

7. Babushkina, L. E. Students' media competence formation in French foreign language teaching in the practice of higher education / L. E. Babushkina, O. A. Kalugina // XLinguae. – 2020. – Vol. 13, No. 1. – P. 314-333. – DOI 10.18355/XL.2020.13.01.23. – EDN ALRRLD.

8. Martinet A. Structures élémentaires de l'énoncé. Paris: Versilio. – 1978. – p. 125. – ISBN: 2221127137

9. Hellberg G. Le système hypothétique dans le français écrit et parlé. – Stockholm: Stockholm University, 1971. – p. 154.

10. Sauvageot Au. Analyse du français parlé. – P: Hachette, 1972. – p. 191. – ISBN: 2010050754.

УДК 659

## КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ЗЕРКАЛЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ

**Гнездилова Елена Валерьевна**

кандидат филологических наук, доцент, зав. кафедрой связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма, Российский государственный аграрный университет – МСХА им. К.А. Тимирязева, г. Москва, Россия, [gnezdilovaev@rgau-msha.ru](mailto:gnezdilovaev@rgau-msha.ru)

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию особенностей кросс-культурной коммуникации в условиях информационного противостояния между странами. Автор выделяет методы ведения информационной войны и сосредотачивает внимание на специфике формирования картины мира современного человека, рассматривает лингвистические аспекты кросс-культурной коммуникации.

**Ключевые слова:** кросс-культурная коммуникация, картина мира, информационная война, когнитивная лингвистика, массовая коммуникация.

## **CROSS-CULTURAL COMMUNICATIONS IN THE MIRROR OF INFORMATION WAR**

**Elena V. Gnezdilova**

CSc in Philology, Head of the Department of Public Relations, Speech Communication and Tourism, Russian State Agrarian University – Moscow Timiryazev Agricultural Academy, Moscow, Russia, [gnezdilovaev@rgau-msha.ru](mailto:gnezdilovaev@rgau-msha.ru)

**Abstract.** The paper is devoted to the study of the features of cross-cultural communication in conditions of information confrontation between countries. The author highlights methods of conducting information warfare and focuses on the specifics of forming the worldview of modern man, considering the linguistic aspects of cross-cultural communication.

**Keywords:** cross-cultural communication, worldview, information warfare, cognitive linguistics, mass communication.

Основным информационным пространством с начала XXI века является интернет, количество пользователей которого превышает четыре миллиарда человек. Развитие технологий кардинально изменило наше общество: распространять информацию человек может быстро, но, к сожалению, бесконтрольно. Сегодня существует огромное количество социальных сетей, мессенджеров, сайтов различных СМИ, организаций и просто частных сайтов, где мы можем получить практически любую информацию. На сегодняшний день информация является не только средством распространения, но и средством коммуникации, как между отдельными людьми, так и между государствами. В связи с этим возможность ведения информационных войн намного упрощается.

Изучив материалы исследований [1; 2; 3; 4], послуживших основой для данного исследования, выделим основные причины современных информационных войн: противоборство идеологий; экономическое противоборство; борьба за сферы влияния (как внешне, так и внутренне).

Цель любой информационной войны – эффективно воздействовать на сознание людей и управлять ими. Современные информационные технологии позволяют быстро и своевременно доставлять нужную информацию адресату, осуществлять контроль над информационным пространством. Цифровизация и глобализация общества дают неограниченные возможности для ведения информационных войн. Многие исследователи, занимающиеся данной темой (Г. Почепцов, С. Расторгуев, Ю. Перунов и другие), рассматривают информационную войну как коммуникативную технологию, призванную управлять сознанием людей для достижения определенных целей [1, с. 108].

Как у всякой технологии, у информационной войны есть методы и приемы, которые можно разделить на три основных группы: по источникам информации; по содержанию предоставляемой информации; по эмоционально-психологическому восприятию аудитории. У данной технологии есть стратегия и тактика, основные этапы ведения, к которым можно отнести: нагнетание обстановки, завоевание аудитории, информационную пропаганду, «захват» власти, «уничтожение» противника. Вместе с тем, информационная война не ведется на полях сражений при помощи военной техники, она осуществляется в «когнитивном пространстве населения планеты с помощью информационных сообщений» [3, с. 95].

В результате коммуникативного воздействия существенно изменяется картина мира человека. Инициаторы информационной войны ставят целью осуществить перевод с одной картины мира с другую не только одного человека, но целых народов и наций. В свою очередь, внесение изменений в когнитивную структуру будет способствовать и изменению поведения человека [4, с. 55].

Поэтому изучение особенностей информационной войны в рамках когнитивной лингвистики является одним из актуальных и перспективных направлений в области гуманитарных наук. Когнитивные структуры

воссоздаваемые на основе анализа языковой системы того или иного народа, отдельной личности, способствуют пониманию тех процессов, которые происходят в сознании отдельного человека, целого народа. При таком подходе трансформация знаний, полученных о мире и их структурирование, соотносится с языковым социумом, а не с индивидом. В центре внимания отечественных и зарубежных исследователей – выявление общего и специфичного в системе концептуализации языков, описание языковой картины мира или ее фрагмента.

Таким образом, информационная война из коммуникативной технологии превращается в форму коммуникации современного общества. В современных общественно-политических реалиях развивается кросс-культурная коммуникация на межличностном уровне общения, на уровне стран и государств, в информационном пространстве массмедиа. В нашем исследовании мы приведем примеры наиболее распространенных методов ведения информационной войны, рассмотрим лингвистические аспекты ее ведения и их влияние на кросс-культурные коммуникации на примере материалов российских и зарубежных СМИ.

#### Список использованных источников

1. Гнездилова, Е. В. Информационная война: технология или форма коммуникации / Е. В. Гнездилова // Стратегические коммуникации в бизнесе и политике. – № 4. – 2018. – С. 107-112.
2. Зайцев, А. А. Дискуссионные вопросы изучения языка рекламы в аспекте теории русского литературного языка / А. А. Зайцев // Доклады ТСХА : Материалы международной научной конференции, Москва, 05–07 декабря 2017 года. Том Выпуск 290, Часть 3. – Москва: Российский государственный аграрный университет – МСХА им. К.А. Тимирязева, 2018. – С. 530-532. – EDN XNNYRJ.
3. Коцюбинская, Л. В. Понятие «информационная война» в современной лингвистике: новые подходы / Л. В. Коцюбинская // Политическая лингвистика. – № 4(54). – 2015. – С. 93-96.
4. Почепцов, Г. Г. Информационные войны / Г. Г. Почепцов // Новый инструмент политики. – М.: Алгоритм. – 2015. – 307 с.

УДК 81

### ЭТНОКУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА АГРАРНОГО НЕЙМИНГА (НА ПРИМЕРЕ НАЗВАНИЙ СОРТОВ ТОМАТОВ И ОГУРЦОВ)

**Евтугова Наталья Николаевна**

кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры лингвистики и перевода, Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, г. Омск, Россия, [natane2005@mail.ru](mailto:natane2005@mail.ru)