

## **ЯЗЫКОВОЕ МАНИПУЛИРОВАНИЕ**

**К.ф.н., старший преподаватель А.А. Данилова**

Способы воздействия на сознание аудитории. Языковое воздействие: открытое и скрытое. Язык как средство конструкции и реконструкции истории, язык как средство воздействия на общество.

Термины, определяющие различные виды языкового воздействия: риторика, манипулирование сознанием, пропаганда, языковая демагогия, брейнушинг, нейро-лингвистическое программирование, суггестия, пиар. Разграничение терминов.

Изучение языкового воздействия в научной литературе. Филологические, политологические, социологические и психологические предпосылки изучения языкового воздействия на общественное сознание. Теоретические основы изучения языкового воздействия на сознание в истории языкознания: проблемы онтологии языка: исследования, посвященные соотношению языка и речи; исследования о восприятии языкового знака; исследования по проблеме языка и общества.

Средства массовой информации: классификация. Новые виды СМИ и новые форматы взаимодействия с аудиторией. Событие и повестка дня. Инфоповод. Гражданская журналистика. Взаимовоздействие СМИ и гражданской журналистики. Теории информационного общества.

Массовая коммуникация. Массовая аудитория. Толпа, народ, масса. Основные теории массовой коммуникации: авторитарная, либертарианская, социальной ответственности, советская, медиа периода развития, демократического участия. Теории игры, диффузии инноваций, информационной насыщенности, критической массы, массового общества, медиазависимости, обретения пользы, подкрепления, свертывания материалов печати, социального научения, социального присутствия,

среднего уровня. Воздействие на массовую аудиторию: теория конвергенции, распространения, неожиданности, защиты.

Теоретические основы изучения языкового воздействия на сознание в истории языкознания: проблемы онтологии языка: исследования, посвященные соотношению языка и речи; исследования о восприятии языкового знака; исследования по проблеме языка и общества.

Стилистическое своеобразие языка СМИ.

Референция и композиция как фундаментальные основы языкового воздействия на сознание. Способы выявления манипулирования в текстах СМИ.

Способы языкового воздействия на сознание. Язык социально–психологического воздействия (манипуляционный язык) в текстах западной и российской массовой информации как четкая структурированная система коммуникации, обладающая необходимым инструментарием на всех уровнях языка: от слога до текста.

Лексические способы языкового воздействия на сознание. Виды значения слова.

Лексико–семантическая вариативность (синонимия). Эвфемизмы и дисфемизмы: устойчивые изменения семантического поля слова.

Изменение ассоциативного поля слова. Частота употребления слова как фактор модификации ассоциативного ряда. Нагнетание эмоционально маркированных эпитетов, повторов и т.д. Упрощение. Введение исторических параллелей через имена собственные.

Прагматически нагруженные лексические группы. Овеществление. Интенционально скрытые смыслы. Абстрактные денотативно свободные слова. Метафоры. Штампы. Мифы. Введение эксперта.. Субъективная модальность. Опущение экспериенцера, пассивизация перформатива.

Синтаксические способы воздействия на сознание. Повтор. Параллельные конструкции. Градация.

Логико-риторические приемы воздействия на сознание: Подмена аргумента. Перенос смыслового акцента. Структурно-композиционное строение дискурса.

Взаимосвязь вербального и невербального способов воздействия на сознание.

Количественные параметры структурно-композиционного строения масс-медиа дискурса: способы контент-анализа.

Возможные результаты языкового манипулирования: деструктивное воздействие на сознание, формирование асоциального поведения реципиента, пропаганда противозаконных действий, изменение традиционной языковой картины мира в пределах определенной языковой культуры (современной России) и традиционной системы ценностей общества.

Концепция медийной грамотности. Информационная грамотность. Медийная критика.

### **Литература**

1. **Апресян Ю.Д.** Избранные труды, том 1. Лексическая семантика. – М.: Школа «Языки русской культуры», Издательская фирма «Восточная литература» РАН, 1995. – VIII с., 472 с.
2. **Баранов А.Н., Паршин П.Б.** Языковые механизмы вариативной интерпретации действительности как средство воздействия на сознание // Роль языка в средствах массовой информации. – М., 1986.
3. **Блакар Р.** Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия. Благовещенск: Благовещенский гуманитарный фонд им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 1998. - С. 88-125.
4. **Болинджер Д.** Истина - проблема лингвистическая // Язык и моделирование социального взаимодействия. Благовещенск: Благовещенский гуманитарный фонд им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 1998. - С. 23-44.
5. **Богомолова Н.Н.** Социальная психология массовой коммуникации. – М., 2008.

6. **Булыгина Т.В., Шмелев А.Д.** Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики). – М.: Школа «Языки славянской культуры», 1997. – 576 с.
7. **Вайнрих Х.** Лингвистика лжи // Язык и моделирование социального взаимодействия. Благовещенск: Благовещенский гуманитарный фонд им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 1998. - С. 44-88.
8. **Вайсгербер Л.** Родной язык и формирование духа. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 232 с.
9. **Васильев А.Д.** Слово в телеэфире: Очерки новейшего словоупотребления в российской телевидении. М.: Флинта: Наука, 2005. – 224 с.
10. **Волков А.А.** Курс русской риторики. – М.: Издательство храма св. муч. Татианы 2001. – 480 с.
11. **Волков А.А.** Основы риторики. – М.: Академический проект, 2005. – 304 с.
12. **Волков А.А.** Риторика как персоналистическая теория слова // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Тезисы докладов международной научной конференции. М.: Изд-во МГУ, 2001. – С. 7-11.
13. **Володина М.Н.** Язык массовой коммуникации – основное средство информационного воздействия на общественное сознание // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Тезисы докладов международной научной конференции. М.: Изд-во МГУ, 2001. – С. 11-13.
14. **Добросклонская Т.Г.** Вопросы изучения медиатекстов.– М.: Едиториал УРСС, 2000. – 288 с.
15. **Добросклонская Т.Г.** Теория и методы медиалингвистики (На материале английского языка). Дисс. Д.ф.н. – М., 2000. – 368 с.
16. **Доценко Е.Л.** Психология манипуляции: Феномен, механизмы, защита. – М.: ЧеРо, 1997. – 342 с.
17. **Желтухина М.Р.** Тропологическая суггестивность масс–медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке

СМИ: Монография. – М.: Ин-т языкознания РАН; Волгоград: Изд-во ВФ МУПК, 2003. – 656 с.

18. **Законы и практика средств массовой информации в Европе, Америке и Австралии.** – М.: Издательство «Галерея», 2000. – 235 с.

19. **Законы и практика средств массовой информации в странах СНГ и Балтии.** – М.: Издательство «Галерея», 1999. – 223 с.

20. **Зализняк Анна А., Левонтина И.Б., Шмелев А.Д.** Ключевые идеи русской языковой картины мира: Сб.ст. – М.: Языки славянской культуры, 2005. – 544 с.

21. **Землянова Л.М.** Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концептов. – М.: Издательство , 1999 г. – 301 с.

22. **Карасик В.И.** Язык социального статуса. – М.: ИТДКГ «Гнозис», 2002.

23. **Кацнельсон С.Д.** Категории языка и мышления. Из научного наследия. – М.: Языки славянской культуры, 2001. – 864 с.

24. **Красных В. В.** «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М.: Гнозис, 2003. – 375 с.

25. **Красных В.В.** Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология: Курс лекций. М.: Гнозис, 2002. – 284 с.

26. **Кривенко Б.В.** Язык массовой коммуникации. Лексико–семиотический аспект. – Воронеж: Издательство ВГУ, 1993. – 136 с.

27. **Кузнецов С.Н.** Теоретические основы интерлингвистики. – М.: Издательство Университета дружбы народов, 1987. – 207 с.

28. **Лакофф Дж. Джонсон М.** Метафоры, которыми мы живем // Язык и моделирование социального взаимодействия. Благовещенск: Благовещенский гуманитарный фонд им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 1998. - С. 126 – 173.

29. **Лакофф Дж.** Женщины, огонь и опасные вещи. Что категории языка говорят нам о мышлении. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 792 с.
30. **Лебон Г.** Психология народов и масс. – СПб.: Макет, 1995. – 311с.
31. **Леонтьев А.А.** Образ события в СМИ и возможности его искажения. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Тезисы докладов международной научной конференции. М.: Изд-во МГУ, 2001. – С. 39-41.
32. **Леонтьев А.А.** Основы психолингвистики. – М.: Смысл; СПб.: Лань, 2003. – 287 с.
33. **Луман Н.** Медиа коммуникации. – М.: Издательство «Логос», 200. – 280 с.
34. **Луман Н.** Реальность масс–медиа. – М.: Праксис, 2005. – 256 с.
35. **Лурия А.Р.** Язык и сознание. - М.: Издательство Московского Университета, 1998. – 336 с.
36. **Любимова А.А.** Интерпретация текста и языковое манипулирование в текстах современных западных средств массовой информации. // Вопросы интерпретации текста. Лингвистика и история литературы. - М.: МАКС Пресс, 2004. - с. 66-78.
37. **Любимова А.А.** Интерпретация языкового манипулирования в контексте проблем адекватного перевода // Проблемы перевода. М., 2005, с.31–40.
38. **Маклюен М.** Понимание МЕДИА: внешние расширения человека. – М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с.
39. **Масленникова А.А.** Лингвистическая интерпретация скрытых смыслов. – Санкт-Петербург: Издательство Санкт-Петербургского Университета, 1999. – 260 с.

40. Массовая коммуникация в структуре социальной информатиологии. – М., 2005. – 282 с.
41. **Михальская А.К.** Язык российских СМИ как манипулирующая система // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Тезисы докладов международной научной конференции. М.: Изд-во МГУ, 2001. – С. 23-25.
42. **Московичи С.** Век толп. Исторический трактат по психологии масс: Пер. с фр. - М.: "Центр психологии и психотерапии", 1998. - 480 с.
43. Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. – М.: Наука, 1990. – 136 с.
44. Речевое воздействие. Проблемы прикладной психолингвистики. - М.: Наука, 1972 г. – 144 с.
45. **Рождественский Ю.В.** Общая филология. – М.: Фонд «Новое тысячелетие», 1996 – 326 с.
46. **Рождественский Ю.В.** Принципы современной риторики. – М.: Флинта: Наука, 2003. – 176 с.
47. **Рождественский Ю.В.** Теория риторики. – М.: Флинта: Наука, 2004. – 512 с.
48. Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира. Сборник АН СССР под ред. ак. Б.А. Серебренникова. - М.:Наука, 1988. – 240 с.
49. **Рыжков Н.И., Тетекин В.Н.** Югославская Голгофа. – М.: Фонд содействия развитию социальных и политических наук, «ОЛМА-ПРЕСС», 2000. – 445 с.
50. Слово в действии. Интент-анализ политического дискурса. Под ред. Т.Н. Ушаковой, Н.Д. Павловой. - Санкт – Петербург: Алетейя, 2000. – 316 с.
51. **Смирницкий А.И.** Лексикология английского языка. – М.: Омен, 1998. - 260 с.

52. Смысловое восприятие речевых сообщений (в условиях массовой коммуникации). - М.: Наука, 1976. – 262 с.
53. Современная американская лингвистика: Фундаментальные направления. – М.: Едиториал УРСС, 2002. – 480 с.
54. **Терин В.П.** Массовая коммуникация. Исследование опыта Запада. – М.: МГИМО МИД РФ кафедра философии, 2000. – 224 с.
55. Техника дезинформации и обмана. - М.: Мысль, 1978. – 248 с.
56. **Хомский Н.** Прибыль на людях. - М.: Праксис, 2002. - 256 с.
57. **Хомский Н.** Язык и мышление. Язык и проблемы знания. - Благовещенск: Благовещенский гуманитарный фонд им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 1999. – 253 с.
58. Цена слова. Из практики лингвистических экспертиз текстов СМИ в судебных процессах по защите чести, достоинства и деловой репутации. – М.: Галерея, 2002. – 424с.
59. **Шиллер Г.** Манипуляторы сознанием. – М.: Мысль, 1980. – 326 с.
60. **Шмелев А.Д.** Русский язык и внеязыковая действительность. – М.: Языки славянской культуры, 2002. – 496 с.
61. **Шмелев Д.Н.** Проблемы семантического анализа лексики: На материале русского языка. - М.: Наука, 1973. - 272с.
62. **Уэбстер Ф.** Теории информационного общества. М., 2004.
63. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Тезисы докладов международной научной конференции. М.: Издательство МГУ, 2001. – 144с.
64. Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования. Учебное пособие. – М.: Изд-во Моск. Ун-та, 2004. – 460 с.
65. Язык средств массовой информации: Учебное пособие по специализации. Часть 2. – М.: Изд-во Моск. Ун-та, 2004. – 416 с.



66. **Якобсон Р.** Лингвистика и поэтика. // Структурализм: «за и против». Под ред. Е.Я. Басина, М.Я.Полякова. – М.: Прогресс, 1975. – С.193–230.
67. **American History. American Television. Interpreting the Video Past.** Ed. John E. O'Connor. - New York, 1985. - 420 p.
68. **Bolinger Dw.** Language - The Loaded Weapon: the Use and Abuse of the Language today. - London, 1984. – 214 p.
69. **Chomsky N.** 9 – 11. – New York: Seven Stories Press, 2001. – 125 p.
70. **Chomsky N.** Necessary Illusions. Thought control in democratic societies. – Montreal – Toronto – New York – London: CBS Enterprises, 1989. – 422 p.
71. **Cirino R.** Don't blame the people. How the news media use bias, distortion and censorship to manipulate public opinion. – Los Angeles: Diversity Press, 1971. – 341 p.
72. **Croddard L.** The Logic of significance. - Edinburgh - London, Scottish Academic Press, 1973. - 640 p.
73. **Crystal D.** Cambridge Encyclopaedia of the English Language. – Cambridge: Cambridge University press, 1995. – 483 p.
74. **Drinan R.** The Rhetoric of Peace. // College composition and communication, #23. – Urbana. 1972. – pp. 253–290.
75. **Elridge J., Kitzinger J., Williams K.** The Mass Media Power in Modern Britain. – Oxford University press, 1997. – 200 p.
76. **Fodor J.A.** The Language of Thought. - Harvard University Press, 1980. - 214 p.
77. **Fowler R.** Language in the News. – London: Taylor & Francis Books Ltd, 1991. – 272 p.
78. **Hintikka J.** Logic, Language - Games and Information. Kantian themes in the philosophy of logic. - Oxford, At the Clarendon press, 1973. - 291 p.
79. **Holder R. W.** A Dictionary of American and British Euphemisms. - Bath: Bath University press, 1987. – 282 p.

80. **Holder R. W.** A Dictionary of Euphemisms. – Oxford, 1995. – 470 p.
81. **Jensen K.** Making Sense of the news. – Aarhus University Press, 1986. – 392 p.
82. **Key W. B.** The Age of Manipulation. The con in confidence, the sin in sincere. – New York, 1989. – 296 p.
83. **Kress G., Hodge R.** Language as Ideology. – London, 1979. – 163 p.
84. Language, power and ideology: Studies in political discourse. Ed. By R. Wodak . - Amsterdam: Philadelphia, Benjamins, 1989. – 288 p.
85. **Laswell H.D.** Propaganda Technique in the World War. – London, 1927. – 233 p.
86. **Lutz W.** Doublespeak: from revenue Enhancement to Terminal Living. - New York: Harper& Row, 1989. – 290 p.
87. **Miller J. S.** Something completely different. British television and American culture. - Minneapolis, - 250 p.
88. **Parenti M.** Dirty truths – City Lights Books, 1996. - [www.michaelparenti.org](http://www.michaelparenti.org)
89. **Peterson Ph.** Concepts and Language. - The Hague - Paris, 1973. - 186 p.
90. **Potter S.** Our Language. London: Penguin, 1953. – 202 p.
91. **Viallon Ph.** L'analyse du discours de la television. - Paris: Presses Universitaires de France, 1996.- 128 p.
92. **Williams K.** Get me a Murder a Day! A history of mass communication in Britain. - London, 1998. - 288 p.