

УДК 413 : 002.6 : 32
DOI: 10.17223/19986645/67/5

С.Л. Кушнерук

ИДЕОЛОГИЧЕСКОЕ МИРОМОДЕЛИРОВАНИЕ В АМЕРИКАНСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Анализируется специфика идеологического миромоделирования в американском медиадискурсе. Дается характеристика дискурсивному миру как концептуально-сложной репрезентационной структуре, которая формирует представления об идеологическом противостоянии России и Запада в условиях информационно-психологической войны. Устанавливается ключевая новоидеологема первой четверти XXI в. «Россия – противник Запада». Выявляются когнитивный, аксиологический, прагматический, дискурсивный аспекты её реализации.

Ключевые слова: миромоделирование, дискурсивный мир, репрезентационная структура, идеологема, информационно-психологическая война, медиадискурс, массовая коммуникация, американские СМИ, язык СМИ.

Постановка проблемы

На фоне усложнения внешнеполитических взаимоотношений России и Запада в первой четверти XXI в. своевременно изучение репрезентации действительности в массовой коммуникации. Формируется потребность в знании лингвоидеологических механизмов создания концептуально-информационных моделей реальности в СМИ. Необходимость выработки лингвистических основ противодействия угрозе развязывания противоборства в информационной сфере усиливает значимость исследования особенностей идеологического миромоделирования в американских медиа, которые определяют общественно-политическую ситуацию в США и в глобальных масштабах. Неверно воспринимать журналистов как агентов, «прокачивающих» идеологические установки и «вживляющих» в сознание аудитории нужные мысли, однако во все времена они остаются оформителями и организаторами мировидения, а идеологическая ангажированность в разной степени присутствует в освещении политических событий [1. С. 76–77; 2].

США являются одним из крупнейших геополитических игроков, чьи интересы простираются по всему земному шару. В последнее время противостояние между США и Россией заметно усилилось, что находит регулярное отражение в СМИ, представляющих собой форму «медиатизированной власти» (Т. ван Дейк), реализация которой проявляется в репрезентации внешнеполитических отношений двух держав. Это, прежде всего, выражается на вербально-семиотическом уровне: выбор языковых средств предопределяется существующими политическими и идеологическими ориентирами, поскольку любой журналист, как отмечают представители профессии, «пронизан» пониманием национального интереса [3]. Наиболее

ярко феномен можно проиллюстрировать в сопоставлении, когда одно и то же событие получает противоположную оценку в американских и отечественных СМИ. Приведём примеры.

В широко распространённой американской ежедневной газете «The Washington Post» тиражируются негативные смыслы, сгущающие краски относительно действий России как политического и идеологического оппонента Запада. События «Крымской весны» 2014 г. описываются как *захват (the seizure of Crimea)*, *аннексия (annexation of Ukraine's Crimea region)*, *вторжение (the Russian invasion of Crimea)*, *военное вторжение России в Украину (Russian military incursion into Ukraine)* и др. Ср.: *The Baltic countries, as with NATO as a whole, have learned their lessons since 2014, when Russia shocked the world with its lightning-fast annexation of Ukraine's Crimean Peninsula using «little green men», troops in uniforms without insignia.* (The Washington Post, 10.09.2017). – *Страны Балтии, как и НАТО в целом, извлекли свои уроки из 2014 года, когда Россия потрясла мир своей молниеносной аннексией Крымского полуострова Украины с помощью «маленьких зелёных человечков» – военнослужащих в форме без знаков отличия.* В одной из ведущих российских общественно-политических газет это же событие рассматривается как *принятие, вхождение, воссоединение* полуострова с Россией. Ср.: *В апреле 2014 года российскую делегацию лишили права голоса в ПАСЕ из-за событий на Украине и воссоединения с Крымом* (Известия, 24.01.2019).

Очевидно, что в лингвоидеологическом плане прогнозируются противоположные интерпретации относительно того, кто несёт ответственность за происшедшее. Это подчёркивает актуальность изучения специфики идеологического миромоделирования в иноязычном медиадискурсе. Цель настоящего исследования – охарактеризовать дискурсивный мир как репрезентационную структуру, формирующую представления об информационно-психологическом противоборстве внешнеполитических оппонентов в американском медиадискурсе, выявить и проанализировать её ключевую идеологию.

Методология и базовые термины исследования

Настоящее исследование развивает **теорию когнитивно-дискурсивного миромоделирования** [4]. Это автономное направление лингвистической дискурсологии, которое объединяет под теоретико-методологическим «зонтиком» достижения зарубежной и отечественной лингвистики для изучения ментально-языковых феноменов в дискурсе и их роли в моделировании социального взаимодействия. Круг основных концепций, давших импульс развитию когнитивно-дискурсивного миромоделирования, формируют теория текстовых миров [5–8], теория ментальных пространств [9], когнитивная грамматика [10], фреймовая семантика [11], теория категоризации [12], социокогнитивная теория дискурса [1, 13], а также достижения российских учёных в области когнитивной лингвистики

[14–16], социальной философии [17], психолингвистики [18], лингвистики текста [19], теории дискурсивных картин мира [20, 21].

Отталкиваясь от положения о том, что социальная действительность существует в сознании людей в виде когнитивных моделей, а в медиадискурсе она оязыковлена совокупностью текстов, мы определяем **миромоделирование** как структурирование информации о действительности, производимой и воспроизводимой в дискурсе, которое приводит к образованию репрезентационных структур. В широком смысле **репрезентационные структуры** – это объективируемые в дискурсе ментальные конструкторы разной степени концептуальной сложности, которые соотносятся с процессами и результатами представления мира и/или его фрагментов в целях коммуникации. Их основная функция – ориентировать адресата и формировать общественное мнение в соответствии с потребностями коллективов или определённых социальных групп.

Репрезентационные структуры в американских СМИ создают медиареальность в интересах политических кругов. Имея самую разную направленность (консервативную, либеральную или иную), которая в широком смысле определяется общественно-политической системой США, СМИ обслуживают властные элиты подобно тому, как в любой стране государственные органы обслуживают и поддерживают правящую бюрократию [3].

Рассматривая американский медийный дискурс с точки зрения современной коммуникативистики, правомерно говорить о его неоднородности как с точки зрения типологии, так и с позиции выражаемых мнений в системе разноразмерных средств (национальных, региональных, местных). Конечно, властные структуры не обладают рычагами прямого воздействия на журналистов, и каждое издание имеет свои политические предпочтения и взгляды, а также финансовую зависимость от владельцев медиа бизнеса. В этом контексте закономерно встаёт вопрос о том, как сами журналисты воспроизводят или противостоят существующей идеологии в случае несогласия.

В настоящей работе этот сложный и неоднозначный аспект медиакоммуникации получает трактовку с опорой на **дискурс-аналитический подход** Т. ван Дейка. Рассматривая процессы репрезентации реальности на знаково-символическом уровне в новостях, учёный доказывает, что даже если журналисты не разделяют идеологии элит, фундаментальные «властные установки редко эксплицитно оспариваются в доминирующих СМИ», а «спектр споров и критики часто бывает специально организован и контролируем» [1. С. 77–78]. Важной для нашего исследования также является идея Т. ван Дейка о **власти дискурса**, разделяя которую, мы полагаем, что обладать медиадискурсом – значит обладать властью. Понятие власти трактуется как «контроль над публичным дискурсом во всех его семиотических измерениях» [Там же. С. 32].

Власть даёт возможность медиапрофессионалам не просто определять ситуацию в обществе, но при необходимости трансформировать информационную реальность так, чтобы это привело к формированию устойчивых взглядов как на внутренние проблемы, так и на внешнеполитические взаи-

моотношения, представленные под определённым углом зрения. Идеология, оправдывающая действия тех или иных социальных групп, является главным компонентом власти [1. С. 54]. В этом плане роль агентов медиадискурса нельзя недооценивать. Она заключается в конструировании оценочных «матриц» действительности, формирующих особую картину реальности в медиадискурсе, которую мы называем дискурсивным миром.

Дискурсивный мир – это многокомпонентная репрезентационная структура концептуально-сложного типа, когнитивное содержание которой объективируется в интегративной совокупности текстов, объединённых в тематическом, коммуникативном и/или функционально-целевом отношении. В современных американских СМИ оязыковлён дискурсивный мир информационно-психологической войны, который характеризуется нами как репрезентационная структура, создаваемая журналистами в медиатекстах, объединённых тематикой противоборства, и интерпретируемая читателями под воздействием совокупности контекстуальных факторов, имеющих социальный, культурный, политический, психологический и идеологический характер (ср. [22, 23]).

Учитывая контекст усугубления внешнеполитических отношений между США и Россией в последние годы, спецификой **идеологического миромоделирования** в американских медиа считаем такое структурирование информации об избранных для освещения фрагментах действительности, в результате которого на массовую аудиторию транслируются представления о России как относительно нейтральные (*democracy, president*), так и негативно маркированные (*russophobia*).

Понятие **идеологии** является одним из наиболее неоднозначно интерпретируемых в гуманитарных науках. В современной лингвистике выделяются широкое и узкое понимание идеологии. В первом случае *идеология* используется для обозначения совокупности «идей, мифов, преданий, политических лозунгов, программных документов партий, философских концепций. <...> Идеология исходит из определённым образом познанной или «сконструированной» реальности, ориентирована на человеческие практические интересы и имеет целью манипулирование и управление людьми путём воздействия на их сознание» [24. С. 302]. В узком смысле идеология рассматривается как система политических взглядов и идей, связанных с вопросами захвата, удержания и использования политической власти субъектами политики [25. С. 121–122].

Общие характеристики идеологии систематизирует Г.Г. Слышкин: а) идеология – совокупность ценностных ориентаций, образующих системное целое; б) идеология ставит своей целью удовлетворение интересов определённых социальных групп; в) идеология ориентирует своего носителя на определённые действия, которые направлены на изменение представлений о фрагменте действительности или существующего порядка вещей; г) идеологические ценности внедряются в сознание широкого круга людей целенаправленно; д) идеологические ценности реализуются в виде совокупностей идеологизированных текстов [26. С. 86–87].

В теории массовых коммуникаций аспект идеологического воздействия СМИ представлен многообразием подходов. Среди них назовём лишь некоторые: концепции сильного и минимального воздействия, незаметных долгосрочных эффектов массовых коммуникаций [27. С. 20], модель пропагандистской коммуникации [28], теория эффектов массмедиа [29]. Общим местом для них является признание того, что СМИ служат «поставщиками» коллективного знания, никогда не остаются индифферентными по отношению к тому, что продуцируют, поскольку стоят на страже общественного благосостояния [30. С. 17]. Учитывая сказанное, **идеологическое миромоделирование** в медиадискурсе мы рассматриваем в аспекте сознательных действий журналистов по формированию отношения читателей к общественно-политическим, экономическим, культурным, межнациональным и иным явлениям. Воспроизведение избранных смыслов постепенно приводит к тому, что мир начинает оцениваться сквозь умело заданную журналистами идеологическую призму. Речь идёт не о безволии читательской аудитории, а о силе печатного слова, магия которого обеспечивает доверие массового адресата к моделируемой картине мира [2].

На уровне создания причинно-следственных взаимосвязей идеологическое миромоделирование существенно отличается в американских и отечественных СМИ. Так, при чтении российских газет складывается понимание того, что в настоящее время причиной сложных отношений между Россией и Западом является политика русофобии. Ср.: Глава МИД РФ Сергей Лавров в интервью телеканалу ВВС заявил, что **отношения России и Запада хуже, чем были во времена «холодной войны». По его мнению, в те годы существовали каналы коммуникации и отсутствовала одержимость русофобией, которая сейчас похожа на «геноцид через санкции»** (Комсомольская правда. 16.04.2018). Американская пресса прививает своим читателям иную позицию, усматривая первопричину того же положения дел в аннексии Крыма. Ср.: *Relations between Moscow and Washington have soured since Russia's annexation of Crimea and accusations Russia interfered with US elections* (Deutsche Welle. 31.12.2018). – **Отношения между Москвой и Вашингтоном испортились после аннексии Россией Крыма и обвинений во вмешательстве России в выборы США.** Результатом регулярного распространения и акцентуации средствами массовой информации представлений о России, обладающих негативной оценочностью, является создание такого дискурсивного мира, в котором кристаллизуются наиболее значимые **идеологемы**.

Первоначально термин использовал М.М. Бахтин для обозначения способов репрезентации идеологии [31]. В 90-е гг. XX в. в русистике разрабатывается теория идеологем (И.Т. Вепрева, Г.Ч. Гусейнов, Е.А. Земская, Н.И. Клушина, Н.А. Купина, Е.Г. Малышева, А.А. Мирошниченко, Е.А. Нахимова, А.П. Чудинов). В общем виде идеологема представляет собой «мировоззренческую установку (предписание), облечённую в языковую форму» [32. С. 43].

В эпоху перестройки формируется **лексикологический подход**, согласно которому идеологема рассматривается как сущностная черта тоталитарно-

го (моноидеологического) дискурса [32–34]. Базовые идеологемы советского периода содержат идеологически важные признаки рассматриваемого времени, из которых формируется идеологический денотат (*диктатура пролетариата, светлое будущее, ленинизм, вождь, партия*) [25. С. 124]. Как лексемы, маркирующие политическую коммуникацию, в советское время активны идеологемы *буржуазия, пролетариат, коммунизм, свобода, социализм* [35. С. 93]. Исследованы идеологемы *террор* [36], *патриот* [37], а также идеологемы-имена собственные [38–40].

На постсоветском пространстве засвидетельствованы социальные идеологемы *человеческий фактор, общечеловеческие ценности, стратегия укоренения, новое мышление, стабилизация экономики, оптимизация бюджета, правовое государство* [35. С. 93], а также личные – *архитектор перестройки* (о Горбачёве), *царь Борис* (о Ельцине) [41]. В постперестроечное время идеологемы перестают ограничивать советизмами, признавая их существование в демократических (полиидеологических) дискурсах, что даёт основание для расширения трактовок.

Когнитивный подход рассматривает идеологему как «многоуровневый концепт», в структуре которого присутствуют идеологически маркированные концептуальные признаки, заключающие представление людей о власти, государстве, обществе и политике. Идеологемы разграничиваются: в связи с характером концептуализируемой информации (идеологемы-понятия, идеологемы-фреймы, идеологемы-гештальты, идеологемы-архетипы); с точки зрения сферы употребления и понимания носителями языка (идеологемы общеупотребительные и ограниченного употребления), с учётом прагматического компонента (идеологемы с положительным, отрицательным и смешанным аксиологическим модусом), в связи с актуальностью идеологемы (идеологемы-историзмы, новоидеологемы, реактуализированные идеологемы, универсальные идеологемы) [42. С. 37].

Когнитивный характер идеологем отмечает Е.А. Нахимова, указывая на то, что они формируют концептуальные схемы и категории, а их смысловое содержание может по-разному восприниматься адресатами [40. С. 154]. Ментально-стилистическую природу идеологемы подчёркивает Н.И. Клушина: «Идеологема – это сложный когнитивно-стилистический феномен, с помощью которого формируется массовое, коллективное и индивидуальное сознание конкретного социума» [43. С. 57].

Поскольку идеологемы отражают устойчивые отношения, которые возникают между языком и мышлением в результате моделирования действительности в СМИ, мы также рассматриваем идеологему как когнитивную единицу, индикатором которой могут выступать разные элементы языка – лексемы, словесные формулы (словосочетания и предложения), а также тексты и текстовые совокупности, объединённые в тематическом и коммуникативном отношении. Идеологема может актуализироваться идеологизированной лексикой (с денотативным или коннотативным компонентом значения, указывающим на то, что слово связано с системой понятий, отражающих интересы определённых социальных групп), а также значения-

ми неидеологических слов (не нагруженных политическими смыслами). Справедливо утверждение Н.И. Клушиной о том, что идеологемы можно считать универсалиями политического и медийного дискурсов как дискурсов тенденциозных и мировоззренчески ориентирующих [43. С. 54].

По нашим наблюдениям, в медиадискурсе через контексты употребления часто вводятся идеологические приращения, или «добавки», переводящие нейтральные слова и словосочетания в класс идеологически маркированных, а идеологизированную лексику в разряд идеологически акцентированной (усиленной). Так, в настоящее время в американских СМИ большое распространение имеет словосочетание *Russian propaganda* (334 контекста за период 01.01.2018–01.01.2019 по данным корпуса «News on the Web»). Ср.: *The State Department came under criticism earlier this year when news reports highlighted its failure to spend \$120 million that had been allocated to push back on Russian propaganda abroad* (<https://www.nbcnews.com/> 15.04.2018). – *Госдеп подвергся критике в начале этого года, когда в новостях сообщили том, что он не потратил 120 миллионов долларов, выделенных на противодействие российской пропаганде за рубежом.*

Propaganda – «*information, often inaccurate information, which a political organization publishes or broadcasts in order to influence people*» [44]. Сигнификативный компонент значения слова включает представления об информации, зачастую неточной, которую политическая организация публикует или транслирует с целью воздействия на людей. Лексема становится идеологически акцентированной в сочетании с *Russian*. Имплементация идеологического смысла выражается в том, что читательской аудитории навязывается идея о России как угрозе западной цивилизации. Этот смысловой «квант» является частным случаем, отражающим общую тенденцию идеологического миромоделирования в американских СМИ, специфика которого проявляется в репрезентации противостояния России и Запада в условиях информационно-психологической войны. В результате в дискурсивном мире информационно-психологической войны на регулярной основе формализуется новоидеологема первой четверти XXI в. «Россия – противник Запада».

Материал и методы исследования

Для характеристики дискурсивного мира информационно-психологической войны как репрезентационной структуры и выявления в ней ключевой идеологемы, формирующей представления о противоборстве внешнеполитических оппонентов в американском медиадискурсе, к исследованию привлекались ресурсы корпуса «News on the Web» (<https://www.english-corpora.org/now/>), который содержит 7,8 миллиарда слов из веб-газет и журналов с 2010 г. по настоящее время и пополняется на 140–160 миллионов слов каждый месяц. Представленный материал служит репрезентативной выборкой, отражающей динамику освещения проблем информационной войны в период 2010–2018 гг. (рис. 1). Данные

о частотности словосочетаний *information war* и *information warfare* (FREQ) свидетельствуют о значительном усилении информационно-психологического противостояния в мире в последние пять лет (каждый год условно разделён на две части, например 2018-1 и 2018-2), что представляет серьёзную угрозу мирному сосуществованию и цивилизационному жизнеустройству людей.

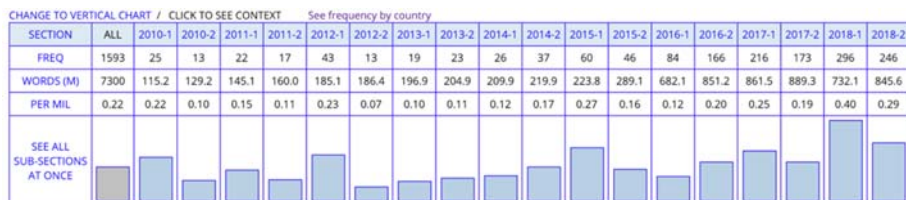


Рис. 1. Динамика освещения информационной войны

В рамках проводимого исследования были отобраны и проанализированы контексты из американских новостных, информационных и аналитических изданий, имеющих собственные веб-узлы или онлайн-версии. Крупнейшие из них: *The New York Times*, *The Washington Post*, *The Irish Times*, *War on the Rocks*, *WTOP*, *Mother Jones*, *The Atlantic*. *The New York Times* и *The Washington Post* относятся к числу влиятельнейших ежедневных газет США, представляющих качественную информацию по вопросам национальной и международной политики. Отличительным признаком второй является освещение политических событий в деятельности американского правительства. Использовались контексты из европейских качественных газет, штатные корреспонденты которых работают в США (*The Irish Times*), а также интернет-изданий, публикующих аналитические материалы и комментарии, касающиеся внешней политики и безопасности США (*War on the Rocks*). Рассматривались новости регионального ресурса *WTOP*, репортёры которого преимущественно освещают события, происходящие в столице США. В выборку вошли журналы: *Mother Jones* – журнал либеральной направленности о политике, экологии, правах человека и культуре, а также *The Atlantic* – национальный американский журнал, уделяющий внимание иностранным делам, политике, экономике, культурным тенденциям, направленный на аудиторию серьёзных американцев и «лидеров мнений».

На основе указанного материала создан виртуальный корпус (INFORMATION WAR* USA), включающий 21 текст, 50 473 слова (рис. 2).



Рис. 2. Виртуальный корпус

Для ответа на вопрос, в каких языковых феноменах реализуется идеологема «Россия – противник Запада», контексты, вошедшие в созданный виртуальный корпус, были исследованы методом лингвоидеологического анализа, под которым понимается анализ устойчивых отношений, возникающих между языковыми и когнитивными структурами в процессе моделирования мира в американском медиадискурсе. Для выявления ценностно-языковых характеристик идеологемы исследовалась семантика ключевых слов (*information war* и *information warfare*) и устанавливались особенности их синтагматических отношений (357 контекстов) с лексемами *Russia / Russian* (278 контекстов), *Kremlin* (28 контекстов), *Moscow* (20 контекстов), *Putin* (31 контекст) в речевой ткани американского медиадискурса. Для установления ключевых сем в значении лексем как индикаторов реализации идеологемы в ходе исследования применялся компонентный анализ.

Результаты исследования

Идеологизированность американских медиа проявляется в том, что положительная самопрезентация в нём сочетается с отрицательной репрезентацией России по принципу поляризации «свой – чужой». Создание идеологем для убедительного представления своей (американской) позиции на фоне сложных внешнеполитических взаимоотношений имеет обоснования, которые предопределяются событийным контекстом. К числу ключевых экстралингвистических факторов, способствующих этому, в последние годы можно отнести: 1) политическое противостояние после референдума в Крыму в 2014 г.; 2) усиление политической напряжённости между двумя странами в связи с выборами президента США в 2016 г.; 3) экономическое противостояние, вызванное введением санкций со стороны Евросоюза и США; 4) разногласия по вопросам международной политики в Сирии и Венесуэле.

Новый виток «холодного» противостояния предопределяет специфику миромоделирования в американских СМИ. Реальность, объективируемую в американском медиадискурсе совокупностью текстов СМИ, которые объединены тематикой противоборства, борьбы, вражды, подчинённую целям политики США, мы называем **дискурсивным миром информационно-психологической войны** (далее – ИПВ). Усилиями американских журналистов в нём формируется враждебное отношение к России за счёт акцентуации отрицательных сторон политических инициатив, предпринимаемых ею по самому широкому кругу вопросов. Идеологическое миромоделирование в американском медиадискурсе регулярно реализуется на уровне общей стратегии негативной репрезентации России как сильного и самостоятельного оппонента, а также на частных дискурсивных уровнях. В пространстве дискурсивного мира, создаваемого американскими СМИ, регулярно профилируется идеологема «Россия – противник Запада». Она выходит за пределы простого ментального образа. Вскрыть её наиболее существенные признаки можно лишь в совокупности взаимосвязей, уста-

навливаемых в рамках концептуально-сложной структуры взаимодействия лексических, синтаксических, риторических и экспрессивных средств, которые преимущественно реализуются на уровне содержания медиатекстов. Выделим аспекты названной идеологемы.

Актор ИПВ. Согласно американским публикациям исследуемого временного периода Россия представлена главным инициатором и действующим лицом ИПВ. Свидетельством являются многочисленные контексты, в которых распознаваемые характеристики информационной войны описываются соответствующими действиями актора. Это часто выражается глагольными лексемами: *to wage* (вести), *to prosecute* (вести, проводить), *to propagate messages* (распространять сообщения), *to mix truth with lies and misinterpretations* (смешивать ложь с неверными интерпретациями), *to retaliate* (мстить, применять репрессии), *to break into* (вторгаться), *to hack into* (взламывать), *to manipulate* (манипулировать), *to innovate cyberwarfare* (применять новые технические решения), *to develop forces and resources for information warfare* (развивать силы и ресурсы для ведения информационной войны), *to revolutionize information warfare* (революционизировать информационную войну). Приведём один из примеров.

Через несколько месяцев после событий Крымской весны 2014 года выходит статья под заголовком «*Russia and the Menace of Unreality. How Vladimir Putin is revolutionizing information warfare*». (<https://www.theatlantic.com>. 09.09.2014). – *Россия и угроза нереальности. Как Владимир Путин революционизирует информационную войну*. В сильной позиции текста выражена мысль о том, что российский президент вводит значимые изменения в характер информационной войны. Глагол *to revolutionize*, содержащий семы «радикальное изменение», «коренное изменение», усиливает идеологическое воздействие, акцентирует внимание на переломном моменте, который обычно ассоциируется с революционными событиями. Далее в статье подчёркивается, что Россия удивляет военной мощью и поражает умением молниеносного ведения информационной войны. Ср.: *At the NATO summit in Wales last week, General Philip Breedlove, the military alliance's top commander, made a bold declaration. Russia, he said, is waging «the most amazing information warfare blitzkrieg we have ever seen in the history of information warfare»* (<https://www.theatlantic.com/> 09.09.2014). – *На саммите НАТО в Уэльсе на прошлой неделе генерал Филип Бридлав, верховный главнокомандующий военным альянсом, сделал смелое заявление. По его словам, Россия ведёт «самую удивительную информационную войну на уровне блицкрига, которую мы когда-либо видели в истории»*.

Идеологема в аспекте актора ИПВ реализуется не просто как фокусирование на том, что Россия ведёт «новую» информационную войну против Запада, но нередко сопровождается апелляцией к релевантному мнению или идеологии. Ср.: «*Officials in Germany and at NATO headquarters in Brussels view the Lisa case, as it is now known, as an early strike in a new information war Russia is waging against the West*» (The New York Times,

13.09.2017). – *Официальные лица в Германии и штаб-квартире НАТО в Брюсселе рассматривают дело Лизы, как теперь известно, как ранний удар в новой информационной войне, которую Россия ведёт против Запада.* Аргументация к позиции официальных лиц Германии и НАТО играет важную роль в репрезентации сложной политической ситуации 2016 г. – нашумевшего «дела Лизы», ставшего катализатором европейской дипломатической напряжённости.

Во многих случаях нагнетаемая «русофобия» выступает оружием в американской внутривнутриполитической борьбе. Очевидно, что тема информационной войны России не теряет актуальности после выборов президента США в 2016 г. Она умело «вплетается» медиапрофессионалами в контекст других политических событий, усиливая антиамериканский настрой, поддерживаемый демократами. В действиях России усматривается сила манипуляции и вездесущего влияния на исход американских выборов. Ср: *To put it as bluntly as possible: Russian intelligence is breaking into senior officials' computers in an effort to manipulate a U.S. presidential election* (War on the Rocks. 29.09.2016). – *Говоря прямо, российская разведка взламывает компьютеры высокопоставленных чиновников в попытке манипулировать президентскими выборами в США.*

Характер ИПВ. Противоборство России и Запада носит острый характер: *to escalate* (усугубляться), *intensification of the role of information warfare* (усиление роли информационной войны). По данным американских медиа, интенсификация информационной войны напрямую связана с осуществлением внешней политики России. Ср.: *Less than 18 months later, the Kremlin released its updated military doctrine, which cemented «the intensification of the role of information warfare» in Russian foreign policy* (War on the Rocks. 29.09.2016). – *Менее чем через полтора года Кремль обнародовал обновлённую военную доктрину, закрепившую «усиление роли информационной войны» во внешней политике России.*

Цели и задачи ИПВ. Общая цель актора – облагородить внешнеполитический образ России, поскольку, по мнению американских журналистов, страна является политическим изгоем (*a rogue*). Во вторую очередь России приписывается стремление к ведению подрывной деятельности и распространению влияния за рубежом через идеологию. Ср.: *In the case of the «civilizational» discourse of the Russian information war, there are two main purposes. The more general one is to ennoble Russia's international role. In terms of interstate politics, Putin's Russia is clearly a rogue. <...> Russia's other purpose is subversion and exertion of influence abroad through ideology* (The Hill. 20.02.2017). – *В случае «цивилизованного» дискурса российской информационной войны есть две основные цели. Более общая – облагородить внешнеполитическую роль России. С точки зрения межгосударственной политики путинская Россия явно является изгоем. <...> Другая цель России – подрывная деятельность и оказание влияния за рубежом через идеологию.*

Не менее важными целеустановками, по данным американских СМИ, являются деморализация и дезориентация западных обществ. Ср.: *The Russian recipe for propaganda is to mix truth with lies and misinterpretations. The resulting cocktail is used to demoralize and disorientate the targeted societies, and gain soft power in support of Kremlin's policies* (The Hill. 20.02.2017). – *Рецепт российской пропаганды – смешивать правду с ложью и неверными толкованиями. Полученный коктейль используется для деморализации и дезориентации целевых обществ и получения мягкой власти в поддержку политики Кремля.*

В ряде контекстов указывается на подрыв доверия к западным политическим институтам. Ср.: *For example, how should we treat Russian election hacking and information warfare? <...> To retaliate, the Kremlin adapts the tactics, combining a long tradition of information warfare and propaganda with available means – social media, cable networks, troll houses – to counterattack and undermine public confidence in Western political institutions* (War on the Rocks. 06.02.2017). – *Например, как мы должны относиться к российскому вмешательству в выборы и информационной войне? <...> Чтобы отомстить, Кремль адаптирует тактику, сочетая давние традиции информационной войны и пропаганды с доступными средствами – социальными сетями, кабельными сетями, домами троллей – для контратаки и подрыва доверия общественности к западным политическим институтам.*

В год проведения американских выборов журналисты акцентируют внимание на цели России оказать определяющее влияние на политические результаты. При этом информационная война отождествляется с умело проводимой кибервойной. Ср.: *Combining a traditional form of cyber operation (the actual email hacks) with targeted releases to affect a political outcome (information warfare), the Russian government has innovated a type of cyberwarfare that is catching both the media and policymakers off guard* (War on the Rocks, 29.09.2016). – *Сочетая традиционную форму кибероперации (взлом электронной почты) с целевыми релизами для оказания влияния на политический результат (информационная война), российское правительство внедрило тип кибервойны, который заставит врасплох как СМИ, так и политиков.*

Каналы ведения ИПВ. Говоря военным языком, это театр военных действий – виртуальное пространство, в пределах которого осуществляется информационно-психологическое противоборство: *social media* (социальные сети), *cable networks* (кабельные каналы), *broadcast media* (вещательные медиа), *government-controlled media* (подконтрольные правительству медиа). Ср. заголовок: *As information warfare on social media has continued to escalate in the Trump era* (Mother Jones, 07.09.2017). – *Как информационная война в социальных сетях продолжает эскалацию в эпоху Трампа.*

Подчёркивается, что война ведётся через серверы-посредники, которые, как известно, позволяют подменить местоположение и обойти ограничения на доступ к другим сайтам и сервисам. Ср.: *Russia is prosecuting an information war – and this is a proxy war being conducted primarily over*

and through broadcast media and social media (The Irish Times. 09.03.2018). – **Россия ведёт информационную войну – и это прокси-война, которая в основном осуществляется через вещательные СМИ и социальные сети.**

Многочратно предпринимаются попытки контекстуально установить тесную ассоциацию российских медиа с концептами *ложь* и *дезинформация*. Ср.: *In today's Russia, by contrast, the idea of truth is irrelevant. On Russian 'news' broadcasts, the borders between fact and fiction have become utterly blurred* (<https://www.theatlantic.com/> 09.09.2014). – **В современной России, напротив, правда не имеет значения. В российских новостях границы между фактом и вымыслом стали совершенно размытыми.**

При этом воздействие на читателей производится на психоэмоциональном уровне, что, например, отражается в семантике лексем *chaos, fears*. Ср.: *As Mother Jones has reported, during the campaign Trump and his associates ran with Russian-planted stories that appealed to chaos and fears rather than facts* (Mother Jones. 07.09.2017). – По свидетельству журнала «Mother Jones», во время предвыборной кампании Трамп и его соратники не гнушались историй, **подброшенных русскими, которые апеллировали к хаосу и страхам, а не фактам.**

Войска ИПВ. В американских СМИ отмечается, что в России созданы специальные воинские формирования – войска информационных операций. Ср.: *On 22 February, the Russian minister of defense Sergei Shoigu said that Russia had established a dedicated information warfare force (voyska informatsionnykh operatsiy: VOI) within the formal structures of the Ministry of Defence* (<http://www.janes.com>. 27.02.2017). – 22 февраля министр обороны России Сергей Шойгу заявил, что в России созданы **специальные силы информационной войны (войска информационных операций: ВИИ)** в рамках официальных структур Министерства обороны.

Операции ИПВ. К числу спланированных действий России, при помощи которых оказывается информационно-психологическое воздействие на противника, относятся: *cyber operation* (кибероперация), *cyberattacks* (кибератаки), *hacker attacks* (атаки хакеров), *cyber-sabotage* (киберсаботаж), *information operations* (информационные операции), *drone attacks* (атаки беспилотников), *email hacks* (взлом электронной почты), *attack on private correspondence* (атаки на частную переписку), *fear-mongering Russian propaganda* (вселяющая ужас российская пропаганда), *government-backed propaganda* (пропаганда, поддерживаемая правительством), *fake Russian propaganda accounts* (поддельные аккаунты российской пропаганды), *prolific spheres of disinformation* (обширные области дезинформации).

Подчёркивается целенаправленная деятельность России по ведению информационных операций, отмечается их сложность и масштабный характер. Ср.: *This use of information warfare as a primary tool of warfare was put into play during the Euromaidan crisis in Ukraine, and later during the ongoing conflict in the Donbass region of Eastern Ukraine. Russia's information operations about Ukraine have been so sophisticated and so extensive that it has*

become its own genre of research (War on the Rocks. 29.09.2016). – Это использование информационной войны как основного инструмента ведения войны было введено в действие во время кризиса Евромайдана в Украине, а затем и во время продолжающегося конфликта в Донбассе на востоке Украины. Информационные операции России в Украине настолько сложны и обширны, что это стало самостоятельным жанром исследования.

Признаётся факт мощного психологического воздействия на сознание людей посредством комбинации операций, которые ведут к перекраиванию реальности, созданию массовых галлюцинаций и стимулируют деструктивные политические действия. Ср.: *The new Russia doesn't just deal in the petty disinformation, forgeries, lies, leaks, and cyber-sabotage usually associated with information warfare. It reinvents reality, creating mass hallucinations that then translate into political action* (<https://www.theatlantic.com/> 09.09.2014). – **Новая Россия не просто занимается мелкой дезинформацией, фальсификациями, ложью, утечками информации и киберсаботажем, обычно связанными с информационной войной. Она перекраивает реальность, создавая массовые галлюцинации, которые затем превращаются в политические действия.**

Средства ведения ИПВ. Арсенал активных средств включает: *bots* (роботы-компьютеры, от англ. botnet (ботсеть) = robot + network), *trolls* (тролли, или интернет-провокаторы), *forgeries* (фальсификации), *hoaxes* (мистификации), *lies* (распространение лжи), *leaks* (утечки информации), *robocalls* (автозвонки, от англ. robot + call). В последнем случае речь идёт об автоматизированных телефонных звонках, которые передают заранее записанное сообщение политического или экономического характера. Ср.: *Whether it's robocalling people perceived as hostile to the Russian government or launching intricately scripted hoaxes, it's all believed to be a part of the Russian military's new information warfare division – designed specifically to fight the U.S. and the West* (WTOP, 20.09.2017). – И автозвонки людям, предположительно враждебно настроенным к российскому правительству, и распространение хитроумных мистификаций – все это является частью работы нового подразделения информационной войны российских военных, созданного специально для борьбы с США и Западом.

Заключение

Идеологическое миромоделирование в американских СМИ способствует рациональному и иррациональному усвоению читательской аудиторией негативных представлений о России. Идеологическая позиция американских журналистов преимущественно формализуется в медиадискурсе, рассматриваемом в совокупности когнитивных, социальных, культурных, исторических и политических факторов. Новостные и информационно-аналитические статьи являются основными источниками данных о дискурсивном мире информационно-психологической войны, в котором на

регулярной основе объективируется ключевая идеологема новейшей истории «Россия – противник Запада». Её значение формируется разнообразными семиотическими средствами в результате употребления в контекстах, описывающих противоборство. В *когнитивном плане* новоидеологема является ментальной схемой, влияющей на производство и понимание медиадискурса. С точки зрения *оценочного потенциала* она имеет выраженный отрицательный аксиологический модус: формируется система мировоззренческих ориентаций читателей, ядром которой является осуждение России как внешнеполитического оппонента. В *прагматическом плане* актуализация идеологемы направлена на поддержку доминирующей политической позиции США, которая в первой четверти XXI в. прочно ассоциируется с понятием русофобии. Специфика *дискурсивной реализации* идеологемы устанавливается в сложной совокупности характеристик, формирующих представления о том, что Россия ведёт информационную войну против Запада, размах которой фиксируют параметры: актор ИПВ, характер ИПВ, цели и задачи ИПВ, каналы ведения ИПВ, войска ИПВ, операции ИПВ, средства ведения ИПВ.

Представляется, что дальнейшее изучение особенностей идеологического миромоделирования в иноязычных средствах массовой коммуникации целесообразно для разработки лингвистических основ противодействия информационно-психологическим угрозам в медиасреде и обеспечения защищённости национальных интересов России в информационной сфере.

Литература

1. Дейк Т.А. ван. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М. : ЛИБРОКОМ, 2014. 344 с.
2. Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке / под ред. М.Н. Володиной. М. : Академический проект, 2011. 332 с.
3. Титова А. Формирование внешнеполитической модели США // Русский переплёт. 2006. URL: <http://www.pereplet.ru/text/titova.html>
4. Кушнерук С.Л. Развитие теории когнитивно-дискурсивного миромоделирования за рубежом и в России // Вопросы когнитивной лингвистики. 2018. № 4. С. 115–125.
5. Werth P. Text Worlds: Representing Conceptual Space in Discourse. London : Longman, 1999. 390 p.
6. Gavins J. The Text World Theory: An Introduction. Edinburgh Univ. Press, 2007. 193 p.
7. World Building: Discourse in the Mind / eds. by J. Gavins, E. Lahey. Bloomsbury, 2016. 296 p.
8. Lahey E., Cruickshank T. Building the Stages of Drama: Towards a Text World Theory Account of Dramatic Play Texts // J. of Literary Semantics. 2010. № 39 (1). P. 67–101.
9. Fauconnier G. Mental Spaces: Aspects of Meaning Construction in Natural Language. Cambridge : Cambridge Univ. Press, 1994. 240 p.
10. Langacker R. Foundations of Cognitive Grammar. Vol. 1. Theoretical Prerequisites. Stanford : Stanford Univ. Press, 1987. 540 p.
11. Fillmore C.J. Frame Semantics // Linguistics in the Morning Calm / ed. by The Linguistic Soc. of Korea. Seoul : Hanshin Publ., 1981. P. 111–138.
12. Lakoff G. Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind. Chicago : Univ. of Chicago Press, 1987. 373 p.

13. Dijk T. A. van. Cognitive Context Models and Discourse // Language Structures, Discourse and the Access to Consciousness. Amsterdam : John Benjamin's, 1997. P. 189–226.
14. *Интерпретация мира в языке*. Тамбов : Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2017. С. 19–81.
15. Болдырев Н.Н. Когнитивные схемы языковой интерпретации // Вопросы когнитивной лингвистики. 2016. № 4. С. 10–20.
16. Демьянков В.З. Трансфер знаний и когнитивная манипуляция // Вопросы когнитивной лингвистики. 2017. № 4. С. 5–13.
17. Гафурова М.Ю. Социально-философский анализ феноменов проективности языка (в пространстве между индивидуальным, социальным и общественным) : автореф. дис. ... канд. филос. наук. Казань, 2008.
18. Леонтьев А.А. Основы психолингвистики. М. : Смысл : Академия, 2005.
19. Ионова С.В. Проекция текста в аспекте вторичной текстовой деятельности // Вопросы психолингвистики. 2008. № 7. С. 47–53.
20. *Картины русского мира: современный медиадискурс* / З.И. Резанова [и др.] ; ред. З. И. Резанова. Томск : ИД СК-С, 2011. 288 с.
21. Мишанкина Н.А. Специфика метафорического моделирования научного дискурса // Вопросы когнитивной лингвистики. 2010. № 1 (022). С. 37–46.
22. Кушнерук С.Л. Медиареальность информационно-психологической войны (на материале британских газет и новостных сайтов) // Политическая лингвистика. 2018. № 4 (70). С. 47–54.
23. Кушнерук С.Л. Дискурсивный мир информационно-психологической войны в британских интернет-СМИ // Экология языка и коммуникативная практика. 2018. № 4 (15). С. 79–91.
24. Грицанов А.А. Идеология // Постмодернизм : энцикл. Минск : Интерпрессервис: Книжный дом, 2001. С. 302.
25. Вепрева И.Т., Шадрина Т.А. Идеологема и мифологема: интерпретация терминов // Научные труды профессоров Уральского ин-та экономики, управления и права. Екатеринбург, 2006. С. 120–131.
26. Слышкин Г.Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты. Волгоград : Перемена, 2004. 340 с.
27. *Язык средств массовой информации : учеб. пособие для вузов* / под ред. М.Н. Володиной. М. : Академический Проект: Альма Матер, 2008. 760 с.
28. Chomsky N. Media Control: the spectacular achievements of propaganda. New York : Seven Stories Press, 1997. 59 p.
29. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. Москва : Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2001. 656 с.
30. Володина М.Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание // Язык средств массовой информации : учеб. пособие для вузов. М. : Академический Проект : Альма Матер, 2008. С. 6–24.
31. Бахтин М.М. Слово в романе // Вопросы литературы и эстетики. М., 1975. 504 с.
32. Кутина Н.А. Тоталитарный язык: Словарь и речевые реакции. Екатеринбург ; Пермь, 1995. 144 с.
33. Гусейнов Г.Ч. Советские идеологемы в русском дискурсе 1990-х. М. : Три квадрата, 2003. 272 с.
34. Земская Е.А. Клише новояза и цитация в языке постсоветского общества // Вопросы языкознания. 1996. № 1. С. 23–31.
35. Чудинов А.П. Политическая лингвистика : учеб. пособие. М. : Флинта : Наука, 2012. 256 с.
36. Торохова М.В. Идеологема «террор» в ивритоязычной палестинской периодике 1946–1948 гг. : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2006.
37. Одесский М.П., Фельдман Д.М. Идеологема «патриот» в русской, советской и постсоветской культуре // Общественные науки и современность. 2008. № 1. С. 109–123.

38. Нахимова Е.А. Прецедентное имя *Керенский* в современных отечественных СМИ // Политическая лингвистика. 2008. № 1. С. 48–55.
39. Нахимова Е.А. Мифологема *Александр Невский* в современной массовой коммуникации // Политическая лингвистика. 2010. № 3. С. 105–108.
40. Нахимова Е.А. Идеологема «Сталин» в современной массовой коммуникации // Политическая лингвистика. 2011. № 2. С. 152–156.
41. Клушина Н.И. Интенциональные категории публицистического текста (на материале периодических изданий 2000–2008 гг.) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2008. 62 с.
42. Малышева Е.Г. Идеологема как лингвокогнитивный феномен: определение и классификация // Политическая лингвистика. 2009. № 4. С. 32–40.
43. Клушина Н.И. Теория идеологем // Политическая лингвистика. 2014. № 4 (50). С. 54–58.
44. *Collins Cobuild Advanced Learner's English Dictionary*. New Digital Edition, 2008. URL: <http://lingvodics.com/dics/details/679/>

Ideological World Modelling in American Media Discourse

Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology. 2020. 67. 92–111. DOI: 10.17223/19986645/67/5

Svetlana L. Kushneruk, South Ural State Humanitarian Pedagogical University (Chelyabinsk, Russian Federation). E-mail: Svetlana_kush@mail.ru

Keywords: world modelling, discourse-world, representational structure, ideologeme, information and psychological warfare, media discourse, mass communication, American media, mass media language.

The article focuses on the phenomenon of ideological world modelling in American media discourse. The premise is that media managers intentionally represent a particular stance on political matters. The research draws on world modelling theory that is traced back to European and Russian theories, which emphasize the importance of studying discourse in terms of representational structures, the main being discourse-world and text-world. The author limits the study to a three-fold objective: to characterise discourse-world as a representational structure that is created in American mass media, to identify and to analyse a key ideologeme of the current time that engenders ideas about informational, psychological, and ideological confrontation of foreign policy opponents. To reach the objectives, the author follows the discourse-analytical perspective outlined by T. van Dijk. The analysis involves contexts from American high-quality press—newspapers and news sites that cover the period of 2010–2018. The most influential are *The New York Times*, *The Washington Post*, *The Irish Times*, *War on the Rocks*, *WTOP*, *Mother Jones*, *The Atlantic*. The employed methods are semiotic and corpus analysis, ideological analysis, and componential analysis. The approach to the study of media discourse is based on an assumption that in the context of deterioration of political relations between the USA and Russia, the discourse-world of information and psychological warfare serves as a background for profiling the new ideologeme of the first quarter of the 21st century, namely “Russia—opponent of the West”. The discourse-world of information and psychological warfare is textualized in an aggregate of media texts united by the theme of confrontation and war. It is treated as a conceptually complex representational structure, which reflects the balance of forces in the global world of politics and forms the idea of strong ideological confrontation between Russia and the West. It is argued that the revealed ideologeme is a mental schema possessing ideologically marked features. They comprise negative characteristics of Russia as enactor of information and psychological warfare. The systematization of the characteristics has revealed the scope of confrontation according to the following parameters of information and psychological warfare: initiator, intensity, main objectives, channels, forces, operations, weapons. The evaluation potential of the ideologeme is one-dimensional as negative axiological expression dominates in American

media discourse. The image of Russia is demonised in the eyes of the world community. In pragmatic terms, world-modelling is aimed at supporting the current political stance of the USA, which is associated with Russophobia. This results in representing Russia as a hindrance to the civilizational development of the West. The conclusion might present interest for working out measures to ensure the protection of national interests of Russia in the information sphere.

References

1. Van Dijk, T.A. (2014) *Diskurs i vlast': Reprezentatsiya dominirovaniya v yazyke i kommunikatsii* [Discourse and Power: Representation of Dominance in Language and Communication]. Moscow: LIBROKOM.
2. Volodina, M.N. (ed.) (2011) *Yazyk i diskurs sredstv massovoy informatsii v XXI veke* [Language and Discourse of the Mass Media in the 21st Century]. Moscow: Akademicheskii proekt.
3. Titova, A. (2006) Formirovanie vneshnepoliticheskoy modeli SShA [Formation of the USA foreign policy model]. *Russkiy pereplet*. [Online] Available from: <http://www.pereplet.ru/text/titova.html>.
4. Kushneruk, S.L. (2018) The development of cognitive-discourse world-modelling theory in European and Russian linguistics. *Voprosy kognitivnoy lingvistiki – Issues of Cognitive Linguistics*. 4. pp. 115–125. (In Russian).
5. Werth, P. (1999) *Text Worlds: Representing Conceptual Space in Discourse*. London: Longman.
6. Gavins, J. (2007) *The Text World Theory: An Introduction*. Edinburgh University Press.
7. Gavins, J. & Lahey, E. (eds) (2016) *World Building: Discourse in the Mind*. Bloomsbury.
8. Lahey, E. & Cruickshank, T. (2010) Building the Stages of Drama: Towards a Text World Theory Account of Dramatic Play Texts. *Journal of Literary Semantics*. 39 (1). pp. 67–101. DOI: 10.1515/jlse.2010.004
9. Fauconnier, G. (1994) *Mental Spaces: Aspects of Meaning Construction in Natural Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
10. Langacker, R. (1987) *Foundations of Cognitive Grammar*. Vol. 1. Stanford: Stanford University Press.
11. Fillmore, C.J. (1981) Frame Semantics. In: *Linguistics in the Morning Calm*. Seoul: Hanshin Publ. pp. 111–138.
12. Lakoff, G. (1987) *Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind*. Chicago: University of Chicago Press.
13. Dijk, T. A. van. (1997) Cognitive Context Models and Discourse. In: Stamenov, M.I. (ed.) *Language Structures, Discourse and the Access to Consciousness*. Amsterdam: John Benjamin's. pp. 189–226.
14. Babina, L.V. et al. (2017) *Interpretatsiya mira v yazyke* [Interpretation of the World in Language]. Tambov: Derzhavin Tambov State University. pp. 19–81.
15. Boldyrev, N.N. (2016) Cognitive schemas of linguistic interpretation. *Voprosy kognitivnoy lingvistiki – Issues of Cognitive Linguistics*. 4. pp. 10–20. (In Russian).
16. Dem'yankov, V.Z. (2017) Knowledge transfer and cognitive manipulation. *Voprosy kognitivnoy lingvistiki – Issues of Cognitive Linguistics*. 4. pp. 5–13. (In Russian).
17. Gafurova, M.Yu. (2008) *Sotsial'no-filosofskiy analiz fenomenov proektivnosti yazyka (v prostranstve mezhd individual'nym, sotsial'nym i obshchestvennym)* [Socio-philosophical analysis of the phenomena of language projectivity (in the space between the individual, social and public)]. Abstract of Philosophy Cand. Diss. Kazan.
18. Leont'ev, A.A. (2005) *Osnovy psikholingvistiki* [Fundamentals of Psycholinguistics]. Moscow: Smysl: Akademiya.
19. Ionova, S.V. (2008) Proektsiya teksta v aspekte vtorichnoy tekstovoy deyatel'nosti [Projection of the text in the aspect of secondary text activity]. *Voprosy psikholingvistiki – Journal of Psycholinguistics*. 7. pp. 47–53.

20. Rezanova, Z.I. (ed.) (2011) *Kartiny russkogo mira: sovremennyy mediadiskurs* [Pictures of the Russian World: Modern Media Discourse]. Tomsk: ID SK-S.
21. Mishankina, N.A. (2010) Specificity of metaphorical modelling of the scientific discourse. *Voprosy kognitivnoy lingvistiki – Issues of Cognitive Linguistics*. 1 (022). pp. 37–46. (In Russian).
22. Kushneruk, S.L. (2018) Media reality of information-psychological war (on the material of British press and news sites). *Politicheskaya lingvistika – Political Linguistics*. 4 (70). pp. 47–54. (In Russian).
23. Kushneruk, S.L. (2018) Discourse-world of information-psychological war in the British online media. *Ekologiya yazyka i kommunikativnaya praktika – Ecology of Language and Communicative Practice*. 4 (15). pp. 79–91. (In Russian).
24. Gritsanov, A.A. (2001) *Postmodernizm. Entsiklopediya* [Postmodernism. Encyclopedia]. Minsk: Interpresservis; Knizhnyy dom.
25. Vepreva, I.T. & Shadrina, T.A. (2006) Ideologema i mifologema: interpretatsiya terminov [Ideologeme and mythologeme: interpretation of terms]. In: *Nauchnye trudy professorov Ural'skogo in-ta ekonomiki, upravleniya i prava* [Scientific Works of Professors of the Ural Institute of Economics, Management and Law]. 3. Yekaterinburg: Ural State University. pp. 120–131.
26. Slyshkin, G.G. (2004) *Lingvokul'turnye kontsepty i metakontsepty* [Linguocultural Concepts and Meta-Concepts]. Volgograd: Peremena.
27. Volodina, M.N. (ed.) (2008) *Yazyk sredstv massovoy informatsii* [Language of the Media]. Moscow: Akademicheskii proekt; Al'ma Mater.
28. Chomsky, N. (1997) *Media Control: the spectacular achievements of propaganda*. New York: Seven Stories Press.
29. Pocheptsov, G.G. (2001) *Teoriya kommunikatsii* [Communication Theory]. Moscow: Refl-buk; Kiev: Vakler.
30. Volodina, M.N. (ed.) (2008) *Yazyk sredstv massovoy informatsii* [Language of the Media]. Moscow: Akademicheskii proekt; Al'ma Mater. pp. 6–24.
31. Bakhtin, M.M. (1975) *Voprosy literatury i estetiki* [Questions of Literature and Aesthetics]. Moscow: Khudozhestvennaya literatura. pp. 72–233.
32. Kupina, N.A. (1995) *Totalitarnyy yazyk: Slovar' i rechevye reaktsii* [Totalitarian Language: Vocabulary and Speech Reactions]. Yekaterinburg; Perm: Ural State University.
33. Guseynov, G.Ch. (2003) *Sovetskie ideologemy v russkom diskurse 1990-kh* [Soviet Ideologemes in the Russian Discourse of the 1990s]. Moscow: Tri kvadrata.
34. Zemskaya, E.A. (1996) Klishe novoyaza i tsitatsiya v yazyke postsovetskogo obshchestva [Newspeak clichés and citation in the language of post-Soviet society]. *Voprosy yazykoznaniya*. 1. pp. 23–31.
35. Chudinov, A.P. (2012) *Politicheskaya lingvistika* [Political Linguistics]. Moscow: Flinta: Nauka.
36. Torokhova, M.V. (2006) *Ideologema "terror" v ivritoyazychnoy palestinskoy periodike 1946–1948 gg.* [The ideologeme "terror" in the Hebrew-speaking Palestinian periodicals 1946–1948]. Abstract of Philology Cand. Diss. Moscow.
37. Odesskiy, M.P. & Fel'dman, D.M. (2008) Ideologema "patriot" v russkoy, sovetsskoy i postsovetsskoy kul'ture [Ideologeme "patriot" in Russian, Soviet and post-Soviet culture]. *Obshchestvennye nauki i sovremennost' – Social Sciences and Contemporary World*. 1. pp. 109–123.
38. Nakhimova, E.A. (2008) Precedent name Kerenskiy in modern Russian mass media. *Politicheskaya lingvistika – Political Linguistics*. 1. pp. 48–55. (In Russian).
39. Nakhimova, E.A. (2010) Mythologem Alexander Nevsky in contemporary mass communication. *Politicheskaya lingvistika – Political Linguistics*. 3. pp. 105–108. (In Russian).
40. Nakhimova, E.A. (2011) Ideologem Stalin in contemporary mass media. *Politicheskaya lingvistika – Political Linguistics*. 2. pp. 152–156. (In Russian).

41. Klushina, N.I. (2008) *Intentsional'nye kategorii publitsisticheskogo teksta (na materiale periodicheskikh izdaniy 2000–2008 gg.)* [Intentional categories of publicistic text (based on the material of periodicals 2000–2008)]. Abstract of Philology Dr. Diss. Moscow.
42. Malysheva, E.G. (2009) Ideologem as lingo-cognitive phenomenon: definition and classification. *Politicheskaya lingvistika – Political Linguistics*. 4. pp. 32–40. (In Russian).
43. Klushina, N.I. (2014) The theory of ideologeme. *Politicheskaya lingvistika – Political Linguistics*. 4 (50). pp. 54–58. (In Russian).
44. Collins COBUILD. (2008) *Collins Cobuild Advanced Learner's English Dictionary*. New Digital Edition. [Online] Available from: <http://lingvodics.com/dics/details/679/>.