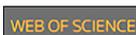


Распознавание манипулятивного текста : структура и доминантные языковые параметры / Г. Н. Кенжебалина, Г. К. Шаикова, М. Т. Шакенова, И. Г. Акоева // Научный диалог. — 2020. — № 7. — С. 105—125. — DOI: 10.24224/2227-1295-2020-7-105-125.

Kenzhebalina, G. N., Shaikova, G. K., Shakenova, M. T., Akoyeva, I. G. (2020). Recognition of Manipulative Text: Structure and Dominant Language Parameters. Nauchnyi dialog, 7: 105-125. DOI: 10.24224/2227-1295-2020-7-105-125. (In Russ.).



УДК 81'272:070(574)

DOI: 10.24224/2227-1295-2020-7-105-125

## РАСПОЗНАВАНИЕ МАНИПУЛЯТИВНОГО ТЕКСТА:

### СТРУКТУРА И ДОМИНАНТНЫЕ ЯЗЫКОВЫЕ ПАРАМЕТРЫ<sup>1</sup>

© **Кенжебалина Гульмира Негматовна (2020)**, [orcid.org/0000-0002-2564-4385](https://orcid.org/0000-0002-2564-4385), кандидат филологических наук, руководитель пресс-службы, Библиотека Первого Президента Республики Казахстан — Елбасы (Нур-Султан, Казахстан), [gulmira\\_negmatovna69@mail.ru](mailto:gulmira_negmatovna69@mail.ru).

© **Шаикова Гульвира Кимовна (2020)**, [orcid.org/0000-0002-3878-5574](https://orcid.org/0000-0002-3878-5574), кандидат филологических наук, заведующая кафедрой русской филологии, Некоммерческое акционерное общество «Торайгыров университет» (Павлодар, Казахстан), [gulvira97@mail.ru](mailto:gulvira97@mail.ru).

© **Шакенова Майгуль Тулегеновна (2020)**, [orcid.org/0000-0002-1329-4939](https://orcid.org/0000-0002-1329-4939), кандидат филологических наук, главный аналитик Департамента прикладных исследований и разработок, Акционерное общество «Информационно-аналитический центр» (Нур-Султан, Казахстан), [maigul1379@mail.ru](mailto:maigul1379@mail.ru).

© **Акоева Инесса Георгиевна (2020)**, [orcid.org/0000-0002-1984-150X](https://orcid.org/0000-0002-1984-150X), главный аналитик Департамента прикладных исследований и разработок, Акционерное общество «Информационно-аналитический центр» (Нур-Султан, Казахстан), [inessa.akoyeva@iac.kz](mailto:inessa.akoyeva@iac.kz).

Ставится проблема распознавания манипулятивного текста в новостях на примере казахстанских медиа. Одна из важнейших задач исследования текстов в контексте манипулятивности — найти то, что, хотя и имеет языковую репрезентацию, заведомо является прагматически «затемненным», скрытым от адресата. Подчеркивается, что в подобных случаях опасность манипуляции увеличивается в разы, поскольку она адресована как большим социальным группам, так и обществу в целом. Актуальность работы состоит в том, что разрушительная сущность манипуляции может привести к масштабным социальным потрясениям. Исследование построено на гипотезе об однородности структуры манипулятивного текста в контексте исследований больших данных для дальнейшей машинной обработки. На основе сформированного рабочего определения манипулятивности разработан алгоритм анализа медиатекстов, включающий в себя комплекс речевых и языковых индикаторов. Работа проведена на корпусе из 1000 текстов СМИ, отобранных из 10 000 фрагментов манипулятивных дискурсов. Выделены как однозначные, так и смешанные компоненты, то есть языковые единицы, способные выполнять

1 Данная статья подготовлена в рамках реализации ПЦФ № BR05236839 Комитета науки Министерства образования и науки Республики Казахстан.

двойные функции, обусловленные их семантической многозначностью. Построена 4-компонентная универсальная структура манипулятивных текстов, включающая языковые параметры, извлеченные из манипулятивных текстов.

Ключевые слова: манипулятивность; манипуляция; массмедиа; дискурс; русский язык в Казахстане.

## 1. Введение

Развитие и внедрение информационных технологий повысило скорость оповещения граждан — информация сегодня мгновенно становится достоянием широкой общественности: «Глобализация оказывает беспрецедентное давление на наше поведение и наши нравственные принципы. Мы опутаны вездесущей паутиной, которая, с одной стороны, ограничивает нашу подвижность, с другой — передает наши малейшие вибрации на огромные расстояния» [Харари, 2019, с. 12]. «Четвертая власть» с учетом мощного арсенала каналов трансляции смыслов, идей, оценки фактов, событий, продвижения или, напротив, дискриминации персон, государственного устройства и т. п., включающего в себя как традиционные СМИ, так интернет-ресурсы и социальные сети, в буквальном смысле войдя в каждый дом, занимает главенствующие позиции. Манипулятивный дискурс, рассматриваемый в данной работе, представляется одним из самых интересных и в то же время одним из сложнейших объектов научного исследования. В отличие от многих психолингвистических проявлений человека (в нашем случае — авторов текстов различных жанров), качественная манипуляция трудноуловима и хорошо завуалирована.

Таким образом, одна из важнейших задач исследований текстов в аспекте манипулятивности — найти то, что, хотя и имеет языковую репрезентацию, заведомо является прагматически «затемненным», предметом сокрытия от адресата. В случае с текстами СМИ опасность манипуляции увеличивается в разы, поскольку она адресована большим социальным группам (так называемое информационное «таргетирование»), то есть создание текстов для определенных целевых групп) или обществу в целом, и ее разрушительная сущность может привести к самым масштабным социальным потрясениям и даже катастрофам. В связи с этим тема выявления манипулятивности публикации является как никогда актуальной, обращение к ней обусловлено необходимостью создания системы защиты от разрушительного воздействия манипуляции на общество.

Научная новизна работы состоит в описании структуры манипулятивного текста на материале казахстанских СМИ для автоматического распознавания манипулятивного дискурса. Структуру манипулятивных текстов

предложено описывать по итогам анализа медиадискурса в форме набора параметров для последующей интеграции с алгоритмами машинного обучения по ее распознаванию.

Характеристика структуры манипулятивного текста осуществлялась на основании гипотезы о том, что, несмотря на широкое разнообразие лингвистических средств, репрезентирующих техники воздействия, манипулятивные тексты имеют достаточно однородную структуру. Такие тексты строятся на основе определенных макрокомпонентов, репрезентированных языковыми средствами различных уровней. При этом ни один из них (компонентов) по отдельности не может быть единственным признаком манипулятивности текста. Манипулятивность — это всегда комбинация языковых средств в рамках тех или иных обязательных структурных компонентов. Понимание того, как строятся манипулятивные тексты, позволит, во-первых, четко разграничивать произведения воздействующего характера с целью подготовки корпуса контрольных манипулятивных медиадискурсов для обучения машин распознаванию подобных текстов; во-вторых, глубинный анализ и статистический подсчет в контексте выявленных компонентов дадут возможность выделить доминантные (обязательные) и вспомогательные (второстепенные) языковые признаки манипулятивного дискурса, что позволит применять их как критерии при компьютерной дифференциации манипулятивных текстов СМИ.

## **2. Исследовательский инструментарий**

В силу сложности объекта исследования — манипулятивного текста — данная работа носит междисциплинарный характер, в соответствии с чем понятийный аппарат и методология исследования строились на базе антропоцентрической научной парадигмы. При исследовании языкового материала системный подход стал основополагающим, поскольку в процессе разработки методологии стояла задача идентификации манипулятивного текста как определенной совокупности языковых единиц и композиционных моделей. Другими словами, речь идет об изучении не отдельных компонентов манипуляции в тексте, а всего ее комплексного характера.

Методологический базис сформирован на теоретической основе пока еще немногочисленного корпуса научных работ, посвященных языковой манипуляции в контексте исследований больших данных для дальнейшей машинной обработки, а также эмпирическим путем в процессе предварительного отбора и анализа текстов с манипулятивными техниками.

### **3. Понятие манипуляции и анализ структурной модели манипулятивного текста**

Медиаманипулирование как объект исследования в мировой науке известно почти 100 лет [Lippman, 1922; Bernays, 1928]. Базовые приемы медиаманипулирования были сформулированы сотрудниками Американского института анализа пропаганды в 30-е годы прошлого столетия [McClung Lee et al., 1939]. Следует отметить, что основоположники учения о медиаманипулировании преимущественным образом опирались на теорию Зигмунда Фрейда, постулировавшего превалирование подсознательного начала в человеке. При этом, как отмечают современные исследователи медиаманипулирования, «с момента появления первых исследований в их фундаментальном содержании мало что изменилось» [Салин, 2017, с. 243]. Объясняется это двумя факторами: неизменностью человеческой психики и конъюнктурными соображениями, последнее сопряжено со стратегической важностью данной сферы для безопасности любого государства. Вопросы же разработки методологии выявления манипулятивных текстов посредством искусственного интеллекта, то есть при помощи машинной обработки, стали объектом солидарного внимания ученых относительно недавно (конец XX века — начало XXI века).

Манипуляция — это в первую очередь психолингвистический процесс [Наврастьян, 2017, с. 16], скрыто побуждающий к совершению определенных действий [Доценко, 2000, с. 53; Стернин, 2001, с. 67], а также «особый метод социально-психологического контроля» [Герасимов и др., 1999, с. 45]. В современной лингвистической литературе существует целый ряд определений манипуляции (манипулятивности) как характерной черты медиатекстов. Манипуляция понимается как разновидность аргументирующего дискурса, воспроизводящего и укрепляющего власть определенной политической силы, группы, при этом подчеркивается активная роль манипулятора, оказывающего воздействие при помощи манипулятивного дискурса [Van Dijk, 2006]; искусно выстроенный контекст, в котором некая информация подается так, что при нескольких возможных пресуппозициях в сознании реципиента текста актуализируются только те, которые выгодны манипулятору [Maillat, 2013]; разновидность скрытого речевого воздействия, направленного на достижение собственных целей субъекта воздействия [Штайн, 2004]. В данных определениях явно выражена негативная оценка использования манипуляции: с одной стороны, автор актуализирует выгодные пресуппозиции, направляет в нужное русло сознание адресата, с другой — адресат, «теряя» собственное сознание («свое»), принимает ход мыслей автора («чужое») и тем самым становится «пешкой»

в руках манипулятора. Эти характеристики манипуляции представлены и в других ее определениях, например, в лингвистике манипуляция рассматривается как «разновидность манипулятивного воздействия, осуществляемого путем искусственного использования определенных ресурсов языка с целью скрытого влияния на когнитивную и поведенческую деятельность адресата» [Копнина, 2012, с. 24]. По мнению И. В. Беляевой, манипуляция — это прагматический акт, достигающий своей цели без явного обнаружения коммуникативной интенции, увеличивая степень неадекватного восприятия информационного поля, манипулирование расширяет иллюзорную субъективную реальность [Беляева, 2009].

Экстралингвистические факторы (момент, во время которого наносится информационный «удар», возраст, пол, социальный статус автора текста и объекта манипуляции, информационный фон, дистанция между участниками коммуникации и т. д.), хотя и играют заметную роль в продвижении манипулятивного текста и цели, которую установил для себя автор произведения, остаются вне поля собственно корпуса языковых единиц для непосредственной машины обработки и имеют отношение больше к углубленному изучению текстов. В этой связи языковые средства рассматриваются в сочетании с прагматическими и структурно-композиционными составляющими коммуникации.

В контексте нашего исследования, направленного на разработку автоматизированной информационной системы, позволяющей распознать тексты манипулятивного характера, нами сформулировано рабочее определение манипулятивности. Под *манипулятивностью текста* мы понимаем определенную совокупность структурных компонентов, выраженных языковыми индикаторами и объединенных интенцией манипулятора. Исходя из данного определения, нами разработан алгоритм анализа медиатекстов, который представляет собой комплекс речевых (стратегии и тактики) и языковых индикаторов. Методом сплошной выборки на основе языковых наблюдений из 10 000 текстов СМИ была отобрана совокупность из 1000 манипулятивных дискурсивных образцов. Этот этап работы обусловил первичные выводы и обобщения, которые легли в основу предлагаемой нами структурной модели манипулятивного текста. Так, все отобранные манипулятивные тексты включали неизменные обязательные компоненты и в структурном отношении представляли собой смысловую цепочку: «триггеры» (слова, словосочетания с социальным значимым смыслом, имена, в том числе прецедентные, наличие которых делает текст востребованным для широких масс) + «оценка» (языковые единицы разного уровня с негативной и позитивной тональностью) + «на-

циональный контекст» (языковые единицы, называющие казахстанские реалии, условно далее мы будем называть их словами и словосочетаниями с казахстанским содержанием) + «формальные актуализаторы манипуляции» (риторические приемы, лексические повторы, грамматические конструкции и т. д.).

Ниже представлен перечень языковых индикаторов, который вошел в схему анализа медиатекстов. Собственно маркерами для обучения машины автоматическому распознаванию манипулятивных текстов являются только языковые индикаторы (слова, словосочетания, грамматические конструкции и т. д.). Речевые индикаторы (стратегии и тактики) извлекались из текста для уточнения намерения и цели авторов текста, закономерностей в языковом поведении авторов манипулятивных текстов. Материалом для глубинного лингвистического анализа стали 200 текстов манипулятивного характера. В процессе работы был обозначен ряд индикаторов на лексическом и грамматическом уровнях (табл. 1).

Анализ текстов подтвердил наличие предполагаемых закономерностей в содержании и конструировании манипулятивных медиадискурсов, из которых сложилась предлагаемая нами структурная модель манипулятивного текста (табл. 1). Критериями включения компонентов в структуру манипулятивного текста стало процентное соотношение наличия в них тех или иных языковых параметров, также учитывались данные о количественных показателях наличия языковых единиц в рамках одного признака в анализируемых произведениях.

Таблица 1

### Компоненты структурной модели манипулятивных текстов СМИ

Название индикаторов	% встречаемости в текстах	Компонент модели
Триггеры		
Слова, отражающие социально значимые объекты, явления и т. д.	97	триггер
Словосочетания, отражающие социально значимые объекты, явления и т. д.	77	триггер
Визуальные предикаты	32	триггер
Аудиальные предикаты	45	триггер
Кинестетические предикаты	36	триггер
Прецедентные имена	20,5	триггер
Национальный контекст		
Казахстанское содержание (слова)	88	национальный контекст

Окончание табл. 1

<b>Название индикаторов</b>	<b>% встречаемости в текстах</b>	<b>Компонент модели</b>
Казахстанское содержание (словосочетания)	75,5	национальный контекст
<b>Оценка</b>		
Слова со средним и невысоким индексом негативной оценки	97,5	оценка
Устойчивые выражения, метафоры, штампы с негативной тональностью	84	оценка + триггер
Слова с высоким индексом негативной оценки	78,5	оценка
Слова с негативной тональностью в заголовке статьи	61	оценка
Слова с негативной тональностью в тексте статьи, характеризующие Казахстан и относящиеся к нему объекты и т. д.	53	оценка
Устойчивые выражения, штампы с негативной тональностью, характеризующие страну, государство, правительство, социально значимые объекты, явления и т. д.	40	оценка + триггер
Слова со средним и невысоким индексом негативной тональности в тексте статьи, характеризующие страну, государство, правительство, социально значимые объекты, явления и т. д.	25,5	оценка
Слова с высоким индексом негативной тональности в тексте статьи, характеризующие страну, государство, правительство, социально значимые объекты, явления и т. д.	9,5	оценка
<b>Формальные актуализаторы манипуляции</b>		
Повтор слов с негативной тональностью	55	оценка + формальный актуализатор
Риторические вопросы	46	формальный актуализатор
Безличные конструкции	25	формальный актуализатор
Генерализация	13	формальный актуализатор

Далее рассмотрим подробно компоненты структуры манипулятивного текста.

### КОМПОНЕНТ 1. ТРИГГЕРЫ

Неотъемлемым компонентом структуры манипулятивного текста является наличие так называемых смысловых «триггеров», то есть слов или словосочетаний, которые несут в себе социально значимый смысл, а также представляют собой прецедентные имена. Они выполняют функцию «крючков», которые «цепляют» первичное внимание читателя, заставляют его в колоссальном массиве информации выбрать именно эту статью. Наличие этих языковых знаков обозначает для читателя то, что речь в статье идет о событиях, людях, мероприятиях и т. д., которые в той или иной степени вызывают у него эмоциональный и рациональный интерес, при этом зачастую эти языковые единицы вызывают у адресата текста негативные или, наоборот, позитивные ассоциации.

В сознании носителей языка триггеры вызывают психологический, культурный и ментальный комплекс эмоций, чувств, мыслей и впечатлений. Более того, СМИ посредством изучения спроса на тематику новостей, рейтинга персон, событий формируют свою повестку дня с учетом смысловых триггеров. Поэтому, как правило, они часто выносятся в заголовки. Механизм возникновения взаимосвязи между триггерами манипулятивного текста и читателями хорошо описан в психологической науке: «... бессознательно психика ставит некие “якоря”, или “ловушки”, попадая в которые новая информация почти тут же находит благотворный отклик в психике, такую информацию принимают “как свою”, оказывают ей повышенное внимание, потому как она укрепляет информацию, находящуюся ранее, усиливает ее и служит дальнейшей консолидации совместных усилий, когда появляется возможность перейти в сознание, а значит, и претворится в действительность» [Зелинский, 2018, с. 78]. Статистический тест подтвердил наши предположения о высокой доле участия слов и словосочетаний, отражающих социально-значимые объекты, явления и т. д., в манипулятивных текстах. Эта группа языковых единиц была выявлена в 97 % текстов при употреблении таких слов и в 77 % примеров употребления маркированных словосочетаний.

Прецедентные феномены (имена, пословицы, поговорки, загадки, строчки из песен, стихотворений и т. п.) занимают важное место в сознании человека, поскольку относятся к ядру языковых средств хранения и трансляции культурной информации, влияют на появление у читающего / слушающего определенных ассоциаций. Доля участия прецедентных феноменов в текстах составляет 20,5 % (встречаются в 37 текстах из 200). Использование прецедентных феноменов способствует актуализации определенных воспоминаний, чувств, эмоций у аудитории. Выявленные типы прецедентных феноменов представлены в таблице 2.

Таблица 2

## Типы прецедентных феноменов

Тип	Частотность	Пример
Имя, при употреблении которого подразумевается набор дифференциальных признаков лица	61 %	<i>Дональд Трамп, Ким Чен Ын, Бердыбек Сапарбаев, Болат Бакауов, Ванга, Нурсултан Назарбаев и др.</i>
Пословицы и поговорки	7 %	<i>Гладко было на бумаге, но забыли про овраги</i> (Назначение Абылкасымовой: министры меняются, проблемы остаются — политологи, Резонанс) [АА]; <i>Старый конь не проложит новой борозды</i> (Что предпримет Путин после победы на выборах? Четыре сценария, Резонанс) [Там же].
Источники, отрывки из произведений	7 %	<i>Я к вам пишу, чего же боле?</i> (Битва за «дочку» «КазМунайГаза» в эпистолярном жанре, Централ Азия монитор) [Там же]; <i>Спасение утопающего — дело рук самого утопающего</i> (Сожрать один миллиард тенге и не подавиться — это нужно уметь! Резонанс) [Там же].
Наименование страны	5 %	<i>СССР</i> (Труд в СССР: как высшее благо превратилось в главную опасность, Резонанс) [Там же]; <i>США</i> (Кому мешает жить день Победы? Султанов, Резонанс) [Там же].
Наименование события	5 %	<i>ВОВ, Великая Отечественная война</i> (Кому мешает жить день Победы? Султанов, Резонанс) [Там же]
Литературный персонаж	5 %	<i>Штирлиц</i> (О популизме, Резонанс) [Там же]; <i>Глиняный голем</i> (Почему от перестановки мест слагаемых в Нацбанке сумма никогда не изменится? Централ Азия монитор) [Там же]
Название кинофильмов	5 %	<i>Ты — мне, я — тебе!</i> (Страшно далеки они от народа ..., Резонанс) [Там же]; <i>«Титаник»</i> (ПОЛНЫЙ ВПЕРЕД! Или Куда плывет казахстанский пенсионный «Титаник», Резонанс) [Там же].
Наименование праздников	2 %	<i>9 мая</i> (Кому мешает жить день Победы? — Султанов, Резонанс) [Там же].
Наименование международного мероприятия	2 %	<i>ЭКСПО</i> (ДАЕШЬ ПАВИЛЬОНИЩЕ НА ДУБАЙ-ЩИНЕ! Резонанс) [Там же].

Вводя прецедентные феномены в тексты публицистики, автор манипулятивного текста тем самым образует своего рода «команду», группу единомышленников, понимающих его и «следующих» за ним. Языковые единицы с социально значимым смыслом и прецедентные имена составляют подгруппу открытых или явных триггеров. Выбрав для прочтения тот или иной материал, читатель сможет объяснить свой выбор социально значимой тематикой или прецедентным именем с высоким индексом популярности.

Другую подгруппу составляют «скрытые» триггеры. К ним мы относим языковые единицы, служащие средством манипулирования сознанием адресата посредством воздействия на различные сенсорные системы индивида. Известно, что все воспринимаемое психикой человека посредством речи, чувств и репрезентативных контактов (визуальных, аудиальных, кинестических) откладывается в подсознании и может воплотиться в реальных поступках индивида [Там же, с. 77 —78]. Автор текста, выстраивая свои стратегии и тактики, вынужден апеллировать к неизвестному адресату, поэтому он должен воздействовать на актуальные для той или иной информации сенсорные каналы.

Виды встречающихся в текстах предикатов приведены в таблице 3.

Таблица 3

### Предикаты в новостных текстах

№	Предикат	Частотность	Пример
1.	Визуальные предикаты	23 %	<i>глаз, посмотреть, мелькнуть, возникнуть в поле зрения, обладать зорким глазом</i>
2.	Кинестетические предикаты	19 %	<i>терпение лопнуло, привести в бешенство, надавить на большую мозоль, болевой эффект</i>
3.	Аудиальные предикаты	58 %	<i>говорить, требовать, сказано, возмущаться, заявить, отказываться, пожаловаться, поговорить</i>

В целом особенность подгруппы скрытых триггеров состоит в том, что они воздействуют на сознание подспудно, неявно. Скрытые триггеры в виде предикатов различного свойства представляют собой особенный материал для их изучения в контексте нейролингвистического программирования и требуют подробного анализа, в чем видится перспектива дальнейшего исследования.

## КОМПОНЕНТ 2. НАЦИОНАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ

В рамках исследования принципиальным является наличие национального контекста, в нашем случае казахстанского: несмотря на определенную общность корпуса универсально значимых мировых смыслов, для манипулятивных национальных текстов актуален свой национально-фондовый круг лексем. Статистический подсчет подтвердил наши предположения: в 88 % текстов встретились слова и в 77,5 % текстов — словосочетания с казахстанским содержанием.

Анализ показал, что группа языковых единиц, репрезентирующих национальный контекст, достаточно обширна: в словаре параметра «Казахстанское содержание» подсчет выявил 637 слов и 619 словосочетаний. Особенность этой группы состоит в том, что определенная часть этих языковых единиц амбивалентна. Такие лексические единицы, как *Н. А. Назарбаев*, *Акорда*, *Дарига Назарбаева*, с одной стороны, просто формируют казахстанский контент, а с другой — в силу популярности людей, которые номинированы данными лексемами, и живого интереса к известным личностям среди населения вообще их имена всегда могут использоваться как прецедентные. Таким образом, данные единицы, обладающие двойным потенциалом, войдут в группу синтезированных в функциональном плане единиц, которые можно обозначить как национальный контент + триггер.

Вывод о манипулятивности текста с наличием вышеуказанной группы слов можно сделать только на основании проверки тональности (оценки) текста и наличия формальных актуализаторов манипулятивности (о них подробнее см. ниже). Поскольку при отсутствии последних признаков текст может иметь исключительно информативный характер и быть совершенно нейтральным в отношении манипулятивности. О последней речь, как правило, идет при сочетании в текстах социально значимой лексики, прецедентных имен, лексики казахстанского содержания с негативными или позитивными (на материалах наших текстов гораздо реже) оценками, воплощающимися посредством иронии, включения в текст разговорной лексики, отсутствия достаточной аргументации и достоверности излагаемых фактов и др.

## КОМПОНЕНТ 3. ОЦЕНКА

Как мы уже отмечали выше, оценка как психологический акт, отраженный в языковом сознании и выраженный лингвистическими средствами, обязательно присутствует в манипулятивных текстах.

Тесная взаимосвязь речевых стратегий, тактик, актов с оценкой отражена в широком корпусе мировых лингвистических изысканий [Арутю-

нова, 1988; Вольф, 1979; Ивин, 1970; Кенжебалина, 2010; Темиргазина, 1999; Шрамм, 1979;]. Как известно, оценка выражается в знаках «+» (положительная оценка), «-» (негативная оценка) и «0» нейтральная оценка. Обязательность оценки в манипулятивных текстах обусловлена необходимостью выражения позиции автора [Кунин, 2005, с. 212].

Во всех проанализированных нами текстах осуществляется основная стратегия — дискредитация посредством определенного репертуара оценочных речевых тактик: обвинения, возмущения, иронии, угрозы. Как правило, стратегию дискредитации рассматривают как «игру на понижение» [Иссерс, 2008, с. 16], поскольку она подразумевает подрыв доверия к кому-то, чему-либо, умаление авторитета, значения кого-, чего-либо, то есть создание негативного мнения о политическом субъекте / объекте. Снижение образа субъекта / объекта реализуется говорящим на различных языковых уровнях и достигается за счет ряда приемов, создающих в тексте негативную тональность.

На лексическом уровне негативная тональность актуализируется через отрицательно окрашенную или эмоционально-экспрессивную лексику. Нами был составлен словарь слов и словосочетаний с высоким и средним индексом негативной тональности, включающий 1233 слова (с повторами 1960 слов) и 716 словосочетаний, и словарь устойчивых выражений с негативной тональностью, состоящий из 493 выражений.

В состав словаря лексем с негативной семантикой входят единицы со значением лица (9,5 %): *коррупционер, взяточник, убийца, преступник, вор*, а также наименования отвлеченных свойств и качеств, действий и состояний (39 %): *зависимость, невнимание, неверие, огорчение, жестокость, коварство, бездействие, запугивание, негодование, недовольство, апатия*. Часто встречаются номинации свойств и качеств предметов (14,5%): *проблемный, протестный, фашистский, фиктивный*; действия (22%): *затруднить, уничтожить, разочаровать*; иногда — признаки действия (5%): *плохо, неэффективно, страшнее*.

Использование стилистически сниженного потенциала лексики, фразеологии характерно для реализации тактики анализ-«минус» и тактики обвинения наряду с другими инструментами (табл. 4).

Окказионализмы являются реакцией на нежелательные преобразования в важных для человека сферах: политике, социуме, культуре. Востребованность окказионализмов в текстах СМИ обуславливается преподнесением глубинного смысла в новой форме, что позволит говорящему / пишущему ненавязчиво провести аналогию со знакомыми процессами, явлениями, реалиями, понятиями, сформировать определенные ассоциации [Dilts, 1999].

Таблица 4

Основные инструменты стратегии дискредитации,  
искажающие действительность

Создание иллюзии объективного отображения действительности и формирование негативного отношения к отдельному человеку, группе лиц, социальному институту, явлению	Тактика обвинения	
	просторечные слова	<i>дебилизация, крысятничество, хай-пожор, отстой</i>
	инвективная лексика	<i>дурак, сволочи</i>
	окационализмы с оценочной семантикой	<i>мусабавецина, дубайцина, павильонщике, украшилища</i>
	сравнительная и превосходная степень	<i>В Казахстане в отличие от России в России; словно средневековые волхвы</i>
	слова-интенсификаторы	<i>более того, еще, даже</i>
	повтор слов и словосочетаний с негативной тональностью	<i>...в Алматы происходит самый настоящий геноцид против печатной прессы путем лишения точек ее реализации! А теперь — обычный геноцид!» (Г. Ергалиева. УВАЖУХА АКИМАТА. Резонанс [АА])</i>
	Тактика угрозы	
	гипотетическое негативное событие	<i>если продолжать бездействовать, то ...; если эти решения будут одобрены, то ...</i>
Тактика иронии	<i>козел отпущения, латание банковских дыр</i>	

При помощи формы сравнительной или превосходной степени в публицистических текстах передается интенсивность выражения оценки посредством семантики чрезмерности и напряженности [Сковородников, 1984, с. 129]. Кроме степени сравнения, говорящий может использовать другие показатели интенсивности — слова-интенсификаторы оценки. За счет этого негативная тональность реализуется посредством привлечения средств интенсивности, усиливающих значение обвинения и отрицательной оценки.

Для реализации тактики обвинения авторами манипулятивных текстов используется прием сравнения. Манипулятивные тексты СМИ строятся зачастую таким образом, чтобы подвести сложные (политические, экономические и др.) явления под доступный, запоминающийся, но одновременно знакомый образ с целью создать в сознании адресата определенные, заданные установки на восприятие действительности. Одним из таких спо-

сборов схематизации является проведение «аналогий», «параллелей» или «наложение» в тексте на рассматриваемое событие или явление «нужных» ассоциаций.

Тактика обвинения реализуется также через прием повтора слов и словосочетаний с негативной тональностью. Повторы имеют функцию подчёркивания. Они используются для выделения главной идеи, напрямую связанной с основной темой текста. В основе речевой тактики угрозы лежит негативное событие, которое может произойти в перспективе. Говорящий использует глагол будущего времени для моделирования ситуации и манипулирования сознанием читателя. Достижению нагнетания отрицательного эффекта в изображении конкретного лица, определенных фактов способствует тактика иронии. Для усиления эффекта воздействия на читающего / слушающего, создания контраста и передачи иронии говорящий может использовать «игру на повышение», противоположную «игре на понижение».

#### Компонент 4. Формальные актуализаторы манипуляции

Четвертый не менее важный компонент структуры манипулятивного текста составляют речевые фигуры, синтаксические конструкции, лексические повторы, использование обобщающих слов, призывов и другие «технических» средства актуализации той или иной информации, смысла, эмоции, отношения. Арсенал манипулятора достаточно широк. Эта группа параметров, условно названная нами как «формальные актуализаторы манипуляции», содержит в себе речевые приемы и языковые единицы разных уровней.

Так, например, семантический повтор языковых единиц с негативной тональностью как способ актуализации необходимой манипулятору информации выполняет функции убеждения, воздействия, «сгущает краски», провоцирует высокий эмоциональный накал. В анализируемых текстах встречается повтор одного и того же слова, словосочетания, корневой морфемы либо одного и того же аффикса: *конфликт*, *«развод»*, *потеря*, *проблема*, *злоупотреблять*, *резкость*, *негативный*, *затопить*, *бедствие*, *трагедия*, *уничтожить*, *геноцид*, *коррупция* и др. В исследованных медиатекстах чаще повторяются имена существительные — 67 %, причем больше абстрактных отглагольных существительных — 70 %; менее частотны прилагательные — 12 % и еще реже встречаются глаголы — 9,5%. Из процентного соотношения употребительности частей речи в ходе манипулятивного воздействия видно, что именно существительные позволяют создать картину описываемого и заострить внимание на необходимых для говорящего / пишущего моментах.

Большим потенциалом обладают ресурсы синтаксического уровня, которые создают «эффект диалогичности общения», снижают или увеличивают категоричность утверждений журналиста (вопросительное предложение в функции повествовательного, нанизывание цепочки риторических вопросов). Более подробно в рамках данного исследования синтаксические конструкции, обладающие манипулятивным потенциалом, рассмотрены в статье [Шакенова и др., 2020, с. 146]. На уровне синтаксиса реализация манипулятивности часто связана с использованием риторических вопросов, также имеющих отрицательно-оценочное значение. Журналисты часто прибегают к риторическим вопросам, чтобы поставить под сомнение излагаемый факт или выразить несогласие с ним, провоцируют адресата на ответ в виде выражения своего, а точнее — подготовленного мнения. Языковые наблюдения показали, что авторы используют данный прием в каждом втором тексте. Например: *Что ждать от нового срока?* (Что предпримет Путин после победы на выборах? Четыре сценария, Резонанс); *Какой вообще толк от бесконечных пертурбаций?* (Правительство РК: есть ли толк от реорганизаций и новых назначений? Резонанс); *Вновь перейти к кочевому образу жизни?* (Давайте не будем тыкать «пальцем в небо»! Резонанс) [АА]. Риторические вопросы, выделяя в тексте наиболее значимые его смысловые компоненты, свидетельствуют о наличии проблем, которые требуют решения.

Безличные конструкции используются для ориентирования определенной информации не на конкретного субъекта, а на всех читателей: *Достаточно надавить на больную для всех постсоветских обществ мозоль* (Кто в Казахстане боится «призрака коммунизма»? Резонанс); *Необходимо задаться вопросом* (Действительно ли в Казахстане дорогие кредиты? Резонанс); *А вот дальше придется гадать на кофейной гуще* (Цена вопроса, Эксперт) [Там же]. Конструкции этого типа используются, поскольку исключение субъекта как источника информации усиливает объективный характер изложения [Любимова, 2006, с. 129]. Еще одна разновидность технических актуализаторов манипулятивности — маркеры, указывающие на очевидность аргумента и апеллирующие к разуму адресата и фоновым знаниям: *если подумать; понятно, что; давно известно, что; из истории известно, что*.

Одним из действенных способов манипуляции общественным сознанием является «апелляция к авторитету» [Иссерс, 2008, с. 155]. Данный прием может быть реализован посредством вводных конструкций со значением указания на источник информации, генераторов обобщения (например, местоимения *все*), местоименного прилагательного *многий* с глаголом

говорения, слова *очевидно*. При этом авторитет должен быть значим для читателя: *по мнению Марата Кошумбаева, заведующего лабораторией гидроэлектростанций и гидротехнических сооружений КазНИИ энергетики им. академика Ш. Ч. Чокина; по данным “Коммерсанта”; по официальным данным Национального банка РК*. Тактика апелляции к читателю используется для создания эффекта равноправного диалога, из стремления автора активнее вовлечь читателя в манипулятивную сеть: *Вы же, уважаемые читатели ...*

Для того чтобы сделать речь убедительной, яркой, показать свою заинтересованность в происходящем, воздействовать на слушающего, говорящий часто использует средства категоричности, иногда «впускает» в свой текст средства смягчения категоричности — вводные слова со значением сомнения (*кажется, возможно, наверное, может быть*), отрицательные частицы *отнюдь не, вовсе не*. К основным средствам категоричности можно отнести следующие языковые и речевые единицы: отрицательные местоимения (*ничего, никто*), вводную конструкцию *судя по всему*.

#### 4. Заключение

В предложенной нами структуре манипулятивного текста представлены как однозначные, так и смешанные компоненты, то есть языковые единицы, способные выполнять двойные функции. Например, в компоненте «Оценка» к таковым можно отнести языковые единицы, относящиеся к параметру «Устойчивые выражения, метафоры, штампы с негативной тональностью». Дуализм функций данной группы единиц обусловлен их семантической многозначностью. С одной стороны, устойчивые выражения, составляют группу сочетаний, к которым носители языка ментально и эмоционально «чувствительны» в силу архетипичности фразеологизмов и их подсознательного бытования в концептуальной и национальной картине мира представителей того или иного этноса или территории, их в народе впитывают, как говорится, «с молоком матери». Поэтому устойчивые выражения практически всегда привлекают внимание читателей или слушателей. В этом плане они выступают в качестве триггеров интереса к тексту. С другой стороны, фразеологизмы всегда оценочны, то есть выражают отношение говорящего / пишущего к объекту. В группе языковых единиц «Повтор слов с негативной тональностью» происходит наложение оценочной семантики лексем и технического приема — их повторения. Таким образом, они также образуют переходную группу слов с двойной функцией.

Следует отметить, что в нашей работе представлен не исчерпывающий перечень формальных актуализаторов манипуляции, а только наиболее ча-

стотные факты. Манипулятор, чтобы быть убедительным, всегда тяготеет к разнообразию используемых языковых средств и способов, некоторые из которых нечасто встречаются, но от этого не становятся менее действенным манипулятивным инструментом.

Статистические данные подтверждают целесообразность 4-компонентной структуры манипулятивных текстов. Языковые параметры, извлеченные из манипулятивных текстов, в рамках предлагаемых компонентов структуры характеризуются высокой частотностью: 97 % — «Слова, отражающие социально значимые объекты, явления и т. д.», 97,5 % — «Слова со средним и невысоким индексом негативной оценки»; 88 % — «Казахстанское содержание», 55 % — «Повтор слов с негативной тональностью» и др.

Кроме того, на основе статистического подсчета выявлены доминантные (обязательные) языковые параметры манипулятивных текстов: слова, отражающие социально значимые объекты, явления и т. д., составляют 97 %; словосочетания, отражающие социально значимые объекты, явления и т. д., — 77 %; сенсорные предикаты в совокупности — 113%; слова со средним и невысоким индексом негативной оценки — 97,5%; устойчивые выражения, метафоры, штампы с негативной тональностью — 84 %; слова с высоким индексом негативной оценки — 78,5 %; слова с негативной тональностью в заголовке статьи — 61 %; слова с негативной тональностью в тексте статьи, характеризующие Казахстан и относящиеся к нему объекты и т. д., — 53 %; казахстанское содержание (слова) — 88 %; казахстанское содержание (словосочетания) — 75,5 %; повтор слов с негативной тональностью реализуется в 55 % контекстов, и риторические вопросы — в 46 %.

**Информация о финансировании:** Данная статья подготовлена в рамках реализации ПЦФ № BR05236839 Комитета науки Министерства образования и науки Республики Казахстан.

## Источники

АА — *Архив* авторов.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Арутюнова Н. Д.* Типы языковых значений : Оценка. Событие. Факт / Н. Д. Арутюнова. — Москва : Наука, 1988. — 338 с.
2. *Беляева И. В.* Феномен речевой манипуляции : лингвоюридические аспекты : автореферат диссертации ... доктора филологических наук : 10.02.19 / И. В. Беляева. — Ростов-на-Дону, 2009. — 39 с.

3. *Быкова О.Н.* Языковое манипулирование : материалы к энциклопедическому словарю «Культура русской речи» / О. Н. Быкова // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения : Вестник Российской риторической ассоциации. — Красноярск, 1999. — Выпуск 1 (8). — С. 91—103.
4. *Вольф Е. М.* Варьирование в оценочных структурах / Е. М. Вольф // Семантическое и формальное варьирование. — Москва : Наука, 1979. — С. 173—194.
5. *Герасимов В. М.* Психология парламентаризма / В. М. Герасимов, А. А. Деркач, А. С. Косопкин, Т. И. Нефедова. — Москва : Статус-Кво, 1999. — 284 с.
6. *Доценко Е. Л.* Психология манипуляции / Е. Л. Доценко. — Москва : Юрайт, 2000. — 154 с.
7. *Зелинский С. А.* Управление психикой посредством манипулятивного воздействия / С. А. Зелинский. — Санкт-Петербург : Скифия, 2018. — 528 с.
8. *Ивин А. А.* Основания логики оценок / А. А. Ивин. — Москва : Изд-во МГУ, 1970. — 230 с.
9. *Иссерс О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. — Москва : Изд-во ЛКИ, 2008. — 288 с.
10. *Кенжебалина Г. Н.* Оценочные глаголы в коммуникативной деятельности носителей русского языка : курс лекций для студентов и магистрантов / Г. Н. Кенжебалина. — Павлодар : Изд-во «Кереку» ПГУ им. С. Торайгырова, 2010. — 99 с.
11. *Копнина Г. А.* Речевое манипулирование : учебное пособие / Г. А. Копнина. — Москва : Флинта, 2012. — 170 с.
12. *Кунин А. В.* Фразеология современного английского языка : учебное пособие для институтов и факультетов иностранного языка / А. В. Кунин. — Дубна : Феникс+, 2005. — 488 с.
13. *Лось А. Л.* Введение в языкознание : учебное пособие / А.Л. Лось. — Москва : МИЭТ, 2012. — 144 с.
14. *Любимова А. А.* Языковые аспекты воздействия на общественное сознание : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.19 / А. А. Любимова. — Москва, 2006. — 140 с.
15. *Навасартян Л. Г.* Языковые средства и речевые приемы манипуляции информацией в СМИ (на материале российских газет) : диссертация ... кандидата филологических наук / Л. Г. Навасартян. — Саратов, 2017. — 172 с.
16. *Салин П. Б.* Механизмы и каналы медиаманипулирования массовым политическим сознанием / П. Б. Салин // Политическая наука. — 2017. — № 1. — С. 242—252 с.
17. *Сковородников А. П.* Позиционно-лексический повтор как стилистическое явление / А. П. Сковородников // Филологические науки. — 1984. — № 5. — С. 71—76.
18. *Стернин И. А.* Введение в речевое воздействие / И. А. Стернин. — Воронеж : Истоки, 2001. — 252 с.
19. *Темиргазина З. К.* Оценочные высказывания в современном русском языке : автореферат диссертации ... доктора филологических наук : 10.02.01 / З. К. Темиргазина. — Алматы, 1999. — 49 с.
20. *Харари Ю. Н.* 21 урок для XXI века / Ю. Н. Харари. — Москва : Синдбад, 2019. — 416 с.
21. *Шакенова М. Т.* Лексико-грамматические маркеры манипулятивности массмедийного дискурса (на материале корпуса русскоязычных текстов СМИ в Республике Казахстан) / М. Т. Шакенова, Д. С. Ташимханова, У. А. Оспанова, Т. К. Булдыбаев // На-

учный диалог. — 2020. — № 2. — С. 141—160. — DOI: 10.24224/2227-1295-2020-2-141-160.

22. Шрамм А. Н. Очерки по семантике качественных прилагательных (на материале современного русского языка) / А. Н. Шрамм. — Ленинград : Изд-во ЛГУ, 1979. — 39 с.

23. Штайн К. Э. Манипулятивная стратегия как средство гармонизации общения в рамках рекламного текста / К. Э. Штайн // Этика и социология текста : сборник статей научно-методического семинара «TEXTUS». — Санкт-Петербург, Ставрополь : Изд-во СГУ, 2004. — Выпуск 10. — С. 304—306.

24. Bernays E. L. Propaganda / E. L. Bernays. — New York : H. Liveright, 1928. — 159 p.

25. Dijk T. A. van Discourse and manipulation / T. A. van Dijk. — London : SAGE Publications, 2006. — Pp. 359—383.

26. Dilts R. Transderivational Morphology / R. Dilts. — Anchor Point, Salt Lake City, UT, 1999.

27. Lee A. M. C. The fine art of propaganda : A study of Father Coughlin's speeches / A. M. C. Lee & E. B. Lee. — New York : Harcourt Brace and Co, 1939. — 140 p.

28. Lippmann W. Public Opinion. Front Cover / W. Lippmann. — Harcourt, Brace, 1922. — 427 p.

29. Maillat D. Constraining context selection : On the pragmatic inevitability of manipulation / D. Maillat // Journal of Pragmatics. — 2013. — Vol. 59, Part B. — Pp. 190—199.

---

## RECOGNITION OF MANIPULATIVE TEXT: STRUCTURE AND DOMINANT LANGUAGE PARAMETERS

© **Gulmira N. Kenzhebalina (2020)**, orcid.org/0000-0002-2564-4385, PhD in Philology, Head of Press Service, The Library of the First President of the Republic of Kazakhstan-Elbassy (Nur-Sultan, Kazakhstan), gulmira\_negmatovna69@mail.ru.

© **Gulvira K. Shaikova (2020)**, orcid.org/0000-0002-3878-5574, PhD in Philology, Head of the Department of Russian Philology, Non-Profit Joint-Stock Company “Toraigyrov University” (Pavlodar, Kazakhstan), golvira97@mail.ru.

© **Maygul T. Shakenova (2020)**, orcid.org/0000-0002-1329-4939, PhD in Philology, chief analyst, Department of Applied Research and Development, Joint-Stock Company “Information and Analytical Center” (Nur-Sultan, Kazakhstan), maigull379@mail.ru.

© **Inessa G. Akoyeva (2020)**, orcid.org/0000-0002-1984-150X, Chief Analyst, Department of Applied Research and Development, Joint-Stock Company “Information and Analytical Center” (Nur-Sultan, Kazakhstan), inessa.akoyeva@iac.kz.

The problem of recognition of the manipulative text in the news on the example of Kazakhstani media is posed. One of the most important tasks of text research in the context of manipulateness is to find something that, although it has a linguistic representation, is obviously pragmatically “obscured”, hidden from the addressee. It is emphasized that in such cases, the danger of manipulation increases at times, since it is addressed both to large social groups and to society as a whole. The relevance of the work is that the destructive nature

of manipulation can lead to large-scale social upheaval. The study is based on the hypothesis of a uniform structure of the manipulative text in the context of big data research for further machine processing. Based on the formed working definition of manipulability, an algorithm for analyzing media texts has been developed, which includes a complex of speech and language indicators. The work was carried out on a corpus of 1,000 media texts, selected from 10,000 fragments of manipulative discourses. Both unambiguous and mixed components are distinguished, that is, linguistic units capable of performing dual functions due to their semantic polysemy. A 4-component universal structure of manipulative texts is compiled, including language parameters extracted from manipulative texts.

Key words: manipulateness; manipulation; mass media; discourse; Russian language in Kazakhstan.

## MATERIAL RESOURCES

AA — *Arkhiv avtorov*. (In Russ.).

## REFERENCES

- Arutyunova, N. D. (1988). *Tipy yazykovykh znacheniy: Otsenka. Sobytiye. Fakt*. Moskva: Nauka. (In Russ.).
- Belyayeva, I. V. (2009). *Fenomen rechevoy manipulyatsii: lingvoyuridicheskkiye aspekty: avtoreferat dissertatsii ... doktora filologicheskikh nauk*. Rostov-na-Donu. (In Russ.).
- Bernays, E. L. (1928). *Propaganda*. New York: H. Liveright.
- Bykova, O. N. (1999). Yazykovoye manipulirovaniye: materialy k entsiklopedicheskomu slovaryu «Kultura russkoy rechi». *Teoreticheskiye i prikladnyye aspekty rechevogo obshcheniya: Vestnik Rossiyskoy ritoricheskoy assotsiatsii, 1 (8)*: 91—103. (In Russ.).
- Dijk, T. A. van (2006). *Discourse and manipulation*. London: SAGE Publications. 359—383.
- Dilts, R. (1999). *Transderivational Morphology*. Anchor Point, Salt Lake City, UT.
- Dotsenko, E. L. (2000). *Psikhologiya manipulyatsii*. Moskva: Yurayt. (In Russ.).
- Gerasimov, V. M., Derkach, A. A., Kosopkin, A. S., Nefedova, T. I. (1999). *Psikhologiya parlamentarizma*. Moskva: Status-Kvo. (In Russ.).
- Issers, O. S. (2008). *Kommunikativnyye strategii i taktiki russkoy rechi*. Moskva: Izd-vo LKI.
- Ivin, A. A. (1970). *Osnovaniya logiki otsenok*. Moskva: Izd-vo MGU. (In Russ.).
- Kenzhebalina, G. N. (2010). *Otsenochnyye glagoly v kommunikativnoy deyatel'nosti nositeley russkogo yazyka: kurs lektsiy dlya studentov i magistrantov*. Pavlodar: Izd-vo «Kereku» PGU im. S. Toraygyrova. (In Russ.).
- Kharari, Yu. N. (2019). *21 urok dlya XXI veka*. Moskva: Sindbad. (In Russ.).
- Kopnina, G. A. (2012). *Rechevoye manipulirovaniye: uchebnoye posobiye*. Moskva: Flinta. (In Russ.).
- Kunin, A. V. (2005). *Frazeologiya sovremennogo angliyskogo yazyka: uchebnoye posobiye dlya institutov i fakultetov inostrannogo yazyka*. Dubna: Feniks+. (In Russ.).
- Lee, A. M. C., Lee, E. B. (1939). *The fine art of propaganda: A study of Father Coughlin's speeches*. New York: Harcourt Brace and Co.
- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion. Front Cover*. Harcourt, Brace.
- Los', A. L. (2012). *Vvedeniye v yazykoznanie: uchebnoye posobiye*. Moskva: MIET. (In Russ.).

- Lyubimova, A. A. (2006). *Yazykovyye aspekty vozdeystviya na obshchestvennoye soznaniye: dissertatsiya ... kandidata filologicheskikh nauk*. Moskva. (In Russ.).
- Maillat, D. (2013). Constraining context selection: On the pragmatic inevitability of manipulation. *Journal of Pragmatics*, 59 (B): 190—199.
- Navasartyan, L. G. (2017). *Yazykovyye sredstva i rechevyye priyemy manipulyatsii informatsiy v SMI (na materiale rossiyskikh gazet): dissertatsiya ... kandidata filologicheskikh nauk*. Saratov. (In Russ.).
- Salin, P. B. (2017). Mekhanizmy i kanaly mediamanipulirovaniya massovym politicheskim soznaniyem. *Politicheskaya nauka*, 1: 242—252. (In Russ.).
- Shakenova, M. T., Tashimkhanova, D. S., Ospanova, U. A., Buldybayev, T. K. (2020). Lek-siko-grammatischekiye markery manipulyativnosti massmediynogo diskursa (na materiale korpusa russkoyazychnykh tekstov SMI v Respublike Kazakhstan). *Nauchnyy dialog*, 2: 141—160. DOI: 10.24224/2227-1295-2020-2-141-160. (In Russ.).
- Shramm, A. N. (1979). *Ocherki po semantike kachestvennykh prilagatelnykh (na materiale sovremennogo russkogo yazyka)*. Leningrad: Izd-vo LGU. (In Russ.).
- Shtayn, K. E. (2004). Manipulyativnaya strategiya kak sredstvo garmonizatsii obshcheniya v ramkakh reklamnogo teksta. In: *Etika i sotsiologiya teksta: sbornik statey nauchno-metodicheskogo seminara «TEXTUS», 10*. Sankt-Peterburg, Stavropol': Izd-vo SGU. 304—306. (In Russ.). Skovorodnikov, A. P. (1984). Pozitsionno-leksicheskiy povtor kak stilisticheskoye yavleniye. *Filologicheskiye nauki*, 5: 71—76. (In Russ.).
- Sternin, I. A. (2001). *Vvedeniye v rechevoye vozdeystviye*. Voronezh: Istoki. (In Russ.).
- Temirgazina, Z. K. (1999). *Otsenochnyye vyskazyvaniya v sovremennom russkom yazyke: avtoreferat dissertatsii ... doktora filologicheskikh nauk*. Almaty. (In Russ.).
- Volf, E. M. (1979). Varirovaniye v otsenochnykh strukturakh. In: *Semanticheskoye i formalnoye varirovaniye*. Moskva: Nauka. 173—194. (In Russ.).
- Zelinskiy, S. A. (2018). *Upravleniye psikhikoy posredstvom manipulyativnogo vozdeystviya*. Sankt-Peterburg: Skifiya. (In Russ.).