качестве основы прямое отождествление объекта действительности с создаваемым образом, которое может считаться эксплицитным утверждением. Как правило, оно вводится через

сравнительные обороты *как, будто* и т. п., а также без них. В этом случае разгадать фактический манипулятивный посыл автора сообщения практически не составляет труда:

So, in your discussions of the nuclear freeze proposals, I urge you to beware the temptation of pride – the temptation of blithely declaring yourselves above it all and label both sides equally at fault, to ignore the facts of history and aggressive impulses of *an evil empire*, to simply call the arms race a giant misunderstanding and thereby remove yourself from the struggle between right and wrong and good and evil¹.

В этом отрывке Р. Рейган отчетливо обозначил тождество «СССР – это империя зла», которое существует в политическом дискурсе и по сей день. Оттенки этой основной характеристики, введенной несколько десятилетий назад, продолжают дополнять и модифицировать созданный стереотип с помощью вербальных и невербальных средств, задействованных в массовой коммуникации.

В других случаях аудитория сталкивается с вариативными повторениями семантически обозначенного манипулятивного посыла. Это индизонказательные выражения, которые суггестивно влияют на восприятие информации реципиентом и вводят так называемые имплицитные утверждения, или подтекст. Как правило, открыто мишень воздействия не номинируется, его прямого отождествления с каким-либо образом аудитория не увидит, однако к нему имплицитно вводится определенное отношение коммуникатора, который в какой-то мере маскирует манипулятивный посыл сообщения. Реципиент может его определить, только приложив определенные интеллектуальные усилия и проводя дополнительные смысловые преобразования, «которые могут основываться как на значении слов, так и на значении контекста» [Баранов, 2013, с. 41], но не всегда утруждает себя этой «лишней» работой, забывая о том, что концептуальные и мотивационные установки *volens-nolens* воспринимаются его подсознанием. Манипулятивный потенциал информационно-психологического воздействия заключается в способности с течением времени изменять ценностную картину мира реципиента незаметно для него самого. Это – почти всегда долгосрочная стратегия, которая дополняется информационно-психологическими операциями, направленными на достижение краткосрочного-среднесрочного эффекта.

¹URL: <http://www.web.archive.org/web/20040609055415/http://www.presidentreagan.info/speeches/empire.cfm>

Определение манипулятивного посыла информационных сообщений

Рассмотрим пример высказывания, которое несет как эксплицитные, так и имплицитные элементы смыслов:

В стране должна быть власть, которая основана на гражданах, а не на ресурсе. Сейчас *ресурсно-вотчинное государство, а не гражданское. У нас боярин сидит, правит ресурсом, своей вотчиной, людишки несут ему меха, как в XVI веке*².

Как правило, дешифровка манипулятивного посыла занимает две-три операции. Во-первых, необходимо выявить элементы, в которых, возможно, вербализован основной смысл высказывания относительно интересующего объекта (в данном случае – государства). Во-вторых, необходимо привести «к общему знаменателю» все выявленные языковые элементы, проанализировать их (в первую очередь для этого необходим толковый словарь) и подобрать под них номинацию объекта, наиболее полно и точно отражающую все вербализованные смыслы. В-третьих, следует оценить взаимосвязь языковой части текста и возможно присутствующих в нем невербальных элементов, общий контекст, пара- и экстралингвистические факторы (при их наличии), а также их влияние на понимание сообщения, после чего при необходимости внести коррективы и прийти к конечному результату.

Ресурсы, вотчина, пренебрежительное *людишки*, которые несут *боярину меха*, как в XVI веке – это лексические единицы, которые, как мозаику, собирают картину феодального, средневекового государства и порождают к нему соответствующее отношение как к недоразвитому, устаревшему, антисоциальному образованию. Прямо это не написано, однако реципиент может чувствовать негативные коннотации общего контекста или отдельных слов. И чем слабее он их почувствует, тем эффективнее оказывается замаскирован манипулятивный посыл. Так устанавливается манипулятивный посыл сообщения (он же – основная концептуальная установка): «Россия – это феодальное государство».

Отметим, что точно задать концептуальную установку не всегда представляется возможным. В первую очередь из-за разного понимания вытекающих из выявленных элементов смыслов. По большому счету, единому пониманию сообщения (серии сообщений) мешает комплекс устоявшихся

²URL: <https://life.ru/p/841488>.

представлений, ассоциаций и вариантов восприятия языковых единиц, индивидуальный для каждого человека. Тем не менее дифференцированное понимание заложенного манипулятивного посыла аудиторией «выравнивается» с течением времени и возрастанием количества сообщений, «уточняющих» введенные ранее смыслы и привносящих новые.

Так, до начала специальной военной операции ВС РФ власти Украины обозначались в российских национально-ориентированных СМИ в сдержанных, нейтральных формулировках: *руководство Украины, офис президента Украины, украинский лидер* и т. п. Однако после февраля 2022 года в некоторых крупных информационных источниках при обозначении В. Зеленского внезапно пропало слово *президент*¹, а руководство Украины в риторике российских официальных лиц стало обозначаться как *киевский, антинародный и правящий на территории Украины режим*².

Слово *режим* в словаре Ожегова определяется как «государственный строй (обычно об антинародном, антидемократическом строе)»³. Как в русскоязычных, так и в иноязычных политических текстах оно выполняет пейоративную функцию и несет резко отрицательную окраску, ассоциируясь с такими правителями, как Гитлер, Муссолини и т. п., обычно имея свойства дисфемизма:

Мы страна без легитимной власти. Мы страна с режимом. Режим, узурпация власти. Политические заключенные. Ведется война на чужой территории⁴.

Несмотря на то, что режим может быть демократическим (политический режим, где источником власти является народ), гораздо чаще с этой лексемой употребляются прилагательные *авторитарный, диктаторский, монархический, олигархический* и др. Например, в западных СМИ понятием «режим» характеризуется государственный строй России (*путинский режим*), Сирии (*режим Асада*), Ливии (*режим Каддафи*), однако в них невозможно встретить словосочетания *режим Байдена, режим Макрона, режим Шольца*. С такими номинациями, как *режим*, действует правило повторения – чем больше они будут применяться в речевой практике, тем глубже «осядут» в сознании реципиентов.

Общепотребительной в отношении руководства Украины в российском информационном

пространстве стала и еще более радикальная номинация *хунта* – «военная реакционная террористическая группировка, захватившая власть и установившая террористическую диктатуру»⁵. Эта характеристика также привносит свои концептуальные векторы, которые дополняются такими лексическими единицами, как *боевики, каратели, террористы и нацисты*, употребляющимися в отношении представителей украинских вооруженных формирований.

Все эти словоупотребления создают для аудитории информационную картину, в которой Украина уже не может считаться полноценным государством, ей правят террористы, нацисты и хунта. Таким образом, только этими несколькими вербально выраженными «поправками», внесенными в российский политический дискурс, концептуальные установки коммуникаторов были скорректированы до метафорических моделей типа: «Украина – это недемократическое / неполноценное государство», «Украинское руководство – это хунта / антинародная власть» и др. Это говорит о резком изменении отношения российского руководства к украинским властям и подготовке общественного мнения к скорой военно-политической реорганизации территории Украины.

В украинском же информационном пространстве, как и в целом на Западе, преобладает образ Украины как жертвы: жертвы нападения, агрессии, оккупации, голода и т. д. Ярлык жертвы означает идеальную политическую и морально-нравственную позицию в глазах международного сообщества: сразу возникает право на самооборону, появляется повод обратиться за финансово-экономической, материальной и военной поддержкой, информационно нивелируются возможные издержки репрессивных политических мер внутри страны под предлогом введения военного положения и необходимости консолидации общества перед общей угрозой и т. п. Одновременно закрепляются в общественном сознании заблаговременно сформированные концептуальные установки, указывающие на уникальность украинской нации, ее идентичность как превосходство над русскими, историческое первенство (в том числе относительно России) и правопреемственность Древней Руси: «Украина – это не Россия / Антироссия / истинная Русь / наследница Киевской Руси» и др.⁶

Типичные проявления этих манипулятивных посылов встречались в украинском официальном

¹URL: <https://radiosputnik.ria.ru/20220730/evakuatsiya-1806153480.html>; <https://ria.ru/20220728/rus-1805515750.html>

²URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/67843>; <https://ria.ru/20220724/lavrov-1804653720.html>

³URL: <https://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=26862>

⁴URL: <http://www.echo.msk.ru/programs/personalno/1632160-echo/>

⁵URL: <https://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=34623>

⁶URL: <https://www.kp.ru/daily/26990.5/4050896/>; <https://russtrat.ru/reports/10-aprelya-2022-0010-9879>

политическом дискурсе задолго до начала проведения специальной военной операции:

Киевская Русь должна развалить Московию как тюрьму народов. Это является миссией Украины – сдержать нашествие агрессора на европейскую цивилизацию, демократические ценности¹.

Информационная политика, основанная на исторически, политически и философски ложных идеологических установках, может проводиться только в условиях тотального дезинформирования собственного населения, начиная с самых молодых поколений. Для эффективного манипулирования общественным мнением дезинформация «реализуется, как правило, через все виды средств массовой информации в течение длительного времени» [Война и мир в терминах и определениях, 2011, с. 93] и включает разные формы и приемы [Серов, 2019]. Поэтому фейки часто представляют собой не просто непроверенные сообщения, хаотично блуждающие в информационном пространстве, а спланированные информационные атаки, «основная цель которых – дестабилизировать социально-политическую обстановку противника»².

Сконструировать искомую информационную картину и (если уже) репрезентировать образ мишени воздействия коммуникатору позволяют не только вербальные, но и невербальные элементы сообщений. Соответственно, информационно-психологическое воздействие оказывается на массовую аудиторию комплексно: как в сугубо языковой плоскости, так и в аудиальной и визуальной. Это подразумевает наличие в сообщениях СМИ фото- и видеоматериалов, изображений, аудиоряда и других элементов, которые воздействуют на человека через разные органы чувств и совместно с текстовой частью взаимно дополняют друг друга. Особенно важна в поликодовых мультимодальных сообщениях визуальная оболочка, которая выступает в роли невербальной метафоры: она концептуализирует образы, порождает ассоциативные связи, формирует имплицитные смыслы.

Поликодовый мультимодальный (по другой терминологии – креолизованный) текст – «это особый феномен, в котором вербальный и невербальный компоненты образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функционирующее целое, что предполагает его комплексное прагматическое воздействие на адресата» [Ворошилова, 2013, с. 177]. Взаимодействие слова и изображения представляет

собой не сумму семиотических знаков, а образует систему смыслов, в которой значения составляющих элементов интегрируются и дополняют друг друга. Типичный пример креолизованного текста – демотиваторы и им подобные наглядные агитационные материалы плакатного характера (постеры, листовки, карикатуры и т. д.).

В приведенном на рисунке 1 агитплакате изображение играет ведущую роль и практически самостоятельно формирует ассоциативно-метафорические связи. Понять заложенные концептуальные установки аудитория в состоянии и без текста, хотя и не совсем точно. Обособленно от визуальной части сообщения слова *вот в чем разница* не имели бы смысла, однако они уточняют и финализируют заложенные в ней смыслы, противопоставляя воюющие стороны:

Союзные силы РФ, ЛНР и ДНР –
это защитник мирного населения

Мирное население –
это живой щит украинских войск

Украинские войска – это террористы.



Рис. 1. Пример агитплаката в интересах информационно-психологического воздействия

По большому счету, создание стереотипа через конструирование метафорических образов и ассоциативных связей обеспечивается вербальными и невербальными средствами в четырех дополняющих друг друга формах информационно-психологического воздействия: информировании как передаче реципиенту новых сведений об уже известных ему или неизвестных до этого элементах действительности [Леонтьев, 2008], убеждении как изменении способа «вхождения элементов поля значений в деятельность реципиента» [там же, с. 86], манипулировании как «скрытого влияния на когнитивную и поведенческую деятельность адресата» [Копнина, 2023, с. 25] и дезинформации. Все

¹URL: <https://lenta.ru/news/2019/08/26/gopko/>

²URL: <http://redstar.ru/ne-doverayaj-a-proveryaj/>

перечисленные формы содержат широкий инструментарий вербальных приемов, реализующихся в рамках различных речевых стратегий и тактик.

Отдельного внимания заслуживает феномен замалчивания информации. Несмотря на то что формально замалчивание не подразумевает использование языковых средств и может быть отнесено к невербальному (а если шире – неосознаемому) воздействию, оно тем не менее в ряде случаев идентифицируется за счет вербально выраженных маркеров в речи коммуникатора. В частности, в условиях, когда в комментариях по какой-либо теме остро нуждается общественность, высказывания официальных лиц могут стать неудачной попыткой минимально уделить ей внимание или не нагнетать и без того высокую напряженность. В силу человеческого фактора, а в некоторых случаях – намеренно – иногда это делается так, чтобы наоборот повысить градус общественного обсуждения. Так, невольная анафора и неуклюжее отрицание в высказывании официального представителя МИД Тайваня относительно возможного визита Н. Пелоси, спикера Палаты представителей США, на остров в августе 2022 года позволяют говорить о том, что он «замалчивает» что-то, а это – явный признак сокрытия значимой информации и, возможно, каких-то интенций:

Мы не дадим никаких комментариев по поводу сообщений о плане поездки Пелоси, мы не дадим никакой дополнительной информации для СМИ¹.

Мы не дадим – это значит: «У нас есть какая-то информация, но мы ее не дадим». Как оказалось впоследствии, Пелоси действительно посетила Тайбэй.

Чтобы «замолчать» невыгодную и неудобную информацию для мировой аудитории, Генеральный секретарь ООН (!) в своих выступлениях сознательно не упоминает виновника в обстрелах Запорожской АЭС, называния ответственной стороны нет даже в вопросе журналиста:

Question: The nuclear plant in Ukraine is under military attack, what are the actions to be taken by the UN and the IAEA on that aggression?

Answer: Well, we fully support the IAEA in all their efforts in relation to creating the conditions of stabilization of that plant. Any attack to a nuclear plant is suicidal thing and I hope that those attacks will end and at the same time I hope that the IAEA will

be able to have access to the plant and to exercise its mandated competencies².

Вопрос: Атомная станция в Украине подвергается военному нападению, какие действия должны предпринять ООН и МАГАТЭ в связи с этой агрессией?

Ответ: Да, мы полностью поддерживаем МАГАТЭ во всех их усилиях по созданию условий для стабилизации этой станции. Любая атака на атомную станцию – это самоубийство, и я надеюсь, что эти атаки прекратятся, и в то же время я надеюсь, что МАГАТЭ сможет получить доступ к станции и выполнить свои полномочия, предусмотренные мандатом.

Остается только догадываться, кто является виновной стороной. Но, учитывая, что двумя днями ранее А. Гуттериш дважды (!) заявил о «вторжении»³ России на Украину, аудитории уже был дан конкретный ориентир.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, технология информационно-психологического воздействия может быть представлена в виде цепочки, первым звеном которой является создание концептуальной связи «X – это Y» через эксплицитное или имплицитное *называние* мишени с помощью вербальных и невербальных элементов, несущих стилистические коннотации и порождающих в сознании реципиента соответствующие ассоциативно-метафорические реакции (необходимо учитывать все варианты выражения информации: пропозиции, следствия, пресуппозиции и др.). Вторым звеном выступает укрепление этой связи через протяженные во времени, многочисленные и вариативные повторения семантически гомогенных манипулятивных посылов. Наконец, третьим звеном является закрепление в индивидуальном и массовом сознании устойчивых, стереотипизированных концептуальных установок, которые всегда *относительны* и определяются в сообщении *относительно* выбранной мишени информационного воздействия или интересующего объекта внеязыковой действительности.

Теоретико-прикладной инструментарий информационного и психологического воздействия сегодня всё еще находится в процессе осмысления широкой общественностью и нуждается

¹МИД Тайваня не решился комментировать сообщения о визите Пелоси // Федеральное агентство новостей.

URL: https://riafan.ru/23567588-mid_taiwanya_ne_reshtsya_kommentirovat_soboscheniya_o_vizite_pelosi

²URL: <https://www.un.org/sg/en/content/sg/press-encounter/2022-08-08/secretary-generals-remarks-the-press-japan-national-press-club>

³URL: <https://www.un.org/sg/en/content/sg/statement/2022-08-06/secretary-generals-remarks-the-anniversary-of-the-atomic-bombing-of-hiroshima>; <https://www.un.org/sg/en/content/sg/speeches/2022-08-06/secretary-generals-opening-remarks-press-encounter-hiroshima-japan>

в системном обосновании и детальном описании. Главным образом это касается стереотипных способов задеирования определенных языковых средств в массовой коммуникации, однако немаловажную часть составляет и экстралингвистическое сопровождение сообщения: его аудиовизуальная оболочка и другие особенности коммуникации. Клишированный, повторяющийся и методически организованный характер использования

вербальных и невербальных средств в сообщениях СМИ и речевых произведениях публичного общения образует универсальную матрицу информационно-психологического воздействия, которая представляет собой целостную систему опосредованного коммуникативного влияния на аудиторию с целью конструирования автономной гиперреальности и достижения устойчивого манипулятивного эффекта.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Сковородников А. П., Копнина Г. А. Лингвистика информационно-психологической войны: к обоснованию и определению понятия // Политическая лингвистика. 2016. № 1 (55). С. 42–50. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет.
2. Cluzel du F. Cognitive Warfare // Innovation Hub. June–November 2020. P. 1–45. URL: https://www.innovationhub-act.org/sites/default/files/2021-01/20210122_CW%20Final.pdf
3. Чудинов А. П. Политическая лингвистика: учеб. пособие. 4-е изд. М.: Флинта: Наука, 2012.
4. Михалева О. Л. Политический дискурс как сфера реализации манипулятивного воздействия: дис. ... канд. филол. наук. Иркутск, 2004.
5. Байгарина Г. П. Оценочность как универсалия публицистического текста // Проблемы и перспективы. Аспекты изучения в целях преподавания русского языка как национального: материалы III Международной научно-методической конференции. М.: МГЛУ, 2004. С. 17–19.
6. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000): монография. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2001.
7. Зарипов Р. И. Метафорическое моделирование образа России в современном французском политическом дискурсе: монография. М.: Р. Валент, 2016.
8. Баранов А. Н. Лингвистическая экспертиза текста: теоретические основания и практика: учеб. пособие. 5-е изд. М.: ФЛИНТА: Наука, 2013.
9. Война и мир в терминах и определениях. Военно-политический словарь / под общ. ред. Д. О. Рогозина. М.: Вече, 2011.
10. Серов А. Дезинформация как инструмент внешней политики ряда зарубежных стран // Зарубежное военное обозрение. 2019. № 8 (869). С. 14–20.
11. Ворошилова М. Б. Креолизованный текст: принцип целостности или принцип заменяемости // Политическая лингвистика. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2013. № 4 (46). С. 177–183.
12. Леонтьев А. А. Прикладная психолингвистика речевого общения и массовой коммуникации / под ред. А. С. Маркосян, Д. А. Леонтьева, Ю. А. Сорокина. М.: Смысл, 2008.
13. Копнина Г. А. Речевое манипулирование: учеб. пособие. 9-е изд., стереотип. М.: ФЛИНТА, 2023.

REFERENCES

1. Skovorodnikov, A. P., Koptina, G. A. (2016). Linguistics of information and psychological warfare: to the substantiation and definition of the concept. *Politicheskaya lingvistika*, 1(55), 42–50. Ekaterinburg: Uralskiy gosudarstvennyi pedagogicheskiy universitet. (In Russ).
2. Cluzel du, F. (June–November, 2020). Cognitive Warfare. Innovation Hub. https://www.innovationhub-act.org/sites/default/files/2021-01/20210122_CW%20Final.pdf
3. Chudinov, A. P. (2012). *Politicheskaya lingvistika = Political Linguistics: a textbook*. 4th ed. Moscow: Flinta: Nauka. (In Russ).
4. Mihaleva, O. L. (2004). *Politicheskij diskurs kak sfera realizacii manipulyativnogo vozdejstviya = Political discourse as a sphere of implementation of manipulative influence: PhD in Philology*. Irkutsk. (In Russ.)
5. Bajgarina, G. P. (2004). *Ocenochnost' kak universalija publicisticheskogo teksta = Evaluativeness as a universal feature of journalistic text. Problemy i perspektivy. Aspekty izucheniya v celyax prepodavaniya russkogo*

- yazy`ka kak nacional`nogo: Materialy` III Mezhdunarodnoj nauchno-metodicheskoy konferencii (pp. 17–19). Moscow: Moscow University Press. (In Russ.)
6. Chudinov, A. P. (2001). Rossiya v metaforicheskom zerkale: kognitivnoe issledovanie politicheskoy metafory` (1991–2000) = Russia in a Metaphorical Mirror: A Cognitive Study of Political Metaphor (1991–2000): monograph. Ekaterinburg: Uralskiy gosudarstvennyi pedagogicheskiy universitet. (In Russ.)
 7. Zaripov, R. I. (2016). Metaforicheskoe modelirovanie obraza Rossii v sovremennom francuzskom politicheskom diskurse = Russia's image metaphorical modeling in French political discourse: monograph. Moscow: R. Valent. (In Russ.)
 8. Baranov, A. N. (2013). Lingvisticheskaya e`kspertiza teksta: teoreticheskie osnovaniya i praktika = Linguistic expertise of the text: theoretical foundations and practice: a textbook. 5th ed. Moscow: FLINTA: Nauka. (In Russ.)
 9. Rogozin, D. O. (2011). (Ed.). Vojna i mir v terminax i opredeleniyax = War and peace in terms and definitions. Military-political dictionary. Moscow: Veche. (In Russ.)
 10. Serov, A. (2019). Dezinformaciya kak instrument vneshnej politiki ryada zarubezhny`x stran = Disinformation as a tool of foreign policy of a number of foreign countries. Zarubezhnoe voennoe obozrenie, 8(869), 14–20. (In Russ.)
 11. Voroshilova, M. B. (2013). Kreolizovannyj tekst: princip celostnosti ili princip zamenyaemosti = Creolized text: principle of integrity or principle of replaceability. Politicheskaya lingvistika, 4(46), 177–183. Ekaterinburg: Uralskiy gosudarstvennyi pedagogicheskiy universitet. (In Russ.)
 12. Leont'ev, A. A. (2008). Prikladnaya psikholingvistika rechevogo obshcheniya i massovoi kommunikatsii = Applied psycholinguistics of speech communication and mass communication, ed. by A. S. Markosyan, D. A. Leont'ev, Yu. A. Sorokin. Moscow: Smysl. (In Russ.)
 13. Kopnina, G. A. (2023). Rechevoe manipulirovanie = Speech manipulation: a textbook. 9th ed. Moscow: FLINTA. (In Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Зарипов Руслан Ирикович

кандидат филологических наук

докторант Военного университета им. князя Александра Невского

Министерства обороны Российской Федерации

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Zaripov Ruslan Irikovich

PhD (Philology)

Doctoral Candidate, Prince Alexander Nevsky Military University

of the Ministry of Defense of the Russian Federation

Статья поступила в редакцию
одобрена после рецензирования
принята к публикации

25.11.2022
26.12.2022
27.01.2023

The article was submitted
approved after reviewing
accepted for publication