Казаков Александр Александрович, кандидат политических наук, доцент кафедры политических наук ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского», Саратов, Россия; e-mail: aldr.kazakov@gmail.com

МАНИПУЛЯТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПОЛЯРИЗОВАННОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО МЕДИАТЕКСТА: ВАРИАНТ ИЗМЕРЕНИЯ[1]

В современной политической коммуникативистике достаточно много работ, посвященных используемым журналистами методам манипулирования общественным сознанием. Значительно реже предпринимаются попытки разработать алгоритм, при помощи которого можно было бы выразить содержащийся в медиатекстах потенциал воздействия на аудиторию количественно. Данная статья содержит обоснование возможного варианта измерения манипулятивного «заряда» вербальных сообщений. В основу авторского подхода положено пятнадцать параметров, каждый из которых подлежит количественной оценке применительно к конкретному медиатексту. К числу основных критериев манипулятивности в рамках предлагаемого алгоритма относятся: наличие оценочных суждений в заголовке и лиде, степень представленности альтернативной точки зрения, характер используемых журналистом источников информации, количество эмоционально нагруженных лексем и используемых прецедентных имен, уровень аргументированности основных тезисов и т. д. В статье приводятся также результаты апробации данной системы оценивания, осуществленной на основе анализа десяти статей с сайтов двух американских и трех российских газет. Сформулированы основные методологические ограничения этого подхода, намечены пути его оптимизации.

Ключевые слова: *поляризованный медиатекст, манипуляция, манипулятивный потенциал, массмедиа, измерение манипулятивного потенциала, медиалингвистика, медийная грамотность.*

Alexander A. Kazakov, PhD in Political Sciences, Associate Professor at the Chair of Political Science, Saratov National Research State University named after N.G. Chernyshevsky, Saratov, Russia; e-mail: aldr.kazakov@gmail.com

A POSSIBLE WAY TO MEASURE MANIPULATIVE CAPACITY OF POLARIZED POLITICAL MEDIA TEXTS

Within the realm of modern communication studies, there are numerous works on the tools journalists use to manipulate public consciousness. Far less frequently, attempts are made to create mechanisms to quantitatively express the manipulative capacity of media texts. One of the possible ways to measure the manipulative

“charge” of polarized political messages (both online and in print) is substantiated in this article. The author’s approach is based on fifteen parameters, each of which is subject to quantitative measurement in relation to a particular media text. These parameters are (but not limited to): the presence of evaluative statements within headlines and subheadings, balance (i.e. the amount of page space devoted to an alternative view), information sources, the number of emotion-laden words and precedent names, the extent to which the main arguments are well-founded. The article also contains the results of the beta-testing of this evaluation system conducted on the basis of ten online stories from two American and three Russian newspapers. The key methodological limitations of this approach are formulated and further ways to optimize it are outlined.

Key words: *polarized media text, manipulation, manipulative capacity, mass media, measurement of manipulative capacity, media linguistics, media literacy.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.6.2018.7593

Введение

Проблема определения степени достоверности и объективности транслируемого массмедиа контента становится сегодня актуальной как никогда прежде. Фейк, фейк-ньюз, манипуляция, постправда, фактчекинг, медиаграмотность – все эти слова прочно вошли в ежедневный обиход не только специалистов в области политической коммуникативистики и медиалингвистики, но и рядовых граждан, следящих за сообщениями СМИ.

Динамично изменяющиеся реалии общественной жизни закономерно вызывают повышенный интерес научного сообщества. В отечественной и зарубежной науке появляется все больше исследований, посвященных указанной проблеме. По нашим наблюдениям, на Западе ракурс рассмотрения данной проблематики постепенно смещается в сторону такого направления, как медиаобразование и медиаграмотность. Европейские и североамериканские коммуникативисты и педагоги разрабатывают методики обучения людей (прежде всего – учащихся школ и студентов) механизмам защиты от избыточного и потенциально недостоверного контента, стараются привить им навыки критического анализа медиасообщений, научить самостоятельно проверять достоверность изложенной журналистом информации, аутентичность фотоизображений и т. д. (см., напр.: Adams, Hamm, 2001; Aufderheide, 1993; Cappello, Felini, Hobbs, 2011; Mackey, 2007; Potter, 2008).

В России это направление начало активизироваться относительно недавно – примерно с конца 90-х гг. XX в. Среди признан-

ных центров исследований в области медиа- и информационной грамотности/компетентности можно назвать Таганрог (там работает один из ведущих отечественных специалистов в этой сфере А. В. Федоров), МГУ имени М. В. Ломоносова и Высшую школу экономики. В нашей стране появляется все больше посвященных рассматриваемой теме научных журналов, проводятся научно-практические конференции, создаются школы, издаются статьи и монографии, открываются соответствующие магистерские программы.

Обзор литературы

Львиную долю отечественного научного дискурса по данной проблематике по-прежнему составляют попытки описать и систематизировать используемые журналистами приемы, тактики и стратегии манипулирования: труды Г. В. Грачева, И. К. Мельника (2007), С. Г. Кара-Мурзы (2015), Е. Л. Доценко (1997) давно уже стали классическими. Методы воздействия на сознание аудитории подвергаются в них всестороннему анализу и сопровождаются конкретными примерами из журналистской практики. Отдельного упоминания, безусловно, достойны работы И. М. Дзялошинского (2005, 2006), О. Л. Михалевой (2009), А. А. Даниловой (2009), Т. Г. Добросклонской (2010), Г. Г. Хазагерова (2015, 2016), А. П. Сковородникова и Г. А. Копниной (2012). Благодаря вкладу этих ученых широчайший спектр актуальных манипулятивных технологий можно считать досконально изученным.

Вместе с тем мы полагаем, что есть сферы, которые до сих остаются недостаточно проработанными. Одна из них – возможность количественного измерения манипулятивного потенциала медиатекстов. Под манипулятивным потенциалом мы понимаем силу возможного воздействия журналистского произведения на аудиторию, его суггестивный *заряд*. Очевидно, что, во-первых, разные информационные сообщения обладают различной манипулятивной силой и, во-вторых, возможность объективной ее оценки могла бы позволить исследователям более эффективно разрабатывать рекомендации по противодействию манипуляциям, а также сравнивать различные тексты (и даже издания!) между собой. Последнее, как представляется, приобретает особую актуальность в условиях бесконечных информационных войн, сопровождающих современный мировой политический процесс.

В этой связи следует отметить, что предложенный в рамках статьи вариант оценки манипулятивного потенциала, в первую очередь, ориентирован на так называемый поляризованный дискурс. Вслед за Т. ван Дейком и М. Еисса поляризованным мы будем считать дискурс, возникающий на основе конфликта политических интересов двух крупных социально-политических субъектов (в том числе государств), пропагандирующий стереотипные представления об оппоненте, очерняющий его репутацию и предполагающий разделение глобальной социальной среды на *своих* и *чужих* (Dijk, 2008: 32; Eissa, 2014: 72). В центре нашего внимания будет политическое противостояние между Россией и США, а точнее, то, каким образом оно отображается в медиапространствах обоих государств.

Анализ имеющейся на этот счет научной литературы дает нам основания утверждать, что в настоящий момент попытки измерить манипулятивную составляющую медиатекстов встречаются крайне редко. Одну из них не так давно предприняли красноярские ученые А. В. Колмогорова, Ю. А. Горностаева, А. А. Калинин и Ю. А. Талдыкина. Их усилиями был разработан проект компьютерной программы-классификатора англоязычных политических текстов о России по уровню их манипулятивного воздействия. В качестве параметров оценки исследователи использовали относительное количество в тексте таких маркеров манипуляции, как военная и нацистская лексика, слова с префиксами *pro-* и *anti-*, корнем *soviet*, маркеры манипулятивности, полученные в социолингвистическом эксперименте, и упоминания имени Президента России В. В. Путина. По результатам компьютерной обработки медиатекстов с учетом этих параметров были выделены четыре класса сообщений: тексты, не содержащие манипуляции; тексты с низким, средним и высоким уровнем манипулятивности (Колмогорова, Калинин, Талдыкина, 2016; Колмогорова, Горностаева, Калинин, 2017).

Иной подход к оценке степени манипулятивности текста предложил ученый из Челябинска М. А. Самкова. Она посчитала возможным выводить силу воздействия дезинформирующего медиасообщения из количества содержащихся в нем прагматически маркированных слов и увязывать это с содержанием комментариев читателей (Самкова, 2017).

Целиком и полностью поддерживая начинания упомянутых авторов, обратим тем не менее внимание на отдельные ограничения,

которые, на наш взгляд, есть в каждом из них. Полагаем, что использование военной лексики, нацистских терминов, лексем с префиксами *pro-* и *anti-,* морфемой *soviet* и других прагматически маркированных слов, равно как и упоминание В. В. Путина, отнюдь не исчерпывает всего арсенала механизмов, при помощи которых автор текста может манипулировать сознанием своей аудитории. На самом деле таких приемов значительно больше. Кроме этого, мы убеждены, что манипулятивным потенциалом обладают не только дезинформирующие тексты, но и те, которые не предполагают целенаправленного доведения до адресата заведомо ложной информации или намеренно искаженных данных. В нашем понимании, любой медиатекст – даже самый фактологически выверенный и лексически выдержанный – может нести в себе манипулятивный потенциал.

Параметры манипулирования

Каким образом мы предлагаем его измерять? Проанализировав внушительный объем работ, посвященных механизмам медиаманипулирования, мы выделили пятнадцать параметров, каждый из которых, на наш взгляд, сам по себе может являться маркером намеренного скрытого воздействия на сознание аудитории. Любой из этих параметров можно выразить в количественной форме. Сумма числовых значений имеющихся в конкретном медиатексте маркеров и будет являться показателем его манипулятивного потенциала. Сразу же оговоримся, что предлагаемая нами методика оценки может применяться лишь к вербальным текстовым материалам – причем как в печатной, так и в электронной их формах. В дальнейшем же можно будет думать о том, каким образом видоизменить эту методику, для того чтобы ее можно было использовать для анализа теле- и радиосообщений.

1. Первый параметр – это заголовок и лид (подробнее об этом см.: Воронцова, 2017). Если в них присутствует ярко выраженное оценочное суждение или призыв к чему-либо, считаем возможным оценить это в два балла; если же оценка и призыв выражены имплицитно – в один. Разумеется, идентификация имплицитного или эксплицитного характера заголовка и лида будет не лишена субъективизма. Тем не менее полагаем, что в большинстве случаев разница между этими двумя возможными вариантами достаточно очевидна. В качестве примеров можно привести явно выраженную

оценочность в заголовке «Вашингтон Пост» «*Trump's cynical attacks on the rule of law hurt the nation*» («Циничные нападки Трампа на принцип верховенства права вредят нации»), имплицитную оценку в названии статьи «Коммерсанта» «Пережить американские выборы» и отсутствие какого бы то ни было манипулятивного подтекста в заголовке «Российской газеты» «Как сенатор сенатору».

2. Содержащиеся в статье фото, рисунки, коллажи, карикатуры, а также подписи к ним (подробнее об этом см.: Ворошилова, 2013; Сподарец, 2015). Ярко выраженное их несоответствие содержанию текста или наличие в них оценки, подтверждающей основную мысль автора, *стоит* один балл, имплицитно-латентное воздействие – 0,5 балла. Вариант технической ошибки мы в данном случае во внимание не принимаем, так как в солидных изданиях такие вещи случаются редко.

3. Объем и качество представления альтернативной точки зрения по основному вопросу оцениваемого сообщения. Полагаем, что в случаях, когда речь идет о какой-либо сложной, неоднозначной или даже противоречивой проблеме, в статье должны быть представлены противоположные позиции, в том числе – точка зрения, не совпадающая с авторской. В терминах теории установления повестки дня речь в данном случае идет и о необходимости отражения как можно большего количества компонентов так называемой *атрибутивной* повестки дня (подробнее об этом см.: Казаков, 2013).

Если материал вообще не содержит упоминания о наличии иного взгляда на происходящее – три балла; если альтернативная точка зрения приводится не дословно и занимает менее одной пятой текста – два балла; если не дословно, но более одной пятой, а также если приводятся альтернативные цитаты, но в общей сложности они занимают менее одной пятой текста – один балл. Объем в одну пятую текста используется в данном случае потому, что, по нашим наблюдениям и замерам, в большинстве статей идеям и позициям, не совпадающим с авторскими, редко отводится больше места.

Отметим, что иногда необходимости в приведении противоположного мнения может не быть вовсе: например, в кратких информационных сообщениях о том, что, где и когда произошло. В таком случае баллы за манипулятивность не начисляются.

4. Четвертый параметр объединяет использование мнений экспертов и цитат (подробнее об этом см.: Красовская, 2017; Чаны-

шева, 2017; Фролова, 2015). За каждую ссылку на мнение человека, который в силу своего образования, профессионального опыта или компетенции не является специалистом по обсуждаемой проблеме, начисляется 0,5 балла. Столько же – за каждую вырванную из контекста, неправильно переведенную или приведенную не полностью (так, что искажается смысл) цитату.

Подчеркнем, что, в отличие от первых трех, данный критерий, как и все последующие, является *накопительным*: в одном тексте маркеры манипулятивности могут встречаться неоднократно, стало быть, итоговый показатель может быть каким угодно – в зависимости от количества случаев его использования. Скажем, если эксперт-неспециалист был процитирован три раза, то в итоге это даст 1,5 балла (0,5 х 3).

Кроме того, необходимо принимать в расчет и общий объем текста, ведь чем длиннее медиаматериал, тем больше вероятность обнаружения в нем манипулятивных элементов. Следовательно, самый объемный текст будет обладать и самым большим манипулятивным потенциалом. Чтобы избежать этого некорректного упрощения, предлагаем ввести условную величину *стандартного* текста – длиной в тысячу слов. Если текст выходит за пределы обозначенного объема на сто слов и менее, баллы по параметрам (начиная с четвертого) делим на 1,1; если на двести слов и менее – на 1,2 и т. д.

5. Несоответствие действительности принципиально важных – в контексте освещаемой проблемы – фактов. За каждый такой случай – два балла. В случае, если в течение суток на сайте или в следующем номере (в печатной версии газеты) была опубликована корректировка, ставится не два, а один балл.

6. Источник транслируемой информации (подробнее об этом см.: Иванова, Чанышева, 2014; Гришаева, 2017; Панченко, 2010; Суздальцева, 2013). За ссылку на слухи, использование в качестве аргумента источника, для которого документальность и фактологическая достоверность не являются приоритетом (например, художественный фильм, роман и т. д.), апелляцию к анониму («как нам стало известно из заслуживающих доверия источников», «источник, близкий к..., сообщил», «по словам человека, пожелавшего остаться неназванным» и т. д.) – 0,5 балла. Мы полагаем, что подобного рода приемы являются своего рода *ширмой*, прикрываясь которой журналисты озвучивают факты, интерпретации и версии, не имеющие реального подтверждения.

7. Приписывание оппоненту мыслей, намерений или высказываний – один балл за каждый случай. Напомним, что предлагаемый алгоритм измерения манипулятивного потенциала разрабатывался нами для поляризованных политических медиатекстов. Поэтому понятие оппонента в них, как правило, не вызывает вопросов. В статьях американской прессы о нашей стране чаще всего в этой роли выступают В. В. Путин, сама Россия или хакеры, которых обвиняют во взломе компьютеров Демократической партии США. В российских публикациях об Америке – конгрессмены и сенаторы, политический истеблишмент в целом, либеральные СМИ и – в отдельных случаях – Д. Трамп.

8. Осмеяние национальных символов, святынь, героев, народа в целом – два балла за каждый случай. Полагаем, что выраженная в столь очевидной форме враждебность также может считаться манипуляцией (несмотря на то что одним из свойств последней принято считать латентный характер ее осуществления). Используя попадающие в этот разряд высказывания и аргументы, автор неизбежно косвенно влияет на сознание и мировоззрение значительной части аудитории и задает определенные стандарты отношения к окружающему миру.

9. Изображение оппонента интеллектуально или физически неполноценным – один балл за каждый случай, выраженный эксплицитно; 0,5 балла – имплицитно.

10. Использование эмоционально окрашенных слов и выражений (ярлыков, эпитетов, метафор, эвфемизмов, сравнений и т. д.). На наш взгляд, это один из самых сложных критериев. Многие исследователи полагают, что сам факт использования в медиатексте подобного рода лексики является индикатором манипулятивных интенций автора (см., напр.: Ковязина, Ильющеня, Хабибуллина, 2018; Мухортов, Краснова, 2016; Салахова, Грачева, 2016; Самкова, 2017). Между тем мы допускаем, что таким образом журналист пытается сделать свой текст более живым, образным и ярким, не имея при этом каких-либо политических целей и установок. Поэтому считаем нужным ввести одно ограничение: учитываться эмоционально нагруженные лексемы должны только тогда, когда они ориентированы на поддержку авторской точки зрения. Иными словами, если таким образом журналист пытается сделать оппонента менее привлекательным для аудитории или, напротив, улучшить образ своего сторонника, тогда можно говорить о продикто-

ванном не только художественными соображениями намерении использовать подобные лексические средства.

Мы допускаем, что авторская точка зрения может поддерживаться и неявной оценочностью в отношении дихотомии *свой–чужой*. Именно в таком – латентном – выражении оценочности и проявляется высший уровень манипулирования. Между тем практика анализа медиатекстов доказывает, что подобные приемы *высшего манипулятивного пилотажа* встречаются крайне редко.

Кто-то может возразить, что выявление ангажированности автора во многом субъективное дело. Конечно, стопроцентной гарантии здесь быть не может. А потому, желая свести к минимуму возможность ошибки, предлагаем следующий порядок начисления баллов по данному параметру: 0,5 балла – если во всем тексте (с учетом среднего размера в тысячу слов) было использовано от одного до пяти эмоционально нагруженных слов и выражений; один балл – если от шести до десяти; 1,5 балла – от одиннадцати до пятнадцати, то есть по 0,5 балла за каждые пять случаев. Подчеркнем, что здесь и далее имеются в виду не все способы выражения экспрессии, а лишь те, которые направлены на обоснование авторской точки зрения или *принижение* оппонента.

11. Использование в тексте прецедентных имен и событий. Принцип тот же: учитываются только те случаи, которые поддерживают точку зрения автора текста. Аналогична и система подсчета. Разница – лишь в одном: так как прецедентные имена и события встречаются в медиасообщениях реже, чем эмоционально окрашенная лексика, *шаг* в начислении баллов будет меньше: 0,5 балла – за один или два случая, один балл – за три-четыре, 1,5 балла – за пять-шесть и т. д.

12. Бездоказательность – отсутствие аргумента. Еще один трудно идентифицируемый прием. Вслед за А. Тертычным мы относим сюда разного рода прогнозы, гипотезы и версии (2002: 55), а также маркеры неточности, приблизительности, недостоверности и гипотетичности, которые, как справедливо отмечает В. Суздальцева, подготавливают почву для манипулирования массовым сознанием (2013: 42). Примером в данном случае могут быть обороты с использованием *highly likely* (англ. – с высокой долей вероятности), *скорее всего*, апелляции к общеизвестным, но не доказанным фактам (как, скажем, вменяемое России вмешательство в американские выборы или отравление Скрипалей), а также простое утвер-

ждение чего-либо без какой бы то ни было аргументации. За каждый случай – по 0,5 балла.

13. Намеки, риторические вопросы, ирония – в выгодной журналисту интерпретации. *Цена* одного случая – 0,5 балла.

14. Похвала противников или критиков оппонента и, наоборот, критика его сторонников. Полагаем, что тем самым журналист тоже влияет на сознание своей аудитории. За каждый случай использования этого приема считаем возможным начислять 0,2 балла.

15. Кавычки как показатель иронии или сомнения. Опыт апробации данной системы оценивания показал, что нужно четко разделять случаи закавычивания отдельных слов или фраз оппонента, которые журналисту кажутся нерелевантными, смешными или неверными, и случаи, когда в кавычки заключаются отдельные слова самого автора текста – с целью продемонстрировать их двойственность или несуразность. В первом случае, в зависимости от контекста, это можно расценить как иронию (параметр № 13) или даже как изображение оппонента интеллектуально неполноценным (параметр № 9), во втором – именно как отдельный прием – 0,1 балла за каждый раз.

Апробация предлагаемого подхода

Таковы основные параметры, которые мы считаем необходимым принимать во внимание при расчете манипулятивного потенциала конкретного медиатекста. Предлагаемая схема оценки была апробирована на примере десяти статей – шести американских (по три редакционных статьи с сайтов «Вашингтон Пост» *(The Washington Post)* и «Нью-Йорк Таймс» *(The New York Times)*[2] и четырех российских (по одной – из «Коммерсанта» и «Российской газеты», две – из «Независимой газеты»)[3]. Каждую из них можно считать примером поляризованного текста, посвященного российско-американским отношениям.

Мы отдаем себе отчет в том, что делать какие-либо глобальные выводы на основании анализа десяти медиатекстов вряд ли возможно. Вместе с тем отдельные моменты очевидны. Например, самыми *востребованными* параметрами оказались те, которые связаны с заголовком и лидом, эмоционально нагруженными словами и выражениями, а также с бездоказательностью и отсутствием аргументации. Манипулирование посредством этих механизмов было зафиксировано нами в большинстве статей. Ни разу не было

выявлено случаев глумления над национальными символами и несоответствия действительности. Однако, учитывая то, что эмпирическая база апробации была достаточно узкой – всего десять статей, не считаем нужным исключать эти критерии из предложенной схемы: уверены, что при расширении корпуса исследуемых текстов подобные случаи будут зафиксированы.

Средний суммарный балл манипулятивности статьи составил 5,85. Другими словами, в совокупности, по всем пятнадцати параметрам, *средний* медиатекст набирал чуть меньше шести баллов. При этом средний показатель для статей американских изданий оказался ощутимо выше, чем для российских. Повторимся, что делать на основе мини-замера далеко идущие выводы, конечно же, не стоит, но объяснение этим различиям все же есть. Дело в том, что статьи американских газет так или иначе были посвящены *вмешательству России*. Отсюда – обилие эмоционально окрашенных лексем, *говорящие* заголовки, фотографии и коллажи, многочисленные *highly likely, allegedly, seemingly* и т. д. В этом отношении публикации российских изданий были более сдержанными и нейтральными.

Выводы и дискуссия

Главный вывод заключается в том, что предложенный алгоритм измерения манипулятивного потенциала оказался достаточно функциональным. Разумеется, он еще далек от совершенства и требует доработки, однако – даже в своем нынешнем виде - позволяет решать задачу количественного выражения манипулятивности медиатекста.

Как всякий другой исследовательский механизм, предложенный алгоритм имеет свои ограничения. В первую очередь, это субъективность, которая присутствует в оценках той или иной части текста. Кому-то лексема покажется эмоционально нагруженной, а другому – совершенно нейтральной; кто-то посчитает тезис обоснованным, а кто-то – голословным и т. п. С другой стороны, без упорядочения механизма оценка манипулятивного потенциала становится еще более произвольной и субъективной. В этом смысле предложенный нами алгоритм – при всей его уязвимости – дает возможность *игры по одним правилам* и сравнения отдельных медиасообщений между собой. В идеале же субъективность оценки можно свести к минимуму, если один и тот же текст

по этой схеме будут оценивать несколько человек, предварительно прошедших соответствующий инструктаж. Думается, что в условиях масштабных исследований это вполне возможно.

Еще одно ограничение видится нам в том, что рассматриваемая модель подходит только для поляризованных текстов. Оценивать с ее помощью *мирные* тексты будет весьма затруднительно.

И, наконец, третье обстоятельство: механизм эффективен при оценке текстовых (в узком смысле этого слова) сообщений и не позволяет учесть нюансы теле- или, скажем, радиоэфира: звуковое сопровождение, освещение, время выхода в эфир и многое-многое другое. За рамками анализа остается и хронотоп печатного материала.

Вместе с тем все перечисленные ограничения не являются непреодолимыми. При желании в предложенный подход можно внести коррективы, которые дадут возможность выйти за рамки печатных или электронных статей.

Что же касается измерения манипулятивного потенциала политических медиатекстов, то в качестве первоочередных задач нам видится уточнение самих параметров (с возможностью добавления новых и устранения уже имеющихся), возможная корректировка *веса* критериев и, конечно же, дальнейшая апробация метода на основе более широкой и разнообразной эмпирической базы. Убеждены, что наличие подобного механизма откроет путь к решению новых актуальных исследовательских задач в сфере политической коммуникативистики и медиалингвистики.

Примечания

[1] Статья подготовлена при поддержке Благотворительного Фонда В. Потанина (Договор о гранте № ГСГК-04/18 от 21.06.2018 г.).

[2] Editorial Board. Another cyberattack alarm is going off. We need to start paying attention. *The Washington Post*. 2017. September 7. Available at: https://www.washingtonpost.com/opinions/another-cyberattack-alarm-is-going-off-we-need-to-start-paying-attention/2017/09/07/c93b7428-933c-11e7-aace-04b862b2b3f3_story.html?utm_term=.6f72c619e82c; Editorial Board. No, it wasn't some hacker on a bed someplace. *The Washington Post*. 2018. July 27. Available at: https://www.washingtonpost.com/opinions/no-it-wasnt-some-hacker-on-a-bed-someplace/2018/07/27/d5d5c576-892c-11e8-a345-a1bf7847b375_story.html?utm_term=.740cc07e77d7; Editorial Board. Trump's cynical attacks on the rule of law hurt the nation. *The Washington Post*. 2018. August 2. Available at: https://www.washingtonpost.com/opinions/trumps-cynical-attacks-on-the-rule-of-law-hurt-this-nation/2018/08/01/298d0280-95bf-11e8-80e1-00e80e1fdf43_story.html; By The Editorial Board. How Do You Say 'Witch Hunt' in Russian? *The New York Times*. 2018.

July 13. Available at: https://www.nytimes.com/2018/07/13/opinion/editorials/mueller-indictment-trump-russia-hacking.html; By The Editorial Board. Why Won't Donald Trump Speak for America? *The New York Times*. 2018. July 16. Available at: https://www.nytimes.com/2018/07/16/opinion/donald-trump-putin-russia.html; By The Editorial Board. Russia Attacks America's Election System. Trump Shrugs. *The New York Times*. 2018. August 1. Available at: https://www.nytimes.com/2018/08/01/opinion/editorials/russia-election-meddling-trump-putin.html?action=click&pgtype=Homepage&clickSource=story-heading&module=opinion-c-col-left-region&region=opinion-c-col-left-region&WT.nav=opinion-c-col-left-region.

[3] *Зевелев И.* Пережить американские выборы // Коммерсант. 6 августа 2018. https://www.kommersant.ru/doc/3706462; *Замахина Т.* Как сенатор сенатору // Российская газета. 6 августа 2018. https://rg.ru/2018/08/06/delegaciia-kongressa-ssha-posetila-rossiiu-vo-vtoroj-raz.html; *От редакции*. Для улучшения отношений воли президентов РФ и США недостаточно // Независимая газета. 29 июля 2018. http://www.ng.ru/editorial/2018-07-29/2_7276_red.html; *От редакции*. Трамп – четыре процента // Независимая газета. 5 июля 2018. http://www.ng.ru/editorial/2018-07-15/2_7266_red.html.

Библиография

Воронцова Т. А. Новостной заголовок как репрезентант события // Политическая лингвистика. 2017. № 6. С. 21–25.

Ворошилова М. Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению. Екатеринбург: Изд-во Уральск. гос. пед. ун-та, 2013.

Грачев Г. В., Мельник И. К. Манипуляция личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. М.: Изд-во Института философии РАН, 2007.

Гришаева Л. И. «Сказка – ложь, да в ней намёк...», или о принципах конструирования политической медиареальности // Политическая лингвистика. 2017. № 4. С. 18–27.

Данилова А. А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. М.: «Добросвет», Издательство «КДУ», 2009.

Дзялошинский И. М. Манипулятивные технологии в масс-медиа (окончание) // Вестн. Моск.ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2005. № 2. С. 56–76.

Дзялошинский И. М. Манипулятивные технологии в масс-медиа // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2005. № 1. С. 29–55.

Дзялошинский И. М. Манипулятивные технологии СМИ. М., 2006.

Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов: опыт исследования современной английской медиаречи. М., 2010.

Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1997.

Иванова С. В., Чанышева З. З. Технологии дискурсивного оформления слухов в политическом дискурсе массмедиа // Политическая лингвистика. 2014. № 2. С. 39–49.

Казаков А. А. Западная коммуникативистика об установлении информационной повестки дня: анализ основных подходов // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. 2013. Т. 9. № 3. С. 55–61.

Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. Век XXI. М.: Алгоритм, 2015.

Ковязина М. А., Ильющеня Т. А., Хабибуллина С. Б. Средства выражения отрицательной оценки при описании санкционной политики западных стран в отношении России и российских ответных санкций в текстах британских сетевых СМИ: корпусное исследование // Политическая лингвистика. 2018. № 2. С. 61–67.

Колмогорова А. В., Горностаева Ю. А., Калинин А. А. Разработка компьютерной программы автоматического анализа и классификации поляризованных политических текстов на английском языке по уровню их манипулятивного воздействия: практические результаты и обсуждение // Политическая лингвистика. 2017. № 4. С. 67–75.

Колмогорова А. В., Калинин А. А., Талдыкина Ю. А. Языковые маркеры манипуляции в поляризованном политическом дискурсе: опыт параметризации // Политическая лингвистика. 2016. № 4. С. 194–199.

Красовская О. В. «Чужое слово» в дискурсе информационной войны // Политическая лингвистика. 2017. № 6. С. 34–38.

Михалева О. Л. Политический дискурс: специфика манипулятивного воздействия. М.: Книжный дом «ЛИБРО-КОМ», 2009.

Мухортов Д. С., Краснова А. В. Дискурсивные маркеры манипуляции как реализация субъективно-оценочного акта говорящего // Политическая лингвистика. 2016. № 6. С. 120–125.

Панченко Н. Н. Достоверность как коммуникативная категория. Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена», 2010.

Салахова А. Г.-Б., Грачева К. Л. Лингвистический анализ манипулятивных средств воздействия СМИ в период информационных войн (на материале прессы Германии) // Политическая лингвистика. 2016. № 6. С. 132–138.

Самкова М. А. Степень воздействия дезинформирующего медиатекста // Политическая лингвистика. 2017. № 5. С. 136–142.

Сковородников А. П., Копнина Г. А. Способы манипулятивного речевого воздействия в российской прессе // Политическая лингвистика. 2012. № 3 (41). С. 36–42.

Сподарец О. О. Воздействующий потенциал изобразительного ряда в креолизованных текстах политического дискурса СМИ (на материале современного американского политического медиадискурса) // Политическая лингвистика. 2015. № 4. С. 112–117.

Суздальцева В. Н. Вербальный континуум «гипотетичность/недостоверность» в массово-информационном дискурсе // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2013. № 4. С. 37–44.

Тертычный А. А. Жанры периодической печати: учеб. пособие. 2-е изд. испр. и доп. М.: Аспект Пресс, 2002.

Фролова И. В. О выражении субъективности в аналитических статьях качественной британской и российской прессы // Политическая лингвистика. 2015. № 1. С. 138–145.

Хазагеров Г. Г. Порождающая модель пропаганды: к лакунам когнитивной теории // La identidad nacional a través del diálogo entre culturas. Ис-

следования в области гуманитарных наук в иберо-американском и российском научном пространстве: в 2 т. 2015. С. 52–60.

Хазагеров Г. Г. Телеологический смысл и социальная роль классификации риторических фигур // Вестн. Российск. ун-та дружбы народов. Сер.: Лингвистика. 2016. Т. 20. № 3. С. 89–102.

Чанышева З. З. Перевод как инструмент идеологической диверсии в межкультурной политической коммуникации // Политическая лингвистика. 2017. № 5. С. 60–65.

Adams D., Hamm M. (2001) *Literacy in a Multimedia Age*. Norwood, MA: Christopher-Gordon Publishers.

Aufderheide P. (Ed.) (1993) *Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. Aspen.

Cappello G., Felini D., Hobbs R. (2011) Reflections on global developments in media literacy education: bridging theory and practice. *Journal of Media Literacy Education* 3 (2): 66–73.

Dijk T. A. van (2008) *Discourse and Power*. New York.

Eissa M. M. (2014) Polarized discourse in the news. *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 134: 70–91.

Mackey M. (2007) *Literacies across Media*, 2nd ed. New York: Routledge.

Potter W. (2008). *Media Literacy*. Los Angeles: Sage Publications.

Notes

By The Editorial Board. How Do You Say 'Witch Hunt' in Russian? *The New York Times*. 2018. July 13. Available at: https://www.nytimes.com/2018/07/13/opinion/editorials/mueller-indictment-trump-russia-hacking.html

By The Editorial Board. Russia Attacks America's Election System. Trump Shrugs. The *New York Times*. 2018. August 1. Available at: https://www.nytimes.com/2018/08/01/opinion/editorials/russia-election-meddling-trump-putin.html?action=click&pgtype=Homepage&clickSource=story-heading&module=opinion-c-col-left-region&region=opinion-c-col-left-region&WT.nav=opinion-c-col-left-region

By The Editorial Board. Why Won't Donald Trump Speak for America? *The New York Times*. 2018. July 16. Available at: https://www.nytimes.com/2018/07/16/opinion/donald-trump-putin-russia.html

Editorial Board. Another Cyberattack Alarm Is Going Off. We Need to Start Paying Attention. *The Washington Post*. 2017. September 7. Available at: https://www.washingtonpost.com/opinions/another-cyberattack-alarm-is-going-off-we-need-to-start-paying-attention/2017/09/07/c93b7428-933c-11e7-aace-04b862b2b3f3_story.html?utm_term=.6f72c619e82c

Editorial Board. Dlya uluchsheniya otnoshenij voli prezidentov RF i SSHA nedostatochno [Good Will of the Russian and US Presidents Is not Enough to Improve Relations]. *Nezavisimaya gazeta*. 2018. Jyly 29. Available at: http://www.ng.ru/editorial/2018-07-29/2_7276_red.html (In Russian)

Editorial Board. No, It Wasn't Some Hacker on a Bed Someplace. *The Washington Post*. 2018. July 27. Available at: https://www.washingtonpost.com/

opinions/no-it-wasnt-some-hacker-on-a-bed-someplace/2018/07/27/d5d5c576-892c-11e8-a345-a1bf7847b375_story.html?utm_term=.740cc07e77d7

Editorial Board. Tramp – chetyre procenta [Trump – 4 Percent]. *Nezavisimaya gazeta*. 2018. July 5. Available at: http://www.ng.ru/editorial/2018-07-15/2_7266_red.html (In Russian)

Editorial Board. Trump's cynical attacks on the rule of law hurt the nation. *The Washington Post*. 2018. August 2. Available at: https://www.washingtonpost.com/opinions/trumps-cynical-attacks-on-the-rule-of-law-hurt-this-nation/2018/08/01/298d0280-95bf-11e8-80e1-00e80e1fdf43_story.html

Zamahina T. Kak senator senatoru (As a Senator to a Senator]. *Rossijskaya gazeta*. 2018. August 6. Available at: https://rg.ru/2018/08/06/delegaciia-kongressa-ssha-posetila-rossiiu-vo-vtoroj-raz.html/ (In Russian)

Zevelev I. Perezhit' amerikanskie vybory [To Survive American Election]. *Kommersant*. 2018. June 08. Available at: https://www.kommersant.ru/doc/3706462 (In Russian)

References

Adams D., Hamm M. (2001) *Literacy in a Multimedia Age*. Norwood, MA: Christopher-Gordon Publishers.

Aufderheide P. (Ed.) (1993) *Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. Aspen.

Cappello G., Felini D., Hobbs R. (2011) Reflections on Global Developments in Media Literacy Education: Bridging Theory and Practice. *Journal of Media Literacy Education* 3 (2): 66–73.

Chanysheva Z. Z. (2017) Perevod kak instrument ideologicheskoy diversii v mezhkul'turnoy politicheskoy kommunikatsii [Translation as a Tool of Ideological Sabotage in Intercultural Political Communication]. *Politicheskaya lingvistika* 5: 60–65. (In Russian)

Danilova A. A. (2009) *Manipulirovanie slovom v sredstvakh massovoy informatsii* [Manipulating Words in Mass Media]. Moscow: «Dobrosvet», Izdatel'stvo «KDU». (In Russian)

Dijk T. A. van (2008) *Discourse and Power*. New York.

Dobrosklonskaya T. G. (2010) *Voprosy izucheniya mediatekstov: opyt issledovaniya sovremennoy angliyskoy mediarechi* [Issues of Media Text Analysis: the Experience of Research on Contemporary English Media Speech]. Moscow. (In Russian)

Dotsenko E. L. (1997) *Psikhologiya manipulyatsii: fenomeny, mekhanizmy i zashchita* [Psychology of Manipulation: Phenomena, Mechanisms, and Defense]. Moscow: Moscow St. Univ. Publ. (In Russian)

Dzyaloshinskiy I. M. (2006) *Manipulyativnye tekhnologii SMI* [Manipulative Technologies of Mass Media]. Moscow. (In Russian)

Dzyaloshinskiy I. M. (2005) Manipulyativnye tekhnologii v mass-media (okonchanie) [Manipulative Technologies in Mass Media (ending)]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 2: 56–76. (In Russian)

Dzyaloshinskiy I. M. (2005) Manipulyativnye tekhnologii v mass-media [Manipulative Technologies in Mass Media]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 1: 29–55. (In Russian)

Eissa M. M. (2014) Polarized discourse in the news. *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 134: 70–91.

Frolova I. V. (2015) O vyrazhenii sub"ektivnosti v analiticheskikh stat'yakh kachestvennoy britanskoy i rossiyskoy pressy [On expression of subjectivity in analytical articles of the British and Russian Quality press]. *Politicheskaya lingvistika* 1: 138–145. (In Russian)

Grachev G. V., Mel'nik I. K. (2007) *Manipulyatsiya lichnost'yu: organizatsiya, sposoby i tekhnologii informatsionno-psikhologicheskogo vozdeystviya* [Manipulating a Personality: Organization, Methods and Technologies of Information and Psychological Influence]. Moscow: Institute of Philosophy of the Russian Academy of Sciences Publ. (In Russian)

Grishaeva L. I. (2017) «Skazka – lozh', da v ney namek...», ili o printsipakh konstruirovaniya politicheskoy mediareal'nosti ["The Tale 's a Lie but It's Got a Hint..." or on the Principles of Constructing Political Media Reality]. *Politicheskaya lingvistika* 4: 18–27. (In Russian)

Hazagerov G. G. (2016) Teleologicheskij smysl i social'naya rol' klassifikacii ritoricheskih figur [Teleological Sense and the Social Role of Classification of Rhetorical Figures]. *Vestn. Rossijsk. Un-ta druzhby narodov. Ser.: Lingvistika* 3: 89-102. (In Russian)

Hazagerov G. G.(2015) Porozhdayushchaya model' propagandy: k lakunam kognitivnoj teorii [Generative Model of Propaganda: Towards the Gaps Within Cognitive Theory]. *La identidad nacional a través del diálogo entre culturas. Issledovaniya v oblasti gumanitarnyh nauk v ibero-amerikanskom i rossijskom nauchnom prostranstve:* 52–60. (In Russian)

Ivanova S. V., Chanysheva Z. Z. (2014) Tekhnologii diskursivnogo oformleniya slukhov v politicheskom diskurse massmedia [Technologies of Discursive Presentation of Rumors in Mass Media Political Discourse]. *Politicheskaya lingvistika* 2: 39–49. (In Russian)

Kara-Murza S. G. (2015) Manipulyatsiya soznaniem. Vek XXI [Manipulating Consciousness. 21st Century]. Moscow: Algoritm. (In Russian)

Kazakov A. A. (2013) Zapadnaya kommunikativistika ob ustanovlenii informatsionnoy povestki dnya: analiz osnovnykh podkhodov [Western Communication Studies on Media Agenda Setting: an Analysis of Major Approaches]. *Politicheskaya ekspertiza: POLITEKS*. Vol. 9. No 3: 55–61. (In Russian)

Kolmogorova A. V., Gornostaeva Yu. A., Kalinin A. A. (2017) Razrabotka komp'yuternoy programmy avtomaticheskogo analiza i klassifikatsii polyarizovannykh politicheskikh tekstov na angliyskom yazyke po urovnyu ikh manipulyativnogo vozdeystviya: prakticheskie rezul'taty i obsuzhdenie [Developing a Computer Program of Automatic Analysis and Classification of Polarized Political Texts in English by Their Manipulative Impact: Practical Results and Discussion]. *Politicheskaya lingvistika* 4: 67–75. (In Russian)

Kolmogorova A. V., Kalinin A. A., Taldykina Yu. A. (2016) Yazykovye markery manipulyatsii v polyarizovannom politicheskom diskurse: opyt parametrizatsii [Linguistic Markers of Manipulation in Polarized Political Discourse: a Parametric Study]. *Politicheskaya lingvistika* 4: 194–199. (In Russian)

Kovyazina M. A., Il'yushchenya T. A., Khabibullina S. B. (2018) Sredstva vyrazheniya otritsatel'noy otsenki pri opisanii sanktsionnoy politiki zapadnykh stran v otnoshenii Rossii i rossiyskikh otvetnykh sanktsiy v tekstakh britanskikh setevykh SMI: korpusnoe issledovanie [Negative Evaluative Language in the Description of Anti-Russian Sanctions Policy and of Russian Counter-Sanctions in British Online Media Texts: a Corpus Research]. *Politicheskaya lingvistika* 2: 61–67. (In Russian)

Krasovskaya O. V. (2017) «Chuzhoe slovo» v diskurse informatsionnoy voyny [An "Alien Word" in the Information War Discourse]. *Politicheskaya lingvistika* 6: 34–38. (In Russian)

Mackey M. (2007) *Literacies across Media*, 2nd ed. New York: Routledge.

Mikhaleva O. L. (2009) *Politicheskiy diskurs: spetsifika manipulyativnogo vozdeystviya* [Political Discourse: Specifics of Manipulative Influence]. Moscow: Knizhnyy dom «LIBRO-KOM». (In Russian)

Mukhortov D. S., Krasnova A. V. (2016) Diskursivnye markery manipulyatsii kak realizatsiya sub"ektivno-otsenochnogo akta govoryashchego [Manipulation Discourse Markers Within the Framework of Subjective Evaluation]. *Politicheskaya lingvistika* 6: 120–125. (In Russian)

Panchenko N. N. (2010) *Dostovernost' kak kommunikativnaya kategoriya* [Authenticity as a Communication Category]. Volgograd: Volgograd St. Pedag. Univ. Publ. «Peremena». (In Russian)

Potter W. (2008). *Media Literacy*. Los Angeles: Sage Publications.

Salakhova A. G.-B., Gracheva K. L. (2016) Lingvisticheskiy analiz manipulyativnykh sredstv vozdeystviya SMI v period informatsionnykh voyn (na materiale pressy Germanii) [A Linguistic Analysis of Manipulative Means of Mass Media Influence During Information Warfare (a case study of the German press)]. *Politicheskaya lingvistika* 6: 132–138. (In Russian)

Samkova M. A. (2017) Stepen' vozdeystviya dezinformiruyushchego mediateksta [The Extent of Desinforming Media Text Impact]. *Politicheskaya lingvistika* 5: 136–142. (In Russian)

Skovorodnikov A. P., Kopnina G. A. (2012) Sposoby manipulyativnogo rechevogo vozdeystviya v rossiyskoy presse [Means of Linguistic Manipulation in the Russian Press]. *Politicheskaya lingvistika* 3(41): 36–42. (In Russian)

Spodarets O. O. (2015) Vozdeystvuyushchiy potentsial izobrazitel'nogo ryada v kreolizovannykh tekstakh politicheskogo diskursa SMI (na materiale sovremennogo amerikanskogo politicheskogo mediadiskursa) [Persuasion Potential of the Visual Component in Creolized Texts of Political Media Discourse (a case study of US political media discourse)]. *Politicheskaya lingvistika* 4: 112–117. (In Russian)

Suzdal'tseva V. N. (2013) Verbal'nyy kontinuum «gipotetichnost'/nedostovernost'» v massovo-informatsionnom diskurse [The Verbal Continuum "Hypo-

thetical Character / Lack of Credibility" in Mass Media Discourse]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser.10: Zhurnalistika* 4: 37–44. (In Russian)

Tertychnyy A. A. (2002) *Zhanry periodicheskoy pechati*: Ucheb. posobie. 2-e izd. ispr. i dop [Genres of the Periodical Press]. Moscow: Aspekt Press. (In Russian)

Vorontsova T. A. (2017) Novostnoy zagolovok kak reprezentant sobytiya [A News Headline as an Event Representative]. *Politicheskaya lingvistika* 6: 21–25. (In Russian)

Voroshilova M. B. (2013) *Politicheskiy kreolizovannyy tekst: klyuchi k prochteniyu* [A Political Creolized Text: the Keys to Its Reading]. Ekaterinburg: Ural. St. Pedag. Univ. Publ. (In Russian)

Поступила в редакцию
15.08.2018