

**О. И. Исмаилова**

Саратовский социально-экономический институт (филиал) Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, Саратов, Россия  
ORCID ID: 0000-0003-4668-5503

*E-mail*: [frezia@yandex.ru](mailto:frezia@yandex.ru).

## Языковые средства реализации деструктивных речевых стратегий в российском и британском медиаполитическом дискурсе

**АННОТАЦИЯ.** В статье рассматриваются языковые средства словообразовательного и лексико-семантического уровней, являющиеся основой языковой игры и способствующие реализации деструктивных речевых стратегий в массмедиа. Необходимость изучения данной темы продиктована способностью массмедиа оказывать манипулятивное воздействие на широкую аудиторию, формировать линию поведения общественных масс, создавать у адресата необходимое манипулятору отношение к объекту/событию. Под манипулятивностью понимается наличие языковых средств воздействия, использование их особенностей согласно скрытой цели говорящего (автора). В статье дается описание следующих видов манипулятивного воздействия: персуазивность, суггестивность, референциальное и аргументативное воздействие, а также их подвидов: фактологическое и фокусирующее воздействие, софистическое (искажающее логику развития текста, при этом формально производящее впечатление истинного). Исследование проводится на материале текстов печатных периодических изданий (газет) и телевизионных новостных выпусков англо- и русскоязычных средств массовой информации: «The Sun», BBC, «Российская газета», «Комсомольская правда», телеканал НТВ. В статье приводятся результаты исследований лингвистов в области изучения речевых стратегий и тактик, а также их классификации. Отбор практического материала проводился методом контролируемого отбора лингвистических единиц, а его анализ — дескриптивным методом. Анализ фактического материала показал частотность использования различных языковых средств: окказиональное словообразование, аллюзия, трансформация фразеологизмов и прецедентных текстов. В данной работе были выявлены наиболее употребляемые деструктивные речевые стратегии в англоязычных и русскоязычных массмедиа: стратегия на понижение, драматизация и персонализация.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** речевое воздействие; речевые стратегии; языковая игра; языковые средства; журналистика; медиалингвистика; медиадискурс; медиатексты; СМИ; средства массовой информации; политический дискурс; русский язык; английский язык; сравнительное языкознание.

**ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ:** Исмаилова Ольга Исмаиловна, старший преподаватель, кафедра иностранных языков, Саратовский социально-экономический институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»; 410003, г. Саратов, ул. Радищева, 89; e-mail: [frezia@yandex.ru](mailto:frezia@yandex.ru).

**ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ:** Исмаилова, О. И. Языковые средства реализации деструктивных речевых стратегий в российском и британском медиаполитическом дискурсе / О. И. Исмаилова // Политическая лингвистика. — 2019. — № 3 (75). — С. 54-59. — DOI 10.26170/pl19-03-06.

Современные массмедиа ориентированы на широкую аудиторию, представители которой имеют разный уровень интеллектуального развития, разную когнитивную базу и способы по-своему интерпретировать описываемые события. При этом дискурс массмедиа имеет свою специфику: ангажированность, представление интересов государства или политических деятелей, оказание манипулятивного воздействия на сознание общественных масс, формирование линии поведения реципиентов. Прагматический аспект данного типа дискурса (система отношений между адресантом, адресатом и комплексом знаков) связан со сложными механизмами воздействия.

«Правильная» манипуляция — это воздействие, которое реализуется посредством языка, грамотно составленной речи, при этом реципиент должен быть уверен в само-

стоятельности принимаемых решений. С этой целью применяются такие способы манипулятивного воздействия, как персуазивность (воздействие путем убеждения или переубеждения) и суггестивность (воздействие, основанное на скрытом внушении) [Чернявская 2006: 37—38]. Данные способы позволяют создать у адресата необходимое манипулятору отношение к объекту, независимо от желаний и интересов самого адресата, который не должен распознать эту коммуникативную установку. Е. И. Шейгал, в свою очередь, выделяет референциальное (искажение образа денотата/референта в процессе обозначения действительности) и аргументативное (искажение постулатов общения) манипулятивное воздействие [Шейгал 2004: 112—114]. Референциальное манипулятивное воздействие разделяется на фактологическое (изменение реальных фак-

тов: преувеличение, преуменьшение, сокрытие, ложь и т.п.) и фокусировочное (изменение фокуса освещения события, высказывания, поведения и т. д., связанного с денотатом), а аргументативное — на нарушение логики развития текста, намеренное неполное изложение информации, маскировку логических ходов. К аргументативному виду манипулятивного воздействия можно отнести софизмы, т. е. рассуждения, кажущиеся правильными, но содержащие скрытую логическую ошибку и служащие для придания видимости истинности ложному утверждению.

Под манипулятивностью как текстовой категорией мы понимаем наличие языковых средств воздействия на адресата, использование их особенностей и принципов употребления в соответствии со скрытой целью говорящего (автора) [Исмаилова 2017]. Средства массовой информации способствуют формированию общественного мнения, используя информационно-коммуникационное влияние на массовую аудиторию посредством речевых стратегий и манипулятивных технологий. В большинстве случаев поводом является раскрытие актуальных социальных проблем общества и запуск вирусного обсуждения [Козловский, Исмаилова 2019]. При этом за счет формирования эмоциональной привязанности читателя к происходящему формируется и интерес к СМИ.

Манипулятивную стратегию можно определить как набор языковых тактик и приемов, которые направлены на достижение коммуникативной цели скрытого воздействия на адресата. Классификация манипулятивных стратегий различается в зависимости от специфики подхода автора. Так, исследователи классифицируют стратегии по средствам воздействия и характеру процессов, по сферам влияния на сознание человека, по объекту манипуляции и т. п. В свою очередь Ю. М. Шемчук выделяет ряд манипулятивных стратегий на одном из языковых уровней (лексическом) с позиции «свой — чужой»: стратегия скрытой лексической генерализации, стратегия намеренной мелиорации, стратегия намеренной пейорации, стратегия наклеивания словесных ярлыков и т. п. [Шемчук 2013]. Однако полностью согласиться с данным автором нельзя, так как использование «аффективов» (эмоционально окрашенных лексем), метафор, лексической многозначности также классифицируется им как виды стратегий, что мы вслед за другими исследователями (О. С. Иссерс, С. Г. Кара-Мурза, О. Л. Михалёва) предлагаем относить к языковым средствам манипулятивного воздействия [Иссерс 2003; Кара-Мурза 2000; Михалёва 2009]. Исследовав

различные подходы современных лингвистов к классификации манипулятивных стратегий, мы можем выделить основные из них:

- конвенциональная стратегия (манипуляция социальными сценариями, правилами, нормами);

- операционально-предметная стратегия (воздействие на манеру поведения, структуру деятельности);

- когнитивная стратегия (воздействие на познавательные процессы, схемы умозаключения);

- стратегия эксплуатации личности (мотивация/побуждение к действию, имитация процесса принятия решения);

- стратегия манипулирования духовностью (побуждение к переоценке ценностей, имитация поиска смысла);

- деструктивные стратегии (стратегия на повышение / понижение / стратегия нейтральности).

Данное исследование не предполагает описание всех манипулятивных стратегий, в том числе по причине отсутствия их единой классификации. Однако мы рассмотрим деструктивные стратегии, наиболее часто используемые в массмедиа в последние годы. Помимо стратегии на повышение/понижение, к деструктивным стратегиям также можно отнести черный пиар / дискредитацию, драматизацию, персонализацию, фрагментацию, *doublespeak* (подвид эвфимии; манипулирование имплицитными смыслами).

Стратегии реализуются посредством тактик, которые связаны отношениями включения со стратегией и представляют собой определенный ход или механизм речевых действий, направленный на достижение коммуникативной цели. Исследователи делят тактики на аргументативные и манипулятивные, предполагающие соответственно воздействие на рациональные и иррациональные компоненты мировосприятия человека. Наибольшую ценность для данной работы представляют манипулятивные тактики, направленные на эксплуатацию потребностей, чувств, стереотипов адресата. О. Л. Михалёва считает, что стратегия на понижение реализуется при помощи таких тактик, как «анализ-минус», тактика обвинения, обличения, оскорбления, угрозы [Михалёва 2009]. Стратегия на повышение может быть реализована посредством тактики «анализ-плюс», презентации, неявной самопрезентации, самооправдания, отвода критики. Стратегия театральности предполагает использование следующих речевых тактик: тактики предупреждения, побуждения, кооперации, информирования, обещания, прогнозирования, иронизирования, провокации.

Коммуникативная стратегия как интенция и тактика как интенция, обуславливающая конкретный речевой акт в соответствии с протекающей ситуацией [Брайант, Томпсон 2004: 58], реализуются посредством приемов и языковых средств. В данной работе мы хотели бы уделить особое внимание использованию языковой игры как одному из приемов манипулятивного воздействия в СМИ, так как языковая игра придает сообщению больше экспрессивности, привлекает внимание адресата, способствует формированию общественного мнения по важным вопросам политики и жизни общества [Ильясова 2013: 37]. При этом основы языковой игры составляют языковые стилистические средства на разных языковых уровнях: фонетическом, морфологическом, словообразовательном, лексическом, синтаксическом. Выбор тех или иных языковых средств зависит непосредственно от интенций автора текста, его стратегий и тактик [Бирюкова 2011].

Рассмотрим использование языковых средств словообразовательного и лексического уровней (как наиболее востребованных в СМИ) в рамках описанных речевых стратегий и тактик авторами англоязычных и русскоязычных массмедиа. В данной работе мы использовали метод контролируемого отбора лингвистических единиц: материалом послужили заголовки газетных статей и новостных выпусков, в основе которых лежит языковая игра с именами собственными, так или иначе связанными с политической деятельностью.

#### **GRAY DAY**

*Who is Chris Grayling and what are the Transport Secretary's views on Brexit?* [The Sun]

В данном примере автор применяет стратегию драматизации, иронизируя на тему ухода Криса Грейлинга с поста министра транспорта. В частности, ирония проявляется в заголовке статьи при помощи языковой игры с усечением фамилии министра «Grayling» до «gray» (рус. «серый»), в результате получается словосочетание «gray day» (рус. «пасмурный день»), которое описывает положение дел министра в настоящее время.

#### **COR-BINNED**

*Jeremy Corbyn has made Labour 'toxic' and should quit, half of voters claim. Voters overwhelmingly reject Mr Corbyn's denials of party intimidation and blame him directly for most of its problems* [The Sun].

В рассматриваемом примере автор использует языковую игру на фонетическом и словообразовательном уровнях, заменив фамилию лидера Лейбористской партии

Джереми Корбина «Corbyn» на новообразованный омофон «cor-binned» (рус. «выброшенный в мусорное ведро, отсортированный»). Так автор иронично указывает на резко снизившийся рейтинг лидера партии среди избирателей, дискредитируя его и говоря о необходимости отставки Дж. Корбина.

В следующем заголовке прослеживается стратегия фрагментации информации, так как не упоминаются действующие лица. Языковая игра создается на фонетическом и словообразовательном уровнях так же, как и в вышеуказанном примере: часть лексемы «Brexit» (рус. «выход Великобритании из ЕС») автор заменяет на «eggs» (рус. «яйца»), образовав омофон «br-eggs-it». Таким образом журналист, применяя тактику провокации, описывает не менее провокационные действия мужчины, забросавшего яйцами Дж. Корбина в знак протеста против промедления с выходом Великобритании из состава Евросоюза.

#### **BR-EGGS-IT**

*Man, 31, charged after Jeremy Corbyn egged 'by pro-Brexit campaigner' during visit to Mosque. The Labour boss was said to have been hit while on a trip to the Muslim Welfare House and Finsbury Park Mosque in North London on Sunday* [BBC].

#### **MAYJORITY**

*Theresa May on course to win election majority as breakaway Independent Group damages Corbyn. The Prime Minister would win a 34-seat majority in a snap General Election, a new poll says* [The Sun].

В вышеприведенном примере автор использует стратегию на повышение с персонализацией новостного сообщения, привлекая внимание адресата к личности премьер-министра Соединенного Королевства Терезы Мэй. Посредством контаминации имени собственного «May» и лексемы «majority» (языковая игра на словообразовательном уровне) автор увеличивает значимость положения Т. Мэй (тактика презентации) на выборах в палату общин Великобритании.

#### **JEREMAIN OR JEXIT?**

*Is Jeremy Corbyn a remainer and what are his views on Brexit?*

*Where does the Labour leader stand on Britain's membership of the European Union?* [BBC]

В рассматриваемом примере журналист дискредитирует Джереми Корбина при помощи тактики подрыва авторитета. При помощи языковой игры на словообразовательном уровне автор создает лексемы «Jeremain», «Jexit», сочетая имя собственное «Jeremy» со словами «remain» (рус. «остаться») и «exit» (рус. «выход»). Так адре-

сант показывает неопределенность лидера Лейбористской партии Дж. Корбина в отношении выхода Великобритании из Евросоюза.

Русскоязычным массмедиа также свойственно употребление деструктивных речевых стратегий.

#### **Трампа закусила удила**

*Белый дом раскрыл кухню проводимого в Венесуэле госпереворота. Во вторник министр иностранных дел РФ Сергей Лавров прокомментировал события в Венесуэле. «Мы понимаем, что США, говоря по-простому, закусили удила и публично взяли курс на незаконную смену режима», — сказал Лавров. Но эта ситуация, пояснил он, «не отменяет необходимость отстаивать международное право всеми имеющимися способами» [Российская газета].*

В данном примере прослеживается стратегия персонализации, так как внимание акцентируется на личности президента США Дональда Трампа. В качестве языкового средства манипулятивного воздействия автор использует языковую игру на лексико-семантическом уровне на основе фразеологизма «закусить удила», т. е. «действовать, не считаясь с обстоятельствами». Посредством тактики обвинения автор дискредитирует Д. Трампа, предъявляя претензии за совершенные им действия.

#### **„Гром“ грянет**

*Одним из приоритетных направлений в деятельности Минобороны глава ведомства Сергей Шойгу назвал перевооружение армии и флота. Во вторник на селекторном совещании он сказал, что на оснащение Вооруженных сил современным арсеналом в нынешнем году планируется потратить более триллиона четырехсот сорока миллиардов рублей. „Почти 71 процент этих средств пойдет на серийные закупки новейших образцов, с тем, чтобы к концу года доля современного вооружения и техники составила 67 процентов“, — уточнил министр [Российская газета].*

В рассматриваемом примере автор применяет тактику презентации в рамках стратегии на повышение, используя языковую игру на лексико-семантическом уровне. В заголовке прослеживается аллюзия на научно-фантастический рассказ Р. Брэдли «И грянул гром» (англ. «A Sound of Thunder»). Так автор превозносит успехи Вооруженных сил РФ и представляет их в более выигрышном свете, говоря об укреплении боевого потенциала России и учениях стратегических ядерных сил «Гром».

#### **Последний день Помпео**

*Госсекретарь США Майкл Помпео отвел России 60 дней на то, чтобы она „вер-*

*нулась в Договор о ликвидации ракет меньшей и средней дальности“ [Комсомольская правда].*

Автор данной статьи применяет одновременно несколько речевых стратегий: в заголовке — стратегию персонализации, так как внимание читателя концентрируется на личности госсекретаря США Майкла Помпео; в статье — стратегию на понижение и дискредитацию: *Создается такое впечатление, что Госдеп США, говоря его же языком, „попутал рамы“, разговаривая с Россией, как с каким-нибудь Чадом или Сан-Томе и Принсипи...* (употребление жаргонизмов, умаление достоинства других государств, намек на то, что такое речевое поведение свойственно главному действующему лицу); стратегию на повышение: *... мы быстро „достанем из запасников“ закрытый в начале 90-х годов проект создания легкой межконтинентальной баллистической ракеты „Курьер“. А если США вздумают снова притащить свои ракеты в Европу, то мы мгновенно возьмем их позиции „под прицел“.* *Ничего другого нам не останется. Вопрос — хочет ли Европа увидеть последний день Помпео?..* (употребление просторечных выражений, превознесение возможностей своей страны; попытка продемонстрировать предполагаемые последствия ухудшения отношений между государствами — тактика угрозы). В заголовке автор использует тактику иронизирования, положив в основу языковой игры на лексико-семантическом уровне название картины русского художника К. Брюллова «Последний день Помпеи».

В следующем примере автор использует стратегию дискредитации, взяв за основу языковой игры крылатое выражение «выпустить джинна из бутылки», т. е. «положить начало неуправляемому и опасному процессу своими необдуманными действиями». Автор делает предположение о последствиях назначения Джинны Хаспел на пост главы ЦРУ, которая известна своими жесткими методами управления и участием в пытках над заключенными Таиланда (тактика обличения).

#### **Джинну выпустили из бутылки: чем грозит России назначение Хаспел на пост главы ЦРУ**

*Предложенную Дональдом Трампом кандидатуру нового главы ЦРУ в США продолжают обсуждать серьезно и чуть ли не с риском для жизни. Кто такая Джинна Хаспел, до сих пор не известно даже конгрессменам [НТВ].*

#### **Неласковый Мэй**

*Британские политики один за другим включаются в борьбу за кресло премьера.*

*Премьер Британии Тереза Мэй наконец-то объявила конкретную дату своей отставки с поста главы Консервативной партии и кабинета министров. Кампания по выбору преемника только начинается, а от желающих занять освободившийся пост уже нет отбоя* [Российская газета].

В рассматриваемом примере прослеживается стратегия драматизации, которая осуществляется посредством тактики «анализ-минус» при изображении сложившейся в Великобритании политической ситуации. При этом автор использует языковую игру на лексико-семантическом уровне и добавляет элемент иронии: «неласковый Мэй» является аллюзией на название советской музыкальной группы «Ласковый май». Таким образом автор привлекает внимание читателя к добровольной отставке Терезы Мэй с поста премьер-министра и главы Консервативной партии.


Данное исследование позволяет сделать следующий вывод: англоязычные массмедиа чаще используют языковую игру с именами собственными, относящимися к политике, на словообразовательном уровне, а русскоязычные — на лексико-семантическом уровне. Такой результат можно объяснить более простой аффиксацией в английском языке по сравнению с русским. При этом словообразование, ирония, многозначность, аллюзия, трансформированные прецедентные феномены позволяют избежать штампов, так как в этих случаях исходная фраза получает новые экспрессивные значения, и способствуют реализации деструктивных речевых стратегий. Кроме того, анализ приведенных примеров показал, что и русскоязычные и англоязычные массмедиа в большей степени тяготеют к речевым стратегиям, создающим отрицательный образ объекта, о котором идет речь. Однако русскоязычные


СМИ позволяют себе применять такой тип речевых стратегий только по отношению к политическим деятелям иностранных государств, в то время как англоязычные массмедиа используют их и в отношении политиков своей страны.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Бирюкова Е. О. Особенности языковой игры в телевизионном дискурсе // Вестн. Волгоград. гос. ун-та. 2011. № 2. С. 42—46.
2. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. — М.: Вильямс, 2004. 432 с.
3. Ильясова С. В., Амири Л. П. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. — М.: Флинта: Наука, 2013. 296 с.
4. Исмаилова О. И. Речевые стратегии и тактики манипулятивного воздействия в массмедиа на основе языковой игры (на примере английского и русского языков) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 12-1 (78). С. 95—98.
5. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. — М.: Едиториал УРСС, 2003. 284 с.
6. Кара-Мурза С. Г. Манипуляции сознанием. — Киев: Орианы, 2000. 490 с.
7. Козловский Д. В., Исмаилова О. И. Гл. 5. Синергетическая концепция развития интернет-лингвистики // Цифровизация как приоритетное направление модернизации российского образования: моногр. / под ред. Н. В. Горбуновой. — Саратов, 2019. С. 122—148.
8. Комсомольская правда [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kp.ru/> (дата обращения: 1.05.2019 — 27.05.2019).
9. Михалева О. Л. Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия. — М.: Либроком, 2009. 256 с.
10. НТВ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ntv.ru/> (дата обращения: 1.05.2019 — 27.05.2019).
11. Российская газета [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/> (дата обращения: 1.05.2019 — 27.05.2019).
12. Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. — М.: Флинта: Наука, 2006. 134 с.
13. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. — Волгоград: Гнозис, 2004. 328 с.
14. Шемчук Ю. М. Стратегии манипулятивного дискурса на лексическом уровне молодежного социолекта // Политическая лингвистика. 2013. № 2 (44). С. 76—79.
15. BBC [Electronic resource]. URL: <https://www.bbc.com/> (date of access: 1.05.2019 — 27.05.2019).
16. The Sun [Electronic resource]. URL: <https://www.thesun.co.uk/> (date of access: 1.05.2019 — 27.05.2019).

**O. I. Ismailova**

Saratov Socio-Economic Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics, Saratov, Russia  
ORCID ID: 0000-0003-4668-5503 

 *E-mail*: [frezia@yandex.ru](mailto:frezia@yandex.ru).

## Linguistic Means of Realization of Destructive Speech Strategies in Russian and British Political Media Discourse

**ABSTRACT.** *The article deals with the linguistic means of word-formation and lexico-semantic levels, which form the basis of language games and contribute to the implementation of destructive speech strategies in the media. The necessity to study this topic is caused by the ability of the media to have a manipulative impact on a wide audience, to form public behavior, to create the desired attitude of addressee to an object/event. Manipulative effect is understood as the presence of linguistic means of influence and the use of their peculiar features in accordance with the latent purpose of the speaker (the author). The article describes the following types of manipulative intervention: persuasiveness, suggestivity, referential and argumentative influence and their kinds: factual and focusing influence and sophistic influence (distorting the logic of the text development while formally giving the impression of the true course of events). The study is based on the texts of periodicals (newspapers) and television news releases of English-language and Russian-language media: The Sun, BBC, Rossiyskaya Gazeta, Komsomolskaya Pravda, NTV. The article presents the results of linguistic research in the field of*

*speech strategies and tactics, as well as their classification. The selection of practical material was carried out by the method of controlled selection of linguistic units, and its analysis was conducted using the descriptive method. The analysis of the material showed the frequency of using various linguistic means: nonce word formation, allusion, and transformation of phraseological units and precedent texts. The article has identified the most frequently used destructive speech strategies in the English-language and Russian-language mass media: the manipulative strategies of discreditation, dramatization and personalization.*

**KEYWORDS:** verbal influence; speech strategies; language game; linguistic means; journalism; media linguistics; media discourse; media texts; mass media; political discourse; Russian language; English language; comparative linguistics.

**AUTHOR'S INFORMATION:** Ismailova Olga Ismailovna, Senior Lecturer of Department of Foreign Languages, Saratov Socio-Economic Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics, Saratov, Russia.

**FOR CITATION:** Ismailova, O. I. Linguistic Means of Realization of Destructive Speech Strategies in Russian and British Political Media Discourse / O. I. Ismailova // Political Linguistics. — 2019. — No 3 (75). — P. 54-59. — DOI 10.26170/pl19-03-06.

#### REFERENCES

1. Biryukova E. O. Features of the Language Game in Television Discourse // Proceedings of Volgograd State Univ. 2011. No. 2. P. 42—46. [Osobennosti yazykovoy igry v televizionnom diskurse // Vestn. Volgograd. gos. un-ta. 2011. № 2. S. 42—46]. — (In Rus.)
2. Brayant Dzh., Tompson S. The Basics of Media Impact. — Moscow : Williams, 2004. 432 p. [Osnovy vozdeystviya SMI. — M. : Vil'yams, 2004. 432 s.]. — (In Rus.)
3. Il'yasova S. V., Amiri L. P. Language Game in the Communicative Space of the Media and Advertising. — Moscow : Flinta : Science, 2013. 296 p. [Yazykovaya igra v kommunikativnom prostranstve SMI i reklamy. — M. : Flinta : Nauka, 2013. 296 s.]. — (In Rus.)
4. Ismailova O. I. Speech Strategies and Tactics of Manipulative Influence in the Mass Media Based on the Language Game (on the Example of English and Russian Languages) // Philological Sciences. Questions of Theory and Practice. 2017. No. 12-1 (78). P. 95—98. [Rechevye strategii i taktiki manipulyativnogo vozdeystviya v massmedia na osnove yazykovoy igry (na primere angliyskogo i russkogo yazykov) // Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. 2017. № 12-1 (78). S. 95—98]. — (In Rus.)
5. Issers O. S. Communicative Strategies and Tactics of Russian Speech. — Moscow : Editorial URSS, 2003. 284 p. [Kommunikativnye strategii i taktiki russkoy rechi. — M. : Editorial URSS, 2003. 284 s.]. — (In Rus.)
6. Kara-Murza S. G. Manipulation of Consciousness. — Kiev : Oriyans, 2000. 490 p. [Manipulyatsii soznaniem. — Kiev : Oriyany, 2000. 490 s.]. — (In Rus.)
7. Kozlovskiy D. V., Ismailova O. I. Ch. 5. Synergetic Concept of Development of Internet Linguistics // Digitalization as a Priority Direction for the Modernization of Russian Education : monograph / ed. N.V. Gorbunova. — Saratov, 2019. P. 122—148. [Gl. 5. Sinergeticheskaya kontseptsiya razvitiya internet-lingvistiki // Tsifrovizatsiya kak prioritnoe napravlenie modernizatsii rossiyskogo obrazovaniya : monogr. / pod red. N. V. Gorbunovoy. — Saratov, 2019. S. 122—148]. — (In Rus.)
8. The Truth of Komsomol members [Electronic resource]. [Komsomol'skaya pravda]. URL: <https://www.kp.ru/> (date of access: 1.05.2019 — 27.05.2019). — (In Rus.)
9. Mikhaleva O. L. Political Discourse. Specificity of Manipulative Effects. — Moscow : Librokom, 2009. 256 p. [Politicheskii diskurs. Spetsifika manipulyativnogo vozdeystviya. — M. : Librokom, 2009. 256 s.]. — (In Rus.)
10. NTV [Electronic resource]. URL: <https://www.ntv.ru/> (date of access: 1.05.2019 — 27.05.2019). — (In Rus.)
11. Russian Newspaper [Electronic resource]. [Rossiyskaya gazeta]. URL: <https://rg.ru/> (date of access: 1.05.2019 — 27.05.2019). — (In Rus.)
12. Chernyavskaya V. E. Discourse of Power and Power of Discourse: Problems of Speech Influence. — Moscow : Flinta : Science, 2006. 134 p. [Diskurs vlasti i vlast' diskursa: problemy rechevogo vozdeystviya. — M. : Flinta : Nauka, 2006. 134 s.]. — (In Rus.)
13. Sheygal E. I. Semiotics of Political Discourse. — Volgograd : Gnosis, 2004. 328 p. [Semiotika politicheskogo diskursa. — Volgograd : Gnozis, 2004. 328 s.]. — (In Rus.)
14. Shemchuk Yu. M. Strategies of a Manipulative Discourse at the Lexical Level of a Youth Sociolect // Political Linguistics. 2013. № 2 (44). P. 76—79. [Strategii manipulyativnogo diskursa na leksicheskom urovne molodezhnogo sotsiolekta // Politicheskaya lingvistika. 2013. № 2 (44). S. 76—79]. — (In Rus.)
15. BBC [Electronic resource]. URL: <https://www.bbc.com/> (date of access: 1.05.2019 — 27.05.2019).
16. The Sun [Electronic resource]. URL: <https://www.thesun.co.uk/> (date of access: 1.05.2019 — 27.05.2019).