МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САМАРСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АКАДЕМИКА С. П. КОРОЛЕВА»
(САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ)

Н. А. ЧЕРНЯВСКАЯ, О. А. УСАЧЕВА

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МЕДИАВОЗДЕЙСТВИЯ

Рекомендовано редакционно-издательским советом федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева» в качестве практикума для обучающихся по основной образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 45.04.01 Филология

С А М А Р А
Издательство Самарского университета
2026

УДК 808.5(075)+070(075)
ББК Ш07я7+Ч600.2я7
Ч-498

Рецензенты: д-р филол. наук, проф. Н. К. Данилова,
канд. филол. наук В. В. Викулова

Чернявская, Надежда Анатольевна

Ч-498 **Современные технологии медиавоздействия**: практикум / *Н. А. Чернявская, О. А. Усачева.* – Самара: Издательство Самарского университета, 2026. – 100 с.

ISBN 978-5-7883-2326-8

Практикум содержит комплекс интерактивных заданий и кейсов, призванный сформировать у будущих филологов устойчивые навыки критического анализа современного медиапространства. Основное внимание направлено на тренировку умений распознавания и нейтрализации манипулятивных технологий, активно применяемых в медиадискурсе.

Предназначен для обучающихся по направлению подготовки 45.04.01 Филология (профили «Русский язык и коммуникация в профессиональной сфере», «Коммуникативные практики в сфере журналистики и связей с общественностью»).

Подготовлен на кафедре русского языка и массовой коммуникации Самарского университета.

УДК 808.5(075)+070(075)
ББК Ш07я7+Ч600.2я7

ISBN 978-5-7883-2326-8 © Самарский университет, 2026

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение……4
1. Современное коммуникативное пространство.
Медианосители и технологии медиа 7
2. Человек в информационном обществе 14
3. Манипулятивные технологии медиавоздействия..... 30
4. Медиавоздействие и правовая ответственность..... 86
Список использованных источников.....94

ВВЕДЕНИЕ

Современное коммуникативное пространство представляет собой сложную, динамично развивающуюся среду, порождающую новые форматы взаимодействия и технологии влияния. Стремительная цифровизация, возрастающая роль социальных сетей, развитие искусственного интеллекта и повсеместная доступность информации кардинально трансформировали не только способы передачи сообщений, но и саму природу человеческой коммуникации. В этих условиях особую значимость приобретает способность будущего специалиста-филолога критически анализировать медиапотоки, распознавать скрытые механизмы манипуляции и осознанно выстраивать собственную коммуникативную стратегию. Именно эти задачи призван решить предлагаемый практикум.

Практикум предназначен для магистрантов, обучающихся по направлению подготовки 45.04.01 Филология, и представляет собой комплекс интерактивных заданий и кейсов, разработанных с учетом современных требований к формированию профессиональных компетенций в области медиакоммуникаций. Авторы предлагают не только ознакомление с основными положениями теории речевого воздействия, но и погружение в реальную коммуникативную среду, требующую от обучающегося активной позиции, аналитического мышления и творческого подхода.

Особенностью пособия является его практико-ориентированный характер. Каждое задание направлено на формирование устойчивых навыков, необходимых для эффективной профессиональной деятельности: умения создавать воздействующие тексты и выступать публично, навыков самопрезентации и управления впечатлением, способности распознавать манипулятивные техники в медиадискурсе и противостоять им, компетенций в области лингвоправовой экспертизы речевых высказываний.

Принципиально важным для авторов было создание заданий на основе самостоятельно отобранного аутентичного речевого материала. В практикуме представлены фрагменты современных публицистических и художественных текстов, интервью, блогов, комментариев в социальных сетях, рекламных сообщений, новостных лент и аналитических статей, что позволяет обучающимся работать с живым, релевантным языком, отражающим актуальные тенденции медиадискурса. Такой подход, с одной стороны, обеспечивает высокую степень достоверности и научной обоснованности предлагаемых заданий, а с другой – делает процесс обучения максимально приближенным к реальным профессиональным ситуациям.

Авторы выражают признательность всем правообладателям и источникам, материалы которых были использованы при составлении практикума. Цитирование производится в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации об авторском праве и исключительно в учебных и научных целях: фрагменты публикаций, блогов, новостных сообщений и иных медиатекстов служат иллюстративным и аналитическим материалом для формирования профессиональных компетенций обучающихся. Объем цитирования является минимально необходимым для достижения дидактических целей и не наносит ущерба интересам правообладателей. Все использованные источники, включая статьи из ведущих российских изданий, материалы Национального корпуса русского языка, фактчекинговых ресурсов и интернет-платформ, представлены в открытом доступе и отражены в библиографическом списке.

Особую ценность практикуму придает его направленность на формирование лингвоправовой компетентности специалиста. В условиях, когда речевое поведение все чаще становится предметом юридической оценки, будущий филолог должен четко осознавать границы допустимого воздействия и нести ответственность за

свои коммуникативные действия. Задания, включенные в четвертый раздел, подготовлены на основе лингвоэкспертной практики авторов пособия, знакомят обучающихся с основами судебной лингвистической экспертизы и помогают выработать навыки правовой оценки речевых произведений.

Практикум «Современные технологии медиавоздействия» представляет собой современное, научно обоснованное и методически продуманное издание, которое позволит будущим специалистам не только глубоко понять природу медиакоммуникаций, но и овладеть практическими инструментами эффективного и ответственного взаимодействия в информационном обществе.

1. СОВРЕМЕННОЕ КОММУНИКАТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО. МЕДИАНОСИТЕЛИ И ТЕХНОЛОГИИ МЕДИА

Начало XXI века ознаменовалось стремительным развитием информационных технологий, формированием нового, *информационного* общества. Сеть Интернет обеспечила вхождение любого пользователя в мировое информационное пространство в качестве как реципиента, так и генератора новой информации, которая мгновенно становится достоянием всего человечества. Цифровые технологии не только уничтожают коммуникационные барьеры и позволяют людям постоянно быть на связи друг с другом в разных точках земного шара, но и видоизменяют процессы управления и воздействия.

Осуществление воздействия на человека, на его способ мышления и поведение напрямую связано со средствами массовой коммуникации. В узком смысле понятие *медиа* означает «техническое средство коммуникации»; «технология или устройство для хранения, записи и воспроизведения информации». В широком понимании медиа – это посредник. Посредником в передаче сообщения может служить любой элемент человеческого мира – от невербального знака или артефакта до социального института.

Исследователи дают разные оценки определяющему влиянию масс-медиа на формирование современного социокоммуникативного пространства. С одной стороны, масс-медиа подвергаются критике как индустрия обмана, машина по «дереализации реальности» и манипулированию сознанием обывателя, который в ходе медиавоздействия превращается в марионетку, безразличную к собственной идентичности. С другой стороны, увеличение числа разнообразных источников информации и средств связи рассматривается как условие возможности подлинного плюрализма мнений, свободы самовыражения, конструирования богатой и многогранной

картины мира и в конечном итоге обусловливает рождение толерантной, открытой личности, способной к диалогу с представителями самых разных культур, носителями иных ценностей и мировоззрений. Наряду с этими полярными позициями, существует и умеренная точка зрения, согласно которой роль масс-медиа в социуме заключается, скорее, в организации коммуникативного пространства, в котором могут возникнуть те или иные смыслы. Масс-медиа способны предлагать аудитории острые темы для дискуссий, но они не в состоянии навязать истины и ценности коммуникативному сообществу.

Задание 1. Выберите любое конкретное медиа (межличностное или массовое, традиционное или новое), определите тип этого медиа по разным основаниям классификации И.В. Жилавской и К.К. Онучиной [10]: по времени возникновения; по виду коммуникации; по способу восприятия информации; по содержанию контента; по формату контента; по объему аудитории; по степени активности аудитории при восприятии информации; по степени формализации; по происхождению медиа.

Задание 2. Подберите 2-3 интересных факта об эволюции разных медиа (письмо, книга, телефон, телеграф, радио, кино, телевидение и др.).

Задание 3. Как вы считаете, чьи возможности шире – устной или письменной речи? Если устная речь первична и естественна, значит ли это, что письмо – всего лишь вспомогательный навык, или оно развивает уникальные способности мышления? Лучше печатать или писать? Почему? Опишите ситуации, где рукописное сообщение объективно эффективнее или уместнее напечатанного? Как цифровая эра изменила баланс между устной и письменной

коммуникацией? Можно ли считать голосовые сообщения и комментарии в соцсетях гибридной формой?

Задание 4. Охарактеризуйте специфику таких традиционных СМИ, как радио и телевидение. Есть ли у них конкурентное преимущество перед интернет-ресурсами? Каково, на ваш взгляд, будущее радио и телевидения? Сохранится ли эфирное вещание как таковое? На какого адресата оно будет рассчитано? Какую уникальную социальную функцию сможет сохранить? По какому принципу будет формироваться контент: под запрос конкретной аудитории или для усредненной массы? Как изменится роль ведущего? Аргументируйте свой ответ.

Задание 5. Какие ключевые показатели развития социума дают основания говорить о коммуникативной революции? Что, на ваш взгляд, является главным признаком революции – изменение технических способов передачи информации или радикальные изменения в социальных практиках, мышлении и структуре общества? Можно ли считать появление интернета пятой коммуникативной революцией? Согласны ли вы с утверждением, что интернет не столько создал новые виды коммуникации, сколько гибридизировал и перенес в цифровую среду все предыдущие (письмо, аудио, видео)? Достаточно ли для признания революции не создания новых форм, а радикального изменения масштаба, скорости и социальных последствий старых форм? Создал ли интернет принципиально новый тип коммуникативной личности? Какая модель коммуникации появилась благодаря интернету? Если мы признаем интернет пятой революцией, то какие признаки шестой коммуникативной революции уже можем наблюдать сегодня?

Задание 6. Охарактеризуйте подкаст как новое медиа. В чем его специфика по сравнению с радио? Почему подкасты быстро стали популярными? Как популярность подкастов связана с феноменом многозадачности современного человека? Какие виды и жанры подкастов вы знаете? Как меняется роль ведущего в разных жанрах подкастов? Каковы возможности и риски монетизации подкастов? Какое будущее ждет подкасты: они останутся независимой, авторской средой, будут поглощены крупными медиа-холдингами или трансформируются во что-то новое?

Задание 7. Назовите основные особенности таких медиаформатов, как лонгрид, инфографика, сторис. С чем связано их активное распространение в современном медиапространстве? Как они меняют роль автора и аудитории? Какую когнитивную потребность аудитории удовлетворяет каждый из этих форматов? Каким образом эти форматы отвечают на вызовы «клипового мышления» и информационной перегрузки? Можно ли считать лонгрид, инфографику и сторис инструментами не только информирования, но и убеждения или даже манипуляции? Какие риски с ними связаны? Какой из этих форматов, на ваш взгляд, обладает наибольшим потенциалом для образовательных и социально значимых целей, а какой – для коммерции и развлечения?

Задание 8. Как вы относитесь к фильмам, снятым по книгам? В чем преимущества экранизаций? В чем преимущества книг? Приведите примеры удачных или неудачных экранизаций. Чем можно объяснить больший успех у зрителей экранизаций книжных новинок по сравнению с экранизациями классических произведений?

Задание 9. Можно ли считать аудиокнигу закономерным этапом развития традиции устного рассказа (ср. сказители, анекдоты,

радио-спектакли) или это принципиально новый цифровой продукт, порожденный мобильностью и многозадачностью? Как вы считаете, аудиокнига требует меньшей или большей интеллектуальной концентрации по сравнению с традиционной, бумажной? Как меняется когнитивная обработка и эмоциональное восприятие текста при переходе от чтения глазами к прослушиванию? Что мы приобретаем, а что теряем при этом? Для каких литературных жанров аудиоформат является наиболее и наименее адекватным? Почему? Какое влияние на восприятие аудиокниги оказывает исполнение? Может ли исполнитель (чтец) становиться соавтором? Не приведет ли популярность аудиокниг к утрате навыков глубокого и медленного чтения? Или, напротив, приобщит к культуре тех, кто никогда не брал в руки книг?

Задание 10. Какие характеристики, согласно Г.М. Маклюэну [19], отличают холодные и горячие медиа? Какие современные медийные форматы стирают границы между ними? Согласны ли вы с тем, что телевидение относится к холодным, а кино – к горячим медиа? Имеет ли смысл сегодня, спустя 60 лет, отказаться от жесткой бинарной оппозиции Маклюэна в пользу более гибкого подхода? Или его теория по-прежнему полезна как метафора вовлеченности аудитории?

Задание 11. Какие минимальные условия необходимы, чтобы ситуация считалась коммуникацией, а набор знаков – текстом, имеющим отправителя? Проанализируйте с этой точки зрения следующую ситуацию. Пират, заброшенный на необитаемый остров, научил своего попугая единственной фразе, содержащей информацию о месте, где был зарыт сундук с сокровищами. После смерти хозяина попугай летал по необитаемому острову, выкрикивая заученную фразу, но никто из людей ее никогда не услышал. Можно

ли считать попугая, повторявшего фразу, **отправителем** текста? Можно ли считать попугая отправителем именно **текста**? [18].

Задание 12. Продумайте варианты одежды для следующих деловых целей: а) самопрезентация, б) участие в деловом совещании, в) вечерний ужин с деловыми партнерами, г) выступление на научной конференции, д) посещение отраслевой выставки, е) деловая поездка, включающая перелет и встречу с партнером в офисе компании, ж) участие в тренинге, з) корпоративная вечеринка, праздничное мероприятие.

Задание 13. Упражнение «Ассоциативный образ». Нескольким студентам-добровольцам предлагается вынуть из сумки (из кармана) 3-4 предмета. Другим участникам предлагается ответить, что эти предметы могут рассказать о хозяине, что они символизируют, попробовать спрогнозировать характер владельца. После игры проводится ее обсуждение. Активные участники высказываются о том, на что они опирались в своих догадках: на объективные причинно-следственные отношения (например, наличие транспортной карты означает, что человек пользуется общественным транспортом), на социальные стереотипы, на символические значения предметов и их характеристик (например, цвета, размера, статусности), на возникающие субъективные ассоциации и др. Всегда ли интерпретация фактического параметра оказывается однозначной? Какой или какие предметы содержат ключевую информацию о владельце, а какие могут оказаться случайными? Владельцы вещей сообщают, какие из услышанных трактовок показались им наиболее точными, а какие – совершенно не соответствующими действительности? Почему? Вся группа отвечает на вопросы: Насколько мы можем доверять «чтению» и оценке личности по вещам? Где проходит грань

между обоснованной догадкой и стереотипом или, напротив, чрезмерной субъективностью? Как на наши трактовки влияет наш собственный опыт? Осознаем мы это или нет, но мы постоянно предъявляем миру определенные наборы предметов (содержимое сумки, оформление рабочего стола, аватарка в соцсетях). Как управлять этим ассоциативным образом в профессиональных целях?

Задание 14. «Найди по описанию». Один участник выходит за дверь. В группе договариваются, кого будут описывать, составляют описание и выбирают участника, который с этим описанием будет знакомить вышедшего. Затем первый участник входит и по описанию должен узнать, о ком идет речь. Угадывающий сидит к группе спиной. Вариант: Один из участников (по желанию) садится к группе спиной. Он должен описать одного из членов группы как можно более подробно, не называя имени. Группа должна узнать, о ком идет речь.

Задание 15. Вы рекламный агент и приходите к новому клиенту, потребности и вкусы которого вам неизвестны. Вам необходимо: а) расположить к себе клиента; б) убедить его сделать заказ сразу; в) убедить обратиться к вам через некоторое время. Типы клиентов: весельчак; жадный, но с деньгами; педант; бизнес-леди; самовлюбленный; молодой руководитель; интеллигент; невежда; иностранец; не принимающий сам решения; новатор; рационалист; своевластный; неуверенный в себе; нервозный; консерватор; «воображала»; «грубиян»; «франт»; случайный.

2. ЧЕЛОВЕК В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

С развитием новых цифровых технологий значительно трансформируется социальное, коммуникативное и психологическое пространство человеческой личности. Появляются новые формы социального взаимодействия; изменяются условия усвоения человеком правил и норм поведения в обществе. Доминирующим способом коммуникации становится технически опосредованное общение. Пребывание человека в информационно насыщенной среде приводит к изменениям его мышления, памяти, внимания, оказывает влияние на его эмоциональное состояние.

Цифровая среда предоставляет человеку новые коммуникативные и когнитивные возможности: оперативное получение важной и актуальной информации; свободный обмен информацией, в том числе на международном уровне; расширение социальных контактов за счет «незнакомых друзей», с которыми не было опыта общения в реальной жизни; восполнение дефицита общения в различных интернет-сообществах по интересам; новые возможности самообразования и развития; освоение различных социальных ролей.

Вместе с тем цифровая социализация оказывает и негативное воздействие на жизнь человека. Чрезмерное погружение в виртуальное пространство приводит к снижению заинтересованности в реальном общении, в рамках которого приобретаются важные навыки реальной коммуникации. Виртуальная социализация приводит к разрыву связи личности с культурными традициями, ценностями конкретного общества, в котором она живет, так как нормы, воспринятые через интернет, часто лишены историко-культурных корней. Свободный доступ к разнообразным источникам информации приводит к снижению мотивации к генерированию нового знания. Рост объемов знания провоцирует его отторжение. Человек оказывается неподготовленным к восприятию большого количества

информации, не способен оценить ее качество, объем и глубину. Растет социальное неравенство.

Анонимность интернет-общения позволяет человеку открыто, без каких-либо ограничений выражать свои эмоции, мнения и суждения. Происходит так называемое «социальное растормаживание». В большинстве случаев оно имеет негативный эффект: отмечается существенное снижение морально-нравственного уровня коммуникации в социальных сетях. Мнимое ощущение безнаказанности провоцирует человека на речевую агрессию.

Уход в виртуальное пространство угрожает полноценному развитию личности. У индивида появляется психологическая зависимость от социальных сетей. Формируется такое состояние человека, которое исследователи называют «цифровым аутизмом»: молодые люди не в состоянии поддерживать длительный психологический контакт друг с другом. Им не нужна эмоциональная близость, не интересен внутренний мир другого человека. Проще отказаться от общения с человеком, чем подстраиваться под его характер.

Постоянное генерирование и восприятие информационных потоков способствует формированию **клипового** – образного, но вместе с тем фрагментарного – мышления, предпочитающего яркие, динамичные, конкретные образы, однако нередко схематичные и стереотипные.

Задание 16. Проанализируйте примеры метафорической интерпретации концепта «информация» в современных массмедиа (использованы материалы статьи А.А. Таляниной, О.А. Усачевой «Метафорическая репрезентация информации в современной публицистике» [33]). Определите используемые метафорические модели. Какие ключевые смыслы восприятия информации в современном обществе актуализируют эти метафоры? Приведите примеры известных вам терминологических метафор, характеризующих информацию.

1) Мы живем в сверхмощном информационном потоке, потребляем колоссальное количество контента. 2) Общество тонет в потоках информации. 3) На вас надвигается информационный шквал. 4) Тот, кто владеет информацией, обладает огромным преимуществом в любой сфере жизни. 5) Информация очень многое решает в жизни человека. Фактически человек, который обладает информацией, – уверенный человек. 6) Производство информации стало индустрией. 7) Как поставить на поток производство контента. 8) Производство дезинформации и уловок поставлено на поток. 9) В современном мире информация – ценный товар. 10) Информация должна приносить пользу. Это дорогой товар. 11) Когда мы анализируем информацию, мы ее как бы «пережевываем», как пищу, и она уже не вся целиком попадает в наш мозг. 12) Учителя и представители других педагогических профессий называют информацию, поступающую из Сети, «жвачкой для мозга». 13) У современного потребителя не так много свободного времени, и поэтому он предпочитает «информационный фастфуд», который должен быть ярким, образным, коротким, эмоциональным и запоминающимся. 14) Почему информационное обжорство разрушает мозг и как это остановить. 15) Мы больше не контролируем свою цифровую прожорливость. 16) Новостное сообщение, таким образом, превращается в когнитивный мусор. 17) Почему-то никто не приносит извинения за весь тот мусор, который они публиковали в течение года. 18) Дуров призвал людей не захламлять голову бесполезным контентом. 19) Социальные сети, радио, телевидение и другие источники информации не только помогают нам жить активно, но и «засоряют» мозг. 20) От информационного шума не спрятаться. 21) Социальные сети для создания информационного шума в вашей голове – самое то. Столько бесполезной информации не генерирует ничто. 22) Информационный грохот пандемии заглушил весной

2020 года другие новости. 23) Это не мешает ей наводить информационный шорох в самой посещаемой и бойкой соцсети мира. 24) Мы находимся в ситуации информационной обороны, а в обороне очень сложно победить. По нашему крымскому мнению, давно пора переходить в информационное наступление и самим формировать инфоповоды. 25) В прошлом году искусственный интеллект стал настоящей информационной бомбой. 26) Точно так же, как западные вооружения сегодня обстреливают города Донбасса и освобожденных территорий, западная пропаганда выпускает «информационные снаряды» по собственным гражданам. 27) Расстройства внимания, кратковременные расстройства памяти – первые признаки передозировки информацией. 28) Читая блог «совестливого» блогера, слушая либеральное радио или смотря программу «независимого» журналиста, вы рискуете подцепить «информационный вирус». 29) Главный симптом инфодемии – переизбыток сведений: точных, не совсем точных и совсем не точных. 30) Сегодня можно наблюдать самую настоящую информационную интоксикацию. Избыток информации действует на психику разрушительным образом. 31) Мы живем в цифровом мире, где информация диктует нам, что смотреть, читать, покупать и кому доверять. 32) Бесконечные обновления соцсетей, горячие новости и свежие события заставляют нас беспокоиться об упущении чего-то важного.

Задание 17. Проанализируйте примеры выражения позитивной и негативной оценки цифровизации образования в массмедиа. (Использованы материалы курсовой работы Е.И. Маковеенко [20]). С помощью каких языковых средств создается позитивный или негативный контекст? Охарактеризуйте смыслы, реализуемые в данных высказываниях. Опишите их воздействие на адресата. Какую реакцию стремится вызвать каждый из авторов? Какое из

полярных мнений кажется вам более убедительным с точки зрения используемых аргументов и риторики? Почему?

1. 1) Цифровые технологии позволяют разгрузить как детей, так и учителей от таких вещей, которые может за них сделать компьютер. 2) Цифровизация образования – не просто модный тренд, а новая реальность, открывающая удивительные возможности. 3) Сейчас благодаря технологии мы больше внимания стали уделять коммуникации, меньше – заучиванию правил. 4) Цифра не замена, цифра хороший помощник! 5) Цифровые инструменты в образовании открывают перед педагогами большие возможности. 6) Учителя возлагают большие надежды на потенциал ИИ, видя в нем инструмент для повышения эффективности обучения… 7) Благодаря современным технологиям обучение становится более доступным, интерактивным и увлекательным. 8) Для первоклассников, которым подарили их первый смартфон или которые активно используют гаджеты родителей, школьный мир кажется не таким ярким и интересным; они разочарованы. И цифра могла бы помочь вовлечь детей в процесс обучения. 9) С помощью новых технологий дети осваивают цифровую грамотность.

2. 1) Цифровые эксперименты разваливают школы. 2) Цифровизация – заказное убийство российского образования. 3) Цифровое обучение лишит детей мыслительной способности. 4) Использование компьютерных технологий в обучении ведет к цифровому слабоумию: у детей происходит атрофия участков мозга, и они уже не могут нормально развиваться. 5) Современные технологии будут отвлекать детей от обучения. 6) Ведение документации в цифре отнимает у учителей массу времени и не приводит к повышению уровня знаний школьников. 7) Электронные доски очень вредны. Они портят детям зрение, электромагнитное излучение вредно влияет на мозг, эндокринную систему. 8) Направление на цифровизацию, выбранное чиновниками, ведет к серьезному падению уровня

образования, последствия которого могут оказаться катастрофическими. 9) Сегодня в школьном образовании из-за цифровизации очень страдает системный подход, а еще уже несколько десятилетий нет научного подхода, который бы позволял детям самостоятельно изучать материал и делать научные открытия в будущем. 10) Цифровой формат не способен развивать личность.

Задание 18. В приведенных примерах интернет-общения найдите случаи проявления речевой агрессии. Какие слова и выражения используются для оскорбления, унижения собеседника? Определите наступательную и ответную агрессию; прямой и косвенный способ выражения агрессии. Предложите альтернативные способы передачи мыслей и эмоций говорящих, соответствующие нормам речевого общения.

1) Nokia полностью прекратит деятельность в России.

Алина Колосова: Этой фирмой вообще кто-то еще пользовался там?) Я думаю, что про них давно уж все забыли.

Виктор Семенов: Алина, ты так думаешь потому, что ты тупица. Эта фирма обеспечивала оборудованием базовые станции.

Батыр ответил Виктору: Да эта дура думает, что нокиа – это только кнопочный телефон, что с них взять... [47].

2) Россия на месяц стала председателем Совбеза ООН.

Олег Черкасов: На приколы первоапрельские похоже, ибо в этот день во многих пабликах прикалываются, придумывая что-то. Лично я не верю, учитывая враждебную позицию ООН к России.

Варвара Самсонова: Олег, лично тебя забыли спросить!

Олег Черкасов: Варвара, Вам лечиться надо, от простого коммента такая агрессия, что же с вами тогда в жизни происходит, беспокоюсь о вашем окружении.

Варвара Самсонова: Олег, это ты о чем, шизик? Как вшивый о бане, так и ты о лечении. Похоже недавно оттуда, а, шизофрен? [29].

Задание 19. Выделите тематические группы средств выражения негативной оценки умственных способностей собеседника в интернет-общении на политические темы [23]. Определите способ выражения речевой агрессии – прямой или косвенный. Каковы коммуникативные намерения говорящего при выборе того или иного способа? Является ли речевая агрессия осознанной стратегией (провокации оппонента на ошибку, перехвата инициативы, привлечения аудитории и т.д.) или спонтанной эмоциональной реакцией? Как это можно определить? Влияет ли на уровень и характер речевой агрессии формат коммуникации (прямые теледебаты, ток-шоу, парламентские слушания, соцсети и др.)? Можно ли считать проявлениями речевой агрессии иронию и риторические вопросы? Может ли агрессивный дискурс выполнять позитивную функцию? Как вы оцениваете эффективность такого общения? Как реагировать на проявления речевой агрессии в публичном поле: пресекать, игнорировать или поддерживать, так как это возбуждает интерес аудитории?

1) Александр, я вам неоднократно говорил, что вы тупой. И каждый раз вы это подтверждаете. 2) Не лезь со своей детской дурью в разговоры взрослых дядь. 3) Тупейшая курица, иди в курятник. 4) Артем, обвинять одного человека во всем – признак недалекого ума. 5) Николай, с тобой, идиотом, никто не разговаривал. 6) Что за бред вы постите? 7) Мальчик, ты в каком классе учишься? 8) Сходи в больничку, проверься. 9) Светлана, фуууу, ну и безмозглое хамло тут сидит. 10) Откуда вы, аутисты, беретесь? 11) Олег, «не торопись» пишется раздельно. «Не» с глаголами пишется раздельно, иди в школу, папуас, и не засоряй эфир. 12) Прекрасный уровень интеллекта у женского пола. 13) Бурные аплодисменты Вашему неумению отвечать и незнанию предмета! Бурные аплодисменты!!! 14) Не щелкай клювом, несушка. 15) Ну ты и правда наитупейший, я тебе про Фому, а ты мне про Ерему... 16) Иди Мурзилку почитай, дитя. 17) Читай внимательнее мои слова, баран слепой.

18) Не напрягайте мозги, они уже не выполняют своей функции. 19) Скучно спорить с человеком прочитавшем три книги: букварь, вторую и синенькую. 20) Не выставляйте себя полным придурком и, если что-то утверждаете серьезное, подкрепляйте фактами. 21) Александр, у вас еще и шизофрения, батенька! Ну ясно! 22) Как можно дальше разговаривать, если ты несешь такуууую ересь. 23) С головой все в порядке? Может уже пора к невропатологу? 24) Помолчи, дятел тугодумный. 25) Владислав, вроде взрослый человек, а мыслишь как школьник! 26) Боишься ехать ко мне? С психбольницы поезда не ходят? 27) Не волнуйся, и на твоей улице перевернется грузовик с умными мыслями. 28) Дима, ЕГЭ провалил???? 29) Алексей, у вас в ГПТУ был предмет история? 30) Ты еще мал и глуп, чтобы мне тут тыкать. 31) Браво! Браво! Браво! Жму Ваш руку и спасибо за умный комментарий! Вы прекрасный диванный аналитик! 32) Какой у вас просроченный мозг! 33) Ты полнейшую чушь не неси. 34) А русский язык выучить перед тем, как лезть в политику нельзя? 35) ВЫ – абсолютный ДВОЕЧНИК. 36) Александр, будет желание и появятся мозги, найдете и исследования по поводу голода 30-х. 37) Расставь нормально запятые, а то непонятно, о чем ты говоришь.

Задание 20. В чем заключается специфика употребления наречий с негативной семантикой в приведенных примерах интернет-общения? С какой целью авторы используют такие выражения? Каковы причины широкого распространения подобных фраз в интернет-среде?

1) Чертовски выгодный маркетолог. 2) Мужчина адски красив и чертовски умен, но без чувства юмора. 3) Жутко было интересно, что же там такое. 4) Я, конечно, смертельно рад, что у меня в деревне есть ноутбук. 5) Девочка стала страшно известной и чудовищно богатой.

Задание 21. Проанализируйте представленные фрагменты интервью с женщинами – руководителями транспортных компаний. (Использованы материалы статьи Чернявской Н.А., Усачевой О.А., Темниковой Н.Ю. и др. [45]). Определите коммуникативные стратегии, которые женщины-лидеры, работающие в традиционно мужских сферах производства, используют для выстраивания своего профессионального образа и управления персоналом. Как интервьюируемые описывают свой путь в профессию и роль руководителя? Упоминают ли они свою гендерную идентичность? Если да, то в каком ключе (как барьер, как ресурс, как непринципиальный фактор)? Какие языковые средства используются при этом? Как они описывают взаимодействие с преимущественно мужским коллективом: делают акцент на гендерноориентированном подходе или на универсальных профессиональных принципах? Как характеризуют возникающие трудности управления: как системные (отраслевые), как личностно-коммуникативные или как гендерно обусловленные? Проявляется или отрицается в их речи необходимость доказывать свою компетентность? Какие дискурсивные модели лидерства просматриваются в их речи? Противоречат ли они традиционным гендерным ожиданиям или соответствуют им? Сделайте вывод о закономерностях опыта управления в условиях гендерной маркированности профессиональной сферы. О чем корректнее говорить применительно к рассматриваемой ситуации – о «женском» стиле лидерства или об арсенале гибких коммуникативных и управленческих тактик, применяемых для эффективного взаимодействия? Есть ли основания выделять и противопоставлять мужской и женский стили лидерства? Почему вы так считаете?

1) Женщина в бизнесе должна быть наравне с мужчинами или даже выше, поскольку она выполняет несколько социальных ролей – сильный лидер и «хозяйка дома»: все должно быть в ее руках, под контролем. 2) На самом деле, в бизнесе нередко возникают

ситуации, когда женщине проще, чем мужчине, ведь женское обаяние ещё никто не отменял. 3) Когда я сама занимаюсь поиском сотрудников, я часто полагаюсь на свою женскую интуицию и на опыт. 4) В моем коллективе не возникает проблем с подчинением из-за того, что я женщина. Наоборот, у нас присутствует строгая субординация. Где-то коллеги меня побаиваются, в каких-то ситуациях молча восхищаются. 5) Руководителю не позволительно эмоционально срываться. Особенно женщине-руководителю. 6) У меня есть профессионалы, на мнение которых я полагаюсь. Эти люди при случае всегда помогут и расскажут все технические подробности. 7) У меня нет необходимости вникать в технические нюансы, поскольку в нашем коллективе работают настоящие профессионалы, и я на них полностью полагаюсь. 8) Задача руководителя состоит в том, чтобы … воодушевлять свою команду и вести ее к намеченной цели! 9) Иногда на планерках я замечаю, что сотрудники не могут самостоятельно принять какие-то решения, поэтому я подталкиваю их к этому. Например, были проблемы с допродажами – сотрудники не хотели предлагать дополнительные услуги. Я «на пальцах» все объяснила коллегам, показала, сколько они теряют денег – и они поняли, что дополнительные продажи могут принести хороший доход. 10) Много сил уходит на «воспитание» сотрудников. А делать это нужно каждый день. 11) Мужчины исполнительные, пунктуальные, по большей части молчаливы – в отличие от женщин. Они более лаконичны, сдержанны, менее эмоциональны, поэтому с ними проще работать. В мужском коллективе не принято сплетничать, обсуждать личную жизнь. Их интересуют рабочие моменты, результат собственного труда, карьерный рост. 12) Мужчинам необходимо точно формулировать проблему и задачу. Четкая цель, четкая задача, четкие сроки – и все будет хорошо. 13) Мужчины должны чувствовать свою значимость, важность для компании, поэтому нужно вселить в них это чувство. Я делаю так: собираю планерку, даю возможность высказаться всем, но применяю

известную женскую хитрость – решение принимаю сама, дав сотрудникам понять, что без их совета я бы не подошла к этому решению. 14) С подчиненными я выдерживаю баланс между дружескими и профессиональными отношениями. … я знаю не только имя, отчество, дни рождения, но даже у кого сколько детей. На Новый год выделяю подарки для сотрудников с детьми. Это человеческие отношения.

Задание 22. Проанализируйте 2-3 страницы своих ровесников в соцсетях: аватар, количество друзей, подписки, фото, предпочтения (музыка, видео, игры и т.д.), активность, тематика публикаций. На основе полученных наблюдений составьте психологический портрет пользователей и сделайте вывод о том, какую стратегию самопрезентации выбирает каждый из них.

Задание 23. Проанализируйте аватары соцсетей и ответьте на следующие вопросы.

Согласны ли вы с утверждением, что аватар органичен личности владельца страницы? Какую основную идею или эмоцию передает каждый из проанализированных аватаров? Какие культурные, социальные или гендерные коды в нем зашифрованы? На какую аудиторию рассчитан этот образ? Соответствует ли аватар общему стилю и тематике профиля? Дополняет ли он образ, создаваемый текстами, фото и другими материалами, или контрастирует с ними? Что может сказать о человеке картинка, которую он использует в качестве аватарки? Какие грани своей личности он выбирает показать в первую очередь, а какие – скрыть? Какие выводы можно сделать о системе ценностей и психотипе автора?

Задание 24. Самопрезентация группы. Участники делятся на микрогруппы по 4-5 человек. Каждая группа должна представить

(инсценировать) рекламу о себе. Необходимо отразить личностные особенности и коммуникативные возможности членов этой группы.

Задание 25. Подготовьте самопрезентацию, ответив на следующие вопросы: 1. Три вещи, которые мне нравятся. 2. Три вещи, которые мне не нравятся. 3. Человек, которым я восхищаюсь. 4. Место, которое я хотел бы посетить. 5. В какое суеверие я верю. 6. Мое хобби. 7. Моя самая полезная привычка. 8. Самое яркое событие из жизни.

Во время обсуждения группа отмечает самые запомнившиеся выступления и предлагает другие интересные вопросы для самопрезентации.

Задание 26. Подготовьте самопрезентацию, ответив на следующие вопросы: 1. Какую самую необычную проблему вы решали? 2. Какую самую интересную ошибку вы совершили? 3. Какую критику, прозвучавшую в ваш адрес, считаете самой полезной? 4. Какими достижениями гордитесь?

После выступлений группа обсуждает, на какие вопросы было сложно отвечать и почему.

Задание 27. Определите, какие стратегии и тактики самопрезентации использует в интервью комик-импровизатор Арсений Попов. (Использованы материалы курсовой работы Я.В. Сельсковой [31]). С какой целью известная личность обращается к тому или иному приему самопрезентации? Какие из обнаруженных стратегий и тактик являются универсальными для публичных людей, а какие специфичны для комика-импровизатора? Как вы расцениваете коммуникативное поведение комика – как спонтанное или тщательно продуманное; как откровенный диалог или как перформанс, продолжающий его сценическую роль? Можно ли сделать вывод

о характере, психотипе, системе ценностей героя интервью? Кто из известных вам стендаперов является антиподом Арсения Попова? Почему вы так думаете?

1) – А юмор, построенный на унижении, вот как ты к этому относишься? – Наверное, я буду лучше интересным, но не суперсмешным, чем я человека обижу. 2) Я хочу, чтобы для людей в первую очередь я был примером. 3) Я всего боюсь, у меня много страхов: начиная от «высших» страхов – не угодить, не понравиться, заканчивая обычными – опоздать на самолет или на поезд. 4) В обычной жизни у меня такие же страхи, как у всех. То есть я так же боюсь облажаться, у меня такое же волнение от принятия решений. 5) Я очень неподготовленный человек. Я уже постфактум понимаю, что вчера надо было сделать то и то. 6) Я по натуре очень сомневающийся человек. 7) Очень много у меня было бессознательных решений. 8) – Рассказывай о своих вредных привычках. – Я пью и курю. – Ты куришь?!! – Ну, смотри, я же актер, и если в кадре мне скажут выпить – я выпью, скажут покурить – я покурю. 9) – Я вру. Абсолютно. Я смело об этом заявляю. Когда тема неудобная, я начинаю врать. – Ты на интервью врал? – Ну, смотри...вранье – это громко сказано. Можно просто чего-то не говорить. 10) – Что бы ты изменил в своей внешности, если бы это можно было сделать по щелчку пальцев? – Я подумал «блин, а ведь это у меня и так есть, просто сделать видимым» – крылья! 11) Мне кажется, я – звезда. 12) – Ну все, мне кажется я помпезно начала. – Все хорошо, просто к тебе пришел такой гость. 13) Я думаю, что золотом покроют всё мои потомки, к чему я прикасался. 14) – Вы – король 18 века. Какое у Вас прозвище? – Арсений Великолепный. 15) Мне нравится, когда человек вот прям любит или прям ненавидит, прям хочет или не хочет. Я не люблю, когда говорят: «Ну, не знаю, можно так, можно сяк». 16) Я не сторонник кокетства «ой, я не знаю, как я сыграл, пусть зрители решают». Все я знаю, все я вижу. 17) Ну я снялся в полутора фильмах на самом деле. 18) Я почти уверен, что я просто

стал дополнительной мотивацией, там сам проект прикольный. Я уверен, что эта история интересна, ее хотят посмотреть. Не как я себя там веду, не то, что я там появлюсь. 19) Если вдруг будет неудобная тема, вы меня спасите, я имею в виду, что я не все готов обсуждать. 20) – Арсений, а как в твоей личной жизни? Дети, жена? – Всему свое время. 21) – Ваше семейное положение? – Я хочу, чтобы для каждой незамужней я был жених. 22) – У тебя же есть машина? –Да. –Какая у тебя машина? – Мм, я не разбираюсь в марках. 23) Я бегаю. Я прям стал фанатом этого всего. – Парк? Дорожка? – Где угодно. Вообще, я, знаешь, не из тех людей, кто говорит: «Ой, чет у меня некрасивые шорты». 24) Мне все говорят, что я самовлюбленный урод, а то, что я выкладываю себя в соцсети, то я просто ненавижу смотреть на еду, чужие елки. Я подписался на человека, значит, хочу видеть его.

Задание 28. Проанализируйте особенности использования прецедентов в целях самопрезентации. Какие ценностные смыслы транслируют прецедентные имена в каждом высказывании? Опишите речевой портрет говорящего. Оцените эффективность используемого им приема.

1) Я себя в образе **Дон Кихота, воюющего с ветряными мельницами**, честно говоря, не очень представляю (А. Велигжанина). 2) Я и есть тот **малыш, который кричит, что король голый**. И выхожу при этом полной дурой, с которой и водиться-то неприлично (И. Павская). 3) Я, например, **Плюшкин**, не могу ничего выбросить, все собираю (Е. Данилевич). 4) Я по натуре очень сомневающийся человек. Для меня **гамлетовская** фрустрация понятна (А. Попов). 5) Я не **Ромео**. Мне только показалось, что я **Ромео**. Какой я к черту **Ромео**!.. В общем так: отбросим иллюзии, у нас с тобой ничего не выйдет… Все! Я не **Ромео**. У меня на это нет времени… (А. Вампилов). 6) Несмотря на свое хрупкое тело, менее всего я напоминала **тургеневскую девушку**, хотя в глубине души я

была чистым, цельным и, к сожалению, гипертрофированно-ранимым человеком (Л. Гурченко). 7) Я иногда ощущаю себя **Наполеоном**: проактивная позиция, действия, ответственность за свою жизнь, волевые решения (Н. Козак). 8) Площадка залита светом. Я смотрю. Мне ужасно хочется потанцевать. Чувствую приблизительно то же, что и **Наташа Ростова** на балу (С. Боровиков). 9) Я – **Печорин** в женском варианте. Поясняю. Я мечусь от одного к другому. 10) Вызывает меня Мищенко и начинает разговор о том о сем, а карт не открывает. Я тоже перед ним **Швейком** прикинулся. Водим этак друг друга за нос – кому скорей надоест? (И. Грекова). 11) Со стороны я должен был напоминать **героя картины «Опять двойка»** (В. Ярмолинец). 12) Поступить в художественную школу было тоже непросто. Рисовать я умела, как **Остап Бендер**, поэтому первого рисунка хватило, чтобы нам посоветовали пойти в кружок фехтования (Н. Щербак).

Задание 29. Участники разбиваются на пары таким образом, чтобы партнерами стали люди, которые мало общаются друг с другом. Они вступают в следующий диалог. Один начинает свою фразу словами: «*Имя,* я думаю, нас с тобой объединяет…» и называет это общее качество, например: «Мы с тобой одинаково общительны». Партнер отвечает: «Я согласен», если он согласен, или «Я подумаю», если не согласен. И продолжает: «На мой взгляд, нас объединяет…» и называет свое качество. Даже если вы не согласны, что у вас есть это качество, все равно то, что сообщает партнер, несет в себе определенную полезную информацию о том, как мы выглядим в глазах других людей.

Задание 30. Игра «Испорченный телефон». Цель игры – показать высокую вероятность искажения информации в процессе коммуникации. Активно участвуют 5 студентов, оставшаяся часть

группы внимательно наблюдает за процессом и анализирует действия участников. В аудитории остается один из 5 студентов-участников, четверо выходят за дверь. Зачитывается короткий публицистический или деловой текст. Один из студентов возвращается в аудиторию. Тот из участников, который оставался и слушал текст, передает его содержание вошедшему слушателю. Вызывается третий студент и выслушивает пересказ второго. Третий, в свою очередь, передает содержание текста четвертому и т.п. Затем происходит обсуждение: что и почему запомнилось, что и почему ускользнуло от внимания, как преодолевать подобные затруднения?

Задание 31. Игра «Толковый словарь». Группа разбивается на тройки. Каждая получает записку, в которой значится слово, обозначающее понятие, широко употребительное, но не для всех очевидное (например: *постмодернизм, дискурс, лояльность, конфессия, ментальность, проект, компетенция*). Каждая тройка вырабатывает определение, которое и объявляет аудитории, не называя искомого слова. Требуется, чтобы определение, во-первых, правильно объясняло суть понятия, а во-вторых, чтобы слушатели поняли, о чем идет речь, и сами догадались, какое слово было в записке.

3. МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МЕДИАВОЗДЕЙСТВИЯ

В современном медиапространстве возобладали манипулятивные технологии воздействия на аудиторию, направленные на скрытое возбуждение у нее намерений, не совпадающих с актуально существующими желаниями [8]. Соответственно, основными признаками манипуляции являются: скрытое, не осознаваемое адресатом управление его восприятием и поведением; подмена целей (обман); психологическая или материальная выгода субъекта речи. Манипулятивные приемы – селекция и искажение информации, навешивание ярлыков, игра на чувствах и стереотипах и др. – вызывают дестабилизацию эмоционально-психологического состояния адресата, снижают критичность его мышления, повышают внушаемость и тем самым позволяют добиться нужной реакции.

В сфере рекламы и PR распространен **провокационный маркетинг** – привлечение внимания аудитории шокирующим контентом. Цель провокационного маркетинга – получение коммерческой прибыли посредством спланированного управления поведением потребителей. Провокация вовлекает аудиторию в некую эмоционально насыщенную игру, в процессе которой ее участники сами становятся носителями информации, которую требуется распространить. Как и любая манипуляция, провокация основана на обмане: PR-акция замаскирована под необычное и вместе с тем незапланированное, естественным образом происходящее событие: ее организаторы не призывают приобрести товар, а создают интригу, так что наблюдатели добровольно, по собственной инициативе включаются в нее. Выделяют несколько видов провокационного маркетинга. Технология **Life Placement** предполагает размещение рекламы в неожиданных местах, которые традиционно не используются в качестве рекламного носителя, – например, на теле

человека, на тротуаре, на цветочной клумбе, на дне бассейна, на туалетной бумаге, спичечных коробках, трамвайных билетах и т.д. **City teaser** – технология городских провокаций, которая заключается в том, что люди становятся свидетелями странных, ошеломляющих событий, о которых затем рассказывают другим. **Перфоманс** – уличное театральное действо, цель которого привлечь к участию зрителей. **Флешмоб** – выполнение группой людей заранее намеченных и согласованных действий в каком-нибудь оживленном месте, что является полной неожиданностью для окружающих. Действие при этом выглядит абсолютно спонтанным и в то же время абсурдным. **Эпатаж** связан с нарушением этических норм, двусмысленностью, потенциально оскорбительным характером сообщений. Необходимо помнить о том, что разоблаченная провокация может нанести вред и репутации ее организаторов, и продвигаемому бренду.

Пропаганда (от лат. *propaganda* «то, что следует распространить») – это преднамеренное и систематическое воздействие на людей для формирования у них взглядов и ответного поведения согласно замыслу пропагандиста. Пропаганда носит императивный характер и всегда эмоционально окрашена. Навязывая единственно приемлемый вариант осмысления событий и фактов и нередко искажая их, она побуждает адресата следовать определенному поведению.

Информационная война представляет собой противоборство между государствами в информационном пространстве в целях нанесения ущерба информационным системам; подрыва политической, экономической и социальной систем; массированной психологической обработки населения для дестабилизации общества и государства. Основная цель современных информационных войн – воздействие на массовое сознание и на процессы принятия политических решений. Значимым становится имиджевый аспект –

негативное влияние на репутацию государства в мировом сообществе. Для информационных войн характерно утаивание достоверной информации, активизация фейков; навязывание стереотипов; повышение социальной напряженности: нагнетание страха, паники, ажиотажа; организация провокаций.

Современное медиапространство заполнено **фейковыми** новостями, играющими значимую роль в распространении тех или иных мнений в СМИ и интернет-коммуникации. Особая популярность фейков объясняется их органичностью в эпоху постправды. Постправда – это состояние современного цифрового общества, в котором факты имеют меньшее влияние на общественное мнение, чем апелляция к эмоциям и убеждениям человека. Фейковые новости зачастую эксплуатируют инстинкты и сферу бессознательного. В силу своей эмоциональности и сенсационности они гораздо привлекательнее для массы людей, чем тривиальные новости. Фейки имеют деструктивный характер: они дестабилизируют общество, формируют ощущение тревоги и неопределенности, сеют панику, подстрекают к беспорядкам.

Пранк (от англ. *prank* «проказа, шалость, проделка»; «розыгрыш») – жанр развлекательного дискурса: телефонный розыгрыш, который, как правило, записывается и в дальнейшем распространяется в СМИ или в интернете. В последние годы в современном медиапространстве формируется новая жанровая модель – политическая пранк-журналистика. Под пранк-журналистикой понимается разновидность пранка, направленная не столько на розыгрыш жертвы, сколько на получение от нее необходимой информации, зачастую недоступной для получения другим способом.

Троллинг (от англ. *troll* «ловля рыбы на блесну») – провокативное поведение участников коммуникации, изначально нацеленное на конфронтацию. Тролль не пытается высказать свою точку зрения, установить истину, его не интересует мнение других людей.

Тролль сознательно нарушает этику сетевого взаимодействия в виде проявления различных форм агрессивного и оскорбительного поведения. Его цель – вывести собеседника «из себя», внести разлад в общение, «увести» от обсуждаемой темы, сделать диалог неконструктивным.

Серьезной проблемой современного общества является **мошенничество**. Мошенники активно осваивают новые информационные технологии и используют их в преступных целях. В основе мошенничества лежат приемы манипулятивного воздействия на другого человека. Мошенники активно используют приемы психологического давления на адресата, чаще всего эксплуатируя чувства страха и ответственности. Широкое распространение получили такие формы мошенничества, как фишинг, попрошайничество, инфоцыганство.

Задание 32. Что понимают под медиаманипулированием? Какие цели оно преследует? Какие факторы обеспечивают возможность манипулирования индивидуальным и массовым сознанием? Где проходит грань между манипулятивным приёмом и допустимым убеждающим или рекламным сообщением? Можно ли считать манипуляцией создание позитивного имиджа (пиар) или эмоциональное освещение социальной проблемы?

Задание 33. Каталог манипулятивных приёмов. Составьте таблицу, в которой соотносятся **цель** манипуляции, используемый **прием** с примерами из СМИ (навешивание ярлыков, мнимая дилемма, апелляция к стереотипам и др.) и **эмоция** или **потребность**, на которую оказывается давление. Какие закономерности или общие принципы манипулятивного воздействия на аудиторию вы можете вывести, анализируя составленную таблицу? Что делает медиапотребителя более защищённым: знание конкретных

манипулятивных приёмов или развитие общей медиаграмотности, эмоционального интеллекта и критического мышления?

Задание 34. Проанализируйте любой современный медиатекст. Найдите в нем манипулятивные приемы. Сформулируйте краткий алгоритм для критически настроенного потребителя информации, помогающий распознать возможную манипуляцию. Является ли медиаманипулирование неизбежным побочным эффектом массовой коммуникации? С чем это связано? Можно ли минимизировать его масштабы? Каким способом?

Задание 35. С какой целью к рекламе товаров и услуг привлекаются лидеры мнений? Приведите примеры такой рекламы. На основе каких критериев осуществляется выбор лидера мнения в каждом случае? Проанализируйте формат интеграции и то, как он работает на достижение цели. Какие основные риски для бренда несет сотрудничество с лидерами мнений?

Задание 36. Представьте, что вы маркетолог. Вам нужно продвинуть: а) новый экологичный бренд зубной пасты; б) онлайн-курс по программированию; в) онлайн-курс по финансовой грамотности для подростков; г) подписку на аудиокниги научно-популярного жанра; д) приложение для изучения языка через просмотр коротких видео с носителями; е) сервис по доставке фермерских продуктов.

Для каждого проекта: 1) опишите портрет идеального лидера мнений (его тематика, ценности, тип аудитории); 2) обоснуйте свой выбор; 3) предложите креативную идею для интеграции (формат, ключевое сообщение), которая будет выглядеть органично в его блоге.

Задание 37. Группа делится на подгруппы. Каждая из подгрупп получает кейс для решения. После выполнения задания сопоставьте полученные варианты с имеющимся решением. Чем объясняется достижение нужного эффекта в каждом случае?

1) Первая книга начинающего писателя не раскупается. Предложите варианты решения проблемы. (Один из возможных оригинальных вариантов – дать объявление: «Молодой миллионер познакомится с девушкой, похожей на героиню книги… [имя писателя]).

2) В собесе кошка родила котят. Повесили объявление «Желающие забрать котенка, обращайтесь в кабинет №10». Реакции не последовало. Предложите варианты решения проблемы. (Возможный ответ – изменить текст объявления: «Соцобеспечение решило выделить одиноким пенсионерам котиков. Количество ограничено. Обращаться в кабинет №10». Котят разобрали сразу же).

3) На парапете набережной Сочи масса окурков, объявление «Не сорить» не помогает. Предложите варианты решения проблемы. (Возможное решение – разместить объявление: «Бросать окурки на парапет разрешается только идиотам и лицам нетрадиционной ориентации»).

Задание 38. Какие лексемы заменены выделенными квазисинонимами в следующих примерах (использованы материалы Национального корпуса русского языка [22])? Определите, какое слово из пары является нейтральным или смягчающим, а какое – негативно окрашенным. С какой целью в современных СМИ используются такие замены? Какие новые смыслы они привносят в высказывание? Где проходит грань между допустимой эвфемизацией и манипулятивной пропагандой, направленной на обман аудитории?

1) Предшествовавший **задымлению хлопок** в начале десятого утра по местному времени слышали шахтеры, работавшие в нескольких километрах от 33-го, нижнего горизонта «Листвяжной».

По словам свидетелей, по всем выработкам пронеслась и взрывная волна, которую они характеризовали как резкое движение воздуха. 2) В результате **подтопления** в городе погиб один человек, его унесло потоком воды. 3) Помощник министра здравоохранения России Алексей Кузнецов сообщил, что при **жёсткой посадке** самолета в Татарстане погибли 16 человек, ещё шестеро пострадали. 4) Сельское хозяйство потеряло пусть и немного – 0,2 процента, однако крайне неприятен сам факт ухода аграриев в зону **отрицательного роста**. 5) **Индексация цен** на газ составит 3 % для всех групп российских потребителей, отмечает Министерство. 6) Предложенные меры сократят время на обработку данных, содержащихся в документах проверяемого лица, и будут способствовать **оптимизации** штата сотрудников, которые обрабатывают эту информацию.

Задание 39. Игра «Эксперты». Выбирается актуальная для группы проблема. Группа делится на подгруппы. Каждой подгруппе дается индивидуальный инструктаж. Одна подгруппа в процессе обсуждения должна проводить тактику преуменьшения проблемы и убеждения фактами / рациональными аргументами, другая – тактику обмана, третья – вселять страх и панику, четвертая – уводить от темы. Нужно выбрать ведущего, который будет вести «ток-шоу». Эксперты высказываются, спорят. После короткой дискуссии аудитория определяет, кто был более убедителен, а затем – какую роль играл тот или иной эксперт; какая тактика оказалась наиболее выгодной, какая – наиболее целесообразной, какая – неудачной и почему?

Задание 40. Подберите публикацию о какой-либо медийной личности. На основе фактов и аргументов, содержащихся в этой публикации, вынесите суждение о ее герое, прямо противоположное выводам журналиста. Прокомментируйте использованные вами приемы.

Задание 41. Выпишите из новостной ленты сообщения разных медиа об одном и том же событии. Проследите, как меняется смысл сообщения в зависимости от формирующих его языковых единиц.

Задание 42. Поясните смысл афоризма Г. К. Лихтенберга «Самая опасная ложь – слегка извращенная истина». Чем тактика незначительного искажения факта отличается от прямой дезинформации (фейка), пропаганды, субъективного мнения или интерпретации? Почему «слегка извращенная» правда опаснее откровенного вымысла? Какие конкретные приемы позволяют «слегка извратить» ее? Найдите в современных медиа примеры сообщений, которые можно считать «слегка извращенной истиной». Для каждого примера: 1) опишите реальный факт, 2) покажите, как и с какой целью он был искажен, 3) объясните, почему эта ложь опаснее, чем полная выдумка на ту же тему. К каким последствиям ведет систематическое использование такой тактики в публичном пространстве?

Задание 43. Проанализируйте рецензии на художественный фильм «Бременские музыканты» (2023 г.). Определите основную идею каждого из текстов. Какими средствами достигается ее реализация? Какие приемы используются авторами для аргументации, какие – для усиления оценки? Прибегают ли авторы к манипулятивным приемам воздействия на читателя? Покажите, как одни и те же элементы фильма (например, новые песни) интерпретируются как достоинства или недостатки за счёт разных риторических приемов. В каких рецензиях сравнение с советским мультфильмом используется как безусловный эталон, в каких – как исходная точка для полемики? Как отражается в рецензиях современный культурный и идеологический контекст? Определите ведущую коммуникативную

стратегию каждого автора. Являются ли современные рецензии в первую очередь анализом и оценкой фильма или же они становятся самостоятельным медийным продуктом, чья цель – не столько анализ, сколько привлечение внимания к самому тексту и его автору?

Напишите короткий фрагмент рецензии на современный фильм: 1) как ярый защитник новой версии, 2) как непримиримый критик. Используйте приёмы, выявленные в ходе анализа.

1. «Ничего на свете лучше нету»: рецензия на фильм «Бременские музыканты»

1 января в широкий прокат выходит мюзикл по мотивам советского мультфильма «Бременские музыканты». Алексей Нужный осовременивает и переосмысляет классику. В связную историю лента порой не складывается, но главные смыслы доносит, искренние эмоции вызывает, а ещё заставляет подпевать легендарным песням.

Маленький Трубадур (Мирон Проворов) теряет маму (Юлия Пересильд) и уходит зарабатывать деньги в город Бремен. Единственное, что он хорошо умеет, – это петь свои песни от чистого сердца и привлекать этим людей. Его даром пользуется разбойница Луиза (Мария Аронова). Однако ее банду накрывают, и Трубадур оказывается крайним. Мальчика сажают в тюрьму. Повзрослевший Трубадур (Тихон Жизневский) выходит из заключения. Герой встречает группу уличных музыкантов. Вместе они едут покорять сердца слушателей на самом большом фестивале вселенной. Также с ними сбегает из Бремена и Принцесса (Валентина Ляпина), уставшая от гиперопеки своего отца (Сергей Бурунов).

Остаться равнодушным к осовремененной экранизации советского мультфильма вряд ли возможно. На недочеты истории и драматургические ходы можно смело закрыть глаза, когда с экрана звучат песни о дружбе, любви и приключениях, написанные

композитором Геннадием Гладковым, а теперь переработанные Максимом Фадеевым. Так звучит свежее и легче. Так можно увлечь молодую аудиторию. Когда-то в основу советского мультфильма лег вольный пересказ истории братьев Гримм. В основу же киномюзикла Алексея Нужного лег тот самый советский мультфильм, причем исключительно первая часть, вышедшая в 1969 году. Это не столько дань уважения, сколько сложившийся канон, от которого как бы негласно нельзя отступать. Повторы, безусловно, угадываются, но история другая, немного переосмысленная. Зритель знакомится с предысторией Трубадура, а еще погружается в более сложные конфликты. На одной любви к Принцессе вывезти фильм было бы трудно. Поэтому создатели нарастили спор героя с разбойниками, добавили ему желания отомстить за несправедливость и глубокую связь с обещанием, данным погибшей маме, а также ввели изначальную неприязнь к бродячим музыкантам. А любовь во всем этом букете проблем – лишь необходимый элемент, без которого априори нельзя.

В попытке связать все музыкальные номера единой канвой сюжета режиссер немного теряется в сценарии. Из-за этого связки порой выглядят натужно и кривовато, а конфликты решаются вдохновляющим диалогом или волшебством. Однако же при всем этом история работает очень точно. Она цепляет энергетикой, динамикой, яркостью событий и, конечно, песнями, которым хочется подпевать. Сами же музыкальные номера обретают не только новые аранжировки, но и даже рэп-куплеты. А некоторые песни и вовсе написаны специально для фильма. Баланс между бережным отношением к оригиналу и попыткой высказаться в новой форме однозначно соблюден. Больше всего впечатляет масштаб художественной постановки – декорации, костюмы, маски животных-музыкантов. За всем этим виден невероятный труд и трепет к деталям.

Мюзиклов в наши дни снимается мало. И Нужный врывается в эту сферу громко. Кроме того, еще одна большая удача фильма – актерский состав. Очень трудно представить других исполнителей – все типажи соответствуют персонажам не только пластически, но и душевно.

«Бременские музыканты» предлагают нам вспомнить о силе любви и дружбы, о простых наивных идеях и легком хулиганстве, которого порой не хватает и взрослым, и детям. После просмотра фильма возникают приятное чувство ностальгии и желание совершить что-нибудь доброе [21].

2. Старая сказка на новый лад

«Бременские музыканты». Очередные. В расчете на новогоднюю кассу. Расчет оправдался: при бюджете 1,2 миллиарда рублей за первые две недели проката фильм собрал в российских кинотеатрах уже вдвое больше, то есть вышел в ноль (половину заработков забирают прокатчики). Думаю, как и «Чебурашку» год назад, картину будут крутить еще долго, она точно станет прибыльной. Вместе с «Бременскими музыкантами» стартовал «Холоп-2» и пока заработал больше, но это не семейное кино, детей на него не поведешь.

Идея снять игровой фильм по мотивам культового мультфильма (1969-1973) родилась еще в конце прошлого века у актера Александра Абдулова, решившего попробовать себя в режиссуре. Сценарий написал его друг Сергей Соловьев, актерская команда собралась фантастическая: Анастасия Вертинская, Михаил Пуговкин, Олег и Филипп Янковские, Александры Лазаревы, Светлана Немоляева, Леонид Ярмольник, Михаил Глузский, Александр Збруев, Семен Фарада и сам Абдулов… Получилось нечто пестрое, шумное и довольно глупое. Фильм с треском провалился в прокате. Многие ли из вас, дорогие читатели, видели его? Вот то-то.

Нынешнюю попытку возглавил режиссер Алексей Нужный («Елки новые», «Я худею»), очень нужный сегодняшнему кинопрокату. «Бременские музыканты» залы заполнили, что говорит о падении вкусов почтеннейшей публики – на абдуловский фильм все же не ходили. Жаль детей, которым портят вкус.

Зверей-музыкантов сыграли популярные Ирина Горбачева, Роман Курцын, Дмитрий Дюжев… Но их лица закрыты масками, артистов мы не видим. Это как в фильме «Как Гринч украл Рождество»: Джим Кэрри был полностью закрыт костюмом Гринча, а в дублированной версии еще и голос его пропал – на афише Кэрри указан, а на экране его нет… Гениального Сыщика сыграл Константин Хабенский. Ну как – сыграл. Скорее обозначил: я Гениальный Сыщик…

Поскольку это продюсерский проект Никиты Михалкова, мы не удивились, когда услышали: «Господа! Вы звери, господа!» Эта как бы убойная шутка была встречена залом в полной тишине – не только дети, но и их родители не видели фильм Никиты Сергеевича «Раба любви», откуда эта цитата. И другие-то шутки, вот в чем беда, настолько примитивны, что становится неловко за сценаристов. Например, проходит конкурс художественной самодеятельности. Судит Король (Сергей Бурунов). Если номер не понравился, исполнитель получает королевский пендель – огромная пружина вышибает человека со сцены в неоглядную даль. Смешно. Кому? Ну наверное Никите Сергеевичу…

Музыкальная основа – то, что написано для мультиков Геннадием Гладковым, Царствие ему Небесное. Но для полнометражного игрового фильма этого мало, и на выручку приходит Максим Фадеев, продюсер Линды и других известных проектов. Вот тут уж совсем катастрофа. В соседстве с гладковскими песнями творения Фадеева звучат совершенно беспомощно, им никогда не стать народными хитами, которые поют в компаниях.

Так вести детей на такое или не вести? Вам решать, конечно. Но если посмотрите всей семьей те самые советские мультфильмы, на которых паразитируют нынешние кинематографисты, точно не пожалеете [16].

3. Ослы, короли и капуста. Лидия Маслова – о тайном смысле новых «Бременских музыкантов»

Нетрудно предположить, что идея «реанимации» знаменитого советского мультфильма «Бременские музыканты» была вдохновлена прошлогодним кассовым успехом «Чебурашки», создатели которого сами не ожидали пролившегося на них золотого дождя. Убедившись, что классика советской мультипликации по-прежнему вызывает безотказный отклик в зрительских сердцах, права на ребрендинг цикла Эдуарда Успенского про друзей из Простоквашина оперативно застолбил Сарик Андреасян, а другие сметливые продюсеры здраво рассудили, что и «Бременские музыканты» вполне могут стать новогодним Клондайком.

Невозможно представить, какая досадная случайность может помешать осуществлению этого блестящего бизнес-плана: если бы существовал соответствующий тотализатор, азартные люди сейчас могли бы делать ставки на то, во сколько раз сборы новых «Бременских музыкантов» превзойдут надои «Чебурашки». В пользу «Бременских» убедительно говорит уже само по себе жанровое превосходство: мюзикл еще эффективнее работает на чисто рефлекторном уровне, и первые же аккорды шлягера «Ничего на свете лучше нету…» начисто сметают закравшиеся было в зрительскую голову сомнения насчет драматургических неувязок, нелогичных нелепостей, дегенеративности психологических портретов героев и неостроумной пурги, которую они несут в промежутках между музыкальными номерами.

С другой стороны, любой осовременивающий ребрендинг классики неизбежно воспринимается настороженно и амбивалентно. Со-

здатели новых «Бременских» даже попытались симулировать самоиронию в главном каламбуре фильма: «Ребрендинг? Это когда ребра ломают?» Эта шутка, ввиду отсутствия других полноценных острот, на разные лады повторяется неоднократно и вложена в уста Осла (Дмитрий Дюжев) – несомненно, самого трагического и страдательного персонажа, на котором во многом держалась вся драматургическая конструкция и в советские времена.

Самый могучий, хотя, вероятно, и не самый мелодичный из четверки поющих животных, Осел тащит на себе тележку с верными друзьями и удерживает на своей спине акробатическую пирамиду, с вершины которой Трубадур сигает на балкон к Принцессе. А в новом фильме Осел спасает всю честную компанию, притворившись мертвым и тем самым отвлекая внимание местной полиции. Самое интересное, что стражников отпугивает не сам вид мнимого трупа с вывалившимся изо рта языком, а исходящий от него убедительный запах падали. Неудивительно, что и мультикультурная калмычка (Тереза Диуро) на ресепшене музыкального «фестиваля мечты» шутит, что зарегистрирует опоздавших участников, если они принесут в жертву Осла (возможность процитировать афоризм О. Бендера «От мертвого осла уши» авторы, к сожалению, упустили).

В этот момент становится окончательно понятно, что авторам сценария (режиссеру Алексею Нужному и оператору Игорю Гринякину) было в принципе все равно, что писать. Их «Бременские музыканты» скомпонованы примерно по тому же принципу, что и одна из новых песен в фильме (увы, в нем звучат не только старые) – это примерно такое же буриме, в какое нечаянно сыграли в деревне Простоквашино дядя Федор, кот Матроскин и пес Шарик, добавляющие каждый по строчке к коллективному абсурдистскому посланию. «Я никогда не могла сесть и что-то написать», – сочиняет первую фразу новой песни Принцесса (Валентина Ляпина). «Не хочется мне петь,

в любовь не верю я», – подхватывает Трубадур (Тихон Жизневский). Дальнейшие размышления животно-человеческого секстета на тему, а что же будет, «если сердце распахнуть», рождают все-таки пару условно приемлемых рифм – «тоску – кукареку», а главное, афоризм, который мог бы стать слоганом всего фильма: «Не надо уметь – просто надо хотеть».

Что касается темы взаимоотношений и субординации между человеком и животными, то новые «Бременские» решают ее в несколько ином ключе, чем «Чебурашка», где заглавный герой добровольно отказывался быть человеком, неприятно пораженный тем, как легко и непринужденно люди лгут и предают. В «Бременских музыкантах» животные, хоть и могут иногда процитировать советскую киноклассику («Господа, вы звери, господа!»), все-таки явно существа второго сорта. «Без человека нас особо не воспринимают», – так объясняет Кошка (Ирина Горбачева) причины неуспешности звериного квартета. А во время выступления животных на фестивале зажигательная песня «Мы к вам заехали на час» сначала почему-то никому не нравится, но, когда к животным присоединяется громогласный Трубадур, внезапно прилетевший на воздушном шаре, это радикально меняет дело и приводит к триумфальной победе бременских музыкантов на преждевременно завершившемся фестивале, где других претендентов мы так и не услышим (хотя это, скорее всего, к лучшему).

В целом «Бременские музыканты» следуют почтенной традиции, позволяющей авторам под прикрытием продукта для детишек («You know, for kids», как говорят в буржуазных странах) продвигать смелые идеи, не совсем соответствующие актуальной социокультурной повестке. Так, в 1969 году композитор Геннадий Гладков протащил в «Бременских музыкантов» рок-н-ролльную стилистику, а режиссер первого мультфильма из «Бременской» три-

логии Инесса Ковалевская рискнула позаимствовать прикид Трубадура и Принцессы из заграничного журнала мод (брюки клеш, мини-платьице). Вот и новые «Бременские», как и всякий детский фильм, написанный взрослыми дядями, интересны не официально декларируемым воспитательным месседжем (надо петь от чистого сердца, а не корысти ради, иначе ничего не получится), а тем, о чем дяди проговариваются непроизвольно.

В этом смысле дешифровка «Бременских музыкантов» особого труда не представляет: ключ к пониманию смысла этого произведения можно обнаружить через несколько минут после начала, в сцене, когда маленький, но амбициозный Трубадур (Мирон Проворов) вкатывается со своим музыкальным товаром на бременский рынок в тачке, наполненной свежей капустой [26].

Задание 44. Проанализируйте примеры использования метафор как инструмента корректирующей коммуникации в блоге Малки Лоренц (Софии Кочетовой), посвященном проблемам межличностных отношений [46]. Определите, какие функции реализуют метафоры: объясняющую (интерпретационную), оценочную, трансформационную (меняющую картину мира или ракурс восприятия настоящего), сценарную (выстраивание нового сценария поведения и / или образа жизни), регулирующую (побуждение адресата к действию). Насколько, на ваш взгляд, эффективно использование каждой из приведенных метафор в целях психологической поддержки, совета читателям блога в трудной жизненной ситуации?

1) Ни вы ему не поможете, ни он вам. Кончиться может очень плохо. Когда есть два ребенка и оба хотят на ручки – им друг друга не поднять. 2) Если женщина взялась рулить и покрикивать, то это не от большого счастья. В эту роль по доброй воле не входят. Лейтенант принимает полк только в одном случае – когда больше некому, когда командир убит. Поэтому в вашем случае все вопросы

к командиру. 3) Мужчина изначально негодный, бомж и голодранец. … косячит, измывается и мотает нервы. Будь он ровней – это было бы просто обидно и неприятно. Но он не ровня. И ведет себя не по чину. И вы себя чувствуете офицером, которого гоняет денщик. А это уже не просто неприятно, это стыдно. Даже если полк расквартирован в уездном городе и от скуки можно сдохнуть, ни один офицер не станет развлекаться, вникая в капризы денщика. Он лучше пойдет на бильярде поиграет. 4) Вы решили мужа не грузить – это вы не под него прогнулись, наоборот – вы отобрали у него руль. Теперь только вы решаете, какая вы и как себя ведете. … Вы можете решать не только, какой быть вам, но и каким быть ему. Это следующий уровень власти и контроля. А главное – вы станете хозяйкой не только себе, но и ему. 5) Почему вы стали жить у него, а к детям бегать в гости? … это был точно его сценарий, не ваш. 6) Попробуйте перехватить у него мячик. Обижайтесь и скандальте сами ... Либо ему это понравится, либо он станет вести себя поаккуратнее. В любом случае веревочка будет уже у вас, и за нее всегда можно будет подергать. 7) Вам не сделать из него себе пару, даже если у вас найдутся деньги поселить его где надо, посадить за руль и устроить на приличную работу. Это все равно будет игра в куклы, вы можете сделать этой кукле любую прическу, но вам ее не оживить. 8) Он вам морочил голову 11 лет, пока не увидел, что вы вдруг стали довольны жизнью. Этого он стерпеть не мог, побежал, догнал и вернул в стойло. Может быть, он теперь станет лучше вас сторожить. … Но если вы дадите себя привязать, он расслабится совершенно точно. Потому что привязанного сторожить не надо, он и так не убежит. 9) Это вам приспичило его подобрать и делать из него человека. … Вы его отмыли, проглистогонили и бантик на шею повязали. Хотите иметь его пожизненно домашним питомцем? Тогда будьте и дальше за него в ответе. 10) Терпите ее [свекровь] как капающий кран. … Не надо ни дружить, ни бороться с неисправной

сантехникой. Она вас все равно не услышит. Сантехникой нужно просто пользоваться. 11) [О женатом мужчине]: …другой человек для вас … как вечернее платье, которое вы никогда не наденете, потому что некуда, но вы горды, что оно у вас есть, и навещаете его в шкафу, и примеряете его одна перед зеркалом. 12) У вас есть полкотлеты и пол-огурца. И то, и другое довольно несвежее. С одним скучно, другой мудак. Обоим на вас плевать. 13) Веру в мужчин вам потерять было не с чего. Вы пока не видели ни одного мужчины. Вы разговаривали с печеньем. Со временем вы научитесь отличать пряничного человечка от настоящего. 14) Женщины почти всегда стараются сперва кого-то найти, а потом уже уходить. Как обезьяна, прежде чем отпустить ветку, сперва хватается за следующую. Это разумно, да. Но это деловитое карабканье. А если вы просто отпустите свою ветку, то до следующей ветки у вас будет полет. 15) Я знаю, что это значит, когда никто не нравится. И подождать не всегда помогает, можно увязнуть в этом анабиозе, как заснуть в снегу. Когда засыпаешь в снегу, надо заставить себя двигаться, иначе смерть. Замутите с любым, кто мало-мальски годится.

Задание 45. В чем специфика визуальной метафоры? К каким видам образов она обращается для мгновенной передачи сложной идеи? Приведите примеры использования визуальных метафор в рекламе. На какую целевую аудиторию рассчитана каждая из них? Можно ли считать эти метафоры манипулятивными? Создают ли они чрезмерно упрощенную, идеализированную или, наоборот, пугающую картину реальности, чтобы повлиять на решение зрителя?

Задание 46. Проанализируйте рекламные плакаты с метафорической составляющей. Охарактеризуйте цветовую гамму, рисунки, шрифт плакатов, их взаимодействие с вербальным компонентом.

Определите метафорические смыслы, реализуемые в рамках плаката. Что позволяет авторам увеличить воздействующий потенциал метафоры?

Задание 47. Приведите примеры рекламных плакатов, где изображение, текст и цвет конфликтуют, затрудняя понимание. Объясните причину неудачи.

Задание 48. Посмотрите ролик, рекламирующий инвестиции в разработку технологии использования энергии ветра [14], и оцените его эффективность, ответив на следующие вопросы. Какой прием воздействия лежит в основе этого ролика? Какие эмоции вызывает у вас основной визуальный образ? Как реклама балансирует между эмоциональной метафорой и необходимостью донести прагматическую информацию? В какой момент и как именно происходит переход от образа к фактам? Работает ли эффект неожиданности на усиление основной идеи или, наоборот, отвлекает от сути сообщения? Помогает ли он ролику выделиться и запомниться среди традиционной рекламы? На какую целевую аудиторию, по вашему мнению, рассчитан этот механизм воздействия? На массового зрителя, которого нужно вдохновить, или на потенциального инвестора, которого нужно убедить в перспективности технологии?

Задание 49. Проанализируйте несколько рекламных плакатов известных российских авиакомпаний: UTair, Airlines и Аэрофлот. Выявите манипулятивные приемы воздействия на адресата. Объясните механизмы манипуляции, ответив на следующие вопросы. Кто или что оказывается в фокусе? Какова позиция наблюдателя? Какие цвета доминируют, о чем это говорит? Какой образ «идеального мира» создает каждый плакат? На какие базовые ценности опирается? Какие проблемы аудитории решает, даже если они не заявлены? Какой стратегии придерживается каждая компания?

Задание 50. Определите особенности словообразования приведенных ниже наименований лекарственных средств. Какое воздействие данные номинации оказывают на потребителя? Как можно объяснить активизацию подобных названий на современном фармацевтическом рынке? Дополните перечень своими примерами.

Негрустин, Бебинос, Антигриппин, Венарус, Диабетон, Бронхикум, Гриппубей, Апохмелин, Стопангин, Дермавит, Суставит, Успокой, Венолекс, Риностоп, Адепресс, Травмалгон, Антиангин, Бронхипрет, Угрисепт, Не-бол, Спазмалгон, Ангинет, Зорковит.

Задание 51. Подберите прецедентные имена или ситуации для рекламы следующих товаров и услуг: шоколада; чая; мороженого; зубной пасты; автомобиля; спортивной одежды; салона красоты; медицинских услуг; фитнес-центра; банка; образовательной организации.

Задание 52. Какие приемы воздействия на потребителя используются в следующих рекламных слоганах? Все ли они манипулятивны?

1) Попробуйте корнесы. Чипсы, которые можно. 2) Самый дорогой санаторий в Кисловодске: выбор успешных. 3) Мистраль. Не думайте о гречке. Мы отобрали только вкусную. 4) В нем меньше жира и больше белка, он вам понравится наверняка – новый фарш «Петелинка». Стал еще лучше! 5) Интернет, который работает как надо. 6) La Roche-Posay: 50 лет меняем вашу кожу к лучшему. 7) Да кто ты такая, чтобы отказывать себе в сладком? – реклама конфет RED DELIGHT. 8) Тот самый вкус детства! – реклама книги Александра Киселева «Советские торты и пирожные». 9) Ряженка «Пестравка». Здоровые традиции. 10) Наггетсы Вязанка. Дети обожают, мамы доверяют.

Задание 53. Проанализируйте рекламный текст издательства Росмэн о выпуске серии книг «Та самая книжка». Определите механизмы воздействия на эмоциональную сферу потребителя. В чем заключается воздействующий эффект названия серии? К чему апеллируют образы «потрепанной обложки» и «друзей детства»? От каких необходимых характеристик рекламируемого объекта они отвлекают? Какую идею транслирует текст? Какую цель он преследует?

Серия книг «Та самая книжка»

Серия «тех самых книг» от Росмэн – самые любимые книжки, именно такие, какими мы помним их с детства – любимые произведения с любимыми иллюстрациями.

С какой теплотой и любовью мы порой вспоминаем книги нашего детства, которые оставили неизгладимый след в нашей душе! И если вдруг на книжном развале или в витрине букинистического магазина встречаем одну из тех книг – в потрепанной обложке, зачитанную до дыр – с каким удовольствием мы берем ее в руки, перелистываем и вспоминаем те радостные минуты, которые она когда-то подарила нам...

Та самая книжка! – хочется воскликнуть и поделиться этой радостью от встречи с книгой из детства со своими детьми и внуками, чтобы и они, открывая для себя мир книги, могли испытать подобные чувства.

Но книги из нашего детства становятся все большей редкостью.

Вот почему мы решили издать серию «Та самая книжка», в которую войдут самые известные и любимые книги, с теми иллюстрациями, с какими они когда-то запомнились и полюбились нам.

«Та самая книжка» – двойная радость. Радость наших детей от первой, запоминающейся на всю жизнь встречи с удивительными героями детских книг и наша собственная радость от встречи со старыми, любимыми друзьями.

«Та самая книжка» – это возможность представителям нескольких поколений семьи познакомиться с лучшими детскими книгами вместе. Ведь после их прочтения и у нас, и у наших детей возникнет столько новых впечатлений и дорогих воспоминаний, которыми можно обменяться.

В серии уже вышло несколько любимых книг, рекомендуем!

Переплеты твердые, книги изданы в отличном качестве – такие будут жить долго! Плотная офсетная бумага, текст не просвечивает.

Та самая книжка, серия книг Росмэн (как в детстве) [32].

Задание 54. В чем заключается специфика праздничного маркетинга? Каковы его цели? Может ли бренд одновременно решать маркетинговые задачи и оставаться искренним, выстраивая праздничную коммуникацию? Какими способами этого можно достичь? Охарактеризуйте с этой точки зрения особенности создания эмоциональной связи бренда с потребителем в следующих рекламных текстах.

1. С наступающим Новым годом!

Желаем здоровья, гармонии, обновления сил. Пусть год принесет легкость и радость – приходите в нашу студию за порцией релакса и заботы о себе, чтобы встретить новый год отдохнувшими!

Приглашаем Вас на восстанавливающий массаж. Записаться очень просто – онлайн, через наше удобное приложение.

Специальное предложение для вас:

При записи в комментариях укажите кодовое слово СЕРПАНТИН и получите 10% скидку на любой массаж!

Еще один бонус: приводите подружку в декабре, и в январе вы получите 30% скидку на любую процедуру в студии! Отличный повод разделить заботу о себе с близким человеком.

С любовью, ваша студия массажа (Рекламное объявление).

2. Три причины, почему на новогоднем столе нужны роллы. Потому что Новый год – это когда ты с близкими, а не с тазиком

салатов на кухне. Потому что, пока другие долго думают, что готовить, составляют список блюд, ты просто заказываешь сет роллов и наслаждаешься жизнью. Потому что Новый год – это не «тащить пакеты с магазина», а принять доставку. А оформить ее лучше заранее [28].

Задание 55. Проанализируйте следующую ситуацию. Какую цель преследуют компании по производству игрушек? В чем заключается манипулятивность их действий? Почему родители попадают в подготовленную для них «манипулятивную ловушку»? Какие практические шаги могли бы помочь родителям выстроить «семейный иммунитет» к подобным схемам, не лишая ребенка радости от подарка? Можно ли оправдать такую маркетинговую стратегию? Где проходит грань между агрессивным и допустимым маркетингом? Представьте, что вы маркетолог, которому нужно добиться высоких продаж той же игрушки, но с принципиально иной, открытой и уважительной стратегией. Опишите ее ключевые элементы. В чем будет главное отличие от описанной в кейсе схемы?

Накануне новогодних праздников проходит активная реклама новой дорогой интересной игрушки. Дети просят ее в качестве подарка, и родители обещают купить. Однако производители игрушек выпускают ограниченную партию данного товара и возобновляют его поставки лишь спустя две недели после празднования Нового года, вновь запуская навязчивую рекламу. В итоге родители покупают разрекламированную игрушку.

Задание 56. Проанализируйте следующую ситуацию. Почему владельцы магазинов одежды рекомендуют своему персоналу продавать сначала более дорогие вещи? Какое воздействие при этом оказывается на покупателей? Какие приемы ослабляют их рациональный контроль? Почему эта техника эффективнее для магазина,

чем первоначальное предложение бюджетного варианта? Где проходит грань между профессиональной консультацией, которая начинается с показа лучших моделей, и описанной манипулятивной тактикой? Какие последствия подобная тактика, будучи эффективной для разовой продажи, может вызвать в долгосрочной перспективе? Какие вопросы мог бы задать покупатель, чтобы вернуть себе контроль над ситуацией?

При входе в магазин покупатель заявляет о своем намерении купить костюм-тройку и свитер. Продавец в первую очередь предлагает ему очень дорогой костюм. Покупатель приобретает этот костюм, затем свитер и еще ряд дорогих аксессуаров (ремень, галстук, запонки).

Задание 57. Проанализируйте следующую ситуацию. Почему повышение цены на товар способствовало его быстрой реализации? На какие стереотипы целевой аудитории было оказано воздействие? Как изменилась мотивация покупки? В отношении любых товаров или только каких-либо отдельных категорий работает эта тактика?

В магазине плохо раскупались ювелирные изделия из бирюзы хорошего качества по доступной цене, несмотря на то что был пик туристического сезона, магазин был постоянно полон покупателей, а продавцы усиленно рекламировали эти изделия. Однако после того как цена на изделия из бирюзы была увеличена вдвое, вся партия была быстро распродана.

Задание 58. К какому типу коммуникации вы отнесете следующие материалы: информированию или пропаганде? Объясните свой выбор.

1. Как стать донором?

1. Запишитесь на сдачу крови и ее компонентов.

Это можно сделать:

- онлайн на Госуслугах. Понадобится подтвержденная учетная запись;

- лично в учреждениях службы крови.

2. Подготовьтесь к сдаче крови.

Не сдавайте кровь натощак и соблюдайте рекомендации:

- за 3 суток до сдачи крови исключите лекарства, содержащие аспирин и анальгетики

- за 2 суток – алкоголь;

- за 1 час – сигареты и табак

За сутки до сдачи крови запрещено употреблять жирную, жареную, острую и копченую пищу, колбасные изделия, мясные, рыбные и молочные продукты, яйца и масло, шоколад, орехи и финики, авокадо, свеклу, бананы.

Пейте сладкий чай с вареньем, компоты, соки, морсы, минеральную воду и ешьте хлеб, сухари, сушки, отварные крупы, отварные макароны без масла, овощи и фрукты, кроме авокадо, свеклы и бананов [13].

2. Донорство крови в Самаре: где сдать, сколько стоит

Рассказываем все о донорстве крови в Самаре, как подготовиться, сколько заплатят, если сдавать кровь за деньги.

В Самарской области за последние 6 месяцев кровь и ее компоненты сдали свыше 10 тысяч человек.

По медицинской статистике, в России ежегодно в переливании крови нуждается более полутора миллиона человек. Только вдумайтесь – полтора миллиона! И пока ученые не научились создавать кровь искусственно, жизни людям во многих случаях спасают доноры.

В Самарской области за последние 6 месяцев кровь и ее компоненты сдали свыше 10 тысяч человек. Из них впервые с благородными порывами на станцию переливания обратились чуть более 2700 человек, все остальные – доноры со стажем.

– За 6 месяцев на нашей станции заготовлено свыше 12 тысяч литров цельной крови и 4,7 тысяч литров плазмы, – рассказала начальник отдела по связям с общественностью и работе со СМИ Службы крови Самарской области Наталья Зайцева. – Это значит, что заявки лечебных учреждений выполнены в полном объеме и множество жизней оказались спасены. И за это хочется еще раз сказать спасибо донорам Самары.

Как стать донором?

Для того, чтобы стать донором, одного желания спасать человеческие жизни недостаточно. Нужно быть совершеннолетним гражданином Российской Федерации, не иметь противопоказаний к даче крови (о них читайте ниже) и весить больше 50 кг.

Перед сдачей крови донор должен в обязательном порядке пройти бесплатное медицинское обследование, которое включает в себя осмотр терапевтом и предварительное лабораторное исследование.

Как подготовиться к сдаче крови?

Если вы прошли все исследования и у вас нет противопоказаний к кроводаче, то важно соблюдать специальную диету донора.

Накануне и в день сдачи крови запрещено употреблять жирную, жареную, острую и копченую пищу, колбасные изделия, а также мясные, рыбные и молочные продукты, яйца и масло (в т.ч. растительное), шоколад, орехи и финики. Но натощак сдавать кровь тоже не нужно. Разрешается пить сладкий чай с вареньем, соки, морсы, компоты, минеральную воду, есть хлеб, сухари, сушки, отварные крупы, макароны на воде без масла, овощи и фрукты, кроме бананов [6].

Задание 59. На основе приведенных новостных сообщений создайте тексты, обладающие признаками пропаганды. Назовите основные отличия пропаганды от информирования.

1. «Оторвал батарею»: пьяный петербуржец устроил потоп в доме на улице Морской Пехоты.

Жители многоэтажного дома на улице Морской Пехоты заявили о массовом потопе. По их словам, виновником случившегося стал нетрезвый сосед.

Инцидент произошел в субботу, 29 мая, около 21:00 в доме №10. Кадры с места происшествия опубликовали в сообществе «Неизданное ДТП и ЧП Санкт-Петербург» социальной сети «ВКонтакте». «Человек под сильным алкогольным опьянением оторвал батарею, вследствие чего затопил весь дом с 9 этажа до самого подъезда», – написал автор записи.

На опубликованном видео зафиксировано, что в некоторых квартирах натяжные потолки под весом воды просели на несколько метров. По словам жильцов, к полуночи последствия ЧП устранены не были [3].

2. Дети массово попадали в больницы после обеда в школьной столовой.

Ученики и сотрудники школы №608 имени Зины Портновой на Промышленной улице с симптомами острой кишечной инфекции направлялись в медучреждения. Ситуацию поставило на контроль Управление Роспотребнадзора в Петербурге. Об этом стало известно 7 сентября. – В инфекционные стационары попали 13 детей и четверо взрослых. Известно, что питание в школу поставляет АО «Комбинат питания «Кировский», – говорится в сообщении регионального ведомства.

Специалисты организовали противоэпидемические мероприятия. Пострадавших детей обследуют, чтобы выявить точные причины их плохого самочувствия. Сотрудники Роспотребнадзора контролируют ситуацию и ищут очаг инфекции.

Напомним, недавно выпускные для детей тоже закончились больницей. Выпускники разных школ отмечали праздник в ресторане, после этого многим из них пришлось проходить лечение из-за кишечной инфекции [24].

3. В среду 20 июля глава Росприроднадзора Светлана Радионова опубликовала в своем Telegram-канале кадры, запечатлевшие вышедшего к людям белого медведя. Животное пришло в арктический поселок Диксон в надежде получить помощь от его жителей – в пасти медведя застряла банка сгущенки, которую бросили рабочие. Из-за нее медведь не мог питаться и обессилел. Радионова рассказала, что животное оказалось на грани смерти, и ему срочно нужна ветеринарная помощь [1].

Задание 60. Проанализируйте текст. Можно ли отнести его к пропаганде? На основании каких признаков текста вы сделали свой вывод?

По пути добрых дел: «Деловые Линии» перезапустили сотрудничество с Российской государственной детской библиотекой.

Соглашение о развитии и продлении совместной работы логистического оператора с РГДБ было подписано на торжественной церемонии в Москве. Таким образом перевозчик вновь поддержал всероссийскую акцию «Дарите книги с любовью», в рамках которой обычные люди, издательства и другие организации собирают литературные произведения для детей и бесплатно передают в региональные библиотеки. «Деловые Линии» в свою очередь подтвердили готовность безвозмездно обеспечивать всю логистику проекта. Во вторник стороны пролонгировали соглашение о сотрудничестве. «Деловые Линии» работают вместе с Российской государственной детской библиотекой уже третий год, и за это время партнеры добились значительных результатов.

«Несмотря на смену эпох, принципов потребления информации, клиповое мышление современных людей – книги по-прежнему остаются фундаментом для становления сильных, независимых и уверенных в себе личностей. И мы, как один из крупнейших грузоперевозчиков, рады, что у нас есть возможность поддерживать и

помогать развиваться столь интересному и полезному проекту. С начала сотрудничества с РГДБ в 2017 году мы уже доставили свыше 25 тысяч книг в более чем 100 городов по всей России. Мы верим в успех инициативы и ее большие перспективы», – отметил директор службы по связям с общественностью ГК «Деловые Линии» Алексей Киселев.

«Доставка новых изданий в библиотечные фонды дальних регионов России – важный этап реализации наших программ. В этом надежным транспортным партнером является компания «Деловые Линии». Они всегда откликаются на наши активности, участвуют в них и бережно перевозят книги. С их помощью мы пополнили фонды 150 библиотек. Отклик руководства «Деловых Линий» – яркий пример неравнодушного отношения к детям и обществу», – добавила директор РГДБ Мария Веденяпина.

Всероссийская акция «Дарите книги с любовью», приуроченная к Международному дню книгодарения, продлится до 16 февраля. Для сбора книг организовано более 2 тысяч пунктов. В Москве главной площадкой приема изданий станет сама РГДБ. Организатором мероприятия выступила Ассоциация деятелей культуры, искусства и просвещения по приобщению детей к чтению «Растим читателя» [27].

Задание 61. Приведите примеры мероприятий, пропагандирующих: а) семейные ценности, б) борьбу с зависимостью от соцсетей; в) противодействие фейковым новостям, г) фитнес, д) вакцинопрофилактику, е) индивидуальное предпринимательство, ж) волонтерство, з) политику исторической памяти. Ответьте на вопрос, какие другие социально значимые объекты и почему нуждаются в пропаганде?

Задание 62. Найдите два контрастных примера пропаганды одного и того же объекта (например, от государственного института и

коммерческого бренда). Проведите их сравнительный анализ по следующим параметрам: 1) цели; 2) аудитория; 3) канал продвижения; 4) язык и образы; 5) прямые и скрытые смыслы. Сделайте вывод о современных механизмах влияния на установки и поведение целевой аудитории.

Задание 63. Составьте тексты, формирующие в обществе разное отношение к цензуре: как к символу защиты и как к символу несвободы. Какую систему образов и какие смысловые группы лексики можно задействовать в одном и в другом случае? Какие ценности используются для оправдания ограничений? Какие ценности можно противопоставить им в тексте-обличении? Назовите конкретные эмоционально насыщенные примеры, уместные в каждом тексте. После написания обоих текстов проанализируйте, какие манипулятивные уловки вы сознательно применили в каждом случае. Почему они эффективны для достижения цели именно этого текста? Что труднее – написать убедительный текст в поддержку точки зрения, с которой вы согласны, или той, которую вы отвергаете? Почему умение создавать оба типа текстов является важным навыком для понимания механизмов пропаганды? Как повлияют такого рода публикации на состояние общества?

Задание 64. Охарактеризуйте языковые средства пропаганды доброты в текстах СМИ (использованы материалы статьи О.А. Усачевой [36]). Как концептуализируется доброта в российском медийном дискурсе? Остается ли она только нравственным качеством или трансформируется в какую-то иную категорию? Какие метафорические модели используются для характеристики доброты? Как они изменяют восприятие и интерпретацию этого явления? На достижение какой цели направлена такая риторика?

1) В великой России, стране, которой мы все гордимся, стране, где доброта и отзывчивость – национальные качества… 2) Русский дух – это патриотизм, любовь к своему Отечеству и особая доброта, которой нет ни у одного другого народа. 3) Запасы доброты у наших людей неисчерпаемы. … в нашей стране есть огромный неиспользованный ресурс, запас которого больше нефти и газа, – человеческая доброта. Просто эту скважину нужно открыть. 4) В настоящее время как никогда ощущается дефицит человеческого общения, человеческой доброты. 5) У нас много сортов пива, хлеба, колбасы и т.д., но явный дефицит доброты. 6) Остро чувствуется нехватка доброты, участливости, бескорыстности. Преобладает унизительное озлобление между людьми. 7) «Аншлаги», «Кривые зеркала» впаривают нам с экрана пошлый, злой юмор. Очень не хватает сегодня доброты. 8) В начале учебного года гимназией №1409 объявлен Год доброты. За это время практически каждый класс принял участие в благотворительных акциях, осуществлял помощь детским домам, приютам или шефство над одинокими ветеранами. 9) «Месяц доброты» пройдет в Музее Москва-Сити. Акция начнется 13 ноября, в День доброты. Часть средств от продажи билетов с 13 ноября по 12 декабря будет направлена в фонд «Старость в радость». 10) Концентрация доброты. Более 40 волонтерских проектов реализовали на уходящей неделе железнодорожники. 11) На всех трех этажах процедурного корпуса [детского хосписа] – безмерная концентрация доброты, «все сны детворы», как писал Пастернак: домики, кубики, из которых можно складывать города, бассейн с дельфинами и уточками, диваны, в которых утопаешь, как в облаке… И всюду – бессчетное количество плюшевых мишек, лошадок, зайцев… Сюда приходит тепло со всей страны. 12) Неравнодушные люди за три дня собрали многодетной маме денег больше, чем просила семья. Наверное, это можно назвать рекордом доброты! 13) «Чем больше будет доброты и любви, тем увереннее и сильнее мы будем», – добавил Путин. 14) Мне не хватает улыбающихся людей на улицах.

Доброты в людях не хватает. Если мы станем добрее, то станем счастливее. 15) Если мы будем добрее друг к другу, то жизнь станет немного лучше. 16) Отвлечься от предпраздничной суеты и вместе с тем сделать мир чуточку добрее можно, поучаствовав в благотворительных мероприятиях. 17) Праздник Рождества Христова – прекрасная возможность явить свои лучшие человеческие качества, подарить радость и любовь людям. Даже малые дела способны сделать этот мир добрее и светлее. 18) Дмитрий Нагиев сказал во время телемарафона довольно странную фразу: «Добрым быть модно». Она звучит цинично. Она режет слух. Получается, вроде бы, что мода выше доброты. Но, с другой стороны, наше общество уже слишком запуталось в мире, где даже возмущаться по поводу несправедливости глупо. … И если неожиданно нормой станет не зло, а добро, то пусть оно войдет в нашу жизнь хотя бы потому, что станет модным. Хотя бы так.

Задание 65. Найдите в современных СМИ элементы пропаганды духовно-нравственных ценностей. Соотносятся ли пропагандируемые нравственные ценности с государственной политикой? Представляется ли отсутствие этих ценностей как внутренняя или внешняя угроза? Какая лексика используется для описания ценностей? Чей голос (представителя властных структур или религиозной сферы, деятеля культуры, «простого человека» и др.) звучит в поддержку этих ценностей? Как работает прием апелляции к авторитету? На какие эмоции воздействуют эти тексты? Где проходит грань между духовно-нравственным просвещением общества и пропагандой? Можно ли отличить одно от другого по формальным признакам текста?

Задание 66. Как соотносятся понятия «антикоррупционная пропаганда» и «антикоррупционная агитация»? Найдите признаки пропаганды и агитации в приведённых ниже текстах антикоррупционных

листовок. Какие способы воздействия на аудиторию использованы в этих материалах? Какая роль навязывается адресату? Какова основная коммуникативная стратегия сообщений – запугивание, позитивное видение будущего или какая-то иная? Какая стратегия, на ваш взгляд, эффективнее и почему? Используют ли тексты эмоциональные стереотипы о коррупции или показывают ее системную природу? Как это помогает или мешает борьбе с явлением? В каких случаях антикоррупционная кампания превращается в инструмент демагогии, а не реальной борьбы с нарушениями? Есть ли в текстах признаки, которые могут вызвать нежелательную реакцию, например, скепсис или неверие в возможность изменений?

1. Мы против коррупции!

Что это значит?

Коррупция – это отсутствие порядочности и честности (особенно подверженность взяточничеству); использование должностного положения для получения выгоды нечестным путем.

Коррупция – это злоупотребление служебным положением для личной выгоды.

Почему это касается меня?

Согласно оценкам Всемирного банка, ежегодно в мире расточительно расходуется один триллион долларов ($1,000,000,000,000).

Коррупция приводит к уменьшению богатства страны и снижению уровня жизни.

Коррупция оказывает на вас воздействие, даже если вы не сталкиваетесь с ней напрямую.

Так, коррупция:

- мешает бизнесу, который не может успешно развиваться в коррумпированной системе, что ведет к сокращению общего богатства страны;

- создает условия для того, чтобы люди, у которых есть деньги и связи, могли изменять законы и постановления государственных органов в своих интересах;

- подрывает доверие к правительству.

Важно!

Согласно исследованию, когда страны ведут борьбу с коррупцией, государственные доходы в долгосрочной перспективе возрастают в четыре раза. При снижении коррупции бизнес может развиваться на три процента быстрее.

Четыре причины роста коррупции:

Возможности. Люди подвержены коррупции, когда система работает неэффективно и им необходимо найти способ достижения своих целей без учета существующего порядка и законов.

Низкая вероятность разоблачения. Отсутствие подотчетности является следствием прежде всего отсутствия транспарентности, а также слабой правоприменительной деятельности.

Плохая мотивация. Например, когда чиновник получает столько, что ему не хватает на жизнь, или когда у него отсутствует уверенность в завтрашнем дне, он дополняет свои доходы взятками.

В определенных ситуациях и обстоятельствах обычные люди перестают уважать закон [25].

2. Если давали взятку, то кому?

Проведен опрос между гражданами РФ.

Если давали взятку, то кому?

50% – государственному служащему.

26% – муниципальному служащему.

12% – представителю правоохранительных органов.

6 % – представителю коммерческих услуг.

6% – в суде.

Увидев такие результаты опроса, Вы можете сами убедиться, что Россия подхватила такую «болезнь», как КОРРУПЦИЯ.

Эта АнтиКоррупционная листовка призывает Вас начать лечиться от этого «недуга», ведь Мы – это и есть Россия!

В стране процветает коррупция!

И отношения не правовые,
А незаконные денежно-договорные!
Так не будем сидеть на месте –
Убьем коррупцию вместе!
Брать не будем, давать не будем,
Все возможности – честным людям!
И тогда, поверьте же, люди,
Все мы лучше, счастливее будем!
ДАЕШЬ ВЗЯТКУ?
Статья 291 УК РФ, часть 2
«… наказывается … лишением свободы на срок до восьми лет»
КОРРУПЦИЯ stop
Решили получить незаконное вознаграждение?
Еще не поздно ОСТАНОВИТЬСЯ! [9].

Задание 67. Назовите языковые и коммуникативные приемы воздействия, используемые в публикациях зарубежных СМИ на тему допингового скандала вокруг фигуристки Камилы Валиевой. Поясните, в чем суть данных приемов. Определите цели и задачи анализируемых публикаций.

«Тень холодной войны накрыла не только международную политику, но и Олимпиаду».

Зарубежные СМИ о допинговом скандале вокруг фигуристки Камилы Валиевой.

Спортивный арбитражный суд разрешил выступить в личном турнире 15-летней российской фигуристке Камиле Валиевой, чья декабрьская допинг-проба дала положительный результат на запрещенный препарат триметазидин. Самые яркие мнения – в подборке “Ъ”.

Die Neue Zuercher Zeitung (Цюрих, Швейцария)

В прошлом столетии СССР и ГДР боролись за медали и награды с помощью государственного допинга. Похоже, история

повторяется, теперь с 15-летней фигуристкой. В разгар XXI века тень холодной войны накрыла не только международную политику, но и Олимпийские игры как еще одну арену для идеологического перетягивания каната. В центре на этот раз 15-летняя фигуристка, которую многие международные обозреватели причисляют к величайшим талантам в истории этого вида спорта. Ясно одно: ситуация вокруг Валиевой не закончится после решения CAS.

Возраст Валиевой сыграет свою роль и когда дело дойдет до санкций. Россиянке вряд ли грозит обычная дисквалификация на два года. Едва ли кто-то считает, что она сознательно пила сердечный препарат в качестве допинга. Но национальный Олимпийский комитет России снова в сомнительной ситуации. С распадом бывшего Восточного блока и созданием WADA казалось, что темные века манипулирования спортивными результатами с помощью лекарств прошли. То, что это заблуждение, показали уже инциденты с российскими манипуляциями в связи с играми в Сочи в 2014 году.

Sueddeutsche Zeitung (Мюнхен, Германия)

На московских улицах они быстро нашли поддержку для самого известного на данный момент лица в российском спорте. «Камила, мы с тобой» – судя по фотографиям из интернета, там теперь часто можно увидеть такой плакат… Какой это вызов для 15-летней девочки, которая попала в центр допингового урагана на самой главной спортивной арене. И которой теперь тоже придется ручаться головой за очевидные пропасти в спортивной системе огромной России. В конце концов, речь снова идет о российской олимпийской сборной, которая – никакие повторения этого абсурда не будут слишком частыми – из-за государственного допингового скандала выступает в Пекине не от лица России, а от лица Российского олимпийского комитета. Мельдоний – это витамин? Может быть, и триметазидин тоже витамин – и новый мельдоний? Или на слушаниях CAS представят другое объяснение?

Der Standard (Вена, Австрия)

Случай с допингом Камилы Валиевой вскрывает сразу несколько проблемных областей в олимпийском спорте. Россия, которая была уличена в государственном допинге и его сокрытии, уже находится под особым наблюдением. И тут выясняется, что 15-летняя фигуристка в декабре получила положительный тест у себя на родине – и при этом, из-за того, что результаты теста были переданы слишком поздно, получила разрешение на участие в соревнованиях. Международный олимпийский комитет (МОК) все время осторожничает и лавирует в отношении того, как вести себя с Россией. Тот факт, что все это делается за счет ребенка, кажется абсолютно второстепенным. Давно назрела дискуссия о том, какие нагрузки и лекарства допустимы и каких успехов можно и нужно требовать от юных спортсменов. Но, кажется, МОК до этого нет никакого дела.

The Independent (Лондон, Великобритания)

Этот скандал, ставший одним из самых мрачных для фигурного катания и спорта дней, ставит серьезные вопросы в отношении благополучия спортсмена и серьезности обещаний России сделать спорт чистым… У этой страны было почти десять лет, чтобы исправить ситуацию с допингом, но она снова и снова не выдерживает проверки, а применяемые санкции едва ли можно назвать пропорциональными.

Это спортивная трагедия, из которой никто не выйдет с честью и в которой, пожалуй, единственной невинной стороной является та, кого еще могут и объявить виновной. И все это отвратительное действо разыгрывается под пристальным вниманием мировых СМИ. У фигурного катания, оживляемого калейдоскопом ярких костюмов с блестками, всегда было темное сердце. На Олимпийских играх и прежде случались неприглядные истории – Тоня и Нэнси в Лиллехаммере и судейский скандал в Солт-Лейк-Сити, связанный с российской организованной преступностью.

Но нынешний случай выходит за рамки тех случаев, мир выступает против России на границах Украины и на девственном льду Пекина. Победителей не будет ни в одной, ни в другой истории, будут лишь невинные жертвы. В кого мы превратились, если победа достается такой разрушительной ценой!

The Daily Mail (Лондон, Великобритания)

Ее ситуация поднимает вызывающие тревогу вопросы о том, не была ли она, сама не зная того, жертвой применения допинга на детях, а также о том, не продолжает ли российское государство помогать своим спортсменам с помощью запрещенных препаратов.

У тренера Валиевой Этери Тутберидзе, известной своими жестокими методами подготовки спортсменов, золотые медали в Пекине могут получить пять фигуристов. Триметазидин – препарат для лечения сердечных заболеваний, который может улучшать циркуляцию крови и повышать выносливость, и некоторые российские спортсмены принимали его, хотя препарат запрещен WADA.

Остается большой вопрос, почему же 15-летняя фигуристка принимала сердечный препарат, если не для того, чтобы незаконно улучшить свои показатели?

Journal de Montreal (Монреаль, Канада)

При нормальном раскладе Российский олимпийский комитет уже бы лишился своей медали. Но этого пока не произошло. А Валиеву бы не допустили до индивидуальных соревнований. Но и этого решения не последовало. Ходят слухи, что Валиева может вообще не понести никакого наказания. Очевидно, что россияне надавили на МОК. За кулисами Владимир Путин совершенно точно позвонил президенту МОК Томасу Баху и вступился за свою исключительную фигуристку. И, вместо того чтобы принять смелое решение, которое послужило бы мощным сигналом, руководители МОК просто струсили. И предпочли передать это неприятное дело в Спортивный арбитражный суд (CAS).

USA Today (Маклин, штат Виргиния, США)

Какой черный день для Олимпийских игр и тысяч спортсменов, которые играют по правилам и не обманывают, принимая препараты, повышающие показатели.

Она (Камила Валиева. – «Ъ») будет главным фаворитом на золото в женских соревнованиях, которые начинаются во вторник и завершаются в четверг. Она, скорее всего, покинет эти игры с двумя золотыми медалями – одной в командных соревнованиях и одной в индивидуальных.

Какая же эта пощечина каждому спортсмену, который все делал правильно и не обманывал. Чистый спорт проиграл. Победу одержала российская допинговая схема, поддерживаемая государством.

Неважно, как каждый из нас относится к ситуации с Валиевой, решение CAS является неправильным. Если теперь они разрешили Валиевой участвовать в соревнованиях, то почему бы не принять с распростертыми объятиями Бена Джонсона, Мэрион Джеймс или Лэнса Армстронга? Несомненно, Валиева является пешкой в отвратительной российской системе лжи, отнекиваний и злоупотреблений. Но факт остается в том, что менее двух месяцев назад она сдала положительный анализ на запрещенный препарат, улучшающий показатели. Это само воплощение обмана [30].

Задание 68. Анализ информационной атаки на конкретную личность (на примере реального кейса). Выберите известный случай массовой травли или дискредитации в соцсетях. Определите, какие тактики использовались и какова была их последовательность. Какова была вероятная цель участников? Как противостоять подобным атакам?

Задание 69. Охарактеризуйте особенности ситуативного и стратегического противодействия операциям информационной

войны. Опишите такие приемы ситуативного реагирования на информационные атаки, как перехват информационной повестки и доведение до абсурда. Приведите примеры применения данных приемов.

Задание 70. Найдите материалы об одном и том же международном событии (например, об акции протеста или военных действиях) в СМИ противоборствующих сторон. Сравните не факты, а их подачу и интерпретацию: какие номинации и оценки получают само событие и его участники, какая мотивация приписывается последним, как представлен сюжет, какова основная идея и цель публикации? Объясните, как с помощью языка конкурирующие медиасистемы не отражают, а конструируют принципиально разные, часто взаимоисключающие версии реальности, превращая одно событие в два разных «сообщения» для своих аудиторий.

Задание 71. Какие уязвимые социальные, исторические или культурные особенности страны или сообщества чаще всего становятся мишенями для информационных атак? На примере той или иной страны / сообщества составьте список из 3-5 таких потенциальных мишеней и объясните, как их могут эксплуатировать.

Задание 72. Игра «Информационная атака и ее отражение». Участники делятся на две группы. Одна группа готовит сценарий информационной атаки на вымышленную компанию, определяя цель, каналы, инструменты, конкретные действия. Вторая группа, получив этот сценарий, разрабатывает план информационной обороны и контригры. Затем проводится взаимная презентация и оценка уязвимостей. После игры проводится обсуждение действий команд: Оцените реалистичность разработанных планов. Какие упущения нападающих стали очевидны только после выступления

противоположной стороны? Какая тактика атаки оказалась наиболее коварной или эффективной и почему? Был ли найден способ адекватной защиты или контратаки? Какие принципы эффективной информационной защиты вашей компании вы бы сформулировали по итогам игры? Как изменилось ваше понимание термина «информационная безопасность»? С каким чувством (уверенности, тревоги, недоумения и др.) вы уходите с этой игры в отношении реальных информационных угроз для бизнеса?

Задание 73. Представьте, что для эффективной контрпропаганды против крайне опасного и лживого сообщения оппонента вам придется использовать полуправду или эмоциональные манипуляции. Где грань между допустимой защитой и переходом на методы врага? При каких условиях такие действия могут быть оправданы, а при каких – нет? Как противостоять оппоненту, оставаясь в рамках общепринятых социальных норм и собственных принципов?

Задание 74. Найдите вирусный фейк последних лет. Проанализируйте его внутреннюю структуру: на какие эмоции он воздействует, какие культурные коды использует, какие языковые средства и приемы применяет, какую реакцию от аудитории предполагает? На основе проведенного анализа предложите алгоритм для быстрого выявления фейка.

Задание 75. Вы – пресс-секретарь крупной организации, на которую обрушилась волна фейковых новостей (например, о слиянии или коррупции). Разработайте пошаговый коммуникационный план на первые 24 часа: что проверяем, кому и когда сообщаем, какие каналы используем, что говорим общественности, а о чем молчим.

Задание 76. Проанализируйте заголовки фейковых новостей, представленные на фактчекинговом ресурсе «Лапша медиа» [17]. Определите, какие приемы используются для привлечения внимания читателей к содержанию публикации. Какую психологическую уязвимость адресата эксплуатирует каждый заголовок? Разработайте алгоритм анализа подозрительного заголовка, чтобы не попасться на крючок.

1. Невероятно большая трещина размером с Евразию образовалась сегодня на Солнце. 2. Правительство предложит россиянам сосиски из личинок насекомых. 3. NASA добавило новый знак зодиака – «Змееносец». 4. Собянин заявил, что в новых школах Москвы не будет библиотек. 5. Ученые нашли в зубной пасте краситель, разъедающий зубы. 6. Сразу пять пассажирских самолетов подали сигнал тревоги в полете над Россией. 7. Геноцид населения через аптеки. Шокирующая исповедь провизора. 8. Победа Не здравого смысла: в российских учебных изданиях переименовали Северную и Южную Америку. 9. Кабачки могут быть ядовитыми: как отличить опасный овощ. 10. Метод профессора Неумывакина: исцеляющая перекись водорода H2O2. 11. Москвичи на три года могут остаться без устриц. 12. В пермском районе сбежала пума. Ее ищут третьи сутки. 13. Гигантский сом пытался утащить на дно подростка в Башкирии. 14. Хуже тюремной робы: нижегородских школьников заставляют идти на 1 сентября в военной форме.

Задание 77. Определите, содержат ли приведенные ниже публикации текстовые маркеры фейка? Какой вывод можно сделать о достоверности содержащейся информации?

1. В южных областях России – в Краснодарском крае и Адыгее обитает шахматная гадюка, считается, что это гибрид ужа и гадюки, поэтому змея может жить в воде, и на суше. Тело этой змеи покрыто

серыми и черными пятнами, яд обладает большой силой. Своим появлением на пляже шахматная гадюка довольно часто поднимает самую настоящую панику у отдыхающих. Полагают, что эти змеи могут собираться огромными «стаями» и нападать на людей. Древние легенды говорят о том, что змея плюется вонючей ядовитой жидкостью и может вырастать такой огромной, что взмахом хвоста сбивает всадника с коня [12].

2. В начале XIX века экспедиция капитана Льюиса и лейтенанта Кларка в дельте реки Колумбии впервые столкнулась с уникальным видом головоногих моллюсков – древесным осьминогом. Полное его название Северо-западный тихоокеанский древесный осьминог. Это единственный вид осьминога, который приспособился жить на суше. Обитает осьминог в тропическом лесу, в котором большая влажность, его чернильный мешок выделяет жидкость, которая смазывает тело животного, покрывая его своего рода влагозащитной мембраной, а мантийная полость содержит до полутора литров соленой воды, все это позволяет осьминогу предотвратить пересыхание. Большую часть года обитает на деревьях, но в сезон размножения возвращается в океан.

Популяция древесных осьминогов находится под угрозой исчезновения из-за посягательств современного мира: лесозаготовок, загрязнения окружающей среды и чрезмерного интереса со стороны охотников, желающих продать осьминогов в качестве декоративных украшений.

Если не будут приняты немедленные меры для защиты этого вида и его среды обитания, тихоокеанский северо-западный древесный осьминог останется лишь воспоминанием [48].

3. Роскомнадзор приостановил показ «Трое из Простоквашино» из-за вероятного нацистского прошлого почтальона Печкина

Роскомнадзор по предписанию Следственного комитета временно запретил телеканалам транслировать мультфильм «Трое из

Простоквашино» и обязал YouTube остановить показ его копий пользователям из России из-за проверки по делу о пропаганде нацизма.

В СК поступило обращение, основанное на научной работе профессора СПбГУ «Гауляйтер Печкин и Геринг, который живёт на крыше: криптофашистские образы в советской литературе, кинематографе и мультипликации».

Автор труда утверждает, что нашел свидетельства того, что за образом почтальона Печкина скрывается бывший нацистский военный преступник.

«В мультфильме и книге нам недвусмысленно показывают, что Простоквашино – пустая, заброшенная деревня. Есть основания полагать, что ее жителей уничтожили нацисты при помощи коллаборациониста-старосты, который единственный остался живым и с тех пор скрывается от правосудия под очевидно придуманным псевдонимом Печкин. Тяжелейшая эмоциональная травма вынуждает его оставаться в окрестностях Простоквашино и даже перлюстрировать корреспонденцию новых жителей населенного пункта», – полагает ученый, упоминая неуемное желание Печкина сдать жителей деревни «в поликлинику на опыты» и фразу «Сейчас я буду вашего мальчика измерять».

После изучения изложенных доводов Следственный комитет принял решение возбудить дело о пропаганде нацизма. Проводятся необходимые процессуально-следственные действия, назначена экспертиза [7].

4. NASA: космос радикально изменил ДНК астронавта на МКС.

Генетический код командира экипажа Международной космической станции (МКС) Скотта Келли, который 340 дней пробыл в космосе, радикально изменился. Ученые доказали, что он больше не является полным близнецом своего брата Марка Келли.

What? My DNA changed by 7%! Who knew? I just learned about it in this article. This could be good news! I no longer have to call @ShuttleCDRKelly my identical twin brother anymore. https://t.co/6idMFtu7l5 – Scott Kelly (@StationCDRKelly) 10 марта 2018 г.

Об этом генетики рассказали в статье в LiveScience.

Напомним, что Скотт провел почти год на борту МКС в рамках уникального проекта под названием «Исследование близнецов». Цель этого проекта – выявить долгосрочные последствия космических путешествий на тело человека и его разум.

Трое космонавтов с МКС вернулись на Землю.

Скотт Келли прибыл на МКС в марте 2015 года. Большинство астронавтов остаются на борту станции в течение шести месяцев, а Скотт работал на орбите 340 дней. В это время его брат-близнец Марк оставался на Земле.

На сегодняшний день братья Келли – единственные астронавты-близнецы в истории космонавтики. Однояйцевые близнецы рождаются с идентичным генетическим кодом, поэтому Келли стали идеальными объектами для исследования того, какое влияние оказывает космос на ДНК человека.

Ученые выяснили, что после долгой работы в космосе Скотт стал на 2 дюйма выше, снизилась масса его тела. Изменилась микрофлора кишечника, в организме стали развиваться воспалительные процессы. Обнаружилось также, что длина теломер Скотта в хромосомах его кровяных клеток увеличилась, однако после возвращения они начали уменьшаться.

Как космонавтов готовят к дальним полетам?

Но самое необычное то, что радикальную трансформацию претерпел генетический код космонавта. Исследователи полагают, что физические и психические стрессы активировали сотни «космических генов», которые повлияли на деятельность иммунной системы и сетчатки глаза.

Серьезнее всего поменялась работа тех генов, которые отвечают за формирование костей, исправление мутаций и реакцию на недостаток кислорода и избыток углекислого газа. Причем, часть генов стала более активной, а другие, наоборот, были «отключены». Причиной этого может быть сложная реакция на необычный тип стресса: стресс пространства.

– Зачастую, когда организм сталкивается с чем-то чужим, активируется иммунный ответ, – сказал руководитель проекта NASA Twins Study Кристофер Мэйсон. – Организм считает, что есть необходимость защищать себя. Часть изменений исчезает после возвращения на Землю, но другие не пропадают, в их числе работа иммунной системы и сетчатки глаз. Столь значительное количество изменений говорит о том, что тело пыталось приспособиться к иной среде обитания.

Понимание того, почему и каким образом активируются «космические гены», будет иметь решающее значение для планирования более длительных пилотируемых космических полетов. Ученые считают, что эксперимент с братьями-близнецами поможет понять, как защитить человека при полете на Марс или при жизни на Луне [4].

5. Объявление

Внимание!!! Девушки и женщины: будучи одни, гуляя по городу, возвращаясь домой, с учебы, с работы, если встретите по пути плачущего маленького ребенка, держащего в руках листок бумаги с адресом, НЕ ОТВОДИТЕ ЕГО ТУДА!!! Отведите ребенка в полицию, потому что это новый способ преступников заманивать жертву. Предупредите родных и близких!!! Распространите, чтобы больше людей об этом узнало!!! [17].

6. Wi-Fi губит все живое.

Wi-Fi имеет частоту 2,4Ггц, такая же частота и в микроволновке!

Новый вид аллергии зарегистрировали специалисты в США. Оказывается, у некоторых людей обнаружилась аллергия на беспроводные сети wi-fi. Пациенты приходили к врачам с жалобами на головные боли, у них были симптомы, характерные для простуды (ломка суставов), а некоторые также отмечали ухудшение зрения. Как говорят сами медики, воздействие wi-fi на организм полностью не изучено, но с подобной симптоматикой еще сталкиваться не приходилось. Чтобы излечиться от «аллергии», медики предлагают побольше сидеть дома, ведь чаще всего частный сектор не входит в зону действия wi-fi. Ну правдолюбивые американцы уже активизировались. По стране начаты несколько судебных процессов, в которых истцами выступают родители. Причина – негативное влияние интернет-связи на здоровье их детей. Но уже сейчас многие соглашаются с тем, что wi-fi не так уж и полезен для здоровья человека. Некоторые ученые считают, что опасения имеют основания, поскольку wi-fi работает на той же частоте, что и микроволновая печь. На этой частоте в печи продукты разогреваются за пару минут, и логично предположить негативное воздействие ее на человека [17].

Задание 78. Аудит собственного информационного поля. Проанализируйте свои основные источники новостей (соцсети, каналы, блоги, окружение и др.). Систематизируйте их, ответив на вопросы: какие из них явно ангажированы или предвзяты, какие стараются быть нейтральными, между какими идет прямая конфронтация? Сформулируйте ваше отношение к каждой группе источников, определите цель, с которой вы к ним обращаетесь. Сделайте обобщенный вывод о том, кто формирует вашу картину мира.

Задание 79. Проанализируйте коммуникативное поведение тролля при обсуждении темы «В России начали первую в истории

перегрузку топлива на плавучей АЭС» на сайте «РИА Новости» в ВКонтакте [5]. В чем ключевое отличие поведения тролля от поведения спорщика-скептика или эмоционально вовлеченного, но искреннего участника конфликта? Какова истинная цель тролля? Можно ли увидеть повторяющийся сценарий в его поведении? Какие риторические уловки и паралогические приемы использует тролль для создания видимости аргументации? Как коммуникативное поведение тролля трансформирует пространство дискуссии? Какие уязвимые места сообщества выявляет троллинг? Как должен вести себя пользователь, подвергшийся атаке: а) вступать в полемику, б) использовать иронию, в) игнорировать, г) фиксировать нарушения и жаловаться модератору? д) использовать какие-либо другие приемы противодействия? Обоснуйте, почему выбранная вами тактика наиболее эффективна.

Ангелина Громова: Ну и где такое еще можно в мире встретить? Нигде! А на Украине такое вообще возможно? Никогда!

Лиза Ноипрокс (ЛН): Ангелина, душенька, нигде, ни в одном магазине России, вы не увидите этот реактор, эту самую АЭС. Но ничего из того, что на себя надеть российского, вы тоже не найдете.

Колян Николаев (КН): Лиза, у вас скакуасов может и нет ничего своего надеть, а в России полно.

ЛН: Колян, и что на тебе одето российского, кроме трусов? Или бытовые приборы на кухне российские? А машина у тебя есть?

КН: Лиза, носки, ботинки, футболка, куртка, шапка, перчатки.

ЛН: Колян, кабан, тебе вот такие кроссовки подойдут. Поищи, если остались в продаже. [Фото кроссовок фирмы EBLAN].

КН: Лиза, свыня, носи сама!))

ЛН: Колян, вечно ты чем-то не доволен, кроме российских АЭС.

КН: Лиза, свыня, это ты недовольное.

ЛН: Колян, ну все, кабан, пока В твой череп-голова так мало мозг, что скучно становится.

КН: Лиза, свыня, у тебя и твоих предков его априори не бывает.

Евгений Кравченко (ЕК): Лиза, все наше, особенно продовольствие наше полностью. А атомная энергетика – это одно из самых главных.

ЛН: Евгений, кабан, все наше ...вот только на всем этом нашем названия не наши – чипсы, индезит, мазда, не говоря уж о бытовых приборах и сковородках.

ЕК: Лиза, автомобили производим, с/х технику производим. Лекарства производим. И многое-многое другое.

ЛН: Евгений, кабан, Россия не производит кроссовок, но они есть ....наши, но НЕ наши. Ты купи, они еще есть в продаже. Уверена, на тебя оглядываться будут. [Фото кроссовок фирмы EBLAN].

ЕК: Лиза, производим. И шьем спортивную одежду и обувь, снаряжение для туризма и активного отдыха, для МЧС и альпинизма. К примеру, Bask.

Алина Мур-Мур (АМ): Лиза, не смеши! Погугли российские бренды! Меняй методичку))).

ЛН: Алина, если вам интересно ГУГЛлить, то ради бога. А я, что мне надо, в магазинах покупаю.

АМ: Лиза, аналогично! И лично я да и мамка с папой давно одеваются в российские бренды! Меняй свою методичку.

ЛН: Алина, я не сомневаюсь ....только НЕ в российские, а советские бренды.

АМ: Лиза, хрюкай.

ЛН: Алина, ей ты тоже посоветуешь хрюкать? Маргарита Чакова. Вообще, это понятно, что в таких условиях одинокая мать прожить с детьми не сможет. Они еще и растут. У нее наверняка не хватило сил их обеспечивать, вот вам и «забота» государства о таких людях. Можно было устроить детей хоть в интернат, но всем, кто занимается этими вопросами, до этой матери и дела нет. И так

во всем, ничем не улучшаются условия жизни россиян, и бессовестные работники даже не собираются никому помогать, потому что им и самим никто этого не даст делать. Тухлой рыбой попахивает, а период гниения ее обозначен с ее начала.

АМ: Лиза, скажи, заботливая россиянка. Бандеровцы – это нацистские преступники?

ЛН: Алина, ты определись сначала, что означает слово НАЦИЗМ, а потом уже предметно говорить можно.

АМ: Лиза, любой россиян скажет – ДА! Бандеровцы – это нацистские преступники! Враги России! Хрюкай дальше)))

Задание 80. Что такое пранк? В чем ключевое отличие пранка от провокации и троллинга? Что делает пранк эффективным? Какие виды пранков вы знаете? Что понимается под пранк-журналистикой, каковы ее цели? Охарактеризуйте этический аспект пранк-журналистики. Согласны ли вы с оценкой деятельности пранкеров Сергея Худиева? К любым ли пранкам можно отнести данную оценку?

Как вы относитесь к современной деятельности известных российских пранкеров Владимира Кузнецова (Вована) и Алексея Столярова (Лексуса)? Оправдан ли пранк во время информационной войны?

1. О пранке и украденных ключах

В сетях обсуждают, как некие российские пранкеры разыграли британского певца Элтона Джона, позвонив ему и представившись Песковым и Путиным.

Пранк – это вид грубого розыгрыша, когда человеку звонят, представляясь кем-то другим, чтобы побудить его высказать что-то его компрометирующее. Обругать третьих лиц, например, или выдать какие-то мелкие, но унизительные тайны. Иногда пранкеры изображают из себя Робин Гудов, выводящих лицемеров и

мошенников на чистую воду. Возможно, по отношению к преступнику еще можно прибегать к чему-то подобному, чтобы вынудить его выдать себя. Но обычно пранк не имеет отношения к раскрытию преступлений. Это похоже скорее на то, как папарацци подлавливают какую-нибудь знаменитость, которая напилась, ругалась, сломала деревцо, и вообще предстала в оскорбляющем человеческое достоинство виде – а потом выкладывают это на сайтах бульварных изданий на радость почтеннейшей публике. Или даже бедная знаменитость не напивалась, а просто переодевалась в пляжной кабинке – а ее засняли без ее ведома, а потом выложили в сеть.

Или на то, как злые шутники ставят скрытую камеру в чьей-то комнате, а потом транслируют на всю сеть, чем там люди занимались в уединении – иногда такие истории кончаются самоубийством жертвы.

Цель тут не в том, чтобы разоблачить чьи-то тайные злодейства, а в том, чтобы унизить человека и посмеяться над ним – и пригласить всю сеть разделить это удовольствие. Тем более, что пользователи сети могут сделать это анонимно. Впрочем, многие не стесняются делать это и под своими настоящими именами – а что такого?

Тем более, когда жертва чем-то не нравится – как тот же сэр Элтон Джон. Смешной, некрасивый, пожилой гомосексуалист в дурацких солнцезащитных очках, его так весело пинать. Почему нельзя-то? По ряду причин.

К творчеству Элтона Джона я совершенно равнодушен – и не нравится, и не раздражает, вообще никак. В отношении его политической борьбы я прочно нахожусь на другой стороне баррикад. Но в данном случае это неважно.

Культура, цивилизация, гуманность – это все система запретов. Это много разных «нельзя», которые не дают вылезти на поверхность тому глумливому зверю, который сидит в людях. Этот

внутренний зверь постоянно рвется наружу – и иногда успешно вырывается. Есть люди, активно эксплуатирующие эту злобную радость нарушения цивилизационных запретов – те же «Шарли Эбдо», например.

Одно из этих «нельзя» – это «нельзя нарушать чужую приватность». Другой человек имеет право пускать или не пускать других в свою жизнь. Он имеет право доверять ключи от своей квартиры тем, кому хочет, – а кому не хочет, не доверять. Если кто-то завладел вашими ключами, которые вы хотели передать своему другу, проник в вашу квартиру, ничего не украл, но сделал серию снимков и выложил их в сети – «вы не знаете, что такое настоящая помойка, пока вы не видели комнаты N, бу-га-га» – он все равно совершил по отношению к вам преступление. Это ваша квартира. Вы были готовы пустить в нее друга, которому доверяете, но не чужака, который над вами посмеется. Человек имеет право открывать что-то одним собеседникам, а другим – не открывать.

Другое «нельзя» – нельзя обманывать людей, выдавая себя за кого-то другого. Соседа, родственника, Путина, Папу Римского. Это аморально и по отношению к тем, чье имя крадется, и тем, кого обманывают, используя это имя.

Еще одно «нельзя» – нельзя намеренно унижать других людей.

Общество держится на этих запретах – на вежливости, уважении, деликатности, признании границ чужой приватности. Нарушение их может казаться чем-то небольшим – ну, не убили же никого, в конце концов. Но цивилизация – это плотина, которая сдерживает стихию варварства. Издевательский смех такого рода – это треск, с которым она ломается.

Люди, которые говорят, что вот Элтон Джон плохой человек, гей-активист, и поделом ему, – не понимают одной важной вещи. Пранк – это то же самое, что гей-парад, только хуже. Мужчин, которые парадируют по улицам в женских купальниках и перьях,

справедливо укоряют в том, что они выворачивают свою приватность на улицы и поступают против приличий, проявляют неуважение к окружающим и нарушают их границы: многие из жителей города отнюдь не заказывали такого зрелища.

Но они, хотя бы, делают это добровольно; вот если бы кого-то против его воли выставляли на улицу в помаде и перьях, это было бы двойное преступление – и против тех, кому эту непристойность демонстрируют, и против самого выставленного человека, поскольку он на это не соизволял.

Когда человека обманом разводят на некий частный разговор, а потом этот разговор публикуют – это то же самое. Злобный, издевательский смех над чужим унижением – это еще худшая непристойность, чем мужики в бикини и помаде [39].

2. Информационная война: секреты работы пранкеров Вована и Лексуса

Пранкерам Вовану и Лексусу за несколько лет их деятельности удалось связаться со множеством лидеров государств и получить эксклюзивную информацию о том, какие решения принимаются на высшем уровне, в том числе, которые послужили причиной начала СВО. Алексей Столяров отметил, что то, чем они занимаются – это в какой-то степени тоже можно назвать журналистикой. Формат видеоинтервью позволяет показать всему миру то, как дела обстоят на самом деле.

«Мы общаемся с людьми, которые создают фейки на глобальном уровне и пытаются их капитализировать, то есть продать западной аудитории. Все, наверное, слышали, что происходит на Западе, когда наших военнослужащих обвиняют во всех возможных тяжких грехах и просто всячески малюют их дьяволами. Но потом оказывается, что за этими обвинениями на самом деле ничего нет», – рассказал Алексей Столяров.

В качестве примера пранкеры показали видео с экс-омбудсменом по правам человека, которая занималась защитой прав людей на Украине Людмилой Денисовой. Она, по словам рассказчиков, распространяла фейки о том, что российские солдаты якобы уничтожают украинское население и делают с людьми ужасные вещи. Вовану и Лексусу удалось поговорить с Людмилой Денисовой и узнать, как создаются эти фейки. По словам Владимира Кузнецова, весьма показательно, что украинская сторона даже не занималась расследованием этих выдуманных событий.

«Еще наглядная история была с чиновницей из ООН Прамилой Паттен. Она прославилась заявлением о том, что якобы российским войскам постоянно поставляют тонны виагры, которую они используют по назначению. Мы также связались с ней от имени украинских властей и спросили о том, какие у нее есть доказательства? Она ответила, что не должна собирать какие-то доказательства и что-либо расследовать. Ее задача – просто распространять сведения. А никаких реальных доказательств этого у нее нет. Они ей не нужны», – рассказал Владимир Кузнецов.

Он также поделился тем, как именно пранкеры выбирают следующую жертву розыгрыша. Вопреки распространенному мнению, у Вована и Лексуса нет какой-либо базы телефонных номеров или чего-то похожего. Они связываются с известными личностями по почте, через помощников или офис. Владимир Кузнецов отметил, что в этом их деятельность схожа с работой профессиональных журналистов. Сначала пранкеры выбирают того, кто засветился в информационном поле благодаря каким-то громким новостным событиям. По их мнению, обществу интересны герои, о которых говорят. Кроме того, этот персонаж должен быть интересен самим пранкерам. Порой они выбирают человека, который не на слуху, но вызывает живой интерес <…>

Во время панельной дискуссии Владимира Кузнецова и Алексея Столярова спросили, считают ли они себя частью информационной войны. Алексей Столяров ответил, что поскольку то, чем они занимаются, показывает недостатки той стороны и работает во благо родине, то их действительно в какой-то степени можно назвать частью информационной войны.

«С другой стороны, если мы посмотрим на информационные войны с точки зрения украинской армии, то там это поставлено на государственный уровень. Это и ЦИПсО, и СБУ, которая использует различные подобные методики развода людей. Сейчас же, как вы знаете, те самые мошенники, представляющиеся то «службой безопасности банка», то «следователями». Они не просто пытаются отнять у людей деньги, но еще и заставляют совершать определенные действия. На той стороне есть люди без принципов, которые ничем не чураются. Потому что забрать последнее у пенсионерки, да еще и заставить ее поджечь военкомат – это только конченное существо может сделать», – отметил Алексей Столяров [11].

Задание 81. По каким признакам можно определить, что данные сообщения являются фишинговыми? На какие эмоции и слабости адресата осуществляется воздействие? Как отличить искреннюю просьбу или предложение от акта мошенничества?

1. Здравствуйте, прошу прощения за то, что пишу тут. Меня зовут Лиза, мне 15 лет. Живу с бабулей, потому что родителей нет. Пожалуйста, зайдите в мой канал и почитайте пост, который мы написали с бабушкой. Я рисую рисунки, кормлю кошечек. Оцените, пожалуйста.

2. Всех с наступающим Новым годом! Пишу вам с самого дна. Я не хочу быть попрошайкой, но мне больше не к кому обратиться. Я студент, болею диабетом 1 типа, до декабря получал пенсию, сни-

маю комнату в бараке. Но с мая пенсию сняли, так как стал совершеннолетним и нужно переоформить инвалидность, но возникли трудности с переоформлением. Отец давно умер. Мама, сколько помню ее, пьет, с ней я не живу с 15 лет. Пошел на работу, совмещая с учебой. Так вышло, что на последнем месте работы мне не выплатили зарплату. Работал неофициально по ночам из-за учебы. В доме совершенно нет еды. У меня живет котенок, взял его с улицы, он там погибал… Ему на последние деньги купил немного корма, у самого даже круп нет никаких или дошираков. Я прошу всех, кому не в тягость: одолжите рублей 200-250 на по минимуму поесть, купить каких-нибудь дошираков дешевых, корма котику. Стыдно мне просить, но выбора у меня нету. Если вы с Хабаровского края, я буду рад продуктам и вещам теплым.

XXXX XXXX XXXX 0042 ВТБ банк.

Храни Вас Господь и Вашу семью.

(текст сопровождают фото котенка и пустого холодильника).

3. ВНИМАНИЕ! Напоминаю о РАЗДАЧЕ ПОДАРКОВ! Множество подарков и денежных призов! И все это благодаря моим новым спонсорам! Каждому участнику гарантированный подарок от 350 р! Только сегодня!

➡ ЗАБРАТЬ ПОДАРОК!

4. КРУПНЫЙ ВЫИГРЫШ ПОЗДРАВЛЯЕМ!

315 000 РУБЛЕЙ

Вы выиграли денежный приз. Для получения выигрыша мы соединим Вас с оператором. Нажмите на кнопку ниже для продолжения.

Нажмите на кнопку ниже, чтобы связаться с оператором

Нажмите для получения выигрыша

5. Денежкой могу помочь нескольким до получки, по плюсику в личку поставьте, мест мало.

4. МЕДИАВОЗДЕЙСТВИЕ И ПРАВОВАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

В процессе речевой коммуникации любой человек может выступать и как объект, и как субъект воздействия. Намереваясь воздействовать на коммуникативного партнера, необходимо понимать, что не все приемы и техники являются правомерными. Неправомерным может быть признан как определенный способ воздействия (например, такие формы принуждения, как угрозы или шантаж), так и особые виды информации, законодательно запрещенные к распространению. В настоящее время Кодекс об административных правонарушениях (КоАП), Гражданский кодекс и Уголовный кодекс Российской Федерации содержат несколько десятков статей, посвященных речевым правонарушениям, к которым относятся: угроза; распространение порочащей информации (клевета); оскорбление; возбуждение ненависти или вражды, разжигание межнациональной розни; призывы к террористической деятельности, оправдание или пропаганда терроризма, призывы к экстремистской деятельности; пропаганда нацистской атрибутики и символики; призывы к санкциям против РФ; призывы к нарушению территориальной целостности РФ; дискредитация Вооруженных Сил РФ; пропаганда наркотических и психотропных веществ; речевое хулиганство (безадресное употребление нецензурной лексики); нарушение авторских прав (плагиат); недостоверная, неэтичная и недобросовестная реклама и ряд других.

Любой участник как публичной, массовой, так и межличностной коммуникации должен обладать лингвоправовой компетентностью: знать комплекс диагностических признаков каждого речевого правонарушения и систему маркирующих его языковых средств. Субъекту воздействия необходимо помнить о гражданской и уголовной ответственности за свое речевое поведение.

Задание 82. Определите, содержат ли следующие высказывания признаки речевых правонарушений (примеры взяты из экспертной практики авторов пособия).

1) Он «договорился» со следователями о прекращении уголовного дела. 2) При таком развитии событий у поставщиков ресурсов может возникнуть риск того, что долги перед ними вряд ли будут погашены и, вероятнее всего, ООО «Департамент ЖКХ г. Тольятти» уйдет на банкротство. 3) Ты, вообще, дурачок, что ли? Я тебя всё равно найду и урою. 4) Ваши рассуждения напоминают рассуждения форменного идиота, полного кретина и типичного дебила. 5) Любите свой род, свой народ, свою расу! Пусть ваши дети будут похожи на вас, на ваших отцов и матерей! Пусть грузин женится на грузинке! Татарин женится на татарке! А русские должны создавать семейные пары только с русскими. 6) Однажды общался с директором – полное дерево. 7) Как только вы продадите одну из ваших компаний нашим людям, министерство заключит с вами новый выгодный контракт. 8) Вы руководите здесь быдлом. Быдлом! 9) Он назвал Н. мошенником и негодяем, который лишь удачно пользуется фамилией своей матери. 10) За атаками «буйных» общественников торчат уши П., и его прямой коммерческий интерес: вернуть себе рынок снабжения школ и детсадов. 11) Поручить ей провести это мероприятие? Да она от страха под стол залезет! 12) Еще раз припаркуешься у моей двери – разрисую машину гвоздем. 13) Вы видите меня глазами глубоко закомплексованного ограниченного человека. 14) В цирке под названием ЖКХ г. Тольятти, он уже четверть века является центральной фигурой. Мэры (читай – директора цирка) менялись, а он оставался лицом этого балагана: невозмутимо показывал свои коммунальные фокусы. 15) У нас очень длинные руки. Тебе необязательно быть в России, чтобы мы тебя угомонили. 16) Бойся фашистов! Когда ты пьешь водку, мы качаем мускулы. Когда ты сидишь на диване, мы работаем. Любое твое слово и действие против нас добавляет нам новой силы. Бойся фашистов! Сорви этот листок! Бойся!

17) Она плетется в хвосте вторых скрипок. 18) Начинается на Г и кончается на О. Не подумайте плохого: Это завуч Головко. 19) Кто не с нами, тот под нами. 20) Отвянь, училка! (надпись на обложке школьной тетради) 21) Вас лишили прав? Вашу проблему решим мы! 22) Закопай тещу в песок. 23) Обуем всю страну. 24) Ты хороший родитель? «Любишь ребенка – отведи на Лубянку» (в магазин «Детский мир»). 25) Очкуешь, товарищ? С наличкой тревожно? Сделай же вклад в банке надёжном. СКБ-банк. 26) Коммерсанты ничего не решают, пока не прочтут «Ведомости». 27) Вася Иванов обладает безгранично природной энергией. Сейчас ему только 15, а он уже защитил докторскую диссертацию, выиграл чемпионат мира по шахматам, говорит на 15 языках. Да бог с ним, с Васей! Для реальных людей есть энергия «Adrenalin Rush». Пей энергию, достигни большего! 28) Акция компании Burger King, в ходе которой промоутеры появлялись на улицах Санкт-Петербурга в футболках с надписью: «You won't starve in this city» («В этом городе вы не умрете от голода»). 29) Коля из Бургер Кинга раздаст по Е-баллам за кофе. 30) ЕдАЛ ТАКОЕ? Burger King. 31) Раздаем люлей для хороших людей (люля-кебаб, сеть ресторанов Хмели Летели). 32) Чиздец! Чизбургер всего за 49 р. (Burger King).

Задание 83. Каковы ключевые признаки оскорбления? Систематизируйте смысловые группы оскорбительной лексики, проиллюстрируйте 3-4 примерами каждую группу. Найдите в конфликтном сетевом дискурсе высказывания, которые можно квалифицировать как оскорбительные.

Задание 84. Чем угроза отличается от близких речевых жанров – предостережения, предупреждения, обещания? Каковы лингвистические маркеры прямой и скрытой угрозы?

Задание 85. Что понимается под экстремизмом? Какие высказывания и действия могут быть квалифицированы как экстремистские? Какие речевые жанры и языковые средства играют ключевую роль в выражении экстремистских идей? Могут ли быть отнесены к подобным правонарушениям размещение мемов и карикатур на своих страницах в социальных сетях, репосты и лайки публикаций экстремистского содержания?

Задание 86. Объясните, почему действия жительницы Пензы были признаны судом противоправными.

Жительницу Пензы оштрафовали за рисунок конопли на носках

Девушка выложила на своих страницах в соцсетях фотографии носков с изображением листьев конопли, где они находились в открытом доступе. Фотография носков с изображением конопли стала причиной судебного разбирательства. Суд признал девушку виновной и обязал выплатить 4 тысячи рублей [15].

Задание 87. Объясните, почему Роспатент отказал: а) индивидуальному предпринимателю в регистрации товарного знака «В семейном кругу»; б) компании «Русьимпорт», крупному импортеру элитного алкоголя, в регистрации товарного знака «Мимино». Оба товарных знака предназначались для маркировки алкогольной продукции.

Задание 88. Объясните, почему суд обязал: а) кондитерскую фабрику «Славянка» (Белгородская область) прекратить выпуск шоколада «Алина»; б) ООО «Компанию Люксоил» аннулировать товарный знак «Luxoil».

Задание 89. Назовите объекты, рекламирование которых не допускается, согласно Федеральному закону о рекламе. Объясните

причины запрета. Встречались ли вам факты нарушения или обхода законодательных требований?

Задание 90. Выявите и охарактеризуйте приемы обхода законодательных требований в следующих рекламных текстах. Оцените их эффективность.

1) Закон не позволяет написать название, но у нас есть этот НАПИТОК:) Он разнообразен, вкусен и свеж! #za.ПИВ.com

2) Реклама пива запрещена, поэтому ее здесь нет.

Задание 91. Определите и охарактеризуйте схему преступления в следующем телефонном разговоре (материал взят из экспертной практики авторов пособия). Какие приемы воздействия на адресата использует мошенник? Предложите варианты реагирования в подобных ситуациях.

Женщина (Ж) – Алло?

Мужчина (М) – Алло, мам?

Ж – А?

М – Мам, мам, слушай, у меня проблемы, мам. Я человека сбил на машине. В полиции сейчас, мам.

Ж – Ты где ездил?

М – А в ГАИ, мам. У следователя в кабинете, меня задержали, хотят дело уголовное заводить. Я девчонку насмерть сбил, мам. Говорят, лет пять светит, мам. Помоги, пожалуйста.

Ж – И че?

М – Мам, я сейчас следователю дам трубку, он тебе все объяснит. Он может помочь, чтобы не посадили, мам, поговори с ним, пожалуйста, договорись, а. Нормальный мужик. Сейчас я ему дам, мам. [в сторону] Михаил Сергеевич, возьмите. Алло?

Ж – Да?

М – Здравствуйте.

Ж – Да.

М – Так, с Вами разговаривает старший инспектор дорожно-транспортного происшествия, моя фамилия Потапов, зовут меня Михаил Сергеевич, звание мое капитан. А-а, будьте добры, представьтесь. Я с кем разговариваю?

Ж – Нина Николаевна.

М – Нина Николаевна. Так, Нина Николаевна, вам сын объяснил, что произошло?

Ж – Да.

М – Так, Нина Николаевна, надеюсь, вы понимаете, что наш разговор официального характера не носит?

Ж – Угу.

М – То есть я бы хотел, чтобы наш разговор был сугубо между нами двоими.

Ж – Ага.

М – А-а, то есть я могу на это рассчитывать?

Ж – Ну да.

М – Значит смотрите, Нина Николаевна, … дело таково. Значит, и, у нас произошло ДТП, значит, есть пострадавшая девушка, девяносто восьмого года рождения. Девушка от полученных травм скончалась прям на месте аварии. Врачи ничего не могли уже сделать. В общем, дело серьезное. Есть свидетель, мужчина все видел. Сейчас я должен заводить уголовное дело по двести шестьдесят четвертой статье. Ему грозит сейчас от трех до семи лет лишения свободы. Понимаете всю серьезность ситуации? В общем, смотрите, мы сейчас с ними разговаривали, он меня просит, чтобы я ему помог. То есть я могу сделать так, что он пойдет по этому делу свидетелем. А показания, э-э, переделаем. Сделаем так, якобы у нас наезд на пешехода совершило лицо неустановленное, которое с места происшествия скрылось на неизвестном автомобиле. Понимаете? Тогда он проходит у нас свидетелем, если он дает такие показания. Все это не бесплатно, сами понимаете.

Ж – Угу.

М – Будете помогать?

Ж – Ну мне что надо? Приехать к Вам или что?

М – Я вам сейчас все объясню. Сейчас весь вопрос в деньгах, то есть.

Ж – Угу.

М – Ну а вообще на решение вопроса потребуется пятьсот тысяч. Такая сумма имеется?

Ж – Мы в данный момент, че, должны сейчас приехать, что ли?

М – Я вам все объясню. Мы давайте сначала выясним: вы располагаете такой суммой или нет. Или денег нету, куда ехать? Зачем вообще что-то делать? Я тогда его оформлю, как есть.

Ж – На данный момент, конечно, нет. Надо, э, искать.

М – Понятно. Давайте тогда поставим так вот вопрос. На данный момент, какая сумма имеется наличными или на карте прямо сейчас?

Ж – Ой. Сейчас ниче нет.

М – То есть вообще никакой суммы нет?

Ж – Да.

М – То есть ни на карте, нигде?

Ж – Да.

М – Ну, без денег этот вопрос не решишь, понимаете? Мы бы сейчас хоть какую-то часть, хоть какую-то часть надо отдать свидетелю, чтобы он протоколы подписал.

Ж - ... звонить.

М – Что?

Ж – Буду звонить?

М – Кому?

Ж – Сейчас позвоню.

М – Кому вы будете звонить?

Ж – Знакомым своим.

М – Я же вам сказал, никто ничего знать не должен. А что Вы будете говорить сейчас?

Ж – Ой. Ну мне надо подумать.

М – В общем давайте сделаем так. У вас мобильный телефон есть?

Ж – Ну да.

М – Звоните. Но домашний не отключайте, чтобы я слышал ваш разговор. То есть если хоть слово лишнее скажете и я услышу, то есть я трубочку вешаю, все, его оформляю. Понимаете?

Ж – Ага, ага.

М – Звоните. Нам на данный момент хотя бы, я не знаю, ну, сто пятьдесят тысяч хотя бы надо свидетелю.

Задание 92. Дайте развернутый анализ собственного медиапространства (входящей и исходящей, устной и письменной информации, страницы в соцсетях, сообщения в мессенджерах и т.п.) на предмет выявления потенциальных рисков.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Банка сгущенки застряла в пасти медведя и едва не убила его. Как дикие животные в России страдают от мусора? – URL: https://lenta.ru/articles/2022/07/21/tresh/?ysclid=lmaix2ttvw465251044 (дата обращения: 25.03.2026).

2. Барашкина Е.А., Чернявская Н.А. Деловое общение: практикум. – Самара: Изд-во «Самарский университет», 2011. – 84 с.

3. Бещенцева И. «Оторвал батарею»: пьяный петербуржец устроил потоп в доме на улице Морской Пехоты // Газета. СПб. – URL: https://gazeta.spb.ru/2379698-otorval-batareyu-pyanyj-peterburzhets-ustroil-potop-v-dome-na-ulitse-morskoj-pehoty (дата обращения: 25.03.2026).

4. Бровкина М. NASA: космос радикально изменил ДНК астронавта на МКС // Российская газета. – URL: https://rg.ru/2018/03/14/kosmos-dnk.html?utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2F (дата обращения: 25.03.2026).

5. В России начали первую в истории перегрузку топлива на плавучей АЭС // РИА Новости. – URL: https://vk.ru/ria?z=photo-15755094_459506804%2F37259473e4e2ec900a (дата обращения: 25.03.2026).

6. Ветрова П. Донорство крови в Самаре: где сдать, сколько стоит // Комсомольская правда. – URL: https://www.samara.kp.ru/daily/26720.5/3746363/ (дата обращения: 25.03.2026).

7. Гонтермахер Б. Роскомнадзор приостановил показ "Трое из Простоквашино" из-за вероятного нацистского прошлого почтальона Печкина // Панорама. – URL: https://panorama.pub/594-roskomnadzor-priostanovil-pokaz.html (дата обращения: 25.03.2026).

8. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. – М.: ЧеРо, Издательство МГУ, – 1997. – 344 с.

9. Если давали взятку, то кому. – URL: https://rczhuravushka.ru/images/dokyment/dok_rczh_73.pdf (дата обращения: 25.03.2026).

10. Жилавская И.В., Онучина К.К. Классификация медиа // Жилавская И.В., Онучина К.К. Виды медиа: типология и история: учебное пособие. – М.: МПГУ, 2020. – С. 18–58.

11. Информационная война: секреты работы пранкеров Вована и Лексуса. – URL: https://irkutskmedia.ru/news/1588030/ (дата обращения: 25.03.2026).

12. Информационные фильтры. – URL: https://www.prodlenka.org/metodicheskie-razrabotki/475415-informacionnye-filtry (дата обращения: 25.03.2026).

13. Как стать донором // Портал государственных услуг Российской Федерации. – URL: https://www.gosuslugi.ru/help/faq/donor/102286 (дата обращения: 25.03.2026).

14. Каннские львы 2007 – Сила ветра. – URL: https://ya.ru/video/preview/16713121879746071853 (дата обращения: 25.03.2026).

15. Крупский В. Жительницу Пензы оштрафовали за рисунок конопли на носках // Комсомольская правда. – URL: https://www.kazan.kp.ru/daily/217178.5/4282872/ (дата обращения: 25.03.2026).

16. Кулик А. Старая сказка на новый лад // Областная газета. – URL: https://oblgazeta.ru/culture-and-sports/movie/2024/01/33094/ (дата обращения: 25.03.2026).

17. Лапша Медиа – Фактчекинговый ресурс. – URL: https://lapsha.media/ (дата обращения: 25.03.2026).

18. Лукин В.А. Художественный текст: Основы лингвистической теории. Аналитический минимум. – М.: Изд-во «Ось-89», 2005. – 559 с.

19. Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека. М.: Кучково поле, 2014. – 464с.

20. Маковеенко Е.И. Лексико-фразеологические средства выражения оценки цифровизации образования в СМИ: курсовая работа – Самара, 2025. – 36 с.

21. Маргацкая С. «Ничего на свете лучше нету»: рецензия на фильм «Бременские музыканты». – URL: https://kudago.com/all/news/nichego-na-svete-luchshe-netu/ (дата обращения: 25.03.2026).

22. Национальный корпус русского языка. – URL: https://ruscorpora (дата обращения: 25.03.2026).

23. Новости / Политика. – URL: https://vk.ru/news.politics (дата обращения: 22.09.2024).

24. Нурадилова А. 17 человек попали в больницу из-за кишечной инфекции в школе №608 в Петербурге // Комсомольская правда. – URL: https://www.spb.kp.ru/daily/27552/4819896/?ysclid=lmakf28kff63816947 (дата обращения: 25.03.2026).

25. О противодействии коррупции. – URL: https://grachc-son.ru/images/docs/pamyatka.pdf?ysclid=mtlln36tz5804320162 (дата обращения: 25.03.2026).

26. Ослы, короли и капуста. Лидия Маслова – о тайном смысле новых «Бременских музыкантов». – URL: https://www.kinopoisk.ru/media/article/4008924/?utm_referrer=yandex.ru (дата обращения: 25.03.2026).

27. По пути добрых дел: «Деловые Линии» перезапустили сотрудничество с Российской государственной детской библиотекой – URL: https://logistics.ru/ustoychivoe-razvitie/po-puti-dobrykh-del-delovye-linii-perezapustili-sotrudnichestvo-s-rossiyskoy?ysclid=lmhjijrp84873594060) (дата обращения: 25.03.2026).

28. Рис. Доставка роллов и поке в Самаре. – URL: https://vk.ru/ris_63?ysclid=mtl7l4d0e9133804104 (дата обращения: 25.03.2026).

29.Россия на месяц стала председателем Совбеза ООН // РИА Новости. – URL: https://vk.ru/ria?w=wall-15755094_41360475_r0 (дата обращения: 25.03.2026).

30. Сарханянц К., Миклашевская А. и др. Тень холодной войны накрыла не только международную политику, но и Олимпиаду // Коммерсантъ. – URL: https://www.kommersant.ru/doc/5216585 (дата обращения: 25.03.2026).

31.Сельскова Я.В. Стратегия самопрезентации в речи комика-импровизатора Арсения Попова: курсовая работа. – Самара, 2024. – 37 с.

32. Та самая книжка. – URL: https://www.toybytoy.com/book/The_book (дата обращения: 25.03.2026).

33.Талянина А.А., Усачева О.А. Метафорическая репрезентация информации в современной публицистике // Вестник молодых ученых и специалистов Самарского университета: Гуманитарные науки. – 2025. – № 1 (26). – С. 242–246.

34.Тергалинская Е.С., Усачева О.А. Оценка умственных способностей собеседника в интернет-общении (на материале политических форумов) // Международная молодежная научная конференция «XV Королевские чтения»: тезисы докладов. – Самара: АНО «Издательство СНЦ», 2019. – В 2 т. Т. 2. – С. 830–831.

35.Тогузаева Е.Н. Пропаганда в информационном обществе (правовой аспект): учебное пособие. – М.: РУСАЙНС, 2023. – 92 с.

36. Усачева О.А. Количественная характеристика качества «доброта» в современном публицистическом дискурсе // Ученые записки Казанского университета. Серия Гуманитарные науки. – 2022. – Т. 164. – Кн. 5. – С. 22–31.

37. Усачева О.А., Смирнова А.С. Парадигматические и синтагматические связи образных наречий-интенсификаторов // Вестник молодых ученых и специалистов Самарского государственного университета. – Самара: «Самарский университет», 2014. – № 1(4). – С. 126–130.

38. Усачева О.А., Чернявская Н.А., Мещанова Н.Г. Функционально-когнитивный потенциал метафоры в пространстве совре-

менного блога // Верхневолжский филологический вестник. – 2023. – № 4 (35). – С. 87–96.

39.Худиев С. О пранке и украденных ключах // Правмир. – URL: https://www.pravmir.ru/o-pranke-i-ukradennyih-klyuchah/ (дата обращения: 25.03.2026).

40. Чалдини Р. Психология влияния. – М.: Эксмо: БОМБОРА, 2020. – 416 с.

41.Чернявская Н.А. Метонимическая логика семантического развития корневой морфемы лаз/ LAZ в славянских языках // Вестник Самарского государственного университета. – 2012. – № 2-1 (93). – С. 99–104.

42. Чернявская Н.А. Проблемы обучения магистрантов основам лингвистической экспертизы // Актуальные проблемы лингвистики XXI века. – Самара: Самарская гуманитарная академия, 2023. – С. 247–254.

43.Чернявская Н.А., Усачева О.А. Современные технологии медиавоздействия: учебное пособие. – Самара: Издательство Самарского университета, 2024. – 88 с.

44. Чернявская Н.А., Усачева О.А. Современные технологии речевого воздействия: учебное пособие. – Самара: Издательство Самарского университета, 2024. – 160 с.

45. Чернявская Н.А., Усачева О.А., Темникова Н.Ю. и др. Коммуникативно-психологический портрет женщины-лидера // Организационная психология. – 2022. – Т. 12. – № 3. – С. 154–167.

46. Malka_lorenz's Journal. – URL: https://malka-lorenz.livejournal.com/ (дата обращения: 12.05.2025).

47. Nokia полностью прекратит деятельность в России // РИА Новости. – URL: https://vk.ru/ria?w=wall-15755094_37477838_r0 (дата обращения: 12.10.2022).

48. Save The Pacific Northwest Tree Octopus. – URL: https://zapatopi.net/treeoctopus/ (дата обращения: 25.03.2026).

Учебное издание

Чернявская Надежда Анатольевна
Усачева Ольга Александровна

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МЕДИАВОЗДЕЙСТВИЯ

Практикум

Редакционно-издательская обработка
издательства Самарского университета

Подписано в печать 30.09.2026. Формат 60×84 1/16.
Бумага офсетная. Печ. л. 6,25.
Тираж 27 экз. Заказ № . Арт. – 10(ПР)/2026.

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САМАРСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АКАДЕМИКА С.П. КОРОЛЕВА»
(САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ)
443086, САМАРА, МОСКОВСКОЕ ШОССЕ, 34.

Издательство Самарского университета.
443086, Самара, Московское шоссе, 34.

ДЛЯ ЗАМЕТОК