

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>
World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2019, №1, Том 10 / 2019, No 1, Vol 10 <https://sfk-mn.ru/issue-1-2019.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/17FLSK119.pdf>

DOI: 10.15862/17FLSK119 (<http://dx.doi.org/10.15862/17FLSK119>)

Статья опубликована 07.05.2019

Ссылка для цитирования этой статьи:

Василенко Т.С., Белова Е.В., Шеваршинова Е.И. Роль языковых средств в оказании манипулятивного воздействия на аудиторию (на примере радиотекстов Би-би-си) // Мир науки. Социология, филология, культурология, 2019 №1, <https://sfk-mn.ru/PDF/17FLSK119.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ. DOI: 10.15862/17FLSK119

For citation:

Vasilenko T.S., Belova E.V., Shevarshinova E.I. (2019). The role of language means in exerting a manipulative impact on the audience (on the example of BBC radio text). *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, [online] 1(10). Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/17FLSK119.pdf> (in Russian) DOI: 10.15862/17FLSK119

УДК 811.111

ГРНТИ 16.41.21

Василенко Татьяна Сергеевна

ФГБОУ ВО «Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана
(национальный исследовательский университет)»
Филиал в г. Калуга, Калуга, Россия

Доцент

Кандидат филологических наук

E-mail: tatvas_84@mail.ru

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=801707

Белова Елена Витальевна

ФГБОУ ВО «Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана
(национальный исследовательский университет)»
Филиал в г. Калуга, Калуга, Россия

Доцент

Кандидат филологических наук

E-mail: Helene-82@mail.ru

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=734447

Шеваршинова Елена Ивановна

ФГБОУ ВО «Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского», Калуга, Россия
Доцент

Кандидат педагогических наук

E-mail: shevarshinova@gmail.com

**Роль языковых средств в оказании
манипулятивного воздействия на аудиторию
(на примере радиотекстов Би-би-си)**

Аннотация. В данной работе рассматривается понятие манипуляции, ее признаки и особенности, а также подчеркивается ее роль в современном информационном обществе. Авторами отмечается, что, наряду с информативной функцией, медиотексты выполняют функцию воздействия, а именно манипулируют сознанием широкой аудитории. Согласно авторам, манипуляция носит скорее отрицательный, чем положительный характер. Кроме того,

в статье подробно описано понятие радиотекста и его специфический характер по сравнению с прочими разновидностями медиатекстов, а именно: наличие обширной аудитории, отсутствие видеоряда и прочее.

В качестве материала для анализа авторами выбраны информационные радиотексты Би-би-си. Затрагиваются некоторые исторические аспекты, обуславливающие манипулятивный характер сообщений данной информационной службы, а также представлено описание структурных и языковых (грамматических, лексических и просодических) средств, направленных на формирование представления слушателей о происходящих событиях. Приведен ряд примеров из новостных радиотекстов, и проведен их детальный анализ. Авторами отмечается, что наряду со структурными особенностями и подбором материала, большую роль в оказании воздействия играют языковые средства, среди которых важное значение имеет просодия. Такие элементы просодического оформления высказывания, как темп, громкость, использование различных тонов в финальных и нефинальных интонационных группах, а также тембр самого диктора оказывают влияние на сознание аудитории, давая возможность представлять события в том или ином свете. В конце статьи авторы делают вывод о том, что, учитывая специфику информационных радиотекстов, основную роль в оказании манипулятивного воздействия играют языковые, главным образом, просодические средства.

Ключевые слова: манипуляция; медиатекст; информационный радиотекст; информационная функция; прагматическое воздействие; лингвистические средства; просодия; темп; громкость; тон; тембр

В связи с большим количеством происходящих в мире событий, а также повышением уровня информатизации, средства массовой коммуникации занимают весьма важное место в жизни общества в целом и каждого индивида в отдельности. Казалось бы, основная задача СМИ должна состоять в удовлетворении информационных потребностей аудитории, а именно объективном информировании зрителей, слушателей, читателей о происходящих событиях, воссоздании четкой и ясной картины мира, которая могла бы обеспечить целостную ориентацию в окружающей действительности. В данном случае под объективностью мы понимаем попытку преподать эмоционально не окрашенную новость, т. е. отделить факт от мнения [1, с. 106]. Таким образом, объективность подразумевает реализацию исключительно функции сообщения и полное отсутствие оценочного компонента.

Однако в настоящее время все больше исследователей в области социологии, психологии, массовых коммуникаций, а также лингвистики говорят о манипулятивном характере СМИ [2; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 9; 10; 11]. Сама по себе манипуляция представляет собой разновидность психологического воздействия. Вслед за Г.В. Грачевым и И.К. Мельником, под манипуляцией следует понимать «процесс использования различных средств для изменения поведения человека или его целей, намерений и установок в интересах субъекта воздействия» [12, с. 82]. Е.Л. Доценко в своей работе выделяет ряд признаков манипуляции, среди которых, на наш взгляд, наибольший интерес представляют следующие:

- манипуляция представляет собой форму психологического воздействия, основанную на внушении;
- манипуляция носит скрытый характер;
- манипулятор играет на психологических слабостях аудитории;
- манипуляция ставит своей целью формирование искусственных потребностей и мотивов, не совпадающих с реально существующими желаниями [5, с. 52–58].

Исходя из вышеприведенного определения манипуляции, а также указанных признаков, можно сделать вполне обоснованный вывод о том, что манипуляция носит скорее отрицательный, чем положительный характер и направлена исключительно на достижение односторонней выгоды, а именно, выгоды для самого манипулятора. Отрицательный характер манипуляции особо подчеркивают такие исследователи, как С.Г. Кара-Мурза [13] и В.Г. Крысенко [14]. В.Г. Крысенко отмечает, что манипулирование сознанием людей обычно совершается в корыстных целях, то есть для получения одностороннего выигрыша [14, с. 159]. С.Г. Кара-Мурза подчеркивает скрытый характер манипуляции, говоря, что манипуляция представляет собой воздействие, которое совершается тайно и в ущерб тем лицам, на которые оно направлено [13, с. 16]. При этом, несомненным представляется тот факт, что СМИ имеют весьма высокий потенциал для манипулирования общественным сознанием за счет формирования определенного представления о происходящих в мире событиях. Как справедливо отмечает в своем исследовании Е.С. Валеева, «в практике СМИ сегодня широко используются подсознательные методы воздействия, когда отношение общества к тем или иным явлениям окружающего мира формируется с помощью стереотипных представлений, которые внедряются в поток новостей, автоматически вызывая в массовом сознании либо отрицательную, либо положительную реакцию на конкретное событие» [9]. В данном случае адресат уже не может критично воспринимать передаваемую ему информацию, и, сам того не осознавая, принимает решения, выгодные субъекту воздействия.

Следует отметить, что любой отдельно взятый текст СМИ, а именно медиатекст, оказывает то или иное воздействие на аудиторию. Вслед за Г.Я. Солгаником, под медиатекстом мы понимаем некоторую разновидность текста, передаваемого при помощи средств массовой информации и рассчитанного на массовую аудиторию [15, с. 15]. Данный термин появился в литературе сравнительно недавно, а именно в 90-х гг. XX века и широко рассматривается в работах как отечественных исследователей – С.И. Бернштейн [16], М.В. Зарва [17], Г.Я. Солганик [15], С.И. Трескова [18], А.А. Тертычный [19], Т.Г. Добросклонская [6], Еремина [20], так и зарубежных исследователей – Т. ван Дейк [21], А. Белл [22], Р. Фаулер [23], М. Монтгомери [24] и других. Медиатекст представляет особый интерес с точки зрения манипулятивного потенциала, в первую очередь, потому, что он направлен на широкую аудиторию, а, значит, может оказать воздействие одновременно на огромное количество индивидов. Данный факт не может не оказать влияние на содержание медиатекстов и их языковое оформление.

Медиатексты отличаются высокой степенью разнородности. По каналу распространения медиатексты можно подразделить на передаваемые при помощи печати, радио, телевидения и интернета. По содержанию медиатексты могут носить информационный, аналитический и художественно-публицистический характер [6; 25; 26; 27; 28]. В данной работе представляется целесообразным более подробно остановиться на такой разновидности медиатекста, как информационный радиотекст, т. е. новостной текст, передаваемый по радио. Информационный радиотекст представляет собой радиотекст, содержащий некоторое оперативное сообщение о событии, факте или явлении, которое имеет важное значение и представляет широкий интерес для большой группы слушателей [29; 56]. На наш взгляд, именно информационные радиотексты могут весьма эффективно использоваться для манипуляции общественным сознанием и оказывать убеждающее воздействие на слушателя. Это обусловлено, во-первых, наличием у новостных программ довольно большой и разнообразной аудитории, что объясняется стремлением широких масс быть в курсе происходящих в мире событий, а также периодичной повторяемостью новостных выпусков, что дает возможность наиболее эффективно донести до слушателя определенную информацию. Преимущество такого канала, как радио, состоит в отсутствии видеоряда, который не отвлекает от восприятия звукового содержания. Однако, при отсутствии видеоряда, совершенно

очевидно, что на первое место выходит языковое оформление высказывания как основной инструмент воздействия на сознание индивида.

Для анализа манипулятивного потенциала новостных выпусков нами были проанализированы ряд информационных радиотекстов мировой службы Би-би-си за последние два года. Выбор новостных радиовыпусков данной информационной службы является не случайным и во многом обусловлен культурно-историческим аспектом. С момента своего возникновения в 1922 году Корпорация Би-би-си специализировалась, в первую очередь, на новостных выпусках. При этом, как отмечает П. Шлесингер, основной функцией Би-Би-Си являлось донесение до аудитории объективных сведений о событиях, происходящих в стране и в мире [30, с. 21]. Таким образом, благодаря первоначальной беспристрастности при освещении событий, Би-би-си приобрела имидж наиболее информативной и объективной новостной службы. С течением времени наблюдалось усиление роли субъективного компонента при подаче новостей и стремление манипулировать сознанием слушателей. Тем не менее, на данный момент информационная служба Би-би-си остается для весьма широкой мировой аудитории основным источником информации о происходящих событиях при сохранении относительной внешней объективности при подаче новостей.

Таким образом, наша цель состоит в том, чтобы выявить и рассмотреть те компоненты информационных радиотекстов, которые обеспечивают манипуляцию сознанием слушателя. Для достижения данной цели представляется целесообразным проанализировать радиотексты с точки зрения их содержательного, структурного и языкового компонента.

Обращаясь к содержанию новостных выпусков радиовещательной службы Би-би-си, следует отметить, что все большее значение приобретает отбор событий для освещения и их расположение в определенном порядке. Проанализировав ряд информационных радиотекстов, следует, в первую очередь, подчеркнуть абсолютное преобладание в новостях негативной информации. Порядка 70 % информационных радиотекстов представляют собой сообщения о разнообразных катастрофах (наводнениях, засухах, землетрясениях, крушениях), террористических атаках и прочих видах насилия, политических и вооруженных конфликтах, антисоциальном поведении и т. д. Рассмотрим некоторые примеры так называемых «заголовков» звучащих новостей, представляющих собой вступление к новостным радиовыпускам:

Flooding worst in 50 years as 150 000 flee in Paraguay, Argentina, Brazil and Uruguay. (December 2015)

Pakistan floods kill at least 53 after heavy rains. (April 2016)

Ecuador earthquakes: deaths rise to 272. (April 2016)

Syria conflict: siege warfare and suffering in Madaya. (February 2016)

Zimbabwe: 2000 people join anti-Mugabe protest in Harare. (April 2016)

Данного рода акцентуация ставит своей целью убедить слушателя в нестабильности, привить чувство неуверенности, посеять некоторого рода панику в обществе. Обращает на себя внимание практически полное отсутствие каких бы то ни было положительных сообщений о событиях в странах третьего мира, что создает в сознании слушателей определенное представление о данных государствах, а именно отсутствие стабильности, постоянные природные катаклизмы, политические конфликты.

Целям манипуляции сознанием слушателя служит и структура самого новостного выпуска, в котором на первое место неизменно выносятся драматические события с негативной окраской. Рассмотрим пример первой части вступления к информационному радиовыпуску Би-би-си за 2016 год:

President Francois Orland says France is sending military equipment to help the Iraqi government in fight against the Islamic state group.

At least a dozen Indian navy ships, a submarine and four surveillance planes have to do a search operation for an Indian airforce plane that has gone missing.

The German police say that the gunman who shot nine people in the shopping center in Munich is an 18-year-old Iranian German.

Таким образом, из приведенных выше примеров видно, что отбор событий, а также расположение их в строго определенной последовательности в информационном радиовыпуске является одним из способов формирования в сознании слушателей определенной картины мира.

Однако, следует заметить, что наибольшую роль в манипуляции сознанием аудитории является не столько содержание и структура информационного выпуска, сколько подбор языковых средств при освещении событий. В данной работе представляется целесообразным рассмотреть языковую реализацию радиотекстов на лексико-синтаксическом и просодическом уровне. Как лексико-синтаксический, так и просодический уровень играют важную роль в оказании прагматического воздействия на слушателя и весьма эффективно дополняют друг друга.

Проанализировав лексический состав информационных радиотекстов за 2015–2016 годы, можно отметить высокий процент лексики с преобладанием негативно-оценочного компонента. К данной группе следует отнести существительные, такие как *victim, conflict, crash, crisis, assassination, kidnapping, abduction, slavery, drought, food shortage, rebel, battle, power cut, damage* и пр. Среди глаголов отмечается весьма частотное использование слов *to behead, to kill, to die, to suffer, to murder, to destroy, to damage, to collapse, to attack, to threaten, to shoot dead* и др. Особый потенциал воздействия, на наш взгляд, имеют прилагательные, зачастую в сочетании с наречием, которые формируют в сознании реципиента глубоко негативную картину происходящих событий. Рассмотрим некоторые примеры: *brutal, desperate, homeless, deadly, unjust, incompatible, filthy, negligible, terrible, tragic, badly damaged, completely destroyed* и др. Значительное усиление эффективности воздействия также достигается за счет периодической повторяемости той или иной оценочной единицы во время освещения определенной новости. Например, в одной из новостей о сирийском конфликте от 3 февраля 2016 года комментатор семь раз повторяет слово «*displaced*», используя его в различных контекстах (*displaced families, displaced people, displaced Syrians, internally displaced struggle* и т. д.), тем самым подчеркивая факт вытеснения жителей из их собственных домов в результате вооруженного конфликта.

Следует также отметить, что несмотря на требование объективности и беспристрастности при подаче материала, комментаторы все чаще прибегают к лексике, которая недопустима при информационном освещении событий и характерна для аналитического или даже художественно-публицистического жанра. Примером могут служить следующие словосочетания с высокой степенью оценочности: *widespread international condemnation, terribly worrying, referred sarcastically as ..., clear violation of the Constitution, to whip up tensions, total chaos, hugely dangerous, frankly ridiculous, enormous risk*. При этом, в отличие от ранее упомянутых существительных, глаголов и прилагательных, которые весьма естественны при описании негативных событий, данные словосочетания осознанно используются для выражения определенной оценки происходящего события. Ярким примером служит использование словосочетания «*clear violation of the Constitution*», а также «*total chaos*», «*annexation*» и «*catastrophe*» при описании событий, связанных с присоединением Крыма к России.

На синтаксическом уровне выбор средств воздействия не настолько богат, как на уровне лексическом, однако, отмечается использование вопросительных предложений, которые наиболее часто встречаются во вступительной части новостных выпусков, и служат, в первую очередь, привлечению внимания слушателей к последующей информации за счет высокой степени эмоциональности, которая подкрепляется и особой просодической реализацией данных конструкций.

But was Nigeria willing to accept help?

And how is the country going to survive after such a crisis?

Немаловажную роль также играет использование усилительных конструкций, например:

What we hear less of are similar planned attacks that are foiled by the Afghan security forces, and there are plenty.

It is the widespread international condemnation that they are going to face now.

Несмотря на важную роль лексико-синтаксического компонента в манипулировании сознанием слушателя, на наш взгляд, именно правильная просодическая реализация помогает диктору достичь максимального эффекта воздействия на аудиторию. Однако, как было отмечено выше, лексико-синтаксический и просодический компоненты находятся в тесном взаимодействии друг с другом. Так, для достижения наибольшей степени прагматического воздействия эмоционально-оценочная лексика, как правило выделяется в отдельную интонационную группу и произносится с высоким нисходящим тоном, снижением темпа и последующей паузой средней длительности. В ряде случаев отмечается некоторое повышение громкости при произнесении данного компонента высказывания. При этом в большинстве случаев выделение происходит за счет одного-двух просодических средств, в редких случаях – трех и более.

Widespread damage is reported, with a bridge destroyed as far south as Guayaquil about 300 kilometers.

В данном примере отмечается акцентуация эмоционально-оценочного элемента *widespread damage* за счет его выделения в отдельную интонационную группу и последующей паузы средней длительности.

Следует также отметить, что особое просодическое оформление характерно для некоторых синтаксических конструкций, например, для вопросительных предложений, при подаче которых используются короткие интонационные группы, преимущественно высокий или средний нисходящий тон как в финальных, так и нефинальных интонационных группах, высокая громкость и высокий темп. При этом в большинстве проанализированных случаев выделение конструкций такого рода происходит одновременно за счет всех перечисленных просодических средств, что обеспечивает максимальное внимание слушателей и их восприятие данной информации как наиболее важной в выпуске.

And why / are the Taliban / resurgent / in Afghanistan?

Немаловажным является тот факт, что данные просодические средства являются эффективными в привлечении внимания слушателей к определенной информации в сообщении за счет того, что они весьма успешно контрастируют с большей частью сообщения, которая отличается высокой степенью просодической нейтральности, а именно, средними интонационными группами, преобладанием низких и средних восходящих тонов в нефинальных интонационных группах и низких нисходящих тонов в финальных

интонационных группах, невысокой степенью маркированности ядра, средним темпом и средней громкостью.

Таким образом, учитывая все вышеизложенное, можно сделать вывод о том, что современные информационные радиотексты Би-би-си манипулируют сознанием слушателей. Манипуляция осуществляется за счет отбора событий и расположения их в определенной последовательности, а также, главным образом, за счет определенной языковой реализации новостных радиотекстов, а именно, их лексико-синтаксического и просодического оформления.

ЛИТЕРАТУРА

1. Dennis E.E., Merrill J.C. Media Debates. Issues in Mass Communication [текст]. – London: Longman, 1996. – 236 p.
2. Власов А.И. Политические манипуляции. История и практика средств массовой информации [текст]. – М.: Международные отношения, 1982. – 304 с.
3. Артемов В.Л., Семенов В.С. Би-Би-Си: история, аппарат, методы радиопропаганды [текст]. – Минск: Изд-во Университетское, 1984. – 234 с.
4. Мельник Г.С. Mass-media: психологические процессы и эффекты [текст]. – Санкт-Петербург: Изд-во СПб ун-та, 1996. – 160 с.
5. Доценко Е.Л. Психология манипуляции [текст]. – М.: ЧеРо, 1997. – 344 с.
6. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи) [текст]. – М.: УРСС, 2005. – 288 с.
7. Ворошилов В.В. Журналистика. Базовый курс [текст]. – Санкт-Петербург: Изд-во Михайлова В.А., 2006. – 640 с.
8. Кирия К.Д. Роль экстралингвистических факторов в создании телевизионных новостей [текст] // Вестник МГУ. Серия «Журналистика». – 2007. – №1. – С. 72–78.
9. Валеева Е.С. Формы и методы воздействия на общественное мнение в региональной медиасистеме [текст]: Дис. ... канд. филол. наук. – Казань, 2009. – 201 с.
10. Ковшова М.Л. Лингвистический анализ текста (речевая манипуляция) [текст] // Вестник МГУ. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация». – 2009. – №1. – С. 46–55.
11. Чобанян К.В. Языковые средства и приемы привлечения внимания зрителей телевизионных новостей (на материале шапок и шпигелей телеканала Си-эн-эн) [текст] // Вестник МГУ. Серия «Журналистика». – 2015. – №3. – С. 80–99.
12. Грачев Г.В., Мельник И.К. Манипулирование личностью [текст]. – М.: Эксмо, 2002.
13. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием [текст]. – М.: Алгоритм, 2004. – 528 с.
14. Крысенко В.Г. Социальная психология [текст]. – Санкт-Петербург, 2007. – 432 с.
15. Солганик Г.Я. К определению понятия «текст» и «медиатекст» [текст] // Вестник МГУ. Серия «Журналистика». – 2005. – №2. – С. 7–15.

16. Бернштейн С.И. Язык радио [текст]. – М.: Наука, 1977. – 47 с.
17. Зарва М.В. Слово в эфире: о языке и стиле радиопередач [текст]. – М.: Искусство, 1977. – 178 с.
18. Трескова С.И. Социолингвистические проблемы массовой коммуникации [текст]. – М.: Наука, 1989. – 153 с.
19. Тертычный А.А. Аналитическая журналистика: познавательный-психологический подход [текст]. – М.: Гендальф, 1998. – 255 с.
20. Еремина Е.А. Множественность форм прагматического воздействия англоязычного медиадискурса [текст]: Дис. ... канд. филол. наук. – М., 2007. – 277 с.
21. Ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация [текст]. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
22. Bell A. The Language of News Media [текст]. – Oxford: Wiley-Balckwell, 1991. – 296 p.
23. Fowler R. Language in the News: Discourse and Ideology in the Press [текст]. – London: Routledge, 1991. – 237 p.
24. Montgomery M. The Discourse of Broadcast News [текст]. – London: Routledge, 2007. – 264 p.
25. Бараневич Ю.Д. Жанры радиовещания: Проблемы становления, формирования, развития [текст]. – Киев: Одесса, 1978. – 215 с.
26. Зильберт Б.А. Социопсихолингвистическое исследование текстов радио, телевидения, газеты [текст]. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 1986. – 212 с.
27. Смирнов В.В. Жанры радиожурналистики [текст]. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 288 с.
28. Шерель А.А. Радиожурналистика [текст]. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004. – 480 с.
29. Ярошенко В.Н. Информационные жанры радиожурналистики [текст]. – М.: Гос. комитет совета министров СССР по телевидению и радиовещанию, 1973. – 115 с.
30. Schlesinger P. Putting “reality” together. BBC News [текст]. – London: Constable, 1978. – 304 p.

Vasilenko Tatiana Sergeevna

Bauman Moscow state technical university
Kaluga branch, Kaluga, Russia
E-mail: tatvas_84@mail.ru

Belova Elena Vital'evna

Bauman Moscow state technical university
Kaluga branch, Kaluga, Russia
E-mail: Helene-82@mail.ru

Shevarshinova Elena Ivanovna

Kaluga state university named after K.E. Tsiolhovski, Kaluga, Russia
E-mail: shevarshinova@gmail.com

The role of language means in exerting a manipulative impact on the audience (on the example of BBC radio text)

Abstract. The article touches upon the concept of manipulation, its basic characteristics, and its role in the modern informational society. The authors point out that alongside the informational function, media texts carry out the pragmatic function, namely, they manipulate the public opinion. According to the authors, manipulation is a more negative than positive phenomenon. Besides, there is a definition of radiotext and some considerations concerning its specific features as compared to other types of mediatexts, namely, wide audience, no video, but only audio, etcetera. British Broadcasting Corporation radiotexts have been chosen by the authors as the object of analysis. The authors have considered some historical aspects that determine the manipulative character of radio news. Also, special attention is paid to their structural and linguistic (grammatical, lexical, prosodic) features which are aimed at forming listeners' opinion about current events. A number of examples from radiotexts are given and their analysis is conducted. The authors state that alongside the text structure and the choice of material itself much attention should be paid to linguistic means, among which prosody is of the greatest importance. Such elements of prosody as tempo, loudness, the use of various tones in final and non-final prosodic groups and the speaker's timber influence the audience view of the world and draw the listeners' attention to particular aspects. At the end of the article the authors make a conclusion that taking into consideration the specific features of radiotexts, linguistic, mainly prosodic means play the leading role in the process of manipulation.

Keywords: manipulation; media text; informational radiotext; informational function; pragmatic influence; linguistic means; prosody; tempo; loudness; tone; timbre

REFERENCES

1. Dennis E.E., Merrill J.C. (1996). *Media Debates. Issues in Mass Communication*. London: Longman, p. 236.
2. Vlasov A.I. (1982). Politicheskie manipulyatsii. Istoriya i praktika sredstv massovoy informatsii. [*Political manipulation. Media history and practice.*] Moscow: International Relations, p. 304.
3. Artemov V.L., Semenov V.S. (1984). Bi-Bi-Si: istoriya, apparat, metody radiopropagandy. [*BBC: history, apparatus, methods of radio propaganda.*] Minsk: University Publishing House, p. 234.
4. Mel'nik G.S. (1996). Mass-media: psikhologicheskie protsessy i ehffekty. [*Mass-media: psychological processes and effects.*] Saint Petersburg: Publishing house of Saint Petersburg University, p. 160.
5. Dotsenko E.L. (1997). Psikhologiya manipulyatsii. [*Psychology of manipulation.*] Moscow: Chero, p. 344.
6. Dobrosklonskaya T.G. (2005). Voprosy izucheniya mediatekstov (opyt issledovaniya sovremennoy angliyskoy mediarechi). [*Issues of studying media texts (experience in the study of modern English mediarechi).*] Moscow: URSS, p. 288.
7. Voroshilov V.V. (2006). Zhurnalistika. Bazovyy kurs. [*Journalism. Basic course.*] Saint Petersburg: Publishing house Mikhailov V.A., p. 640.
8. Kiriya K.D. (2007). The role of extra-linguistic factors in the creation of television news [text]. *Moscow State University Bulletin. Series "Journalism"*, 1, pp. 72–78 (in Russian).
9. Valeeva E.S. (2009). Formy i metody vozdeystviya na obshchestvennoe mnenie v regional'noy mediasisteme. [*Forms and methods of influence on public opinion in the regional media system.*] Kazan, p. 201.
10. Kovshova M.L. (2009). Linguistic analysis of the text (speech manipulation). *Bulletin of Moscow State University. Series "Linguistics and Intercultural Communication"*, 1, pp. 46–55 (in Russian).
11. Chobanyan K.V. (2015). Language tools and methods of attracting the attention of television news viewers (on the material of the caps and spiers of the CNN EN TV channel). *Moscow State University Bulletin. Journalism series*, 3, pp. 80–99 (in Russian).
12. Grachev G.V., Mel'nik I.K. (2002). Manipulirovanie lichnost'yu. [*Personality manipulation.*] Moscow: Eksmo.
13. Kara-Murza S.G. (2004). Manipulyatsiya soznaniem. [*Mind manipulation.*] Moscow: Algorithm, p. 528.
14. Krysenko V.G. (2007). Sotsial'naya psikhologiya. [*Social Psychology.*] Saint Petersburg, p. 432.
15. Solganik G.Ya. (2005). On the definition of the concept of “text” and “media text”. *Moscow State University Bulletin. Series "Journalism"*, 2, pp. 7–15 (in Russian).
16. Bernshteyn S.I. (1977). Yazyk radio. [*Radio language.*] Moscow: Science, p. 47.
17. Zarva M.V. (1977). Slovo v ehfire: o yazyke i stile radiopredach. [*A Word on the Air: About the Language and Style of the Radio.*] Moscow: Art, p. 178.

18. Treskova S.I. (1989). Sotsiolingvisticheskie problemy massovoy kommunikatsii. [*Sociolinguistic problems of mass communication.*] Moscow: Science, p. 153.
19. Tertychnyy A.A. (1998). Analiticheskaya zhurnalistika: poznavatel'no-psikhologicheskiiy podkhod. [*Analytical journalism: cognitive-psychological approach.*] Moscow: Gandalf, p. 255.
20. Eremina E.A. (2007). Mnozhestvennost' form pragmaticheskogo vozdeystviya angloyazychnogo mediadiskursa. [*The multiplicity of the forms of pragmatic influence of the English-language media discourse.*] Moscow, p. 277.
21. Van Deyk T.A. (1989). Mnozhestvennost' form pragmaticheskogo vozdeystviya angloyazychnogo mediadiskursa. [*The multiplicity of the forms of pragmatic influence of the English-language media discourse.*] Moscow: Progress, p. 312.
22. Bell A. (1991). *The Language of News Media*. Oxford: Wiley-Balckwell, p. 296 p.
23. Fowler R. (1991). *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*. London: Routledge, p. 237.
24. Montgomery M. (2007). *The Discourse of Broadcast News*. London: Routledge, p. 264.
25. Baranevich Yu.D. (1978). Zhanry radioveshchaniya: Problemy stanovleniya, formirovaniya, razvitiya. [*Broadcasting genres: Problems of formation, formation, development.*] Kiev: Odessa, p. 215.
26. Zil'bert B.A. (1978). Sotsiopsikholingvisticheskoe issledovanie tekstov radio, televideniya, gazety. [*Sociopsycholinguistic study of radio, television, newspaper texts.*] Saratov: Publishing House of Saratov University, p. 212.
27. Smirnov V.V. (2002). Zhanry radiozhurnalistiki. [*Radio journalism genres.*] Moscow: The Aspect of Press, p. 288.
28. Sherel' A.A. (2004). Radiozhurnalistika. [*Radio journalism.*] Moscow: Moscow University Press, p. 480.
29. Yaroshenko V.N. (1973). Informatsionnye zhanry radiozhurnalistiki. [*Information genres of radio journalism.*] Moscow: State Committee of the USSR Council of Ministers for Television and Radio Broadcasting, p. 115.
30. Schlesinger P. (1978). *Putting "reality" together. BBC News*. London: Constable, p. 304.