

Евразийский гуманитарный журнал. 2024. № 1. С. 76–86.

Eurasian Humanitarian Journal. 2024. No. 1. P. 76-86.

Научная статья

УДК 811.111'23

## СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ МАНИПУЛЯТИВНОСТИ В ПОЛИТИЧЕСКИХ СТАТЬЯХ СМИ

Надежда Николаевна Меньшакова<sup>1</sup>, Егор Витальевич Ильенков<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Пермский государственный национальный исследовательский университет, Пермь,  
Россия, mnesperanza@mail.ru

*Аннотация.* Данная статья посвящена анализу приёмов, стратегий и тактик манипулятивности, используемых авторами политических статей в современных средствах массовой информации, в том числе и на английском языке. Желание манипулировать сознанием реципиентов заставляет автора создавать текст, наполненный оценочными высказываниями, зачастую не имеющими никакого фактического подтверждения, кроме мнения самого автора. Манипулятивный характер текстов политического дискурса является его неотъемлемой чертой и выражается вполне определёнными вербальными средствами, которые поддаются индентификации и которые можно квалифицировать. Наиболее распространёнными средствами выражения манипулятивности являются реализация стратегии мобилизации, тактика шокирования фактами и тактика цитирования объекта дискредитации. Авторами данного исследования проводится подробный анализ одной газетной политической статьи из известного американского журнала The New Yorker. Это средство массовой информации специализируется на политических новостях, сообщениях о сфере массовой культуры, нередко использует юмор, а также публикует различные подкасты и видео самой разной тематики. Однако основной упор журнал The New Yorker делает на освещении политики и социо-культурных явлений. Автором анализируемой статьи является американская журналистка Susan B. Glasser. В статье о Дональде Трампе и выборах президента США, журналистка однозначно и довольно субъективно высказывается о кандидате в президенты и о политической ситуации в стране в целом. Анализ тактик и стратегий манипуляции анализируемой статьи позволяет реципиенту увидеть, каким образом – с помощью каких средств – её автор манипулирует сознанием читателей.

*Ключевые слова:* манипулятивность, политический дискурс, СМИ, стратегии, тактики.

*Для цитирования:* Меньшакова Н. Н., Ильенков Е. В. Стратегии и тактики манипулятивности в политических статьях СМИ // Евразийский гуманитарный журнал. 2024. № 1. С. 76–86.

Original article

## STRATEGIES AND TACTICS OF MANIPULATIVENESS IN POLITICAL ARTICLES OF MASS MEDIA

Nadezhda N. Menshakova<sup>1</sup>, Egor V. Ilyenkov<sup>2</sup>

Perm State University, Perm, Russia, mnesperanza@mail.ru

**Abstract.** The article deals with the peculiarities of techniques, strategies and tactics of manipulateness used by the authors of political articles in modern mass media. Manipulation of the recipients' consciousness allows creating a text filled with evaluative statements that have no factual evidence, except for the author's opinion. Manipulateness in political discourse is an integral part of it and is expressed by certain verbal means. The most common means of expressing manipulateness are the implementation of mobilization strategy, tactics of shocking with facts and tactics of quoting the object of discrediting. The paper provides a detailed analysis of one newspaper political article from The New Yorker magazine, which specializes in political news, mass culture, humor, and also publishes various videos and podcasts on various topics, but the main focus of the magazine is on politics and socio-cultural phenomena. The author of the analyzed article is Susan B. Glasser. In the article about Donald Trump and the US presidential election, the journalist unambiguously and subjectively speaks about the presidential candidate and the political situation in general. Analyzing the tactics and strategies of manipulation in the article allows us to see how the author manipulates the readers' consciousness.

**Keywords:** manipulateness, political discourse, media, strategies, tactics.

**For citation:** Ilyenkov E. V., Menshakova N. N. Strategies and tactics of manipulateness in political articles of mass media. Eurasian Humanitarian Journal. 2024;1:76-86. (In Russ.).

## Введение

По меткому выражению Аристотеля, человек есть политическое животное. Считается, что политика управляет человеком, направляет его, сдерживает общество от хаоса; структурирует другие институты общества и контролирует их, поддерживает экономику, реализует интересы социальных групп, распределяет ресурсы. Поскольку политика стремится глубоко проникнуть в жизнь отдельного человека, в ней развились особые инструменты, способствующие реализации поставленных политических целей. К таким инструментам можно отнести манипулятивность, пропаганду. Они могут обратить ситуацию в пользу говорящего, заставить реципиента мыслить в том или ином направлении.

Политические события освещают средства массовой информации, роль которых в современном мире сложно недооценить. Без СМИ в повседневной жизни практически невозможно было бы узнать, что происходит в мире. СМИ предстают посредником в передаче информации из «первых уст» реципиенту.

Однако информация в СМИ зачастую проходит определённую фильтрацию, видоизменяется и доходит до реципиента в переиначенном – искажённом – виде. СМИ, как и политика, стараются проникнуть как можно глубже в жизнь конкретного человека и напрямую влиять на него. Именно поэтому СМИ активно используют приёмы пропаганды и манипулятивности.

Актуальность данного исследования обусловлена вышеизложенными фактами. Цель исследования состоит в выявлении приёмов манипулятивности в публицистических статьях политической направленности. В исследовании использовались такие методы, как стилистический анализ, семантический анализ, а также лингвопереводческий анализ.

## Основная часть

Политический дискурс, как и любой другой вид дискурса, обладает отличительными особенностями. Под политическим дискурсом понимаются указы, законы, тексты политической тематики: политологические и социально-политические статьи. Политический

дискурс в СМИ характеризуется не такими строгими формулировками, как в указах или законах. Поэтому можно сказать, что он содержит не только политический стиль, но и отображает личные особенности речи оратора / автора. В данной статье рассматривается лингвостилистическая специфика политического дискурса. Под лингвостилистическими особенностями подразумеваются средства и приёмы выразительности разных языковых уровней, которые влияют на стиль и жанр текста.

К лингвостилистическим особенностям политического дискурса относятся следующие: использование терминов, пассивного и активного залогов, средств выразительности (метафор, фразеологизмов и метонимий), а также номинализации и повторов ключевых фрагментов речи / текста. Помимо этого, политический дискурс характеризуется эмоциональной окрашенностью и употреблением различных приёмов внушения идей, убеждений – манипулятивности и провокаций [Андросова 2014: 25; Бейня 2018: 100; Варламова 2007: 87; Федоров: эл. ресурс].

Манипулятивность является основополагающим аспектом в политическом дискурсе, так как является формой внушения идей. В. А. Мишланов, в частности, считает, что манипулятивность имеет прямое отношение к лингвистике, так как осуществляется с помощью речевых средств и происходит в трёх направлениях: в психологическом, политологическом и социологическом [Мишланов 2003].

Манипуляция рассматривается как «ухищрение», «махинация» или «жульничество», то есть сам термин имеет негативную коннотацию. Во всех сферах данный термин имеет общее значение – коммуникативное воздействие на реципиента на основе психологических тактик с целью внедрения определённых установок [Большой психологический словарь: эл. ресурс; Энциклопедия социологии: эл. ресурс; Политическая наука. Словарь-справочник: эл. ресурс]. По определению Е. С. Поповой «манипуляция это – разновидность скрытого речевого воздействия, направленного на достижение собственных целей субъекта воздействия, которые не совпадают с намерениями или противоречат желаниям и интересам объекта воздействия» [Попова 2005: 6].

И. Г. Катенева, анализируя предвыборные материалы партий, пришла к выводу, что одной из наиболее популярных манипулятивных стратегий является тактика «шокирования “фактами”» [Катенева 2012: 90]. Исследователь также выделяет в качестве популярной тактики для манипулирования «цитирование объекта дискредитации», которая заключается в «выхватывании фразы из контекста» и в «неадекватных комментариях» [там же].

Исследователи выделяют также стратегию мобилизации и отождествление себя с говорящим [Сагайдачная 2007]. Помимо вербальных приёмов и тактик манипулятивности в выступлениях политиков используются невербальные приёмы: жестикация, интонация и мимика являются не менее важными компонентами манипулятивности [Журавлева 2020: 35; Сафина 2017: 111, 114].

Рассмотрим названные вербальные тактики манипуляции на материале газетной статьи “Don’t Say You Haven’t Been Warned About Trump and 2024” американской журналистки Сьюзан Глассер, опубликованной в *The New Yorker*.

### Стратегия мобилизации

*The disaster that was the CNN “town hall” with Trump in New Hampshire on Wednesday night was both predictable and predicted. None of it was a surprise. The Donald Trump running in the 2024 Presidential election is the same Donald Trump he always was, a purveyor of industrial-strength untruths. A demagogue. A hater. The struggle of the interviewer, CNN’s Kaitlan Collins, to fact-check his fire hose of falsehoods was painful to watch. The kindest thing to say is that she tried. It is not easy when the former President of the United States is calling you a “nasty person” in front of a cheering crowd of his voters.*

Первое предложение данного абзаца указывает на намеренное (излишнее) утрирование ситуации, что раскрывает суть стратегии мобилизации, сравните: «Дискуссия CNN с Трампом в Нью-Хэмпшире в среду вечером обернулась настоящей катастрофой. Однако она была предсказуема и прогнозируема. Это не было неожиданностью» (Здесь и далее перевод наш). Слова *predictable* и *predicted* указывают на негативное отношение к Трампу и отсутствие позитивных ожиданий от его личности. Тем самым автор статьи намекает, что Трамп уже давно показал своё «отрицательное» поведение – было ожидаемо, что он продемонстрирует его и в этот раз. Слово *disaster* не подкрепляется фактами и в целом утрирует ситуацию. В словах «Дональд Трамп, участвующий в президентских выборах 2024 г. – абсолютно тот же самый Трамп, каким он и всегда был, – распространитель лжи промышленной мощи. Демагог. Ненавистник» можно заметить открытую неприязнь автора к фигуре Д. Трампа. Парцелляция используется как дополнительное средство для усиления отрицательного образа Д. Трампа.

Слова *demagogue* и *hater* имеют отрицательные коннотации: *demagogue – a person, especially a political leader, who wins support by exciting the emotions of ordinary people rather than by having good or morally right ideas* [Cambridge Dictionary: эл. ресурс]; *hater – a person who hates somebody/something* [Cambridge Dictionary: эл. ресурс]. Эти слова помогают автору продемонстрировать нужное ему – негативное – мнение об образе Трампа и убедить в своей правоте реципиента.

В следующем фрагменте С. Глассер пишет: *Throughout, Collins struggled, and how could she not, having been assigned a near-impossible task?* В данном предложении автор гиперболизирует положение Коллинз перед аудиторией. Выражение *near-impossible task* говорит о предвзятости толпы, поддерживающей Трампа.

Далее С. Глассер задаёт ряд вопросов: *Should Trump be given a platform to make his attacks on American democracy, and, if so, should you listen? Does the mere fact of his large following in an increasingly radicalized and extremist Republican Party require that news organizations broadcast his views to millions?* При этом слово *attack* имеет явно негативный оттенок. Автор завуалированно говорит, что Трамп нападает на такую важную для жителей США демократию, и ему буквально предоставляют для этого место, откуда он и может это делать. Во втором вопросе использованы как стратегия мобилизации, так и тактика шокирования фактами. Журналистка гиперболизировано называет партию Трампа радикальной и экстремистской, чтобы удивить реципиента и внушить ему, что эта партия и Трамп в том числе – опасны для общества (*extrimist – a person whose opinions, especially about religion or politics, are extreme, and who may do things that a reviolent, illegal* [Oxford Dictionary: эл. ресурс]).

Рассмотрим ещё один контекст, в котором одновременно применяются тактика шокирования фактами и стратегия мобилизации: *He gleefully slung insults at “RINOs” and Democrats and Europeans. He said words like “horrible” a lot. “Our country is being destroyed by stupid people, by very stupid people,” he said. It was the same garbled nonsense, empty catchphrases, and nasty gibberish so familiar from his four years in the White House. This 2024 Trump still does not speak in coherent sentences, or make arguments. He’s a demagogue. He demagogued.*

Говоря о том, что Трамп оскорблял с ликованием, журналистка использует тактику шокирования фактами – высокопоставленный человек ведёт себя некорректно и непрофессионально. Сам Трамп применяет стратегию мобилизации, чтобы гиперболизировать происходящее в США. Он говорит о том, что страну буквально разрушают глупые люди, а стране нужна помощь – слова *destroy* и *stupid* негативно окрашены и передают отношение Трампа к людям, которые управляют страной. В данном фрагменте снова можно заметить презрительное отношение к Трампу – слова *nonsense* и *gibberish* отражают негативный подтекст (*nonsense – an idea, something said or written, or behavior that is silly or stupid* [Cambridge Dictionary: эл. ресурс]; *gibberish – spoken or written words that have no meaning* [Cambridge Dictionary: эл. ресурс]).

С. Глассер укрепляет созданный негативный образ Трампа как пустослова, утверждая, что Трамп не приводит аргументов в пользу своей точки зрения и попросту занимается демагогией. Последнее слово также является ключевым в манипуляции: *demagogue – a person, especially a political leader, who wins support by exciting the emotions of ordinary people rather than by having good or morally right ideas* [Cambridge Dictionary: эл. ресурс]. Аргументированная и связная речь – черты хорошего политика и образованного человека, однако, по мнению С. Глассер, у Д. Трампа нет ни аргументов, ни связной речи.

Автор статьи пишет: *By the time the farce was over, Trump had made false claims about the 2020 election, about supposedly offering the use of “ten thousand soldiers” on January 6th, about creating “the greatest economy in history” and the “biggest tax cuts” ever. He had lied about President Obama taking classified documents when he left office. Among others. No surprise there: a lying liar is going to lie. Trump is nothing if not consistent in that.*

С. Глассер использует слово *farce*, чтобы придать выступлению Д. Трампа несерьезности (*farce – a humorous play or film where the characters become involved in unlikely situations* [Cambridge Dictionary: эл. ресурс]). Автор снова напрямую обвиняет Трампа во лжи, убеждая в этом читателя: слова *lie, lying, liar, false* – это завуалированные оскорбления.

Рассмотрим ещё один фрагмент, в котором находит выражение стратегия мобилизации: *He is also a believer in another time-honored technique of the propagandist: repetition. His provocations on Wednesday night were familiar to anyone who has been paying attention.* В данном фрагменте автор также обвиняет Дональда Трампа в пустословии.

С. Глассер использует слова с негативной коннотацией: *propogandist* и *provocation* (*propoganda – information, ideas, opinions, or images, often only giving one part of an argument, that are broadcast, published, or in some other way spread with the intention of influencing people's opinions; provocation – an action or statement that is intended to make someone angry* [Cambridge Dictionary: эл. ресурс]). Автор подчёркивает нацеленность Трампа на достижение

своих корыстных целей, для чего он использует обычных людей. Причём, следует отметить, что С. Глассер упрекает Д. Трампа не только в том, что он лжёт сейчас, но и в том, что он постоянно лгал и до этого.

#### Тактика шокирования фактами

С. Глассер пишет: *The cheering crowd, in fact, was the tell, the most revealing part of the whole exercise. Trump without the approval of the mob, his mob, would be just another angry old American man, an unwilling Florida retiree shouting at the television after a round of golf. Instead, he still commands his following, which means that he gets to be an angry old man shouting on the television and not merely at it.* Здесь высказано личное мнение автора статьи, показно её видение происходящего, поэтому данный приём мы относим к тактике шокирования фактами.

В данном отрывке автор называет Трампа пенсионером – *retiree*, указывая на «слишком» почтенный возраст для политической деятельности и как следствие – профнепригодность. Автор статьи иронично говорит о том, что Трамп должен смотреть телевизор, а не вещать из него.

Так С. Глассер создаёт образ Д. Трампа как злого диктатора, который командует своими подчинёнными, а не избирателями. Автор буквально сравнивает поддерживающих Трампа с преступной организацией, используя слово *mob* – *a large, angry crowd, especially one that could easily become violent; – an organization of criminals* [Cambridge Dictionary: эл. ресурс].

В следующем отрывке С. Глассер пишет: *The crowd hooted, chuckled, or clapped when Trump called the former Speaker of the House “Crazy Nancy” and when he insisted that his former Vice-President, Mike Pence, had the power to single-handedly overturn the election results on January 6, 2021. They laughed when he insulted Collins. The more offensive Trump’s words, it seemed, the more they cheered.* В данном контексте автор усиливает негативный образ поддерживающих Трампа; использует слово *hooted* (*to make the sound that an owl makes* [Cambridge Dictionary: эл. ресурс]), что демонстрирует реципиенту неприемлемое поведение толпы.

Также автор дискредитирует Д. Трампа и сообщает, что он ничего не сказал, просто бросался оскорблениями. Слово *insulted* несёт негативную окраску, выражает неуважение к людям. Слово *more* в данном случае отражает степень усиления неправильного, «отрицательного» поведения самого Трампа и поддерживающих его, что усиливать его негативный образ.

В том же абзаце автор пишет: *Only a day before the CNN event, a jury in New York had found Trump civilly liable for sexually abusing and defaming the writer E. Jean Carroll and awarded her five million dollars in damages. Trump’s response was to insult Carroll again on national TV. When he said that he felt sorry for her ex-husband, the audience laughed. When he called her a “whack job,” they laughed once more. When the show was finally over, the audience offered Trump a standing ovation.*

Здесь автор статьи упоминает суд над Трампом, что, без сомнения, должно было поразить реципиента и уверить в том, что Трамп – негативная персона. В данном фрагменте – тактика шокирования фактами. Упоминание статей, за которые осудили Трампа – *sexually abusing* и *defaming* – усиливает эффект создания образа. С. Глассер

использует в данном фрагменте и слово *show*, чтобы указать на театрализованность происходящего, направленность на эмпирическое мировоззрение реципиента (в данном случае – толпы) (*to show – to make an artist's work available for the public to see*» [Cambridge Dictionary: эл. ресурс]. Автор показывает, что это не серьезное мероприятие, а просто шоу под руководством Трампа; называет Трампа актёром – чтобы показать, что он покоряет людей лишь эмоциональным посылом, а не конкретными действиями.

Слово *laugh* имеет положительную окраску, однако здесь это слово применяется к толпе и, учитывая всё происходящее, автор отождествляет толпу с самим Трампом – они смеются над тем, что Трамп оскорбляет людей. Автор цитирует Трампа и его выражение *whack job* – словосочетание, которое имеет негативную коннотацию, что и помогает автору в очередной раз дополнить негативное изображение Трампа (*whack job – some one who is very strange or has mental problems* [Cambridge Dictionary: эл. ресурс]).

Рассмотрим следующий фрагмент: *One revealing moment, among so many, came well into the hour, after Trump interrupted a long, untruthful speech about how he had “finished” the border wall, which he had not in fact finished, to mention, yet again, the “rigged election” of 2020. Collins tried once more to interject. “The election was not rigged, Mr. President,” – she said. “You can’t keep saying that all night long”.*

В данном контексте автор вновь навязывает реципиенту своё мнение о том, что Трамп говорит неправду – словосочетание *untruthful speech* имеет явную отрицательную окраску, выставляя Трампа лжецом, приводя факт, что стена вообще не была достроена – это тактика шокирования фактами без их подтверждения. Однако эта тактика дополняется другим приёмом манипулятивности – *стратегией мобилизации*: С. Глассер в очередной раз развивает тему лжи. Это показывает читателю, что Трамп лжёт в каждом слове, ему вообще нельзя верить. Трамп, в свою очередь, также использует манипулятивный приём шокирования фактами, говоря, что выборы сфальсифицированы – *rigged election (to rig – to arrange dishonestly for the result of something* [Cambridge Dictionary: эл. ресурс]).

Обратим внимание на ещё один фрагмент: *In the immediate aftermath of Trump’s 2020 defeat, with the memory still fresh of his summoning of a violent horde to the U.S. Capitol to do his bidding, there seemed to be a clear answer. The answer was no. He was kicked off Twitter and Facebook. Even Fox News mostly cancelled him. And yet here we are, little more than two years later. Trump has not changed his views or become any less untruthful, inflammatory, or dangerous. If anything, he has become more extreme, even saying that the Constitution itself should be subject to “termination” if that is what it takes to reinstate him to power.*

В данном отрывке С. Глассер называет последователей Трампа жестокой ордой, используя словосочетание *violent horde (a horde – a large group of people (often disapproving)* [Cambridge Dictionary: эл. ресурс]); утверждает, что именно Трамп отдавал приказы – *his summoning*. Помимо этого, перечисляя, какие организации перестали сотрудничать с Трампом, использует тактику шокирования фактами: реципиент, по мнению автора, должен понимать, что крупные компании не перестали бы просто так сотрудничать с Трампом. Автор снова живописует негативный образ Трампа, используя слова с отрицательной коннотацией: *inflammatory (intended or likely to cause anger or hate; dangerous – able or likely to cause harm or death, or unpleasant problems; untruthful – not telling the truth completely, or containing or telling lies* [Cambridge Dictionary: эл. ресурс]).

Таким образом, автор хочет оттолкнуть читателя от Трампа, показав, что он – агрессивный лжец. Также автор подчеркивает, что такой важный для государства документ как конституция должен быть, по мнению Трампа, уничтожен – так С. Глассер показывает, что Д. Трамп намерен вновь прийти к власти во что бы то ни стало.

Продолжая тему предыдущих абзацев, С. Глассер сообщает: *It certainly was not news that a former President who, according to the Post, made more than thirty thousand falsehoods and misleading statements while in office would ceaselessly lie on air.*

По замыслу автора статьи читателя должно ошарашить, что Трамп в свой президентский срок сделал более тридцати тысяч ложных заявлений. При этом С. Глассер ссылается на некий источник, что призвано создавать иллюзию правдивости. При этом автор статьи использует слова с ярко выраженной негативной коннотацией – *falsehood* и *misleading* – для поддержания отрицательного образа Трампа.

### Тактика цитирования объекта дискредитации

В открывающем статью фрагменте С. Глассер пишет: *t took barely a minute for Donald Trump to say “rigged election.” From there, he rambled. He ranted. He lied. And he lied some more. And that was the response to the first question of the evening to the first President in American history to refuse to concede his defeat and accept the peaceful transfer of power: “Why should Americans put you back in the White House?”* Здесь применён приём цитирования объекта дискредитации, однако основной упор делается на негативный комментарий после цитаты.

Автор вкладывает свою субъективную оценку в описание действий Трампа, выставляя его непрофессиональным и неадекватным политическим деятелем. На это указывают слова, имеющие отрицательную окраску: *to rant – to speak, write or shout in a loud, uncontrolled, or angry way, often saying confused or silly things*; слово *to ramble – if you say that a person rambles in their speech or writing, you mean they do not make much sense because they keep going off the subject in a confused way* [Cambridge Dictionary: эл. ресурс]; слово *lie* также имеет негативную коннотацию.

Помимо этого, в данном фрагменте можно увидеть личное мнение автора, которое не подкреплено достоверными аргументами или фактами: *He lied. And he lied some more.* Портрет Трампа выстраивается только со слов автора. Трамп также применяет прием манипулятивности – шокирование фактами. Он старается внушить свои слушателям, что выборы были сфальсифицированы. В выражении *rigged election* слово *to rig* означает *to arrange dishonestly for the result of something* [Cambridge Dictionary: эл. ресурс].

### Заключение

Таким образом, манипулятивность является неотъемлемой частью политической статьи современных СМИ. Она проявляется настолько ярко, насколько автор статьи желает выразить свое мнение, точку зрения, видение той или иной ситуации, не оперируя при этом доказательной базой.

Индивидуальный авторский стиль влияет на выбор тех или иных тактик и стратегий манипулирования, но, как было выявлено при изучении политических статей, основными являются стратегия мобилизации, тактика шокирования фактами, тактика цитирования объекта дискредитации. Основная цель проанализированной нами статьи – дискредитировать Дональда Трампа и снизить интерес к его личности.

Статья наполнена личной неприязнью к фигуре политика, снабжена сопутствующими этой цели приёмами манипулятивности, которые напрямую вынуждают читателя придерживаться мнения автора статьи. Кроме того, в статье присутствуют открытые провокации и оскорбления, которые также являются частью стратегии манипулирования.

### Список литературы

1. Андросова О. Е. Лексико-грамматические особенности политического дискурса // *Контентус*. 2014. № 10 (27). С. 22–28.
2. Бейня М. В. Лингвистические особенности политического дискурса // *Язык, культура и профессиональная коммуникация в современном обществе : материалы VII Междунар. науч. конф.* Тамбов : Изд-во «Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина», 2018. С. 98–102.
3. Большой психологический словарь. 2007. URL: <https://psychological.slovaronline.com/931-MANIPULYATSIYA> (дата обращения: 21.09.2023).
4. Варламова Е. В. Лингвостилистические особенности политического дискурса в интернете // *Язык средств массовой информации: сб. статей*. М. : Институт научной информации по общественным наукам РАН, 2007. С. 84–98.
5. Журавлева Е. В. Специфика невербальной составляющей в политической коммуникации (на примере российских телепередач) // *Политическая лингвистика*. 2020. № 6 (84). С. 33–41.
6. Катенева И. Г. Манипуляция в текстах СМИ как эффективный инструмент политического воздействия и социального контроля (на материале предвыборной кампании 2011 года) // *Вестник Новосибирского государственного университета*. 2012. Том 11. Выпуск 6. С. 89–94.
7. Мишланов В. А., Нецветаева Н. С. Коммуникативные стратегии и тактики в современном политическом дискурсе (на материале политической рекламы предвыборных кампаний 2003, 2007, 2008 гг.) // *Вестник Пермского университета*. Пермь, 2009. № 6. С. 5–13.
8. Политическая наука. Словарь-справочник. 2010. URL: <https://rus-politology-dict.slovaronline.com/1923-Манипуляция> (дата обращения: 21.09.2023).
9. Попова Е. С. Рекламный текст и проблемы манипуляции : автореф. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2005. 27 с.
10. Сагайдачная Е. Н. Манипуляция в политическом дискурсе // *Вестник Челябинского государственного университета*. 2007. № 22. С. 121–126.
11. Сафина А. В. Манипуляция с помощью невербальных средств общения: возможно ли это? // *Вестник Челябинского государственного университета*. 2017. № 3 (399). В. 105. С. 110–115.
12. Федоров А. В. Основы общей теории перевода (Лингвистические проблемы). 2002. URL: [http://samlib.ru/w/wagarow\\_a\\_s/osnowyobshejteoriiiperewoda2002.shtml](http://samlib.ru/w/wagarow_a_s/osnowyobshejteoriiiperewoda2002.shtml) (дата обращения: 15.09.2023).
13. Энциклопедия социологии. 2009. URL: <https://rus-sociologia.slovaronline.com/1970-МАНИПУЛЯЦИЯ> (дата обращения: 21.09.2023).
14. Cambridge Dictionary, 2023. URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (дата обращения: октябрь, ноябрь, 2023).
15. Don't say you haven't been warned about Trump and 2024 // *The New Yorker*, 2023. URL: <https://www.newyorker.com/news/letter-from-bidens-washington/dont-say-you-havent-been-warned-about-trump-and-2024> (дата обращения: 30.10.2023).
16. Oxford Dictionary, 2023. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> (дата обращения: октябрь, ноябрь, 2023).

### References

1. Androsova O. E. Leksiko-grammaticheskie osobennosti politicheskogo diskursa [Lexico-grammatical features of political discourse]. *Kontentus* [Contents]. 2014, no. 10 (27), pp. 22-28. (In Russ.).

2. Bejnja M. V. Lingvisticheskie osobennosti politicheskogo diskursa [Linguistic features of political discourse]. *Jazyk, kul'tura i professional'naja kommunikacija v sovremennom obshhestve* [Language, culture and professional communication in modern society]. Tambov, Tambov State University named after. G. R. Derzhavina Publ., 2018, pp. 98-102. (In Russ.).

3. Bol'shoj psichologicheskij slovar' [Large psychological dictionary]. 2007. (In Russ.). Available at: <https://psychological.slovaronline.com/931-MANIPULYATSIYA> (accessed: 21.09.2023).

4. Varlamova E. V. Lingvostilisticheskie osobennosti politicheskogo diskursa v internete [Linguistic and stylistic features of political discourse on the Internet]. *Jazyk sredstv massovoj informacii* [Media language]. Moscow, Institute of Scientific Information for Social Sciences RAS Publ., 2007, pp. 84-98. (In Russ.).

5. Zhuravleva E. V. Specifika neverbal'noj sostavljajushhej v politicheskoy kommunikacii (na primere rossijskih teleperedach) [Specifics of the nonverbal component in political communication (using the example of Russian television programs)]. *Politicheskaja lingvistika* [Political linguistics]. 2020, no. 6 (84), pp. 33-41. (In Russ.).

6. Kateneva I. G. Manipuljacija v tekstah SMI kak jeffektivnyj instrument politicheskogo vozdejstvija i social'nogo kontrolja (na materiale predvybornoj kampanii 2011 goda) [Manipulation in media texts as an effective tool of political influence and social control (based on the material of the 2011 election campaign)]. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Novosibirsk State University]. 2012, vol 11, iss. 6, pp. 89-94. (In Russ.).

7. Mishlanov V. A., Necvetaeva N. S. Kommunikativnye strategii i taktiki v sovremennom politicheskom diskurse (na materiale politicheskoy reklamy predvybornyh kampanij 2003, 2007, 2008 gg.) [Communication strategies and tactics in modern political discourse (based on political advertising of the 2003, 2007, 2008 election campaigns)]. *Vestnik Permskogo universiteta* [Bulletin of Perm University]. Perm, 2009, no. 6. С. 5-13. (In Russ.).

8. Politicheskaja nauka. Slovar'-spravochnik [Political Science. Dictionary-reference book]. 2010. (In Russ.). Available at: <https://rus-politology-dict.slovaronline.com/1923-Manipuljacija> (accessed: 21.09.2023).

9. Popova E. S. Reklamnyj tekst i problemy manipuljacii [Advertising text and problems of manipulation]. PhD dissertation abstract. Ekaterinburg, 2005, 27 p. (In Russ.).

10. Sagajdachnaja E. N. Manipuljacija v politicheskom diskurse [Manipulation in political discourse]. *Manipulation in political discourse*. 2007, no. 22, pp. 121-126. (In Russ.).

11. Safina A. V. Manipuljacija s pomoshh'ju neverbal'nyh sredstv obshhenija: vozmozhno li jeto? [Manipulation using non-verbal means of communication: is it possible?]. *Vestnik Cheljabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Chelyabinsk State University]. 2017, no. 3 (399). iss. 105, pp. 110-115. (In Russ.).

12. Fedorov A. V. Osnovy obshhej teorii perevoda (Lingvisticheskie problemy) [Fundamentals of the general theory of translation (Linguistic problems)]. 2002. (In Russ.). Available at: [http://samlib.ru/w/wagapow\\_a\\_s/osnowyobshejteoriiiperewoda2002.shtml](http://samlib.ru/w/wagapow_a_s/osnowyobshejteoriiiperewoda2002.shtml) (accessed: 15.09.2023).

13. Jenciklopedija sociologii [Encyclopedia of Sociology]. 2009. (In Russ.). Available at: <https://rus-sociologia.slovaronline.com/1970-MANIPULJaCIJa> (accessed: 21.09.2023).

14. Cambridge Dictionary, 2023. URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (accessed: October, November, 2023).

15. Don't say you haven't been warned about Trump and 2024 // The New Yorker, 2023. URL: <https://www.newyorker.com/news/letter-from-bidens-washington/dont-say-you-havent-been-warned-about-trump-and-2024> (accessed: 30.10.2023).

16. Oxford Dictionary, 2023. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> (accessed: October, November, 2023).

**Информация об авторах**

**Н. Н. Меньшакова** – кандидат филологических наук,  
доцент, кафедра лингвистики и перевода,

*Пермский государственный национальный исследовательский университет.*

**Е. В. Ильенков** – факультет современных иностранных языков и литератур,  
*Пермский государственный национальный исследовательский университет.*

**Information about the authors**

**N. N. Menshakova** – Ph.D. (Philology), Associate Professor,  
Department of Linguistics and Translation,  
Perm State University;

**E. V. Ilyenkov** – Faculty of Modern Foreign Languages and Literatures,  
Perm State University.

Статья поступила в редакцию 12.10.2023; одобрена после рецензирования 25.11.2023;  
принята к публикации 10.01.2024.

The article was submitted 12.10.2023; approved after reviewing 25.11.2023; accepted for  
publication 10.01.2024.