

Х. Куссе<sup>1</sup> , М.Т. Шакенова<sup>2\*</sup> 

<sup>1</sup>Дрезденский технический университет, Германия, г. Дрезден

<sup>2</sup>Южно-Казахстанский университет им. М. Ауэзова, Казахстан, г. Шымкент

\*e-mail: maigul1379@mail.ru

## МАНИПУЛЯЦИЯ КАК НЕТРАНСАКЦИОННАЯ ПЕРЛОКУЦИЯ

В современном информационном обществе доступ к информации и средствам коммуникации стал более легким и широкодоступным, что создает уязвимую среду для манипуляции. В данной статье феномен манипуляции (манипулировать) рассматривается как нетрансакционная перлокуция. Методология исследования включает краткий обзор посвященной нетрансакциональности литературы в области медиаисследований и прагмалингвистики, а также определение ключевых понятий и анализ отдельных примеров концептуализации коммуникативных действий как нетрансакционных перлокуций.

Манипуляция рассматривается в качестве перлокуции, в совершении которой реципиент якобы не может принимать участие (в отличие от таких перлокуций, как убедить или очаровать). Тем не менее, возникает вопрос об ответственности реципиентов в медиакommunikации. В какой степени сами реципиенты отвечают за то, манипулируют ими или нет? В последней части статьи сравниваются понятия уговаривание, манипуляция и зомбирование и их употребление в медиадискурсе со средневековыми выражениями прельстить и омрачить. Роль бесов, которые в средневековых текстах влияют на людей таким образом, что последние не могут освободиться от силы зла, сегодня отчасти приписывается СМИ и Интернету. Однако утверждение власти медиа не должно служить оправданием злых чувств, убеждений и поступков реципиентов. Манипуляция может быть заблокирована реципиентом, если он самокритично спрашивает себя, приводит ли влияние его медиапотребления к негативным последствиям. Раскрытие данных аспектов позволит решить вопрос продвижения медиаграмотности, которая служит инструментом противодействия манипулированию, а также разработать практические рекомендации для улучшения общественной безопасности и эффективности коммуникации.

**Ключевые слова:** манипуляция, перлокуция, трансакционность, зомбирование, средневековье, медиаграмотность.

H. Kusse<sup>1</sup>, M.T. Shakenova<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Dresden Technical University, Germany, Dresden

<sup>2</sup>M. Auezov South Kazakhstan University, Kazakhstan, Shymkent

\*e-mail: maigul1379@mail.ru

### Manipulation as a non-transactional perlocution

In the modern information society, access to information and means of communication has become easier and more widely available, which creates a more vulnerable environment for manipulation. This article examines the phenomenon of manipulation (to manipulate) as a non-transactional perlocution. The research methodology includes a short overview about literature in media-studies and pragmalinguistics concerning non-transactionality, definition of key concepts, and selected examples of the conceptualization of communicative actions as non-transactional perlocutions.

Manipulation is considered as a perlocution in which the recipient allegedly cannot take part (unlike such perlocutions as convincing or charming). Nevertheless, the question of the responsibility of recipients in media communication is raised. To what extent are recipients themselves responsible for whether they are manipulated or not? In the last part of the article the use of concepts of persuasion, manipulation and zombification in contemporary media discourse is compared with the medieval expressions of seduction and darkening. The role of demons, which in medieval texts influence people in such a way that they cannot free themselves from the power of evil, is today partly prescribed to the media and the Internet. However, the assertion of media power should not serve as an excuse for the evil feelings, beliefs and actions of recipients. Manipulation can be blocked by the recipient if he self-critically asks himself whether the influence of his media consumption leads to evil. Disclosure of these issues will allow us to come closer to solving the issues of promoting media literacy as a tool

to counter manipulation, and develop practical recommendations for improving public safety and the effectiveness of communication.

**Key words:** manipulation, perlocution, transactionality, zombification, the Middle Ages, media literacy.

Х. Куссе<sup>1</sup>, М.Т. Шәкенова<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Дрезден техникалық университеті, Германия, Дрезден қ.

<sup>2</sup>М. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университеті, Қазақстан, Шымкент қ.

\*e-mail: maigul1379@mail.ru

### Трансакциялық емес перлокуция ретіндегі манипуляция

Қазіргі ақпараттық қоғамда ақпарат пен коммуникация құралдарына қол жеткізу анағұрлым жеңіл және көпшілікке жетімді бола бастады, бұл өз кезегінде манипуляция үшін осал орта жасайды. Бұл мақалада трансакциялық емес перлокуция ретіндегі манипуляция құбылысы (манипуляция жасау) қарастырылады. Зерттеу әдістемесі келесі мәселелерді қамтиды: медиазерттеулер мен прагматика саласындағы трансакционалдық емес әдебиеттерге қысқаша шолу, негізгі ұғымдарды анықтау және трансакциялық емес перлокуциялар ретіндегі коммуникативті әрекеттерді тұжырымдаудың жеке мысалдарын талдау.

Манипуляция реципиент қатыса алмайтын перлокуция ретінде қарастырылады (сендіру немесе тәтті ету сияқты перлокуцияларға қарағанда). Дегенмен, медиакоммуникациядағы реципиенттердің жауапкершілігі туралы мәселе туындайды. Реципиенттер қаншалықты өздеріне манипуляция жасалғанына немесе жасалмағанына жауап бере алады? Мақаланың соңғы бөлігінде көндіру, манипуляция және зомбификация және оларды медиадискурста қолдану ұғымдары ортағасырлық баурау және қапаландыру сөздерімен салыстырылады. Ортағасырлық мәтіндердегі адамдарға зұлымдық күшінен арыла алмайтындай ықпал жасайтын жандардың рөлін бүгінгі таңда ішінара БАҚ пен Интернетке телиді. Алайда, бұқаралық ақпарат құралдарының күшін мойындау реципиенттердің жаман, қатыгез сезімдерін, сенімдері мен әрекеттерін ақтауға қызмет етпеуі керек. Егер реципиент өз-өзіне сын көзімен қарап, медиатүтынуының әсері жамандыққа әкеліп соға ма деген сұрақ қоя алса, манипуляцияға қарсы тұра алады. Осы сұрақтардың мәнін ашу манипуляцияға қарсы іс-қимыл құралы ретіндегі медиасауаттылықты жақсарту мәселелерін шешуге, қоғамдық қауіпсіздік пен коммуникацияның тиімділігін арттыруға бағытталған практикалық ұсынымдар әзірлеуге мүмкіндік береді.

**Түйін сөздер:** манипуляция, перлокуция, трансакциялық, зомбификация, орта ғасырлар, медиасауаттылық.

### Введение

Актуальность темы манипуляции в современном информационном обществе становится все более очевидной. С доступностью беспрецедентного объема информации и расширением средств коммуникации мы вступаем в эпоху, где манипуляция становится более сложной и широко распространенной, а ее влияние на поведение и убеждения людей растет. В связи с этим все большее значение приобретает вопрос о роли реципиентов в медиакоммуникации. С одной стороны, они могут быть активными участниками, в том числе социальных сетей, но с другой, они также рассматриваются как пассивные «жертвы» медиаманипуляций, в том числе ложной информации и агрессивной пропаганды. Понятие *манипуляция* подразумевает, что эффект (перлокуция) определенных коммуникативных актов является нетрансакционным.

Термин *нетрансакционность* характеризует пассивное участие реципиента в коммуникации.

Типичные выражения для *трансакционных* видов коммуникации – это беседа, диалог, дискуссия, переговоры, которые предполагают, как минимум, два коммуникативных участника. Этими выражениями обозначаются коммуникативные процессы, а не перлокутивные эффекты. Эффекты тоже могут быть трансакционными. Например, глагол *убедить*: убеждение невозможно без активного участия реципиента, который должен понимать аргументы убеждающего, сравнить их со своими взглядами, сделать выводы и т.д. В случае нетрансакционных перлокутивных эффектов реципиент невольно и несознательно оказывается под влиянием активной стороны коммуникации.

Но кто несет ответственность за нетрансакционность перлокуций? Какую ответственность несут манипулируемые за то, что ими манипулируют? Эти вопросы особенно важны в сложном мире медиа и в обучении медиаграмотности. Поэтому в данной статье нас интересует концептуализация коммуникативных актов как нетранс-

акционной перлокуции, и мы связываем это исследование с вопросом об ответственности участников коммуникации за создание эффектов, которые концептуализируются в качестве манипуляции.

Чтобы обозначать крайние формы манипуляции, в том числе со стороны медиа, в русском языке популярна яркая метафора. В сентябре 2018 года состоялась премьера популярного фильма «Зомбоящик». Произведенная телекомпанией ТНТ комедия пародирует разные жанры кино и особенно телевидения, такие как триллер, фэнтези, телешоу или реклама, а название фильма – известное шутивное обозначение телевизора. В русском разговорном языке в это время уже давно использовались глагол *зомбировать* и существительное *зомбирование* и разные их дериваты, например, *зомбирован*, *телезомбирован*, *телезомбирование*, *инфозомбирование* и т.п. Найти примеры употребления этого выражения, происходящего от названия оживших трупов или людей, превращенных инфекцией в людоедов, нетрудно. В Интернете находится масса постов и статьи, в которых выражается резкая критика массмедиа (в том числе телевидения и Интернета) как средства промывки мозгов людей, например:

(1) «Телевидение зомбирует людей» (Телевидение..., 2022);

(2) «Человек же, смотря телевизор, сам того не подозревая, подвергается массивному гипнотическому зомбированию» (Игнатов / Воронцов, 2016).

Под заголовком примера (1) следует статья, в которой выражениями *вред*, *мощный поток негатива*, *против воли*, *обманывает* обозначаются негативное воздействие на пассивного реципиента (4):

(3) Вред телевидения – такого телевидения, в которое оно превратилось – очевиден: оно несёт мощный поток негатива; заставляет против воли смотреть навязчивую рекламу и побуждает к спонтанным и излишним покупкам; обманывает зрителей и манипулирует ими. (Телевидение..., 2022).

В (2) тексте употреблены деепричастие с отрицанием *не подозревая* и атрибут *гипнотический*, которые также полтверждают пассивность реципиентов и негативное воздействие на них.

(4) «Телевидение – средство порабощения масс» (Игнатов / Воронцов, 2016). Негатив и пассивность подчеркнуты в заголовке этой статьи через слово *порабощение*.

В связи с этим в настоящее время очень важно не только понимать, но и раскрыть механизмы манипуляции, которая может затрагивать и масштабы общества в целом, и индивидуальное психологическое состояние. Чтобы понять эти механизмы, очень важно рассматривать концептуализацию манипулятивных процессов, т.е. метамедийный дискурс, кратко проиллюстрированный нами выше примерами (1)–(4). Подобный метадискурс непосредственно связан с нашим общим пониманием феномена нетрансакционности в коммуникации, который мы обозначаем понятиями *манипуляция*, *зомбирование* и др. Несмотря на существующие исследования в области манипуляции и перлокуции, едва ли можно найти такое обширное и внимательное изучение концептуализации манипуляции как нетрансакционной перлокуции, что подчеркивает актуальность нашего исследования.

## Материалы и методы

Цель данного исследования заключается в анализе концептуализации медиакommunikации как манипуляции (т.е. нетрансакционной перлокуции). В связи с этим в данной статье представлен краткий обзор литературы, раскрыт феномен манипуляции как нетрансакционной перлокуции, определены ключевые понятия, а также представлен анализ слов современного и древнерусского языка, обозначающих манипуляцию и смежные с ней категории.

Гипотеза нашего исследования – манипуляции в коммуникации концептуализируются как нетрансакционные перлокуции, несущие скрытое воздействие на собеседника. В связи с этим нами осуществлен обзор научных исследований о манипуляции и коммуникации для определения текущего состояния проблемы, проведен анализ глагола *манипулировать* и смежных с ним слов современного русского и древнерусского языков (*зомбировать*, *угovarивать*, *околдовывать*, *прельстить* и др.), а также уточняется природа манипуляции и характер ее воздействия на участников коммуникации, в том числе говорится об ответственности при воздействии, которое концептуализируется как манипуляция. Следует отметить, что, учитывая тот факт, что нас в первую очередь интересует концептуальная сторона феномена манипуляции, нами не ставилась задача предоставления для валидности большого количества источников анализируемого материала либо количественных данных. В статье в качест-

ве иллюстративного материала приведены примеры медиапубликаций, посвященных вопросам манипулирования / зомбирования, даже в названиях которых подчеркивается отличительная черта манипуляции, позволяющая рассматривать манипуляцию как нетрансакционную перлокуцию – скрытое воздействие на реципиента (независимо от его участия, он будет подвергнут манипуляции).

### Обзор литературы

В современной научной литературе существует множество научных исследований, в которых рассматриваются разные аспекты проблемы манипуляции: с позиций психологии, социологии, политической, когнитивно-дискурсивной, прагматической лингвистики и др. Все работы объединяет тот факт, что манипуляция рассматривается как определенный способ социально-психологического воздействия (Дзялошинский, 2005: 29), при этом подчеркивается скрытый, неявный характер данного воздействия. Так, В.Чернявская и Е. Молодыхенко считают, что «манипуляция как речевое воздействие направлена на неявное, скрытое побуждение адресата к совершению определенных действий» (Чернявская / Молодыхенко, 2017: 35).

Важны для исследования манипуляции труды Т. ван Дейка, который тоже исследовал манипуляцию, описывая эту форму скрытого воздействия в дискурсе. Он выделял механизмы и стратегии, позволяющие скрыто манипулировать восприятием и убеждениями людей через дискурс. Ван Дейк подчеркивает, что манипуляция может проявляться в том, как информация представляется, при этом важен контекст, в котором это происходит. Это может включать в себя выбор определенных аспектов событий, акцентирование на определенных аспектах и игнорирование других, чтобы создать определенное восприятие или интерпретацию (Dijk, 2006). В работах Ван Дейка по манипуляции в дискурсе исследуется, как эти механизмы могут воздействовать на восприятие и убеждения людей, а также как они могут использоваться для достижения определенных целей, включая политические, социокультурные и коммуникативные цели. Его исследования помогли расширить понимание процессов манипуляции в дискурсе и их влияния на общественное мнение.

Интересны с этой точки зрения работы Маршалла Маклюэна (Marshall McLuhan) в области медиатеории и коммуникации. Маклюэн аргу-

ментировал, что средства массовой информации не просто транспортируют информацию, но сами по себе являются сообщениями, которые оказывают глубокое воздействие на наше сознание и культуру. Он ввел понятие «медиум – это сообщение» (The medium is the message), означающее, что формат и способ передачи информации важнее, чем само содержание. Маклюэн исследовал, как средства массовой информации могут изменять восприятие и поведение людей. В известной работе «Понимание медиа (Understanding Media)» он, говоря об инновационных процессах в области медиа, использует выражение “zombie-eyed spectators”, что переводилось на русский как «зомбированное сознание зрителей» (Маклюэн, 2003: 226). Таким образом, Маклюэн видел, что медиа могут создавать пассивных потребителей информации, которые не способны понимать, что им предлагается. Интересно, что в постсоветском дискурсе выражение «зомби» как метафора встречается уже в 1990 году в очерке «Зомбификация» молодого писателя Виктора Пелевина (Пелевин, 2005). Пелевин в свое время описал воспитание советского человека начиная с пионера до члена партии по аналогии культов на Гаити, причем напоминал «классическое понимание зомби – “тело без характера и воли”» (Пелевин, 2005: 332). Тогда медиа, т.е. газеты, радио и телевидение, ставшие средствами «массовой дезинформации», играли значительную роль «для формирования стиснутого осознания, делающего возможным зомбификацию» (там же).

В современной дискурс- и медиалингвистике исследователи (например, Луи де Соссюр) рассматривают вопросы, связанные с тем, как манипуляция воздействует на когнитивные аспекты восприятия, понимания и интерпретации информации в дискурсе и языке (Saussure, 2005). В работах прагмалингвиста Дидье Майя обсуждается понятие манипуляции в контексте принятия контекста в коммуникации. Он представляет аргументы о том, что манипуляция может быть рассмотрена как неизбежная часть прагматического взаимодействия. Автор анализирует, как выбор контекста влияет на коммуникативные акты и как манипуляция может быть встроена в процессы выбора контекста. Автор предлагает понимать под манипуляцией нечто прагматически неизбежное: это означает, что она может проявляться в различных ситуациях коммуникации в связи с выбором контекста. Манипуляция может влиять на то, как мы интерпретируем информацию и какие решения принимаем на осно-

ве контекста (Maillat, 2013). В статье казахстанского ученого М.М. Аймагамбетовой отмечается, что концепт манипулятивного воздействия СМИ определяется коммуникационной спецификой и своеобразием манипулирования. Структура процесса коммуникации и восприятия медиа-сообщений воздействует на сознание благодаря созданию эффектов при производстве контента (Аймагамбетова, 2020). В работах М.Т. Шакеновой и др. на основе анализа научной литературы обобщен концепт манипуляции в медиа, под которым понимается скрытое речевое воздействие манипулятора на манипулируемого. Данное воздействие включает иллюкутивный акт (выбор манипулятором с учетом важных контекстных факторов и исходя из его интенции наиболее приемлемых и эффективных способов манипуляции), локутивный акт (реализация данных способов через определенный набор языковых средств); перлокутивный акт (принятие манипулируемым выгодной манипулятору пресуппозиции из ряда возможных как собственное убеждение) (Шакенова, 2020, 2023).

При понимании манипуляции как нетрансакционной *перлокуции* необходимо опираться на фундаментальные труды ученых в области теории речевых актов Дж.Л. Остина (Austin, 1962) и Дж. Сёрля (Searle, 1969). Джон Лэнгшоу Остин (John L. Austin), основоположник теории речевых актов, разработал понятие перформативов и актов речи, выполняемых в процессе коммуникации. Остин определял разницу между иллюкутивными и перлокутивными актами, показывая, как язык может использоваться для воздействия на собеседника вне рамок простой передачи информации. Джон Сёрль (John Searle) продолжил развивать идеи Остина и внес вклад в изучение силы перлокуции и актов коммуникации. Оба ученых и их работы в области теории речевых актов позволяют анализировать коммуникативные действия, включая манипуляцию.

Из современных исследований большой интерес представляют работы китайского ученого Юэго Гу (Yueguo Gu), в которых изучаются перлокутивные акты и перлокуции как трансакции (transaction) (Gu, 1993a, 1993b). Им применен термин *трансакция* как составляющая перлокутивных актов. Подход, рассматривающий перлокуции в качестве трансакций, подразумевает, что в процессе коммуникации вырабатываются обязательства или договоренности между участниками, и они взаимодействуют на основе этих обязательств, т.е. перлокутивный эффект предполагает, по мнению Гу, участие реципиента.

Используя его термин *трансакция*, мы в отличие от Гу исходим из того, что перлокуции могут быть концептуализованы как трансакционные (например, *убедить*), так и нетрансакционные (например, *зомбировать*).

Учитывая результаты обзора существующей научной литературы в исследуемой области, мы считаем, что данные работы в области теории речевых актов и манипуляции предоставляют фундаментальный каркас для анализа коммуникативных действий, включая манипуляцию. Особенно работы в рамках теории речевых актов (Остин, Сёрль, Гу) помогают понять роль участников в коммуникативном процессе при совершении определенных эффектов, в том числе в случае нетрансакционных перлокуций.

## Результаты и обсуждение

### *Концептуализация нетрансакционной перлокуции*

#### 1. Манипуляция и зомбирование

*Зомбирование* в метафорическом употреблении по отношению к медиа является денотативным синонимом понятия *манипуляция* в экспрессивной форме, выражающей резкую отрицательную оценку зомбирующей силы. Однако не менее важно, что *зомбирование* обозначает не только манипуляцию мнениями и убеждениями людей, но и их подчинение воле того, кто их зомбирует и тем самым прямо определяет их поведение и действия. В викисловаре значение глагола *зомбировать* определяется в этом смысле так: «Убеждением или иным воздействием заставлять кого-либо слепо, без рассуждений исполнять чью-либо волю» (Зомбировать..., 2021).

Такие наименования, как *манипуляция* и *зомбирование*, употребляются, чтобы характеризовать коммуникативные действия тем, что они успешно влияют на мнения, убеждения и, вследствие этого, на поведение человека, но при этом между ними существуют определенные различия. *Манипуляция* – это целенаправленное и скрытое влияние на людей с целью заставить через психологические приемы и уловки действовать реципиентов в интересах манипулятора, не осознавая его истинных намерений. *Зомбирование* – это длительное и интенсивное воздействие на человека с целью полного подавления его критического мышления и способности самостоятельно оценивать информацию и принимать решения. Другие действия, которые можно рассматривать как типы манипуляции: *уголаживание, одурачивание, промывка / промывание мозгов*, а

также *заколдовывание*, *околдовывание*, *очарование* и т. п. Эти обозначения различаются по степени выразительности и экспрессивности, по степени возможности адресата участвовать в самом акте манипуляции, т.е. позволять или блокировать ее. В большинстве случаев, в том числе когда мы говорим о *зомбировании* или *промывании мозгов*, адресаты представлены как недействующие жертвы акта манипулирования. *Одурачивание* – это намеренное введение человека в заблуждение с целью заставить его поверить в ложные сведения. *Промывка мозгов* – это систематическое и интенсивное воздействие на человека с целью полного изменения его убеждений и поведения. *Заколдовывание / околдовывание / очарование* – метафорически описывают сильное эмоциональное или психологическое воздействие на человека, заставляющее его безусловно восхищаться, подчиняться или следовать за кем-то или чем-то. Эти воздействия часто основываются на харизме или обаянии, а не на логике или аргументации. Однако когда речь идет только об *уговаривании*, то слушающий не совсем пассивен. Возможно, что манипулятору не понадобится большая сила, чтобы уговорить кого-то, потому что адресат позволяет это сделать. Человек может даже в положительном или, по крайней мере, в неотрицательном смысле сказать о себе: «Меня легко уговорить», между тем как «Меня легко зомбировать» или даже «Мне легко промыть мозг» прозвучало бы странно и даже иронично. При понимании *манипуляции* (управление и контроль над отдельным человеком или над массами людей) как общего понятия для всех коммуникативных действий, эффективно влияющих на мышление, волю и поведение реципиентов, пассивность реципиента является основной чертой подобных коммуникативных актов. Также следует отметить, что, когда говорится об *уговаривании*, то, как правило, имеется в виду процесс убеждения или склонения человека к определенному действию или мнению путем более или менее рациональных аргументов и эмоциональных обращений. В отличие от манипуляции, уговаривание обычно не скрывает своих целей и не использует обман.

В отличие от зомбирования, манипуляция может быть описана как коммуникативное действие одного индивида по отношению к другому. В этом случае, с точки зрения адресата, можно спросить, пытается ли отправитель манипулировать, как распознается манипуляция и как от нее можно защититься. В Интернете существует

большое количество популярных психологических порталов, предлагающих рекомендации по этому вопросу:

(5) «Манипуляция в отношениях. 7 признаков того, что вами манипулируют» (Бестужева, 2022);

(6) «Делай, как сказала мама’: кто такие манипуляторы и можно ли им противостоять» (Бордкин, 2020);

(7) «Скрытое воздействие: что делать, если вами пытаются манипулировать» (Фокеева, 2020);

В примерах (5) – (7) ситуация межличностной коммуникацией косвенно выражена обращениями «вами» (5, 7) и цитатой ‘из жизни’, которая, казалось бы, взята прямо из настоящей коммуникативной ситуации между двумя собеседниками.

Однако, когда говорится о манипуляции как о «систем[е] способов идеологического и социально-психологического воздействия с целью изменения мышления и поведения людей вопреки их интересам» (Дзялошинский, 2005: 29), термин приближается к эмоционально маркированному понятию *зомбирование* в том смысле, что манипуляция не распознается, что она анонимна и влияет на человека вопреки его воле. Именно такое воздействие на людей приписывается СМИ, социальным сетям и Интернету в целом, когда их резко критикуют:

(8) «Феномен современных медиа: как СМИ манипулируют массовым сознанием» (Медвідзь, 2021);

(9) «Манипуляции в медиа? Да! – Мы даже не подозреваем, насколько часто подвергаемся манипуляции. Этот способ влиять на людей используют все: от пиарщиков до политиков» (Манипуляции в медиа..., 2021).

В этих примерах важен концепт анонимности реципиентов, который выражается термином *массовое сознание* (8) и общим обозначением *люди* (9). Именно анонимность связана тем, что манипуляция не подозревается, т.е. является нетрансакционной перлокуцией. Однако, если становится ясно, что манипуляция не подозревается, то она в самом деле уже подозревается, что может быть выражено в текстах, в которых говорится о манипулятивном воздействии как на анонимную аудиторию, так и на отдельного человека:

(10) «Что такое манипуляции и как им противостоять» (Что такое манипуляции..., 2019).

(11) «Как медиа манипулируют нами» (Торалиева, 2018);

(12) «Как технологии манипулируют нашим разумом: популярные трюки, приёмы и фокусы» (Как технологии..., 2016).

Критика персуасивных приёмов, отклоняющихся от рациональной аргументации в смысле убеждения лучшим аргументом, не нова. Она начинается с критики софизма Платоном и встречается в эпоху Просвещения, например, у Канта в его разграничении *убеждения (Überzeugung)* и *уговаривания (Überredung)*. В «Критике способности суждения» Кант говорит о двух видах красноречия: (1) умения «красиво говорить» в смысле красоты слога и стиля или (2) «искусства уговаривать», которое определяется им как намерение «вводить в заблуждение с помощью красивой видимости» (Кант, 1994. 201). Последнее, по Канту, «не следует рекомендовать ни в суде, ни на кафедре», потому что ею пользуются, «чтобы настроить души, до того, как они вынесут свое суждение в пользу оратора, и таким образом лишить это суждение свободы» (Кант, 1994).

*Уговаривание* в смысле Канта до некоторой степени соответствует современному термину *манипуляция*. Но нельзя не заметить важное отличие. *Уговаривание* не обязательно скрыто. Наоборот, красноречие в этом направлении совсем открыто представлено. Оратор ожидает похвалы и одобрения своего искусства, чтобы публика вполне сознательно заменяла ожидание рациональной аргументации наслаждением речевой красоты. В отличие от этого, манипуляция как речевое действие, как правило, связывается со скрытостью. Так, В. Чернявская и Е. Молодых считают, что «манипуляция как скрытое внедрение в его сознание желаний, отношений, установок, служащих осуществлению интересов отправителя сообщения, которые необязательно совпадают с интересами адресата» (Чернявская, 2017: 35). Манипуляция тем самым приближается к понятию *обман*: «Отправитель сообщения рассчитывает на скрытность своих истинных целей перед адресатом» (Чернявская, 2017). Именно это представление характерно для современной медийной критики, в том числе критике телевидения и коммуникации в социальных сетях. *Зомбирование* – это такое речевое действие, которое оценивается не только как обман (может быть легким или сильным), но и как сильное злодейство, зло которого адресат не распознает.

Таким образом, *манипуляция* и *зомбирование* связаны с контролем и скрытыми намерениями, но *манипуляция* может быть краткосрочной, тогда как *зомбирование* требует длительного

воздействия. *Уговаривание* предполагает открытость и логическое убеждение, в отличие от скрытности манипуляции. *Одурачивание* и промывка мозгов включают дезинформацию. *Заколдовывание, околдовывание и очарование* опираются на эмоциональное влияние и личное обаяние, не всегда включая логические аргументы. Эти термины описывают разные методы и интенсивность воздействия на человека, влияя на его восприятие, убеждения и поведение различными способами. Но главное отличие заключается в том, что когда мы говорим об *убеждении, манипулировании* или *зомбировании*, перед нами не только разные степени экспрессивности выражения, но и разные виды речевого воздействия. Уговаривание, прежде всего, индивидуально: оно осуществляется между конкретным отправителем и конкретным адресатом. Оно, как правило, открыто. Говорящий может даже эксплицировать свое намерение: «Как я могу тебя уговорить?», «Позвольте мне вас уговорить» и т.д. Манипуляция может быть как индивидуальной, так и направленной на большие массы людей. Отправитель может быть персонифицированным или обезличенным. Можно сказать: «Он манипулирует тобой» или «Телевидение манипулирует людьми» (но не «Телевидение уговаривает людей»). Манипуляция описывается в критике как скрытое действие, которое адресат не должен распознать. При обвинении в зомбировании критикуемая коммуникация принципиально представляется как скрытая. Открытое зомбирование немыслимо. Отправитель остается анонимным, а адресатами являются не отдельные люди, а большие группы.

По этим критериям можно классифицировать виды коммуникативного воздействия: открытость или скрытость коммуникативного намерения; коммуникация между индивидами / группами или коммуникация, направленная на индивидов / группы; персонифицированные или обезличенные отправители персуасивных коммуникативных действий (телевидение, Интернет и т.д.).

Однако в данной статье речь идет не о классификации как таковой, а о вопросах, как можно точно определить коммуникативное воздействие в рамках лингвистики и коммуникативистики и какую ответственность несут не только манипуляторы, но и манипулируемые, когда совершается манипуляция. Второй вопрос прямо относится к задачам исследования и развития медиаграмотности.

## 2 Перлокуции как действие

В терминологии прагмалингвистики *соблазнение, уговаривание, манипулирование, зомбирование* и т. д. являются *перлокуциями*, которые определялись основателем теории речевых актов Дж. Л. Остином как «закономерные эффекты, [которые оказывают высказывания] на чувства, мысли или действия слушающих, говорящих или других лиц» (Austin, 1962: 101). Также Дж. Сёрль говорит о *перлокутивных эффектах* (*perlocutionary effects*), но он избегает идеи закономерности, учитывая тот факт, что говорящий не может в полной мере контролировать и предвидеть последствия, произведённые его речевыми актами на их реципиента или реципиентов (Searle, 1969: 46–49, 71). Сам Остин, напротив, понимает перлокуции тоже как *действия* (*acts*). Это возможно, потому что действия могут обозначаться через их последствия, несмотря на то, что эти последствия как таковые сами действиями не являются. Мы, к примеру, можем сказать, что **А** *утешил / обидел / уговорил / отговорил ...* **Б**, имея в виду, что **А** намерено действовал так, чтобы достичь названного эффекта у **Б**. В таком случае название эффекта является также названием действия. При этом важно, что со стороны действующего это реализация его намерения, т.е. достижение запланированного эффекта. Если же эффект не совпадает с интенцией, то его название не обозначает действие, а только сам эффект. Так, например, если **А** *обидел Б* и хотел **Б** обидеть, то обидя представляет собой действие **А**. Если же обида является не намеренным и не желаемым **А**, то *обидеть* обозначает только эффект действий **А** у **Б**, но не действие **А**. Нельзя в таком случае обвинять **А** за обиду. Возможно только **А** обвинять в неосторожности при выборе слов или утверждать, что не учитывалась личность **Б**, или ситуация, в которой эффект обиды можно было предвидеть и т. д.

На действие, рассчитанное на определенный эффект, адресат в той или иной мере может реагировать и блокировать не желаемый для него эффект. Можно, к примеру, сказать: «Ты меня не обидишь», «Не подлизывайся», «Не смей меня уговаривать», «Такие хорошие слова меня все равно не утешат» или вообще игнорировать коммуникативные акты другого.

Такие акты называются «перлокутивными блоками» (Кузе, 2016: 176; Кузе, 2021: 261). Возможность подобных блокад перлокутивных намерений свидетельствует о том, что адресат, как правило, не пассивен в совершении перлокутивного акта, а в той или иной степени принимает в нем участие. Поэтому упомянутый

выше китайский лингвист Юэго Гу (Yueguo Gu) в своих ключевых для теории перлокутивных актов статьях считает перлокуции *транзакцией* (*transaction*) (Gu, 1993a; Кузе, 2016: 176–178), то есть коммуникативными «сделками», «состоящими как минимум из одного речевого акта, совершаемого актантом S, и одного акта-реакции со стороны актанта Н» (Gu, 1993b: 189).

Однако, поскольку возможность блокирования отличается в разных перлокутивных актах, надо различать как минимум три вида перлокуции. Первый вид может быть в полной мере блокирован адресатом. Адресат в таком случае принимает активное участие при совершении перлокутивного эффекта. Типичные примеры этого вида – *убеждать / убедить, утешать / утешить*. Во втором виде адресат может в принципе блокировать намерение адресата, но возможно, что он не понимает намерение, распознает его только позже или по другим причинам не может не позволить добиться того эффекта, на который направлены коммуникативные действия отправителя. Этот вид представляют такие акты, как *уговаривать / уговорить, обижать / обидеть, очаровывать / очаровать*. Третий тип нельзя блокировать. Он встречается прототипически в магическом контексте. Главный глагол: *заколдовать*, в смысле подчинить кого-то воле другого колдовской силой (в черной магии, вуду и т. п.). К этому типу принадлежит и неологизм *зомбировать* (не случайно Пелевин в свое время зомбификация при советских временах сравнил с вуду на Гаити). Эти три вида перлокуции или вида концептуализации перлокутивных действий можно назвать *транзакционными, потенциально транзакционными и нетранзакционными* перлокуциями.

Однако спрашивается, представляет ли собой манипуляция скорее третий или второй тип? В таблице глагол *манипулировать* представлен и как второй и как третий тип, но указано, близость этих концептуализаций.

**Таблица 1** – Транзакционные, потенциально транзакционные и нетранзакционные перлокуции

Перлокуция		
транзакционная	потенциально транзакционная	нетранзакционная
<i>убеждать / убедить, утешать / утешить</i>	<i>уговаривать / уговорить, обижать / обидеть, очаровывать / очаровать</i>	<i>заколдовать, зомбировать</i>  <i>манипулировать</i>
	<i>манипулировать</i>	

### 3 Средневековье и манипуляция

Когда говорится о *манипуляции* и *зомбировании*, можно уточнять, в какой мере манипулируемые или даже зомбированные реципиенты СМИ и Интернета могли бы блокировать акты манипуляции и зомбирования. С одной стороны, существует утверждение, что люди дают собой манипулировать, с другой стороны, обсуждается «власть массмедиа» (как раз в массмедиа), перед которой многие люди оказываются якобы беззащитными. Этому способствует «магическая коннотация» термина *зомбирование*.

Нетрансакционное понимание перлокутивного воздействия через СМИ и Интернет удивительным образом напоминает средневековые и ранние современные представления о демонических силах, перед которыми люди могут быть беззащитны. Подобно современным средствам массовой информации, демоны в прошлом представляли собой анонимные силы, что безмянно действовали на отдельных людей или группы людей и заставляли их подчиниться своей воле (Кузе, 2023). Итак, в «Повести временных лет» в разных контекстах говорится о том, как дьявол или бесы «прельстят» человека:

(13) ... *прельсти Евгою Адама, и отпаде рая* (Лаврентьевская летопись);

(14) *В си же времена приде волхвъ, прелценъ бѣсомъ* (Аввакум – Житие протопопа Аввакума).

В XVII веке Аввакум в своем «Житии» писал о своих противниках, никонианцах, что они действовали не по собственной воле, а что дьявол их омрачил, так что не они действуют, а лукавый мог действовать через них. Этим формулируется извращение собственных врагов («Бог их простит», «что на них и пенять!»):

(15) Бог их простит в сий век и в будущий: не их то дело, но сатаны лукаваго (Аввакум – Житие протопопа Аввакума);

(16) *Сами видят, что дуруют, а отстать от дурна не хотят: омрачил дьявол, – что на них и пенять!* (там же – Кузе, 2019).

В критике СМИ и Интернета медиа нередко видятся в роли бесов библейских и средневековых текстов. Они представляются как силы, которые реципиенты не могут контролировать, эти силы обретают над ними такую власть, что от нее никто не может освободиться. Встречается концептуализация перлокуции третьего типа. Зомбированные жертвы выглядят бессильными и беззащитными. Перлокуции медиакоммуникации осмысливаются как нетрансакционные. Такое непризнанное возвращение Средневековья в светской форме может отчасти объяснить веру в

теории заговора, антидемократические настроения, вербальное насилие, одобрение ненависти и насилия и т. д., которые являются характерными чертами зомбированного человека. Подобное влияние удастся отчасти именно потому, что адресаты не знают отправителей и не понимают их истинных намерений.

Но утверждение о нетрансакционной силе СМИ, которые манипулируют незаметно для людей, не должно служить оправданием тех, кто позволяет собой манипулировать. Ведь манипуляция может быть заблокирована даже в том случае, когда неизвестны точный отправитель сообщения (манипулятор) и его настоящие замыслы. Пользователь может наблюдать, как сообщение влияет на него самого, и критически задавать себе вопрос, не является ли это влияние вредным.

Итак, для начала следует спросить самого себя: «В каких вопросах и почему я позволяю кому-то на себя влиять и даже собой манипулировать?» Ответы могут быть разными: «Потому что это каким-то образом может пойти мне на пользу»; «Потому что манипуляция подтверждает мои давние предубеждения и стереотипы»; «Потому что теперь наконец-то появился повод выплеснуть собственную агрессию»; «Потому что теперь можно оправдать некоторые желаемые, хотя и дурные действия, которые раньше невозможно было оправдать» и т. д. С этих самокритических вопросов и возможных ответов начинается медиаграмотность.

### Заключение

В данной статье исследована актуальная тема манипуляции, которая в контексте современного информационного общества концептуализируется как нетрансакционная перлокуция. Методология исследования включала краткий обзор выбранной литературы, анализ ключевых понятий и набор примеров концептуализаций коммуникативных актов как трансакционных или нетрансакционных воздействий, что позволило выявить разные типы манипуляции в качестве формы воздействия, часто используемой в медиадискурсе. Авторы обозначили важность самокритического отношения реципиентов к медиапотреблению, чтобы познавать и развивать собственную ответственность за противодействие манипулированию. В связи с этим существует необходимость разработки практических рекомендаций для укрепления медиаграмотности в смысле осознанного отношения к информа-

ции и развития критического мышления в современном информационном обществе.

*Данное исследование финансировалось Комитетом по науке Министерства науки и выс-*

*шего образования Республики Казахстан (грант № AP19679821 «Разработка методик распознавания медиаманипулирования и продвижения медиаграмотности в условиях информационного пространства»).*

### Литература

- Телевидение зомбирует людей. 03.10.22 [Электронный ресурс] – URL: <https://investobox.ru/televidenie-zombiruet-lyudej/> (Дата обращения: 22.10.2023).
- Игнатов Ю., Воронцов М. Телевидение – средство порабощения масс. 12.08.2016 [Электронный ресурс] – URL: [https://rgdn.info/televidenie\\_-\\_sredstvo\\_poraboscheniya\\_mass](https://rgdn.info/televidenie_-_sredstvo_poraboscheniya_mass) (Дата обращения: 22.10.2023).
- Дзялошинский И.М. Манипулятивные технологии в масс-медиа. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика, 2005. – № 1. – С. 29–54. [Электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/manipulyativnye-tehnologii-v-mass-media/viewer> (Дата обращения: 23.10.2023)
- Чернявская В. Е., Молодыхенко, Е. Н. Речевое воздействие в политическом, рекламном и интернет-дискурсе. – Москва: URSS, 2017. – 176 с.
- Dijk T. A. van. Discourse and manipulation. *Discourse and Society*. – 2006. – 17 (2). – С. 359-383.
- Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. Пер. с англ. В. Николаева; Зкл. ст. М. Вавилова. – Москва; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с.
- Пелевин В. Зомбификация // *Relics*. Ранее и неизданное. – Москва: «Эксмо», 2005. – С. 297–333.
- Saussure L. Manipulation and cognitive pragmatics // *Manipulation and ideologies in the twentieth century*. Ed. by Saussure L. / Schulz P. – 2005. – pp. 113-145.
- Maillat D. Constraining context selection: On the pragmatic inevitability of manipulation. *Journal of Pragmatics*, 2013. – 59. – pp. 190-199.
- Аймагамбетова М. М. Когнитивные стратегии медиадискурса Казахстана / Филологический аспект: международный научно-практический журнал. 2020. № 05 (61). Режим доступа: <https://scipress.ru/philology/articles/kognitivnye-strategii-mediadiskursa-kazakhstan.html> (Дата обращения: 22.05.2020)
- Шакинова М.Т., Ташимханова Д., Попович О.А. Концепт «манипулятивность» в современном дискурсе // Вестник Торайгыров университета. Серия «Филологические науки». – 2020. – №4. – С. 337-350.
- Shakenova, M., Khussainova, G. Z., & Kaldygozova, S. E. (2024). Manipulativity as an object of transdisciplinary humanities knowledge. *London Journal of Social Sciences*, (7), 147–156. <https://doi.org/10.31039/ljss.2024.7.194>
- Austin J. L. *How to Do Things With Words*. The William James Lectures delivered at Harvard University. – Oxford: Clarendon Press, 1962.
- Searle J. *Speech acts. An Essay in the Philosophy of Language*. – Cambridge, 1969.
- Gu Y. The impasse of perlocution. *Journal of Pragmatics*. – 1993a. – 20. – С 405-432.
- Gu Y. *Pragmatics and Rhetoric: A Collaborative Approach to Conversation // Pretending to Communicate*. – Berlin, New York: De Gruyter, 1993b. – pp. 173–195.
- Зомбировать // Викисловарь. 21.09.2021 [Электронный ресурс] – URL: <https://ru.wiktionary.org/wiki/зомбировать> (Дата обращения: 22.10.2023)
- Бестужева Д. Манипуляция в отношениях. 7 признаков того, что вами манипулируют. 14.12.2022. [Электронный ресурс] – URL: <https://vc.ru/u/1363702-psiholog-darya-bestuzheva/561607-manipulyaciya-v-otnosheniyah-7-priznakov-togo-chto-vami-manipuliruyut> (Дата обращения: 23.10.2023).
- Бородкин А. «Делай, как сказала мама»: кто такие манипуляторы и можно ли им противостоять. 14.01.20. [Электронный ресурс] – URL: <https://daily.afisha.ru/relationship/14170-delay-kak-skazala-mama-kto-takie-manipulyatory-i-mozhno-li-im-protivostoyat/> (Дата обращения: 23.10.2023).
- Фокеева А. Скрытое воздействие: что делать, если вами пытаются манипулировать. 5.10.20. [Электронный ресурс] – URL: <https://tass.ru/obschestvo/9623313> (Дата обращения: 23.10.2023).
- Что такое манипуляция и как им противостоять, 08.10.2019. [Электронный ресурс] – URL: <https://dszn.ru/press-center/news/2414> (Дата обращения: 23.10.2023).
- Медвідзь К. Феномен современных медиа: как СМИ манипулируют массовым сознанием. 02.06.2021. [Электронный ресурс] – URL: <https://ehutimes.com/феномен-современных-медиа-как-сми-ман/> (Дата обращения: 23.10.2023).
- Манипуляции в медиа? Да! 24.05.2021. [Электронный ресурс] – URL: [https://m.facebook.com/ednation.ru/photos/a.788248131665923/109933200697413/?type=3&\\_rdg](https://m.facebook.com/ednation.ru/photos/a.788248131665923/109933200697413/?type=3&_rdg) – (Дата обращения: 23.10.2023).
- Торалиева Г. Как медиа манипулируют нами. 28.12.2018. [Электронный ресурс] – URL: <http://precedentinfo.kg/2018/12/28/kak-media-manipuliruyut-nami/> (Дата обращения: 23.10.2023).
- Как технологии манипулируют нашим разумом: популярные трюки, приёмы и фокусы. 21.12.2016. [Электронный ресурс] – URL: <https://www.iidf.ru/media/articles/lifehacks/kak-tehnologii-manipuliruyut-nashim-razumom-populyarnye-tryuki-priyemu-i-fokusy/> (Дата обращения: 23.10.2023)
- Кант И. Критика способности суждения. Пер. с нем. – Москва: Искусство, 1994. – 367 с.

Kuße H. Perlokutionen und perlokutionäre Interaktion // Slavistische Linguistik. – 2014. – Frankfurt am Main: Peter Lang, 2016. – pp. 159-198.

Kuße H. Verführen, Schmeicheln und Zombieren im Russischen. Beobachtungen zur Perlokutionsgeschichte // Russian Grammar: System – Usus – Variation. – Berlin et al.: Peter Lang, 2021. – pp. 313–326.

Kuße H. Von Schmeichlern und Verführern. Transaktionale und nicht transaktionale Perlokutionen in der ostslavischen und russischen Religions- und Kommunikationsgeschichte // Sprache und Religion. Tendenzen und Perspektiven. – Berlin, Boston: De Gruyter, 2023. – pp. 259–274.

Лаврентьевская летопись – Повість временних літ за Лаврентівським списком. 6494/986. [Электронный ресурс] – URL: <http://litopys.org.ua/> (Дата обращения: 28.10.2023)

Аввакум – Житие протопопа Аввакума: им самим написанное [Электронный ресурс] – URL: [https://ru.wikisource.org/wiki/Житие\\_протопопа\\_Аввакума](https://ru.wikisource.org/wiki/Житие_протопопа_Аввакума) (Дата обращения: 28.10.2023)

Kuße H. Агрессия и аргументация. С примерами из российско-украинского конфликта. Перевод с немецкого Новосолова М. Винница: ФОП Кушнир Ю. В. – 2019. – 297 с.

## References

Aimagambetova, M. M. (2020). Kognitivnye strategii mediadiskursa Kazakhstana [Cognitive strategies of media discourse in Kazakhstan]. Filologicheskij aspekt: mezhdunarodnyj nauchno-prakticheskij zhurnal. Vol. 05 (61). [Electronic resource]. URL: <https://scipress.ru/philology/articles/kognitivnye-strategii-mediadiskursa-kazakhstana.html> (Date of use: 22.05.2020) (In Russian)

Austin, J. L. (1962). How to Do Things With Words. The William James Lectures delivered at Harvard University. Oxford: Clarendon Press.

Аввакум – Житие протопопа Аввакума: им самим написанное [Habakkuk – The Life of Archpriest Habakkuk: written by himself]. [Electronic resource]. URL: [https://ru.wikisource.org/wiki/Житие\\_протопопа\\_Аввакума](https://ru.wikisource.org/wiki/Житие_протопопа_Аввакума) (Date of use: 23.10.2023) (In Russian)

Bestuzheva, D. (2022). Manipuljacija v otnosheniiakh. 7 priznakov togo, chto vami manipulirujut [Manipulation in a relationship. 7 signs that you are being manipulated]. [Electronic resource]. URL: <https://vc.ru/u/1363702-psiolog-darya-bestuzheva/561607-manipulyaciya-v-otnosheniyah-7-priznakov-togo-chto-vami-manipuliruyut> (Date of use: 23.10.2023) (In Russian)

Borodkin, A. (1920). Delaj, kak skazala mama»: kto takie manipuljatory i mozhno li im protivostojat? [Do as your mother said: who are the manipulators and can they be resisted]. [Electronic resource]. URL: <https://daily.afisha.ru/relationship/14170-delay-kak-skazala-mama-kto-takie-manipulyatory-i-mozhno-li-im-protivostojat/> (Date of use: 23.10.2023) (In Russian)

Cherniavskaia, V.E., Molodychenko, E.N. (2017). Rechevoe vozdeistvie v politicheskom, reklamnom i internet-diskurse [Speech influence in political, advertising and Internet discourse]. Moscow: URSS. P. 176 (In Russian)

Dijk, T. A. van. Discourse and manipulation. Discourse and Society, 17 (2). P. 359-383 (In Russian)

Chto takoe manipuljácii i kak im protivostojat? [What are manipulations and how to resist them]. 08.10.2019. [Electronic resource] – URL: <https://dszn.ru/press-center/news/2414> (Date of use: 23.10.2023) (In Russian)

Dzialoshinskii, I.M. (2005). Manipuliativnye tehnologii v mass-media [Manipulative technologies in mass media]. Vestnik Moskovskogo Universiteta. Serii 10. Zhurnalistika, № 1. P. 29-54. [Electronic resource]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/manipulyativnye-tehnologii-v-mass-media/viewer> (Date of use: 23.10.2023) (In Russian)

Fokeeva, A. (2020). Skrytoe vozdejstvie: chto delat', esli vami pytajutsja manipulirovat' [Hidden impact: what to do if you are being manipulated] [Electronic resource]. URL: <https://tass.ru/obschestvo/9623313> (Date of use: 23.10.2023) (In Russian)

Gu, Y. (1993a). The impasse of perlocution. Journal of Pragmatics 20. P. 405-432.

Gu, Y. (1993b) Pragmatics and Rhetoric: A Collaborative Approach to Conversation. In “Pretending to Communicate,” edited by Parret H. Berlin, New York: De Gruyter. P. 173-195.

Ignatov, Yu., Vorontsov, M. (2016). Televidenie – sredstvo poraboshhenija mass [Television is a means of enslaving the masse]. [Electronic resource]. URL: [https://rgdn.info/televidenie\\_-\\_sredstvo\\_poraboshheniya\\_mass](https://rgdn.info/televidenie_-_sredstvo_poraboshheniya_mass) (Date of use: 22.10.2023) (In Russian)

Kant, I. (1994). Kritika sposobnosti suzhdeniia [Critique of the Power of Judgment]. Per. s nem. Moscow: Iskusstvo, P. 367 (In Russian)

Kak tehnologii manipulirujut nashim razumom: populjarnye trjuki, prijomy i fokusy [How technology manipulates our minds: popular tricks, tricks and tricks]. 21.12.2016. [Electronic resource]. URL: <https://www.iidf.ru/media/articles/lifehacks/kak-tehnologii-manipuliruyut-nashim-razumom-populjarnye-tryuki-priyemy-i-fokusy/> (Date of use: 23.10.2023) (In Russian)

Kuße, H. (2019). Агрессия и аргументация. С примерами из российско-украинского конфликта [Aggression and argumentation. With examples from the Russian-Ukrainian conflict]. P. 297 (In Russian)

Kuße, H. (2016) Perlokutionen und perlokutionäre Interaktion. In „Slavistische Linguistik 2014,“ edited by Breu W., Reuther T. Frankfurt am Main: Peter Lang. P. 159–198.

Kuße, H. (2021). Verführen, Schmeicheln und Zombieren im Russischen. Beobachtungen zur Perlokutionsgeschichte. Russian Grammar: System – Usus – Variation. Berlin et al.: Peter Lang, P. 313-326.

Kuße, H. (2023). Von Schmeichlern und Verführern. Transaktionale und nicht transaktionale Perlokutionen in der ostslavischen und russischen Religions- und Kommunikationsgeschichte. Sprache und Religion. Tendenzen und Perspektiven. Berlin, Boston: De Gruyter, P. 259–274.

Лаврентієвський літопис – Повість временних літ за Лаврентівським списком. [Laurentian litopis – Povist vremennyh lit for Laurentian list]. 6494/986. ]. [Electronic resource]. URL: <http://litopys.org.ua/> (Date of use: 28.10.2023) (In Russian)

Maillat, D. (2013). Constraining context selection: On the pragmatic inevitability of manipulation. *Journal of Pragmatics*, 59. P. 190-199.

Manipuljácii v media? Da! [Manipulation in the media? Yes!]. 24.05.2021. [Electronic resource]. URL: [https://m.facebook.com/ednation.ru/photos/a.788248131665923/109933200697413/?Type=3&\\_rdr](https://m.facebook.com/ednation.ru/photos/a.788248131665923/109933200697413/?Type=3&_rdr) (Date of use: 23.10.2023).

McLuhan M. Ponimanie Media: Vneshnie rasshireniia cheloveka [Understanding Media: The Extensions of Man]. Per. s angl. V. Nikolaeva; Zakl. st. M. Vavilova. Moscow; Zhukovskii: «KANON-press-Ts», «Kuchkovo pole», 2003. P. 464 (In Russian)

Medvidz, K. (2021). Fenomen sovremennykh media: kak SMI manipulirujut massovym soznaniem [The phenomenon of modern media: how the media manipulates mass consciousness]. [Electronic resource]. URL: <https://ehutimes.com/phenomenon-modern-media-as-media-man/> (Date of use: 23.10.2023) (In Russian)

Pelevin V. (2005). Zombifikatsiia // Relics. Rane i neizdannoe. Moskva: «Éksmo». P. 297–333 (In Russian)

Saussure, L. (2005). Manipulation and cognitive pragmatics. In “Manipulation and ideologies in the twentieth century”. Ed. by Saussure L. / Schulz P. P. 113–145.

Searle, J. (1969). *Speech acts. An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge.

Shakenova, M.T., Tashimhanova, D., Popovich, O.A. (2020). Koncept «manipuljativnost'» v sovremennom diskurse [The concept of “manipulativeness” in modern discourse]. *Vestnik Torajgyrov universiteta. Serija “Filologicheskie nauki”*. 2020. №4. S. 337-350. (In Russian)

Shakenova, M., Khussainova, G. Z., Kaldygozova, S. E. (2024). Manipulativity as an object of transdisciplinary humanities knowledge. *London Journal of Social Sciences*, (7), 147–156.

Televidenie zombiruet ljudej [Television is zombing people]. 03.10.22 [Electronic resource]. URL: <https://investobox.ru/televidenie-zombiruet-lyudej/> (Date of use: 22.10.2023) (In Russian)

Toralieva, G. (2018). How the media manipulates us [Kak media manipulirujut nami]. [Electronic resource]. URL: <http://precedentinfo.kg/2018/12/28/kak-media-manipuliruyut-nami/> (Date of use: 23.10.2023) (In Russian)

Zombirovat' [Zombie] // Wikislovar' [Wiktionary]. 21.09.2021 [Electronic resource]. URL: <https://en.wiktionary.org/wiki/zomb> (Date of use: 22.10.2023) (In Russian)

#### **Сведения об авторах:**

*Хольгер Куссе – доктор филологических наук, профессор, директор Института славистики Дрезденского технического университета (г. Дрезден, Германия e-mail: holger.kusse@tu-dresden.de);*

*Майгуль Шакинова (корреспондентный автор) – кандидат филологических наук, доцент Южно-Казахстанского университета им. М. Ауэзова (г. Шымкент, Казахстан, e-mail: maigul1379@mail.ru).*

*Поступила: 7 ноября 2023 г.*

*Принята: 29 мая 2024 г.*