

Торайғыров университетінің
ҒЫЛЫМИ ЖУРНАЛЫ

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
Торайғыров университета

**ТОРАЙҒЫРОВ
УНИВЕРСИТЕТІНІҢ
ХАБАРШЫСЫ**

Филологиялық сериясы
1997 жылдан бастап шығады



**ВЕСТНИК
ТОРАЙҒЫРОВ
УНИВЕРСИТЕТА**

Филологическая серия
Издается с 1997 года

ISSN 2710-3528

№ 4 (2020)

Павлодар

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
Торайгыров университета

Филологическая серия
выходит 4 раза в год

СВИДЕТЕЛЬСТВО

О постановке на учет, переучет периодического печатного издания,
информационного агентства и сетевого издания

№ 14213-Ж

выдано

Министерством информации и коммуникаций Республики Казахстан

Тематическая направленность
публикация материалов в области
лингвистики и языкознания

Подписной индекс – 76132

Бас редакторы – главный редактор

Жусупов Н. К.

д.ф.н., профессор

Заместитель главного редактора

Анэсова А. Ж., *доктор PhD*

Ответственный секретарь

Уайханова М. А., *доктор PhD*

Редакция алқасы – Редакционная коллегия

Дементьев В. В., *д.ф.н., профессор (Российская Федерация)*

Еспенбетов А. С., *д.ф.н., профессор*

Трушев А. К., *д.ф.н., профессор*

Маслова В. А., *д.ф.н., профессор (Белоруссия)*

Пименова М. В., *д.ф.н., профессор (Российская Федерация)*

Баратова М. Н., *д.ф.н., профессор*

Аймухамбет Ж. А., *д.ф.н., профессор*

Шапауов Ә. Қ., *к.ф.н., профессор*

Шокубаева З. Ж., *технический редактор*

За достоверность материалов и рекламы ответственность несут авторы и рекламодатели

Редакция оставляет за собой право на отклонение материалов

При использовании материалов журнала ссылка на «Вестник Торайгыров университета» обязательна

М. Т. Шакенова¹, Д. С. Ташимханова², О. А. Попович³

¹АО «Информационно-аналитический центр»,

Республика Казахстан, г. Нур-Султан;

²Евразийский национальный университет имени Л. Н. Гумилева, Республика Казахстан, г. Нур-Султан;

³Торайгыров университет, Республика Казахстан, г. Павлодар.

КОНЦЕПТ «МАНИПУЛЯТИВНОСТЬ» В СОВРЕМЕННОМ ДИСКУРСЕ

В данной статье рассмотрено понятие «манипулятивность» как концептуальный феномен, описаны существующие подходы в определении сущности данного понятия в научной литературе. Авторами статьи проведен анализ дефиниций манипуляции и манипулятивности дискурса, рассмотрены и разграничены смежные с данным явлением понятия, в частности, такие виды речевого воздействия, как убеждение, суггестия, пропаганда, речевая агрессия. В результате обзора научной литературы и анализа фактического материала составлена концептуальная схема манипулятивности дискурса массмедиа, в которой учтены как экстралингвистические, так и собственно лингвистические факторы. Также в статье описаны две методики измерения манипулятивности. В рамках разработки методики автоматического распознавания манипулятивного массмедийного дискурса ограничен концепт манипулятивности, в котором сделан аспект на языковую составляющую, способную выступить в качестве валидных метрик компьютерного диагностирования корпуса публикаций интернет-СМИ. В статье представлен набор языковых индикаторов, обладающих манипулятивным потенциалом, по которым были составлены словари и которые были алгоритмизированы для последующего машинного обучения.

Ключевые слова: манипулятивность, манипуляция, дискурс, массмедиа, индикаторы манипулятивности, автоматическое распознавание.

Введение

К одним из актуальных вопросов современной гуманитарной науки в условиях стремительного развития медиапространства относятся вопросы достоверности и объективности медиаконтента.

Транслируемая СМИ информация, как правило, в той или иной степени воздействует на массовую читательскую аудиторию, формируя общественные мнения, настроения и поведение. Контент массмедиа, обладающий высоким манипулятивным потенциалом, может представлять определенную информационную угрозу для устойчивой стабильности в обществе. В связи с этим вопросы изучения манипулятивности дискурса массмедиа, способы измерения манипулятивности медиатекста, автоматического распознавания манипулятивных текстов представляются весьма значимыми и имеющими практическую направленность.

В данной статье с учетом существующих в научной литературе подходов к определению сущности понятия манипулятивность представлена концептуальная схема манипулятивности дискурса массмедиа, в котором нашли отражение экстралингвистические и собственно лингвистические факторы. Выработка понятия манипулятивности дискурса массмедиа была обусловлена основными задачами проведенного исследования, предполагавшего в последующем компьютерное распознавание манипулятивности медиатекста. В связи с этим при определении манипулятивности текста основной фокус был смещен в сторону языковых признаков манипулятивности, способных выступить в качестве валидных метрик машинного диагностирования манипулятивных публикаций.

Материалы и методы

В современной гуманитарной науке существует достаточно большое количество исследований, посвященных вопросам манипуляции и манипулятивного дискурса и внесших значительный вклад в изучение концепта манипулятивности. К ним можно отнести работы И. В. Беляева, О. Н. Быковой, Т. А. van Dijk, Е. Л. Доценко, С. Г. Кара-Мурза, D. Maillat и др.) [1], [2], [3], [4], [5], [6]. В данных исследованиях, ставших уже классическими, манипуляция как определенный феномен рассмотрена с разных позиций: психологической, социально-политической, лингвоюридической, когнитивно-прагматической, языковой и под. В фокусе внимания исследователей находится один из составляющих аспектов данного явления, и при этом исследователями подчеркивается многоаспектность явления и неявный (имплицитный) характер воздействия.

Манипуляция связана с различными видами воздействия, таких как убеждение, суггестия, пропаганда, речевая агрессия. Но важно разграничивать манипуляцию от других видов речевого воздействия. Так, от убеждения манипуляция отличается признаками неявного, скрытого воздействия, поскольку убеждение представляет собой аргументированный дискурс, посредством которого осуществляется речевое воздействие на сознание участника коммуникации. При этом получатель информации (реципиент)

осознанно принимает точку зрения, заложенную в транслируемой информации. Суггестия является формой речевого воздействия, при котором осуществляется внушение. По мнению О. С. Иссерс, убеждение опирается на сознательную сторону восприятия, внушение – на эмоциональную [7]. Суггестия воздействует на подсознание собеседника, при этом, как и манипуляция, имеет скрытый характер воздействия. Эти формы речевого воздействия различает то, что суггестия – это целенаправленное прямое или косвенное воздействие на психику человека, в результате которого внушается содержание передаваемой информации; манипуляция характеризуется активным участием мыслительных процессов и обработки транслируемой информации, также при этом в ходе манипуляции вероятно искажение информации, подтасовка фактов, махинации и др. [8]. Разграничение суггестии и манипуляции позволяет нам полагать, что манипулятивное воздействие может сочетаться с суггестивным, так как через определенное внушение создается благоприятная почва для манипуляции. Смежное с манипуляцией понятие «пропаганда» предполагает популяризацию и массовое распространение определенных политических, религиозных и др. идей. Пропаганда отличается от манипуляции тем, что представляет собой открытую форму воздействия в основном через СМИ на общественное сознание.

Манипуляция в определенной степени соотносится с речевой агрессией, однако между данными явлениями имеется существенное различие. При речевой агрессии, что и возможно при манипуляции, вызываются негативные эмоции (страх, гнев и др.), при этом их главным отличительным признаком является характерная для речевой агрессии конфликтная ситуация и открытый характер воздействия, манипуляция же характеризуется неявным, скрытым характером воздействия, при котором объект манипуляции неосознанно воспринимает транслируемое содержание, которое может передаваться в том числе и через тактики угрозы, как собственное убеждение.

В существующих в научной литературе определениях данного явления подчеркивается его многоаспектность. По мнению Е. Л. Доценко, манипуляция предполагает определенное психологическое воздействие, имеющее скрытый характер. Ученый отмечает, что манипулятор влияет на манипулируемого через его «слабости», болевые точки, воздействуя на его сферу бессознательного. При умелом использовании манипулятором технологий и приемов манипуляции объект манипуляции воспринимает транслируемую информацию как собственное убеждение [4]. С. Г. Кара-Мурза также подчеркивает скрытый характер воздействия, отмечает, что манипулируемый не замечает нахождения под манипулятивным воздействием, т.к. манипулятор мастерски владеет способами и технологиями скрытого управления [5].

Зарубежный исследователь Т. А. Van Dijk рассматривает манипуляцию с точки зрения триангулярного подхода, в котором интегрированы дискурсивный (текст), когнитивный (познание) и социальный (общество) аспекты. Ученый рассматривает проявление манипуляции в политическом дискурсе, определяя ее как имплицитное влияние структур власти на политические взгляды, убеждения в обществе с целью контроля над ними [3].

С точки зрения лингвоюридического подхода, манипуляция понимается как «неправовая» форма речевого поведения, при которой реализуются негативные интенции манипулятора для скрытого воздействия на манипулируемого. При этом подчеркивается деструктивность и неприемлемость манипуляции с позиции этики и морали [1].

В аспекте когнитивной прагматики манипуляция рассматривается в исследованиях D. Maillat, который отмечает, что при манипулятивном общении в зависимости от интенций манипулятора и используемого им арсенала манипулятивных техник из ряда альтернативных контекстных предположений (пропозиций) происходит ограничение выбора контекста. В результате такого ограничения объект манипуляции выбирает выгодную манипулятору пропозицию [6].

В исследованиях О. Н. Быковой акцент направлен на анализ лингвистической составляющей манипуляции. При манипуляции важен отбор языковых средств, умелое применение которых в тексте получает в разной степени определенную силу манипулятивного воздействия. В результате транслируемая манипулятивная информация воспринимается читателем как объективная и достоверная [2]. Также ученые Г. В. Грачев и И. К. Мельник [9], П. Б. Паршин [10] при манипуляции подчеркивают важность механизма употребления языка в целях влияния на поведение адресата согласно интересам манипулятора.

На основе анализа существующих дефиниций нами обобщено понятие манипуляции и манипулятивности дискурса массмедиа, под которой мы понимаем скрытое речевое воздействие адресата (манипулятора) на адресанта (манипулируемого). При этом (1 – иллюкативный акт) манипулятор с учетом важных контекстных факторов (время, место, социально-политические условия, личностные и когнитивные характеристики), исходя из его интенции, выбирает наиболее приемлемые и эффективные стратегии и тактики манипуляции, которые (2 – локутивный акт) реализуются посредством определенного набора языковых средств; (3 – перлокутивный акт) в результате манипулируемый воспринимает выгодную манипулятору пресуппозицию из ряда возможных как собственное убеждение (рис. 1). Данное понимание манипуляции мы схематично представили следующим образом (рис. 1).



Рисунок 1 – Концепт «манипулятивность» в дискурсе массмедиа

Таким образом, массовый читатель, являясь объектом манипуляции, неосознанно, произвольно, воспринимая навязываемое как свое убеждение, идет по выгодному для автора публикации направлению, которое обеспечивается посредством определенных контекстуальных зацепок (тщательно отобранных и достаточно регулярных в массмедийном дискурсе языковых средств). В рамках последующей машинной обработки манипулятивного дискурса массмедиа нами условно ограничен концепт манипулятивности, в понимании которого фокус смещен на изучение языковых средств, регулярно встречающихся в тексте СМИ, как измеримых формализуемых параметров.

Специфические особенности манипулятивности, манипулятивного воздействия медитекстов в современной научной литературе представлены в различных современных исследованиях. Изучению особенностей языкового воплощения приемов, стратегий и тактик манипулятивного воздействия посвящены работы таких исследователей, как А. А. Данилова, Г. А. Копнина, О. Л. Михалева, Л. Г. Наварастян, Т. С. Василенко и др. [11], [12], [13], [14], [15]. Учеными выявлены и изучены различные языковые (просодические, лексические, грамматические, стилистические средства) средства, реализующие свой манипулятивный потенциал в различных дискурсивных практиках. С точки зрения их количественного измерения и автоматической обработки манипулятивного потенциала медиатекста интересны исследования Ю. А. Горностаевой [16] и А. А. Казакова [17].

В диссертационной работе Ю. А. Горностаевой описан разработанный и апробированный проект компьютерной программы-классификатора англоязычного поляризованного политического дискурса по их манипулятивной силе. В данном исследовании обозначены вербальные маркеры манипулятивного воздействия, которые выступили основанием автоматической параметризации. К вербальным маркерам Ю.А. Горностаева относит языковое средство манипуляции, формализуемое и пригодное для последующей параметризации. В качестве параметров компьютерной классификации выявлены и описаны прецедентные имена (V. Putin), антонимичные префиксы pro- и anti-, советская лексика (soviet и др.), слова Nazi и fascist с их производными, военная и нацистская лексика и дискурсивные маркеры манипуляции [16]. Понимая, что вышеперечисленный перечень параметров диагностирования манипулятивных текстов является неисчерпывающим всего арсенала вербальных маркеров, полагаем, что в целом исследование Ю. А. Горностаевой подтверждает возможность машинного измерения манипулятивной составляющей дискурса массмедиа.

Исследователь А. А. Казаков считает, что манипулятивным потенциалом может обладать любой медиатекст, в том числе самый фактологически проверенный и лексически выдержанный. Им выделено 15 параметров измерения манипулятивного медиатекста: (1) заголовок и лид, в которых содержатся оценочное суждение либо призыв; (2) в рамках медиатекста фото, рисунки, коллажи, карикатуры, подписи к ним; (3) представление альтернативной точки зрения по главному вопросу оцениваемой информации; (4) апелляция к мнениям экспертов, цитаты; (5) несоответствие действительности излагаемых фактов; (6) источники передаваемой информации; (7) приписывание оппонировавшей стороне мыслей, высказываний; (8) осмеяние национальных символов, святынь и др.; (9) изображение оппонировавшей стороны как неполноценного с интеллектуальной либо физической стороны; (10) применение слов и выражений с эмоциональной окраской (ярлыки, эпитеты, метафоры, эвфемизмы и др.); (11) употребление прецедентных имен; (12) отсутствие доказательств; (13) намеки, риторические вопросы, ирония; (14) похвала тех, кто против оппонировавшей стороны; (15) использование кавычек, выражающих иронию либо сомнение. Каждому параметру присвоено числовое значение, и сумма числовых значений средств, реализованных в медиатексте, является показателем манипулятивного потенциала данного текста [17]. Вместе с тем следует отметить, что предложенная методика измерения манипулятивного дискурса наиболее приемлема в области медиаграмотности и медиаобразования. Однако в аспекте автоматического диагностирования манипулятивных медиатекстов многие параметры трудноформализуемые и не подлежат машинному обучению.

В рамках проводимого нами исследования по проектированию информационной системы оценки влияния открытых текстовых информационных источников на социум нами проведен анализ медиатекстов. При этом, как отмечалось выше, концепт манипулятивности был условно ограничен, основной акцент был направлен на анализ языковых средств, которые в последующем представляли возможность формализовать и оформить в качестве параметров автоматического диагностирования манипулятивных публикаций. В связи с этим с участием экспертной группы лингвистов был составлен корпус манипулятивных текстов объемом в 1000 публикаций, извлеченных из казахстанских информационно-аналитических порталов. Данные тексты были проанализированы с разных позиций, в т.ч. выявлены индикаторы манипулятивности текста, которые условно были разделены на две группы: речевые и языковые. К речевым индикаторам отнесены стратегии и тактики манипуляции, автоматическое распознавание которых не представлялось возможным. В связи с этим в качестве метрик автоматического диагностирования выступили языковые (лексические и грамматические) индикаторы. Таких индикаторов, по данным анализа, оказалось 34. К ним отнесены слова с ярко выраженной эмоциональной и экспрессивной окрашенностью (поскольку львиная доля публикаций анализируемого корпуса реализовывала стратегию дискредитации, статьям была присуща негативная тональность), оценочная фразеология, прецедентные имена, инвективная и разговорная лексика, окказиональные образования, частотное употребление слов с приставками не-, анти-, противо-, а-, слова нет, частицы не, предложения с двойным отрицанием, риторические вопросы и восклицания и др. В качестве примеров одного из доминантных лексических индикаторов – оценочной лексики и фразеологии, широко представленных в манипулятивном дискурсе массмедиа, можно привести следующие: ...кажется, самый настоящий апокалипсис надвигается на страну; ...Кошумбаев вспоминает трагедию в Кызылагаше после передачи плотины в частные руки; тогда погибло много людей; Большая вода в Казахстане из полезного ресурса превратилась в неуправляемую угрозу...; Идет деградация системы водоснабжения; Одним словом, желания у нашей системы правосудия схватить за причинное место беглецов хоть отбавляй, а вот рыть землю носом они не привыкли; В Минсельхозе разводят руками....; Из-за попустительства министерских чиновников на «Питьевых водах» нагрели руки чиновники областные).

Среди грамматических индикаторов доминирующую позицию заняли риторические вопросы и конструкции с двойным отрицанием. В качестве примеров представлены такие конструкции, как: Разве это не парадокс? Что за глупость? Ну как жить? Что это за издевательство?! Дефекты исправлять никто не спешит Однако тогда их никто не слушал. Никому нет дела ни

до конкурентоспособности, ни до прорывных проектов Никто это и не вспоминает....

На последующем этапе исследования из 34 языковых индикаторов были отобраны, во-первых, статистически значимые индикаторы; во-вторых, представляющие возможность алгоритмизировать и использовать их в качестве параметров автоматической обработки манипулятивных медиатекстов. Таким образом, в качестве валидных метрик распознавания манипулятивных публикаций с применением лексико-словарного или алгоритмического подходов выступили 24 индикатора (см. таблицу 1).

Таблица 1 – Индикаторы манипулятивности как метрики автоматического диагностирования манипулятивного массмедиа дискурса

№	Индикатор манипулятивности	Подход
1	слова с высоким индексом негативной тональности	лексико-словарный подход
2	слова со средним и невысоким индексом негативной тональности	лексико-словарный подход
3	слова для распознавания признака «Повтор слов с негативной тональностью»	лексико-словарный подход
4	слова с негативной тональностью в заголовке статьи	лексико-словарный подход
5	слов, передающих казахстанское содержание	лексико-словарный подход
6	слова, называющих социально значимые объекты	лексико-словарный подход
7	разговорная лексика	лексико-словарный подход
8	инвективная лексика	лексико-словарный подход
9	генерализаторы	лексико-словарный подход
10	местоимения и наречия с неопределенным и указательным значением, со значением меры и степени	лексико-словарный подход
11	вводные и модальные слова и сочетания	лексико-словарный подход
12	сенсорные (аудиальные, визуальные, кинестетические, обонятельные) предикаты, употребленные в тексте 1 раз	лексико-словарный подход
13	сенсорные (аудиальные, визуальные, кинестетические, обонятельные) предикаты, употребленные в тексте более 3 раз	лексико-словарный подход
14	слова с приставками не-, против-, анти-, а-	лексико-словарный подход
15	заглавные буквы (дополнительно аббревиатуры)	алгоритмический, лексико-словарный
16	использование кавычек с целью иронии	алгоритмический
17	использование формы сослагательного наклонения глаголов	алгоритмический
18	высокая частотность употребления частицы не	алгоритмический

19	употребление слова нет	алгоритмический
20	знаки препинания (многоточие, двойные знаки, три восклицательных знака)	алгоритмический
21	риторические вопросы и вопросительные предложения	алгоритмический
22	риторические восклицания и восклицательные предложения	алгоритмический
23	предложения с двойным отрицанием	алгоритмический
24	конструкции с призывом к действию	алгоритмический

Методология отбора языковых индикаторов манипулятивности, а также описание их манипулятивных функций представлены в публикациях, выполненных нами в рамках проводимого исследования ранее [18], [19], [20].

Выводы

Таким образом, проведенное нами исследование позволило составить корпус манипулятивных текстов, извлеченных их казахстанских русскоязычных информационных порталов; выявить значимые индикаторы манипулятивности текста и определить доминирующие языковые индикаторы; провести параметризацию, алгоритмизацию выявленных индикаторов и определить валидные метрики распознавания манипулятивных текстов. Результаты исследования внесли значимый вклад в разработку методики автоматического диагностирования медиатекстов на выявление уровня их манипулятивности. Данная методика разрабатывается научным коллективом Департамента прикладных исследований и разработок Информационно-аналитического центра с привлечением группы экспертов-лингвистов, и в последующем ее применение возможно для проектирования информационной системы оценки влияния открытых текстовых информационных источников на социум.

Финансирование: Данная статья подготовлена в рамках реализации ПЦФ № BR05236839 по теме «Разработка информационных технологий и систем для стимулирования устойчивого развития личности как одна из основ развития цифрового Казахстана».

Список использованных источников

- 1 **Беляева, И. В.** Феномен речевой манипуляции: лингвоюридические аспекты. – Ростов-на-Дону: Изд-во Северо-Кавказской акад. гос. службы. – 244 с.
- 2 **Быкова, О. Н.** Языковое манипулирование: материалы к энциклопедическому словарю «Культура русской речи» [Текст] // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения: Вестн. Рос. риторич. Ассоциации. – Красноярск, 1999. – Вып. 1 (8). – С. 91–103.

3 **Dijk, T. A. van.** Discourse and manipulation [Текст] // Discourse and Society. – 2006. № 17 (2). – P. 359–383.

4 **Доценко, Е. Л.** Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита [Текст]. – М. : Изд-во МГУ, 1997. – 344 с.

5 **Кара-Мурза, С. Г.** Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – М. : Эксмо, 2001. – 832 с.

6 **Maillat, D.** Constraining context selection: On the pragmatic inevitability of manipulation [Текст] // Journal of Pragmatics. – 2013. – № 59. – P. 190–199.

7 **Иссерс, О. С.** Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. 5-е изд. – М. : Изд-во ЛКИ, 2008.

8 **Голубева, Т. М.** Языковая манипуляция в предвыборном дискурсе (на материале американского варианта английского языка). Дисс. на соискание уч. степени канд. филол. наук. – Нижний Новгород, 2009. – 174 с.

9 Рекламный текст: семиотика и лингвистика / Ю. К. Пирогова, А. Н. Баранов, П. Б. Паршин и др. [Текст]. – М. : Международный институт рекламы, Изд. дом Гребенникова, 2000. – 270 с.

10 **Паршин, П. Б.** Речевое воздействие: основные сферы и разновидности. – М. : Эксмо, 2007.

11 **Данилова, А. А.** Манипулирование словом в средствах массовой информации. – М. : «Добросвет», Издательство «КДУ», 2009. – 232 с.

12 **Копнина, Г. А.** Речевое манипулирование [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Г.А. Копнина – 4-е изд., испр. – М. : Флинта, 2012. – 170 с.

13 **Михалёва, О. Л.** Политический дискурс как сфера реализации манипулятивного воздействия: автореферат диссертации ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / О. Л. Михалёва. – Кемерово, 2004. – С. 40.

14 **Наварастян, Л. Г.** Языковые средства и речевые приемы манипуляции информацией в СМИ (на материале российских газет): автореферат диссертации ... канд. филол. н.: 10.02.02 / Л. Г. Наварастян. – Саратов, 2017. – 23 с.

15 **Vasilenko, T. S., Belova, E. V., Shevarshinova, E. I.** The role of language means in exerting a manipulative impact on the audience (on the example of BBC radio text) [Текст] // World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies. – 2019. – 1(10).

16 **Горностаева, Ю. А.** Вербальные маркеры манипуляции в англоязычном поляризованном политическом дискурсе: опыт параметризации и автоматической обработки: диссертация ... канд. филол.н.: 10.02.19. – Красноярск, 2018. – 191 с.

17 **Казakov, А. А.** Манипулятивный потенциал поляризованного политического медиатекста: вариант измерения [Текст] // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2018. – № 6. [Электронный ресурс]. – https://vestnik.journ.msu.ru/upload/iblock/706/vest-06-18_sverka-75-93.pdf.

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

19 **Шакенова, М., Ташимханова, Д., Баймаханбетов, М.** Манипулятивный потенциал лексических единиц (на материале казахстанского массмедийного дискурса) [Текст] // Вестник Казахского национального педагогического университета им. Абая. Серия «Филологические науки». – 2020. – № 2(72). – С 130–137.

20 **Шакенова, М. Т., Ташимханова, Д. С., Оспанова, У. А., Буддыбаев, Т. К.** Лексико-грамматические маркеры манипулятивности массмедийного дискурса (на материале корпуса русскоязычных текстов СМИ в Республике Казахстан) [Текст] // Научный диалог. – 2020. – № 2. – С. 141–160. – DOI: 10.24224/2227-1295-2020-2-141-160.

References

1 **Beljaeva, I. V.** Fenomen rechevoj manipuljatsii: lingvojuridicheskie aspekty. [Belyaeva, I. V. The phenomenon of speech manipulation: lingua legal aspects]. – Rostov-na-Donu: Izd-vo Severo-Kavkazskoj akad. gos. sluzhby, 244 s.

2 **Bykova, O. N.** Jazykovoe manipulirovanie: materialy k jentsiklopedicheskomu slovarju «Kul'tura russkoj rechi» [Bykova, O. N. Language manipulation: materials for the encyclopedic dictionary «Culture of Russian speech»] [Text] // Teoreticheskie i prikladnye aspekty rechevogo obshhenija: Vestn. Ros. ritorich. Assotsiatsii. – Krasnojarsk, 1999. – Vol. 1 (8). – P. 91–103.

3 **Dijk, T. A. van.** Discourse and manipulation / T.A. van Dijk [Text] // Discourse and Society. – 2006. № 17 (2). – P. 359–383.

4 **Dotsenko, E. L.** Psihologija manipuljatsii: fenomeny, mehanizmy i zashhita [Dotsenko, E. L. Psychology of manipulation: phenomena, mechanisms and protection] [Text]. – Moscow: Izd-vo MGU, 1997. – 344 p.

5 **Kara-Murza, S. G.** Manipuljatsija soznaniem / S. G. Kara-Murza [Kara-Murza, S. G. Consciousness manipulation]. – M. : Jeksmo, 2001. – 832 s.

6 **Maillat, D.** Constraining context selection: On the pragmatic inevitability of manipulation // Journal of Pragmatics. – 2013. – № 59. – P. 190–199.

7 **Issers, O. S.** Kommunikativnye strategii i taktiki russkoj rechi. [Issers, O. S. Communication strategies and tactics of Russian speech] 5-e izd. M.: Izd-vo LKI, 2008.

8 **Golubeva, T. M.** Jazykovaja manipuljatsija v predvybornom diskurse (na materiale amerikanskogo varianta anglijskogo jazyka). [Golubeva, T. M. Linguistic manipulation in electoral discourse (based on American English)] Diss. na soiskanie uch. stepeni kand. filol. nauk. – Nizhnij Novgorod, 2009. – 174 p.

9 **Reklamnyj tekst: semiotika i lingvistika / Ju. K. Pirogova, A. N. Baranov, P. B. Parshin i dr.** [Advertising text: semiotics and linguistics]. – Moscow : Mezhdunarodnyj institut reklamy, Izd. dom Grebennikova, 2000. – 270 p.

10 **Parshin, P. B.** Rechevoe vozdejstvie: osnovnye sfery i raznovidnosti [Parshin, P. B. Speech impact: main areas and varieties]. – Moscow : Jeksmo, 2007.

11 **Danilova, A. A.** Manipulirovanie slovom v sredstvakh massovoj informatsii [Danilova, A. A. Word manipulation in the Mass Media]. – Moscow: «Dobrosvet», Izdatel'stvo «KDU», 2009. – 232 p.

12 **Kopnina, G. A.** Rechevoe manipulirovanie [Jelektronnyj resurs]: ucheb. posobie / G.A. Kopnina [Kopnina, G. A. Speech manipulation] – 4-e izd., ispr. – Moscow : Flinta, 2012. – 170 p.

13 **Mihaljova O. L.** Politicheskij diskurs kak sfera realizatsii manipuljativnogo vozdejstvija: avtoreferat dissertatsii [Political discourse as a sphere for the implementation of manipulative influence] ... d-ra filol. nauk : 10.02.01 / O.L. Mihaljova. – Kemerovo, 2004. – P. 40.

14 **Navarastjan, L. G.** Jazykovye sredstva i rechevye priemy manipuljatsii informatsiej v SMI (na materiale rossijskih gazet) [Navarastjan, L. G. Language tools and speech techniques for manipulating information in the Mass Media (based on material from Russian newspapers)]: avtoreferat dissertatsii ... kand. filol. n.: 10.02.02 / L.G. Navarastjan. – Saratov, 2017. – 23 p.

15 **Vasilenko, T. S., Belova, E. V., Shevarshinova, E. I.** The role of language means in exerting a manipulative impact on the audience (on the example of BBC radio text) // World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies. – 2019. – 1(10).

16 **Gornostaeva, Ju. A.** Verbal'nye markery manipuljatsii v anglojazychnom poljarizovannom politicheskom diskurse: opyt parametrizatsii i avtomaticheskoy obrabotki: dissertatsija [Gornostaeva, U. A. Verbal Markers of Manipulation in Anglophone Polarized Political Discourse: Experience of Parameterization and Automatic Processing]... kand. filol.n.: 10.02.19. – Krasnojarsk, 2018. – 191 p.

17 **Kazakov, A. A.** Manipuljativnyj potentsial poljarizovannogo politicheskogo mediateksta: variant izmerenija [Kazakov, A. A. The manipulative potential of a polarized political media text: a variant of measurement] // Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10. Zhurnalistika. – 2018. – № 6. [Electronic resource]. – https://vestnik.journ.msu.ru/upload/iblock/706/vest-06-18_sverka-75-93.pdf.

18 **Kenzhebalina, G. N., Shaikova, G. K., Shakenova, M. T., Akoeva, I. G.** Raspoznavanie manipuljativnogo teksta: struktura i dominantnye jazykovye parametry [Kenzhebalina, G. N., Shaikova, G. K., Shakenova, M. T., Akoyeva, I. G. Manipulative text recognition: structure and dominant language parameters] [Text] // Nauchnyj dialog. – 2020. – № 7. – S. 105 – 125. – DOI: 10.24224/2227-1295-2020-7-105-125.

19 **Shakenova, M., Tashimhanova, D., Bajmahanbetov, M.** Manipuljativnyj potencial leksicheskikh edinits (na materiale kazahstanskogo massmedijnogo diskursa) [Shakenova, M., Tashimhanova, D., Baimahanbetov, M. The manipulative potential of lexical units (based on the material of the Kazakh Mass Media discourse) [Text]. In Vestnik Kazahskogo natsional'nogo pedagogicheskogo universiteta im. Abaja. Serija «Filologicheskie nauki». – 2020. – № 2 (72). – P. 130–137.

20 **Shakenova, M. T., Tashimhanova, D. S., Ospanova, U. A., Buldybaev, T. K.** Leksiko-grammaticheskie markery manipuljativnosti massmedijnogo diskursa (na materiale korpusa russkojazychnyh tekstov SMI v Respublike Kazahstan) [Shakenova, M. T., Tashimhanova, D. S., Ospanova, U. A., Buldybaev, T. K. Lexical and grammatical markers of Mass Media discourse manipulation (based on the corpus of Russian-language media texts in the Republic of Kazakhstan)] [Text]. In Nauchnyj dialog. – 2020. – № 2. – P. 141–160. – DOI: 10.24224/2227-1295-2020-2-141-160.

Материал поступил в редакцию 10.12.20.

М. Т. Шакенова¹, Д. С. Ташимханова², О. А. Попович³

Қазіргі дискурстағы «Манипулятивтілік» концепті

¹«Ақпараттық-талдау орталығы» АҚ,
Қазақстан Республикасы, Нұр-Сұлтан қ.

²Л. Гумилев атындағы Евразия ұлттық университет,
Қазақстан Республикасы, Нұр-Сұлтан қ.

³Торайгыров университеті,
Қазақстан Республикасы, Павлодар қ.

Материал баспаға 10.12.20 түсті.

M. T. Shakenova¹, D. S. Tashimkhanova², O. A. Popovich³

The concept of «Manipulativeness» in modern discourse

¹«Information and Analytical Center» JSC,
Republic of Kazakhstan, Nur-Sultan;

²L. N. Gumilyov Eurasian National University;
Republic of Kazakhstan, Nur-Sultan;

³Toraighyrov University,
Republic of Kazakhstan, Pavlodar.

Material received on 10.12.20.

Бұл мақала қазіргі ғылымда өзекті мәселе – БАҚ-тың (Бұқаралық ақпарат құралдарының) үшінші билік ретінде қоғамға әсері, оның құндылық көзқарастары, көңіл-күйі, сондай-ақ мінез-құлқы туралы.

Қоғамға осындай әсер ету көріністерінің бірі-манипуляция. Бұл мақалада манипуляция ғылыми әдебиетте тұжырымдамалық құбылыс ретінде қарастырылады. Авторлар манипуляция нақтылығына және дискурстың манипуляциясына мазмұнды талдау жасайды, манипуляция құбылысына байланысты ұғымдар ажыратылады, оның ішінде сөзбен әсер ету түрлері, сенім, сугестив, насихаттау, адамның намысына тию үшін қолданылатын сөздер. Ғылыми әдебиеттер мен нақты материалдарды талдау нәтижесінде бұқаралық ақпарат құралдарының дискурстарын манипуляциялаудың тұжырымдамалық схемасы жасалды, онда экстралингвистикалық және жеке лингвистикалық факторлар ескерілген. Манипулятивті бұқаралық дискурсты автоматты түрде тану әдістемесін әзірлеу шеңберінде манипулятивтілік тұжырымдамасы анықталды, сондай-ақ манипулятивті әлеуеті бар және интернет-БАҚ жарияланымдарының корпусын компьютерлік диагностикалаудың валидтік өлшемдері ретінде әрекет ете алатын тілдік құралдар белгіленді, олар бойынша сөздіктер жасалды және оған ары машинамен оқу үшін алгоритімделінеді.

Кілтті сөздер: манипулятивті, манипуляция, дискурс, бұқаралық ақпарат құралдары, манипуляция көрсеткіштері, автоматты тану.

This article examines the concept of «manipulativeness» as a conceptual phenomenon, describes the existing approaches to defining the essence of this concept in scientific literature. The authors of the article analyzed the definitions of manipulation and manipulateness of the discourse, considered and differentiated the concepts adjacent to these phenomena, in particular, such types of speech influence as persuasion, suggestion, propaganda, speech aggression. As a result of a review of scientific literature and analysis of factual material, a conceptual diagram of the manipulateness of mass media discourse was drawn up, which took into account both extralinguistic and linguistic factors. The article also describes two methods for measuring manipulateness. As part of the development of a methodology for automatic recognition of manipulative mass media discourse, the concept of manipulateness is defined, in which an aspect is made into a linguistic component that can act as valid metrics for computer diagnostics of the corpus of Internet media publications. The article presents a set of language indicators with manipulative potential helping to compile dictionaries and which were algorithmized for subsequent machine learning.

Keywords: manipulateness, manipulation, discourse, mass media, indicators of manipulateness, automatic recognition.

Теруге 10.12.2020 ж. жіберілді. Басуға 15.12.2020 ж. қол қойылды.

Электронды баспа

2,22 Мб RAM

Шартты баспа табағы 22,7. Таралымы 300 дана. Бағасы келісім бойынша.

Компьютерде беттеген: А. Шукурбаева

Корректор: А. Р. Омарова

Тапсырыс № 3699

Сдано в набор 12.12.2020 г. Подписано в печать 15.12.2020 г.

Электронное издание

2,22 Мб RAM

Усл. печ. л. 22,7. Тираж 300 экз. Цена договорная.

Компьютерная верстка: А. Шукурбаева

Корректор: А. Р. Омарова

Заказ № 3699

«Toraighyrov University» баспасынан басылып шығарылған

Торайғыров университеті

140008, Павлодар қ., Ломов к., 64, 137 каб.

«Toraighyrov University» баспасы

Торайғыров университеті

140008, Павлодар қ., Ломов к., 64, 137 каб.

67-36-69

e-mail: kereku@tou.edu.kz

www.vestnik.tou.edu.kz