

УДК 32

DOI: 10.34670/AR.2020.67.69.010

## Языковые средства речевого манипулирования

**Шагбанова Хабиба Садыровна**

Доктор филологических наук,  
профессор кафедры философии, иностранных языков  
и гуманитарной подготовки сотрудников органов внутренних дел,  
Тюменский институт повышения квалификации сотрудников  
Министерства внутренних дел Российской Федерации,  
625049, Российская Федерация, Тюмень, ул. Амурская, 75;  
e-mail: khabiba@yandex.ru

### Аннотация

В статье отмечается, что языковое манипулирование встречается во всех видах дискурса. Показаны языковые средства и речевые приемы, которые активно используются в целях воздействия на адресата. Автор рассматривает различные языковые средства речевого манипулирования. Особое внимание уделяется языковым средствам речевого манипулирования на лексическом, грамматическом и графическом уровнях. Говорится о методах такого рода языкового манипулирования (замаскированное выражение смысла, в том числе с использованием импликатур, предвзятые категорические формулировки, однобокая интерпретация фактов, искажение пресуппозиции слов и утверждений, широкое использование оценочной лексики). В работе показано, что текст СМИ представляет собой отражение актуальных событий посредством текста, фиксирует и транслирует речевые акты одного или нескольких лиц, произведенных в различных обстоятельствах. Языковые средства используются для сообщения и воздействия, и желаемое воздействие на адресата за счет использования средств разного уровня и специфических приемов. Процесс функционирования дискурса масс-медиа носит динамический характер и особенности, свойственные для медийного анализма и аргументации, отличают его от других видов медийного дискурса. Производимый прагматический эффект потенциально усиливается использованием широкого спектра языковых средств и приемов и доминированием одного из них в каждом конкретном случае. Специфика реализации цели воздействия масс-медиа-дискурса заключается в ориентированности сообщения на интерпретацию происходящего, анализ и исследование.

### Для цитирования в научных исследованиях

Шагбанова Х.С. Языковые средства речевого манипулирования // Теории и проблемы политических исследований. 2020. Том 9. № 5А. С. 72-80. DOI: 10.34670/AR.2020.67.69.010

### Ключевые слова

Языковые средства, речевая манипуляция, грамматические средства, графические средства, лексические средства, политика, СМИ, когнитивная лингвистика.

---

## Введение

Основными коммуникативными задачами авторов при написании новостных сообщений политической тематики является информирование и речевое воздействие. П.Б. Паршин отмечает: «Основной целью политического текста является речевое воздействие, на достижение которых ориентирован выбор лингвистических средств». На основе работы В.Е. Чернявской «Дискурс власти и власть дискурса», за основу берем ее определение речевого манипулирования. Под речевым манипулированием (воздействием) В.Е. Чернявская полагает, что это форма языкового воздействия, используемая для внедрения в сознание адресата желаний, отношений, целей, намерений, или установок, отличных от тех, которыми располагает в данный момент адресат. Лингвистические средства являются тем инструментом, с помощью которого осуществляются речевые стратегии и тактики.

Авторы (журналисты, публицисты и т.д.) помимо задачи предоставления объективной информации о тех или иных событиях, преследуют цель воздействия на картину мира адресата путем эксплицитного (реже имплицитного) выражения оценки и своего мнения.

Так, «употребление слов и оценка есть основополагающий компонент субъективной модальности: смысловая основа субъективной модальности образована понятием оценки в широком смысле и объемлет не только рациональную и интеллектуальную квалификацию излагаемого материала, но и имплицитно содержит различные виды иррациональной реакции. М.В. Ляпон отмечает, что оценка представляет вербальный, выраженный речевым актом результат квалифицирующей деятельности человеческой психики в эмоциональной, чувственной сфере.

## Основная часть

Основными средствами языкового манипулирования являются лексические, синтаксические, грамматические и стилистические, согласно Т.Г. Добросклонской.

В данном исследовании мы рассматриваем языковые средства речевого манипулирования на лексическом, грамматическом и графическом уровнях.

Языковые средства манипуляции лексикой можно по праву назвать самыми популярными и широко используемыми среди остальных инструментов речевого воздействия. Выбор слова является субъективно-оценочным актом, поскольку через лексическое значение становятся доступны сведения об объекте сообщения и о коммуникантах. В.М. Кобозева в ряде работ, посвященных анализу языка современной прессы, подчеркивает, что слово представляет собой средство активации единой системы представлений в сознании реципиента, элементом которой это слово является. С.А. Виноградова выделяет следующие приемы манипулирования лексикой: «Номинализация, эвфемизмы, дисфемизмы, метонимия, метафора, конверсивы, «слова-амебы», неологизмы, прецедентные феномены, перифразы и уточнений, дейктики, использование слов с оценочной коннотацией, софистицизмы, варваризмы». Рассмотрим основные лексические средства подробнее.

Эвфемизм в переводе с греческого языка, означает отказ от неподобающих слов. Функцией эвфемизмов является завуалирование негативных сторон описываемого объекта с целью представления в более выгодном свете. В отрывке из новостного сообщения газеты The Guardian о том, что Хамид Карзай будет баллотироваться на пост президента: “The Afghan president has come under heavy pressure to sign the Bilateral Security Agreement, with a council of notables that he

himself convened recommending that he sign the pact. The force would train and mentor Afghan troops, and some US special forces would also be left behind to hunt down al-Qaida. All 10 candidates seeking the presidency in 5 April elections have said they would sign the security agreement. But Karzai himself does not appear to want his legacy to include a commitment to a longer foreign troop presence in his country» (The Guardian, 27.03.14), мы можем найти пример подачи информации в более мягком ключе. Действия американских военных сил в Афганистане преподнесены более мягкими выражениями так «foreign troop presence», а не словом с отрицательной коннотацией, как вторжение “invasion”. Часто, эвфемизмы в политическом дискурсе используются для сокрытия агрессивных мер государств, военно-политических конфликтов.

Дисфемизмы в противоположность эвфемизмам нацелены на фокусировании внимания на отрицательных сторонах объекта с целью формирования негативного образа. Б.А. Ахатова рассматривая явление эвфемизации – дисфемизации, замечает, что явления эвфемизации и дисфемизации осуществляются в результате референциального сдвига, когда происходит уменьшение степени отрицательной оценочности (эвфемизация) или сгущение отрицательной оценочности (дисфемизация) [Ахатова, 2005, 20-22]. «President Barack Obama has threatened Vladimir Putin with sanctions after warning the Russian President that the United States has officially rejected the results of a **secession referendum** in Ukraine's Crimea region. The White House said Obama made clear to Putin that the dispute could still be resolved diplomatically but that Russia first must halt **military incursions** into Ukrainian territory. Regional authorities said late on Sunday night that, with more than half the vote counted, 95.5 percent had polled in favour of **annexing** the strategic peninsula by Moscow» (The Independent, 17.02. 14). Здесь, наоборот, мы видим, что проведение крымского референдума и действия России на Украине представлены в резко негативном свете посредством дисфемизмов «**military incursions**» - «**военные вторжения (операции)**», «**annexing the peninsula by Moscow**» - «**аннексирования полуострова Москвой**».

Метафора, по определению Э.В. Будаева, это «ментальная операция, как способ познания, категоризации, концептуализации, оценки и объяснения мира». Аубакирова С.С. отмечает, что метафору можно назвать одним из наиболее действенных приемов осуществления «прагматической интенции автора» и передачи субъективной оценки посредством описания объекта через призму образов, направленных на поддержание ментальных стереотипов и приоритетов. В основе создания метафоры лежит процесс переноса явления из сферы-источника в сферу-мишень, как описывает данный феномен З.К. Темиргазина. Метафоры занимают видное место в арсенале приемов речевого манипулирования, поскольку несут в себе субъективную оценку. «... having already absorbed three other former Russian satellite states, in its insatiable desire, to expand its empire, the EU is looking for Ukraine to follow suit» (The Daily Telegraph, 08.02.14) – “Уже поглотив три бывшие государства-сателлиты России, в своем ненасытном желании, ЕС ждет, когда Украина пойдет по тому же пути». Здесь мы находим метафору «ЕС – это ненасытное чудовище»: [ЕС] [чудовище] – это сфера-источник, откуда такие характеристик как ненасытность, алчность, поглощение жертв переносятся в область-мишень – Европейский Союз (ЕС). Как мы видим, посредством данной метафоры, автор выражает свое негативное, осуждающее отношение к меркантильной политике ЕС относительно Украины. Надо отметить, что такого рода оценка не полностью отвечает мнению экспертного сообщества.

Неологизмы служат для привлечения внимания читателей и имеют двоякую направленность: точное выражение оценочного значения либо для его скрытой экспликации. С.Г. Кара-Мурза, говоря о роли неологизмов, обозначает данный лексический прием как «вторжением в язык с целью программирования». С.С. Аубакирова утверждает, что с помощью

неологизмом автор создает новые концепты, трансформируя значения слов. В статье *The Guardian* «Barack Obama seeks to sow seeds on common ground with Pope Francis» (*The Guardian*, 27.03.14) использован неологизм *Obama-mania*: “The US President last swept into Vatican in 2009 on a tide of Obama-mania. Since then, with his poll ratings down and mid-term election looming, his fortunes have ebbed while Vatican’s incumbent could claim to be the world new idol”. Данный неологизм возник в 2008 г. когда впервые в истории США победу на президентских выборах одержал афроамериканец Барак Обама и стал завоевывать всеобщее расположение. Посредством данного неологизма журналист заостряет внимание на том, всеобщая одержимость Обамой была модой. Следовательно, путем модификации значения нарицательного слова «*mania*» (одержимость, мания) и соединения с именем собственным «*Obama*» автор создает прецедентный языковой феномен, описывающий популярность американского политика Обамы. В данном контексте, данный неологизм имеет негативное значение и выражает скрытое неодобрение журналиста.

«Слова-амебы» или же слова с общей семантикой широко используются в СМИ для создания позитивного образа. При этом они не всегда обладают конкретным значением, но при этом благоприятно воспринимаются адресатом. К ним относятся слова *democracy, legal, liberal, right, election, freedom, independency*, часто встречающиеся в новостных сообщениях британских качественных газетах. Б.А. Ахатова изучая вопросы смысловой неопределенности в политическом дискурсе, отмечает, что слова с общей семантикой обуславливаются дихотомией «свой – чужой». «Такие слова как государство, республика, общество, класс, суверенитет, правовое государство, абсолютизм, диктатура, план, непонятны, если неизвестно, кто *in concrete* должен быть поражен, побежден, подвергнут порицанию и опровергнут посредством именно такого слова».

Перифраз и уточнения служат для фокусирования внимания читателя на одной определенной характеристике объекта. А. Бушев в своей статье «Герменевтика актуального медийного дискурса» замечает, что перифраз можно назвать важным «риторическим приемом в создании публицистического текста – и соответственно шаги по его декодированию, семантизации и распрямлению». «The Norwegian who organised Prince Harry’s skiing holiday in Kazakhstan has hit back at the suggestion that he used the fourth in line to the throne to gain publicity for the repressive state» [*The Daily Telegraph*, 28/03/2014]. Здесь Принца Гарри номинируют как четвертого по счету кандидата на трон для акцентирования внимания о влиятельности данного человека.

Слова с оценочной, эмоциональной, экспрессивной и стилистической коннотацией являются наиболее распространенным средством выражения субъективности суждений и представления участников новостного сообщения в том ракурсе, необходимом для осуществления функции воздействия на общественное мнение. Языковые средства обладают общим денотативным значением и также коннотативным, содержащим эмоциональные, стилистические, оценочные и экспрессивные семиотические оттенки. Энциклопедический словарь дает следующее определение данному термину: «Коннотация, тип лексической информации, сопутствующей значению слова. Иногда называется также (семантической) ассоциацией. Коннотация слова отражает такой признак обозначаемого им объекта, который, хотя и не составляет необходимого условия для применения данного слова, но устойчиво связан с обозначаемым объектом в сознании носителей языка». В.Е. Чернявская в своей книге «Дискурс власти и власть дискурса» указывает на факультативный характер присоединения коннотативного значения к денотативному, отмечая, что коннотации служат для выражения

неодинаковой позиции и оценки со стороны автора сообщения, для навязывания определенного отношения к описываемым событиям и явлениям, фигурантам сообщения. Как правило, лексемы, содержащие оценочные коннотации варьируются по шкале «положительное – отрицательное». Рассмотрим данное явление на примере из новостного сообщения газеты *Financial Times*. «Mr Widodo is one of a handful of promising, younger leaders who have emerged in the past few years» [*Financial Times*, 14.03.14]. В данном фрагменте автор дает позитивную оценку мистеру Видодо, называя его одним из многих обещающих, молодых лидеров, появившихся на политической арене Индонезии за последние несколько лет. При номинации оппонентов Видодо автор придерживается противоположного мнения: “That contrasts sharply with rivals such as former general Prabowo Subianto and tycoon Aburizal Bakrie and even his party boss, former president Ms Megawati, who maintains an aloof presence” [*Financial Times*, 14.03.14]. Абуризалъ Бакри номинирован как «tycoon» [*Financial Times*, 14.03.14] – «заправила, магнат», что имеет стилистическую окрашенность и чаще используется в разговорной речи для имплицитного выражения неодобрения (для намека на нечестный способ обогащения или человека, обладающего нечестно заработанным состоянием). Как мы видим, слова с оценочной, стилистической и эмоциональной коннотацией являются ярким средством направления восприятия объектов новостного сообщения, а также создают позитивный или негативный имидж.

Грамматические средства языкового манипулирования представлены в основном пассивными конструкциями для «снятия ответственности» и использованием различных видовременных форм в английском языке. Замена активной формы пассивной способствует скрытию субъекта действия и уменьшению степени ответственности за совершенные поступки. Таким образом, не называя агента действия, автор создает «туманное» представление о масштабах событий для большей манипуляции сознанием читателей. Рассмотрим данный грамматический прием на примере из газеты *The Daily Telegraph*. “Nearly 9,000 people were killed in Iraq during 2013, in the bloodiest year of sectarian violence since 2008” [*The Daily Telegraph*, 05.01.14]. В данном фрагменте не указываются лица, совершившие убийства более 9000 человек в Ираке. Причин тому может быть несколько: незнание агента действий, нежелание раскрытия людей, ответственных за террор либо цель акцентирования внимания читателей на насильственный характер смертей.

Времена английского языка представлены более 20 видами грамматических форм, употребляемых в соответствии с четкими правилами и указаниями. Варьирование различными временами позволяет журналисту сделать акцент, на каком – либо событии. Так, в статье под названием «Tony Benn, veteran Labour politician, dies aged 88» [*Guardian*, 14.03.14] использовано настоящее простое время Present Simple вместо привычного носителям русского языка прошедшего времени. Автор предпочел время Present Simple, которое используется для выражения действий, совершающихся периодически, для «создания эффекта сопереживания в момент прочтения».

Графические средства речевого манипулирования в сообщениях часто представляются особым использованием кавычек. Ж.С. Абаева пишет о новой функции кавычек – оценочно – стилистической. По мнению казахстанского исследователя, кавычки выполняют оценочно – стилистическую функцию, будучи своего рода стилистической или семантической меткой слова в тексте. Например, «None the less, Mr Cameron insisted the statement was “very strong and purposeful”, and proved that the G8 “can work when we face each other down, leader to leader, and just crunch through the issues”. Goodness, he does make it sound macho» [*The Daily Telegraph*,

18.06.13]. В данном фрагменте использование кавычек совпадает с оформлением косвенной речи и выражает скептическое отношение журналиста к речи Д. Кэмерона, также автор подвергает сомнению перспективы, выдвинутые британским премьер – министром и его лидерские способности. Следовательно, необходимость расширения арсенала изобразительных средств, способствовала появлению дополнительной функции кавычек, которые можно назвать «ироническими кавычками».

Данные средства речевого манипулирования выступают в качестве сообщения информации с целью изменения сознания, мнения и/ или управления поведением адресанта. При понимании природы действия языковых средств речевой манипуляции основным является признак целенаправленности. Воздействие на реципиента, как правило, является многоуровневым и сложным и содержит следующие признаки: цель, объект и субъект. Конечной целью является коррекция картины мира адресата. Авторы материалов, которые выражают ту или иную политическую позицию, используют средства речевого манипулирования активно и успешно для реализации основных и вспомогательных стратегий, часто используется не отдельно взятое языковое средство, а комплексное их применение, представляющих составляющую психологической аргументации. Их соотношение может изменяться в процессе изложения. Оперирование информацией выражается в предметно-целевом общении, регламентированном социокультурными нормами, стандартами и моделями речевого поведения.

Журналист, «погружаясь» в реальное событие, переводит его в плоскость коммуникативного акта между автором сообщения и получателем. Медиа-текст на разных носителях предлагает массовой аудитории текст актуального содержания, границы которого формируются рамками даты публикации. Медиа-тексты составляют массивное поле информационного воздействия на современное общество, заинтересованного в получении свежих данных о экономической и политической общественных формациях.

Текст медиа не имеет завершенности в строгом смысле этого слова, вследствие чего у адресата всегда есть возможность для интерпретации. Адресованные массовой аудитории сообщения практически всегда содержат авторские мысли, завуалированные в отношении сообщаемого, сопровождаются комментарием и оставляют пространство получателю для толкования. Получатели в индивидуальном порядке принимают решение согласиться или отвергнуть изложенную позицию, остаться при оппозиционном или альтернативном мнении.

## Заключение

Текст СМИ представляет собой отражение актуальных событий посредством текста, фиксирует и транслирует речевые акты одного или нескольких лиц, произведенных в различных обстоятельствах. Языковые средства используются для сообщения и воздействия, и желаемое воздействие на адресата за счет использования средств разного уровня и специфических приемов. Процесс функционирования дискурса масс-медиа носит динамический характер и особенности, свойственные для медийного аналитизма и аргументации, отличают его от других видов медийного дискурса. Производимый прагматический эффект потенциально усиливается использованием широкого спектра языковых средств и приемов и доминированием одного из них в каждом конкретном случае. Специфика реализации цели воздействия масс-медиа-дискурса заключается в ориентированности сообщения на интерпретацию происходящего, анализ и исследование.

Рассмотрев подробно языковые средства речевой манипуляции на лексическом,

грамматическом и графическом уровнях мы приходим к выводу, что вышеназванные средства используются комплексно и способствуют осуществлению авторской интенции – оказанию воздействия на сознание массового получателя как эксплицитно, так и имплицитно.

## Библиография

1. Абаева Ж.С. Оценочность как стилиобразующий фактор в языке газеты // Вестник Казахского национального университета. Серия филологическая. 2008. № 2 (118). – С. 3–6.
2. Аубакирова С.С. Прагмалингвистический и лингво-культурологический анализ дискурса прессы (на материале американской газеты The New York Times): автореф. дис. ... канд. филол. наук. - Алматы, 2010. –С. 13–16.
3. Ахатова Б.А. Коммуникативные технологии воздействия в политическом дискурсе // Вестник Казахского национального университета. Серия филологическая. 2005. № 7 (89). – С. 20–22.
4. Ахатова Б.А. Относительность номинации в политическом дискурсе // Стилистика и теория языковой коммуникации: тезисы докладов междунар. конф., посвященной 100-летию со дня рождения профессора МГЛУ И.Р. Гальперина. – М., 2005. – С. 64–65.
5. Будаев Э.В. Становление когнитивной теории метафоры // Лингвокультурология. Вып. 1. — Екатеринбург, 2007. – С. 16–32.
6. Бушев А. Герменевтика актуального медийного дискурса // Современный дискурс-анализ. Электронный журнал. Вып. 6 (2012). – С. 2–29. URL: <http://discourseanalysis.org/ada6.pdf>.
7. Виноградова С.А. Инструменты речевой манипуляции в политическом медиадискурсе // Вопросы когнитивной лингвистики. 2010. № 2. – С. 95–101.
8. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). Изд. 2-е, стереотип. – М.: Едиториал УРСС, 2005. – 288 с.
9. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. – М.: ЭКСМО–Пресс, 2002. С. 80.
10. Кобозева И.М. Лингво-прагматический аспект анализа языка СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: учеб. пособие / Отв. ред. проф. М.Н. Володина. – М.: Изд-во МГУ, 2008. –230 с.
11. Лебедева О.В. Культурная дипломатия как инструмент внешней политики России на современном этапе // Международная жизнь. 2016. № 9. С. 76 – 84.
12. Лебедева О.В. Особенности института публичной дипломатии в России // Международная жизнь. 2015. № 6. С. 41 – 55.
13. Лебедева О.В. Современные инструменты "цифровой дипломатии" как важнейший элемент "мягкой силы" // Международная жизнь. 2019. № 5. С. 102 – 111.
14. Линде А.Н. Проблема отношения гуманистического и технологического направлений в теории социально-политической коммуникации // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2017. Т. 2. № 2. С. 82 – 98.
15. Ляпон М.В. Оценочная ситуация и словесное само моделирование. Язык и личность / Отв. ред. Д. Н. Шмелев. – М.: Наука, 1989. – С. 24–34.
16. Паршин П.Б. Лингвистические методы в концептуальной реконструкции // Системные исследования, 1986. – М., 1987. – 403 с.
17. Рыжов В.Б. Перспективы консолидации украинцев как гражданской нации на основе интеграции с Евросоюзом [Электронный ресурс] // Международное право. 2020. № 3. – С. 45–55. URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=33368](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=33368).
18. Рыжов В.Б. Отношения Украины и Европейского Союза: исторический опыт и перспективы // Представительная власть – XXI век: законодательство, комментарии, проблемы. 2020. № 1–2 (176– 177). – С. 48–52.
19. Суджата Р. Оценка с помощью кавычек // Русская речь. 1996. № 3. –С. 50–52.
20. Темиргазина З.К. Современные теории в отечественной и зарубежной лингвистике. Изд. 2-е, дополн. – Павлодар: ТОО НПФ «ЭКО», 2002. - 140 с.
21. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия: Учебн. пособие. – М.: Флинта: Наука. 2006. – С. 3.
22. Шемелина Ю.В. Лингвокогнитивные аспекты английских новостных текстов: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Архангельск, 2008. – С.

---

## Language means of speech manipulation

**Khabiba S. Shagbanova**

Doctor of Philology,  
Professor of the Department of Philosophy, Foreign Languages  
and Humanitarian Training of Employees of Internal Affairs Bodies,  
Tyumen Institute for Advanced Training of Employees  
Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation,  
625049, 75 Amurskaya str., Tyumen, Russian Federation;  
e-mail: khabiba@yandex.ru

### Abstract

The article notes that linguistic manipulation occurs in all types of discourse. The language means and speech techniques that are actively used to influence the addressee are shown. The author examines various language means of speech manipulation. Special attention is paid to the linguistic means of speech manipulation at the lexical, grammatical and graphic levels. It talks about methods of this kind of linguistic manipulation (disguised expression of meaning, including using implicatures, biased categorical formulations, one-sided interpretation of facts, distortion of the presupposition of words and statements, widespread use of evaluative vocabulary). The paper shows that the text of the media reflects current events through the text, captures and broadcasts speech acts of one or more persons produced in different circumstances. Language means are used for communication and impact, and the desired impact on the addressee using means of different levels and specific techniques. The process of functioning of the mass media discourse is dynamic in nature and the features inherent in media analysis and argumentation distinguish it from other types of media discourse. The pragmatic effect produced is potentially enhanced using a wide range of language tools and techniques and the dominance of one of them in each particular case. The specificity of the implementation of the goal of the impact of mass media discourse lies in the orientation of the message to the interpretation of what is happening, analysis and research.

### For citation

Shagbanova Kh.S. (2020) Yazykovye sredstva rechevogo manipulirovaniya [Language means of speech manipulation]. *Teorii i problemy politicheskikh issledovaniy* [Theories and Problems of Political Studies], 9 (5A), pp. 72-80. DOI: 10.34670/AR.2020.67.69.010

### Keywords

Language means, speech manipulation, grammatical means, graphic means, lexical means, politics, mass media, cognitive linguistics.

### References

1. Abaeva Zh. S. Evaluation as a style-forming factor in the language of the newspaper // Bulletin of the Kazakhstan National University. Philological series. 2008. No. 2 (118). - pp. 3-6.
2. Aubakirova S. S. Pragmalinguistic and linguo-cultural analysis of the press discourse (on the material of the American newspaper The New York Times): abstract. dis. ... candidate of Philological Sciences. - Almaty, 2010. - p. 13-16.

3. Akhatova B. A. Communicative technologies of influence in political discourse // Bulletin of the Kazakhstan National University. Philological series. 2005. No. 7 (89). - pp. 20-22.
4. Akhatova B. A. Relativity of nomination in political discourse // Stylistics and theory of linguistic communication: abstracts of reports of the international conference dedicated to the 100th anniversary of the birth of Professor I. R. Galperin of Moscow State Technical University. – M., 2005. - p. 64-65.
5. Budaev E. V. Formation of the cognitive theory of metaphor // Linguoculturology. Issue 1. - Yekaterinburg, 2007. - pp. 16-32.
6. Bushev A. Hermeneutics of actual media discourse // Modern discourse-analysis. Electronic journal. Issue 6 (2012). - pp. 2-29. URL: <http://discourseanalysis.org/ada6.pdf>.
7. Vinogradov S. A. the Tools of speech manipulation in political discourse // Issues of cognitive linguistics. 2010. No. 2. - pp. 95-101.
8. Dobrosklonskaya T. G. Questions of studying media texts (experience of studying modern English media). 2nd ed., stereotype, Moscow: Editorial URSS, 2005, 288 p.
9. Kara-Murza S. G. Manipulation of consciousness. –M.: EKSMO-Press, 2002. p. 80.
10. Kobozeva I. M. Linguo-pragmatic aspect of the analysis of the language of mass media // The language of mass media as an object of interdisciplinary research: textbook. manual / Ed. by prof. M. N. Volodin. - Moscow: MSU Publishing House, 2008. -230 p.
11. Lebedeva O. V. Cultural diplomacy as an instrument of Russia's foreign policy at the present stage. 2016. No. 9. pp. 76-84.
12. Lebedeva O. V. Features of the Institute of Public Diplomacy in Russia // International life. 2015. No. 6. pp. 41-55. 13
13. Lebedeva O. V. Modern tools of "digital diplomacy" as the most important element of "soft power" // International Life. 2019. No. 5. P. 102 – 111.
14. Linda A. N. The problem of the relationship of humanistic and technological trends in the theory of socio-political communication // Communication. Media. Design. 2017. Vol. 2. no. 2. pp. 82-98.
15. Lyapon M. V. Evaluative situation and verbal self-modeling. Language and personality / Ed. D. N. Shmelev. - M.: Nauka, 1989. - p. 24-34.
16. Parshin P. B. Linguistic methods in conceptual reconstruction // Sistemnye issledovaniya, 1986. - M., 1987 – - 403 p.
17. Ryzhov V. B. Prospects of consolidation of Ukrainians as a civil nation on the basis of integration with the European Union [Electronic resource] // International law. 2020. No. 3. - PP. 45-55. URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=33368](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=33368)
18. Ryzhov V. B. Relations between Ukraine and the European Union: historical experience and prospects // Representative power-XXI century: legislation, comments, problems. 2020. No. 1-2 (176-177). - pp. 48-52.
19. Sujata R. Evaluation with quotation marks // Russian speech. 1996. No. 3. - pp. 50-52.
20. Temirgazina Z. K. Modern theories in domestic and foreign linguistics. 2nd ed., supplement. - Pavlo-dar: LLP NPF "ECO", 2002. - 140 p.
21. Chernyavskaya V. E. The discourse of power and the power of discourse: problems of speech influence: Textbook. stipend. – M.: Flinta: Science. 2006. – C. 3.
22. The practice of Yu. V. Cognitive aspects of English news texts: Avtoref. dis. ... candidate of Philological Sciences. - Arkhangelsk, 2008. - P.