



*Антон Гецов*

МЕДИЙНИЯТ ПОЛИТИЧЕСКИ ДИСКУРС, ИЛИ КАК КОРУПЦИЯТА  
НА ЕЗИКА ЕВОЛЮИРА

*Anton Getsov*

POLITICAL DISCOURSE IN THE MEDIA, OR HOW CORRUPTION  
OF LANGUAGE EVOLVES

**Анотация:** Предмет на доклада е неизбежната, утилитарна и ефективна симбиоза между властта и езика, която е основна предпоставка за превръщането на „езика на властта“ във „власт на езика“. „Криптираният език“ е основният механизъм, чрез който „езикът на властта“ системно и креативно се модифицира във „власт на езика“, а корупцията на езика се превръща в корупция чрез езика. По този начин логическото, дедуктивното, концептуалното мислене се пренебрегва за сметка на емоциите, на въображението и на сензорната дейност. Този механизъм е функция от умелото и перманентното взаимодействие на медийния и на политическия дискурс. Той е безспорно и красноречиво проявление на една от новите функции на езика – осъществяване на скрито и преднамерено манипулативно въздействие върху чувствата, нагласите, предразсъдъците, вярванията, мисленето и в крайна сметка – върху поведението на социума.

**Ключови думи:** медиен политически дискурс, език на властта, власт на езика, криптиран език, корупция на езика, манипулативно въздействие

**Abstract:** The subject of the paper is the inevitable, utilitarian and effective symbiosis between power and language, which is a main precondition for the conversion from „language of power“ to „language power“. „Cryptic language“ is the basic mechanism by which „language of power“ systematically and creatively modifies itself into „language power“, and corruption of language becomes corruption by language. Thus, logical, deductive, and conceptual thinking are neglected at the expense of emotions, imagination and sensory activity. This mechanism is a function of skilful and permanent interaction between media discourse and political discourse. It is an indisputable and eloquent manifestation of one of the new functions of language – realization of a hidden and intentional manipulative influence on the feelings, adjustments, prejudices, beliefs, thinking, and ultimately – on the societal behaviour.

**Key words:** political discourse in the media, language of power, language power, cryptic language, corruption of language, manipulative influence

През не толкова далечната 1972 г. известният американски конгресмен Робърт Фредерик Дринън пише: „Езикът не е просто средство, чрез което ние говорим за нашата външна политика. Той е нашата външна политика“ (Drinan 1972: 279).

Тази идея, разбира се, не може да претендира за оригиналност. Заслугата на Дринън, който е известен професор по право и активен борец за човешките права, е, че за пръв път политик от толкова висок ранг формулира кратко и ясно взаимната зависимост между властта и езика. Хаотичното и все по-интензивно свръхпредлагане на факти през ХХІ век и атрактивният бизнес с тях радикализират съвременната политика. Основният механизъм, чрез който властта „узурпира“ и „приватизира“ инфосферата, е езикът. Неслучайно в една от последните си публикации в *New York Times* Уилям Дейвис – професор от колежа „Голдсмит“, който е асоциирана част от Лондонския университет, – твърди, че в днешната политика истината няма значение. Като основна причина за възхода на тази „модерна“ политика Дейвис посочва комбинацията между популистките движения и социалните медии, а като нейно основно проявление той детайлно анализира подмяната на данните с фактите. Намираме

се – пише той – в средата на преход между общество на фактите и общество на данните. Този преход води до огромно объркване по отношение на значението на познанието и на числата в обществения живот. Той предизвиква усещането, че истината сама по себе си изчезва“ (Davies 2016). (Между другото Дейвис цитира данни, според които около 70% от „фактическите“ изказвания на Доналд Тръмп попадат в категориите „по-скоро невярно“, „невярно“ и „пълна лъжа“.)

Именно разнопосочното и многопланово взаимодействие между властта и езика е основният проблем, който налага създаването и утвърждаването на ново научно направление в рамките на антропологическата парадигма. Става дума за политическата лингвистика, чийто обект на проучване е политическият дискурс\*. От една страна, трябва да се има предвид, че той е един от институционалните дискурси, от друга страна, трябва да се отчита неговата производност от идеологическия дискурс.

Едуард Будаев и Анатоли Чудинов, прилагайки полевия подход, обособяват в рамките на политическия дискурс ядро и периферия. Ядрото е представено от институционалния политически дискурс (чиста политическа комуникация – парламентарни стенограми, речи на политически лидери, програмни документи и пр.) и от медийния политически дискурс (популяризирането на политическите намерения, идеи, концепции чрез средствата за масова информация). В периферията Будаев и Чудинов поставят апаратната комуникация (инструкции, наредби, заповеди, нареждания, предназначени за партийните чиновници); непрофесионалното общуване на политически теми между обикновени граждани (т.нар. политиканстване); създаването и възприемането на популярна политическа литература и на политическа мемоаристика; анализирането на политическия дискурс от различни научни дисциплини (Будаев, Чудинов 2006: 26 – 27).

Двата ядрени политически субдискурса – институционалният и медийният – адекватно отразяват отношението между езика и властта. Като синоним на термина *институционален политически дискурс* може да се използва метафоричното название „език на властта“, защото този субдискурс онагледява начина на общуване в тясно професионална обществена практика, т.е. как говори властта. Като синоним на термина *медийен политически дискурс* може да се използва метафората „власт на езика“, защото чрез този субдискурс се реализира въздействието, упражнявано от „специалната класа“ (У. Липман), върху (под)съзнанието на масата, т.е. как властта манипулира. При това тази системна манипулация се извършва чрез активното, разнолико и услужливо посредничество на медиите.

Политическият дискурс се превръща в емблематична част от общия информационен език чрез средствата за масова информация. Посредническата роля на медиите не може и не трябва да бъде елементаризирана и подценявана. Медиите не само разпространяват политическите послания и идеи, не само популяризират политическите процеси. Тук иде реч за сложно, понякога дори комплицирано, и динамично взаимодействие не само между два начина на общуване в отделни социокултурни сфери, а и за средствата и механизмите, чрез които „езикът на властта“ се превръща във „власт на езика“.

Закономерна (а може би и малко позакъсняла) е следната констатация на Елена Кубрякова: „Спецификата на дискурса на масовата комуникация, предполагаемата и предварително планирана реакция на аудиторията, съзнателното изопачаване на информацията свидетелстват за установяването на нова функция на езика – управление на поведението на огромна маса от хора и манипулирането на тяхното съзнание“ (Кубрякова 2001: 61 – 62). Разбира се, дефиницията на тази нова функция на езика би могла да бъде прецизирана – непосредствен обект на манипулативното въздействие\*\* е подсъзнанието на аудиторията, а управлението на подсъзнанието осигурява строг и системен контрол върху нагласите, мненията, убежденията и в крайна сметка – върху поведението на масовия човек. Без съмнение обаче, тази функция, наречена по-късно от Кубрякова комуникативно-когнитивна (Кубрякова,

\*Дискурсът е динамичната симбиоза между текста и неговия комуникативно-прагматичен контекст. Това означава, че езиковите факти задължително и прецизно се осмислят, анализират и класифицират, като се вземат предвид екстралингвистичните условия и обстоятелства, в които и чрез които те функционират.

\*\* Авторът защитава тезата, че манипулацията (манипулативното въздействие) е скрито и преднамерено въздействие върху психиката на обекта на манипулиране, а целта на това въздействие е усилията и на адресанта (осъзнато и активно), и на адресата (неосъзнато и пасивно) да бъдат синхронизирани за реализацията на утилитарните цели на субекта на манипулиране (виж повече в: Гецов 2009).

Цурикова 2004: 155), става все по-актуална и нейната значимост изисква тя да бъде перманентно и задълбочено изследвана.

Класическият модел на масмедийна комуникация – „от един към много“ – динамично и креативно, с логистичното съдействие на дигиталните технологии, се заменя от иновативни начини на общуване, в които създаването на вторична реалност придобива нови измерения. Фикционалните светове, изградени чрез средствата за масова комуникация, са съвкупности от метафорични представи, актуални идеологеми и социални стереотипи. Те са селектирани, групирани и йерархизирани в съответствие с конкретните прагматични цели на хората, в чиито ръце медиите се превръщат в ефективни, ефектни и реактивни властови инструменти. И метафорите, и стереотипите (основателно определяни от мнозина учени като елементарни митове) притежават уникалното свойство чрез тях да се опростяват, да се формализират и да се шаблонизират понятия, идеи, послания, събития и отношения, които по презумпция са комплицирани, многоплатови и разноаспектни. Освен това чрез т.нар. елементарни митове оптимално се осъществява сложната конвергенция не само между некоординирани знакови системи, но и между различните социокултурни сфери, между различните когнитивни бази на комуникативните партньори, и не на последно място, между реалната, но дискриминирана очевидност и толерираните иреални представи за нея. Така, „омекотявайки“ неизбежния културен шок и рационализирайки ирационалния по своята същност мит, медиите безспорно икономисват усилията и времето на преситения, трудно ориентиращ се и намиращ се перманентно в състояние на ембрионална безпомощност „масов“ човек. От друга страна обаче, при добре планирания и находчиво осъществен преход от една система, сфера или база в друга, качествено различна от първата, с лекота се създават (и находчиво се оползотворяват!) възможности за неусетно активиране на съпричастността на аудиторията и за умелото ѝ въвличане в предварително конституирани сценарии.

Ключова роля за успешната и ефектната реализация на този преход имат постепенното омаловажаване и компрометирането на предметно-логическото мислене, което неизбежно рефлектира върху „отстъплението от пропозиционалния език“ (Болинджър 1987: 41). Логиката на изказа агресивно и умело се подменя от дясномозъчната сетивност и от свързания с нея непропозиционален подход към езика. Красноречив формален маркер на този подход е стандартизираният, клиширан, опростен, екстремално редуциран и натоварен със стереотипни значения начин на изразяване, който Умберто Еко обосновава нарича „криптиран език“ (Еко 1999: 44). Идеята за концептуализирането на този, лишен от яснота, обективност, фактологичност и логичност, езотеричен език, е еманация на множество сходни разбирания и постановки.

\* \* \*

Още Тукидид говори за практиката да се подменя значението на думите, като всяка партия влага в тях изгоден за нейната политическа доктрина смисъл. Авторът на „История на Пелопонеската война“, който освен известен древногръцки историк е и изящен стилист, нарича тази целенасочена, перфидна и неморална подмяна на думи и понятия с политически евфемизми „корупция на езика“ и смята, че именно тя е в основата на упадъка на Атина (Кара-Мурза 2000: 247). Неслучайно именно по времето, когато Тукидид пише своите съчинения – втората половина на V век пр.н.е., софистите полагат основите на реториката не само като изкуство, но и като наука, чийто обект е това изкуство.

Замисълът обаче, който пионерите на речевото въздействие упорито преследват с популяризираната от тях техника на поднасяне на доводите и изобщо – на информацията, не е да се разкрие и да се обоснове истината, а да бъде подведен адресатът (единичен или множествен). Умението убедително да се представи черното като бяло, старото – като ново, злото – като добро, мнението – като факт, случайното като закономерно и пр., има една-единствена цел – аудиторията да приеме аргументите на изкусния мъдрец не по принуда, а доброволно и необратимо. Този ефект се постига чрез умело използване на старателно подбрани и прецизно оформени езикови средства и текстуиращи механизми, наречени софизми. Те представляват отделни думи, словосъчетания, твърдения или умозаклучения, чрез които се назовава или се обосновава очевидна нелепост, абсурд или парадоксално твърдение, които противоречат на общоприетите представи и на законите на логиката. Както твърди един от апологетите на софизма, сицилианецът Горгий, добре обученият софист може да спечели всеки спор с некоректни доводи, без дори да познава предмета на спора, защото всяка гледна точка е уязвима.

Днес може основателно да се твърди, че „корупцията на езика“ е еволюирала в „корупция чрез езика“. Тя се изразява в преднамерено реализирана симбиоза между логически уловки и езикова еквилибристика и е продукт на интелигентно осъществена измама, на майсторски опит фикцията да се представи като реален факт, а истината елегантно да бъде подменена с полуистината и инсинуацията.

В по-ново време афинитетът спрямо „корупцията чрез езика“ получава формализиран израз посредством т.нар. азбука на пропагандата. Тя е проучена и описана в края на 30-те години на XX век в Института за анализ на пропагандата в САЩ. В тази самобитна „азбука“ са систематизирани седем начина за информационно-психологическо въздействие върху човешкото съзнание – name calling (етикетизация); glittering generality (бляскаво обобщение, или пищна неопределеност); transfer (пренасяне на авторитета или на престижа); testimonial (позоваване на авторитет); plain folks (игра на простонародност – „свой човек“, „човек от народа“); card stacking (подмяна, разместване на картите) и band wagon (обща платформа – „правилно е това, което прави масата“).

В основата на това начинание е създателят на Чикагската социологическа школа Дуайт Харолд Ласуел. Американският професор е демиург на политическата семантика, чийто предмет е да изследва ролята на езика в пропагандата и в манипулирането на съзнанието. През 1927 г. излиза неговата книга „Технология на пропагандата по време на Първата световна война“, в която се разработват методите за семантичен анализ на текстовете и начините за изопачаване и за размиване на техния смисъл. Ласуел проучва ключовите политически послания, лозунгите и идеологическите доктрини от гледна точка на перлокутивния им ефект и създава цялостна система, чието ядро е принципът за създаване на политическите митове чрез адекватен подбор на езикови средства и на текстуриращи механизми. По време на своите търсения американският социолог навлиза в дебрите на един колкото познат, толкова и енигматичен език. Език с неясен смисъл, но с въздействащ потенциал; език, съставен не от думи, а от символи на идентичността и на престижа; език на мигновения статус, на атрактивния стил на живот, на „божественото“ озарение, които са олицетворение на властта, популярността и успеха; език, легитимиращ превъзходството на вождя (мъжа), който съблазнява масата (жената), защото на нея ѝ импонира грубата и нежната сила. Знаковите послания на идеолозите, на политиците и на журналистите (а по-късно – и на рекламистите), които умело моделират и аранжират света на образите, опияняващи тълпата, се превръщат в безотказни и ефикасни инструменти за „промиване на мозъци“.

Американските социолози и психолози описват, дефинират и разработват „азбуката на пропагандата“. Но професионалистите, служещи на Третия райх, са тези, които чрез посредничеството именно на медиите апробират, модифицират и оптимално усъвършенстват техниките за психологическо въздействие върху социума.

Почти две десетилетия след Ласуел писателят Ерик Артър Блеър, по-известен като Джордж Оруел, също разкрива как се реализира въздействието върху масовата психиката чрез езика. В своята култова антиутопия „1984“, отпечатана през 1949 г., авторът вещае тотална и необратима зависимост на обществото поради унищожаването на източниците на информация. Големите страхове на Оруел, които го подтикват да напише фантастично звучащата някога политическа сатира, са свързани с безграничните възможности на вездесъщия Big Brother и с налагания от него „newspeak“ (новоговор). Става въпрос най-вече за възможността да се установи строг контрол върху езика. Нейното реализиране означава, че като се изключват определени думи от езика и като се придава друг смисъл на останалите думи, императивно ще се наложи диктат върху мисленето и върху поведението на хората. Повсеместното опростяване, подозрителната схематичност и парадоксалната икономия на изразните средства, т.е. кошунственото оварваряване на речта, всъщност ще обезсмислят нормалното общуване. Тази футуристична за времето си идея несъмнено корелира с радикалния вариант на тълкуването на хипотезата на Едуард Сапир и Бенджамен Лий Уорф, според който езикът изцяло определя мисленето.

Огромното влияние, което бестселърът на Оруел има днес и тепърва ще се мултиплицира във времето, поражда множество аналогии и асоциации. Неслучайно след newspeak в лингвистиката се появява понятието nukespeak (ядрен език), чийто роля е да се омаловажат и да се изопачат негативните обществени реакции, свързани с използването на атомната бомба. Виктор Карасик, който обстойно и задълбочено изследва езика на средствата за масова комуникация, привежда изключително интригуващата съпоставка, направена от професора от Ланкастърския университет Пол Чилтън. Британският лингвист и политолог смята, че „новоговорът“ на Оруел поразително прилича на огра-

ничения код (restricted codes), който Базил Бърнстейн, негов колега от Лондонския университет противопоставя на разгърнатия код (elaborated codes) (виж повече в: Bernstein 1979: 164 – 167). Пресечните точки между двете концепции са: езиков дефицит; опростяване; сгъстени, кондензирани символи; минимум абстракции, тенденция за групова солидарност и пр. Сравнявайки двете концепции, Пол Чилтън въвежда понятието „институционален глас“, който е свързан с длъжност или роля, като се игнорират личните характеристики на неговия носител. Чрез институционалния глас (подобно на Big Brother) избирателно се дефинират факти, събития и личности и им се приписва морална ценност. В същото време обаче използването на двусмислени формулировки, които са част от проявленията на този глас и спрямо които политиките имат афинитет, създава опасност от грешно тълкуване, което може да предизвика неочаквани последици (P. Chilton 1990: 203; цит. по: Карасик 2002: 128 – 129).

Днес институционалният глас претърпява на пръв поглед изненадваща и едновременно с това бърза и ужасяваща метаморфоза. От няколко години медии с огромен потенциал и влияние, като Associated Press, New York Times, Los Angeles Times и др., използват, при това все по-активно, възможностите за автоматизирано генериране на информация. Това ще рече, че роботи (а не журналисти!) създават новинарски текстове по предварително зададена програма. Т.нар. логаритмични новини вече не са екзотично явление, те са иманентна част от световния обмен на информация\*. Целта, която си поставят водещите съвременни компании, предлагащи приложения за „машинно създадени текстове“, е не да съставят текст, който милиони хора да прочетат, а да генерират милиони текстове, всеки от които поотделно да има своя единствен читател. С други думи, това означава, че след масовото съзнание, което отдавна се смята за лесно управляемо, усилията на професионалните манипулатори се насочват към индивидуалното съзнание, което значително по-трудно и по-бавно се обсебва и се контролира.

Мнозина автори, които възприемат критически идеите на У. Еко за криптирания език, откриват връзка между него и т.нар. дървен език (la langue de bois). Сполучливата метафора, придобила широка популярност в началото на 80-те години на XX век, е наложена от френската изследователка Франсоа Том (Thom 1987). С нея се назовава не само езикът, използван като казионен в тоталитарните общества (виж например уникалното изследване на Виктор Клемперер „LTI. Язык третьего рейха. Записная книжка филолога“ и статията на Александър Алтунян *Lingua Tertii Imperii versus Lingua Sovietica*), но и всяка речева практика, чиято цел е да се говори „дълго и напоително“, без да се казва нищо. Именно такъв тип „общуване“ предсказва Олдъс Хъксли преди повече от 80 години в „Прекрасният нов свят“ – човечеството може да загине неинформирано, плаващо в море от информация (факти). В подобен тип речеви практики преднамерената подмяна на смисъла на думите и замяната на едни думи с други (има се предвид най-вече хиперонимизацията), съчетани с пределно опростяване и шаблонизиране на изказа, са рутинни текстуиращи механизми. Не е трудно да се предположи, че в основата на ревностното налагане и системното усъвършенстване на „дървения език“ е желанието да се преиначи смисълът на информацията, за да се извлекат някакви „бързооборотни“, но престижни дивиденди. Да се прикрие същественото, като едновременно с това обаче се демонстрира светска обиграност и впечатляваща ерудиция. Това е типичното политическо говорене в медиите, което вероятно е сред причините да се появи забележителната сентенция „Медиите са като статистиката – информират ни за много неща, но скриват най-важното“.

В своето мащабно изследване „Манипулацията със съзнание“ Сергей Кара-Мурза разграничава „туземен език“ и „правилен език“, като характеристиките на „правилния език“ твърде много се доближават до спецификата на „дървения език“ – това е строго институционален език, в който безличната реторика ловко и ефектно се съчетава с оскъдния смисъл. Неслучайно авторът описва т.нар. думи „амеби“ („думи без корен“), чиито основни признаци са псевдонаучност и липса на резистентност спрямо всеки контекст. Тези думи са значим индикатор за модно речево поведение в социокултурни сфери като политика, масова комуникация, идеология, дидактика, юриспруденция и пр. „След опростяването (стереотипизацията) на съдържанието – твърди Кара-Мурза – следва семантизацията,

---

\*Анализирайки роботизацията на журналистическата професия, Илиана Павлова привежда убедителни статистически данни. „По информация на Automated Insights роботите са написали 350 милиона новини през 2013 г., през 2014 година количеството е един билион.“; „Kristian Hammond, професор по компютърни науки и журналистика в Northwestern University и един от основателите на Narrative Science, прогнозира, че до 2025 г. 90% от новините ще са софтуерно генерирани“ (Павлова 2015: 98).

т.е. търсенето на най-подходящите думи, в които да бъде „облечен“ примитивният модел. Специалистите в пресата, по думите на един от тях, „са създали поредица от клишета, лозунги, епитети, кратки, но неясни фрази, с чиято помощ може да се опише всяка международна новина“. Създаването на готовото съобщение се превръща в чисто инженерна работа (Кара-Мурза 2000: 248). Автоматизираното генериране на информация, за което вече стана дума, доказва, че са нужни малко повече от десетина години, за да се превърнат пророческите думи на Кара-Мурза в рутинна практика.

Анализирайки използването на семантически бедните предикати, което също притежава неосъзнат манипулативен потенциал, Нина Арутюнова заключава: „В подобни случаи, като не съобщава пълната информация, говорещият не дава повод да бъде обвинен в лъжа, но може справедливо да бъде упрекнат, че премълчава важни сведения, чието отсъствие изопачава действителността. Логическата истина е различна от прагматическата. Ако първата се установява на принципа на съвместимост с реалното състояние на нещата, то за втората е важно да съдържа това количество информация, което отговаря на конкретните задачи на комуникацията (което е добре известно на криминалистите)“ (Арутюнова 1985: 31).

Софизмите, „азбуката на пропагандата“, „дървеният език“, „правилният език“ (както и „инструментите на властта“ на Ралф Блакар, „дискурсните оръжия“ на Ролан Барт, „пропагандните техники“ на Ролф Уайт и пр.) са набори от перфидни и прецизни механизми за умела подмяна на реалното с възможното и на възможното с желаното. С една дума – за конституирането на съблазнителни и интригуващи медийни фикции, които класикът на американската литература Норман Мейлър основателно нарича фактоиди.

\* \* \*

Очевидно „криптираният език“ има както богата предистория, така и множество проявления. Този „език“ е инструментът, чрез който логическото, дедуктивното, концептуалното мислене се пренебрегва за сметка на емоциите, на въображението и на сензорната дейност. Той е видимото, повърхностното, материализираното равнище в прозрачно организираната и динамично развиваща се пирамидална структура: *стандартизация на дискурса* → *стереотипизация на съдържанието* → *елементаризиране на изказа*.

Като се спекулира с естественото човешко желание светът да стане по-познаваем, по-разбираем, по-близък и по-предвидим, на социума услужливо, деликатно и меркантилно се предлагат достоверно изглеждащи и лесно смилаеми идеологически послания. Тези съвременни политически митове, представени чрез опростен и клиширан език с неясен смисъл, не само че не носят истинско знание, но съблазнително препращат към находчиво фабрикувано фиктивно знание. То се възприема безкритично, но възторжено от доведеното до простодушен унес електорално подсъзнание. Причината е проста – псевдоинформацията за сложните политически процеси, отношения и субекти и начинът на поднасянето ѝ удовлетворяват в значителна степен не само любопитството на масовата аудитория, но и силно преувеличените ѝ представи за собствена значимост.

Тъй като, от една страна, основната цел на политическата комуникация е да се завоюва, да се задържи и да се упражнява политическата власт, а от друга страна, двете основни функции на медиите са комерсиалната и манипулативната, „бракът по сметка“ между властта и медиите е колкото неизбежен, толкова и – продуктивен и ефективен. „Криптираният език“ е основният механизъм, чрез който „езикът на властта“ системно и креативно се модифицира във „власт на езика“, а корупцията на езика се превръща в корупция чрез езика.

## ЛИТЕРАТУРА

**Арутюнова 1985:** Арутюнова, Н. Д. Истоки, проблемы и категории прагматики. // *Новое в зарубежной лингвистике. Выпуск XVI. Лингвистическая прагматика*. М., 1985. // **Arutyunova 1985:** Arutyunova, N. D. Istoki, problemy i kategorii pragmatiki. // *Novoe v zarubezhnoy lingvistike. Vypusk XVI. Lingvisticheskaya pragmatika*. М. 1985.

**Болинджер 1987:** Болинджер, Д. Истина – проблема лингвистическая. // *Язык и моделирование социального взаимодействия*. М., 1987. // **Bolindzher 1987:** Bolindzher, D. *Istina – problema lingvisticheskaya*. // *Yazyk I modelirovanie sotsial'nogo vzaimodeystviya*. М. 1987.

**Будаев, Чудинов 2006:** Будаев, Э. В., А. П. Чудинов. *Зарубежная политическая лингвистика*. Учебное пособие, 2006. // **Budaev, Chudinov 2006:** Budaev, E. V., A. P. Chudinov. *Zarubezhnaya politicheskaya lingvistika*. Uchebnoe posobie, 2006.

**Гецов 2009:** Гецов, А. *По следите на скрития смисъл. Предпоставки и инструменти за скрито манипулативно въздействие в дискурса на българската популярна преса*. В. Търново: Унив. изд. „Св. св. Кирил и Методий“, 2009. // **Getsov 2009:** Getsov, A. *Po sledite na skritiya smisal. Predpostavki i instrumenti za skrito manipulativno vazdeystvie v diskursa na balgarskata populyarna presa*. V. Tarnovo: Univ. izd. „Sv. sv. Kiril i Metodiy“, 2009.

**Еко 1999:** Еко, У. За печата. // *Пет морални есета*. С., 1999. // **Eko 1999:** Eko, U. Za pechata. // *Pet moralni eseta*. S., 1999.

**Знеполски 1997:** Знеполски, Ив. *Новата преса и преходът*. С., 1997. // **Znepolski 1997:** Znepolski, Iv. *Novata presa I prehodat*. S., 1997.

**Кар 2011:** Кар, Н. *Под повърхността. Как интернет влияе върху четенето, мисленето и паметта*. С., 2011. // **Kar 2001:** Kar, N. *Pod povarhnostta. Kak internet vliyaе varhu cheteneto, misleneto i pametta*. S., 2011.

**Кара-Мурза 2000:** Кара-Мурза, С. *Манипуляция сознанием*. М., 2000. // **Kara-Murza 2000:** Kara-Murza, S. *Manipulyatsiya soznaniem*. M., 2000.

**Карасик 2002:** Карасик, В. И. *Язык социального статуса*. М., 2002. // **Karasik 2002:** Karasik, V. I. *Yazyk sotsialynogo statusa*. M., 2002.

**Кубрякова 2001:** Кубрякова, Е. С. О разных подходах к изучению СМИ. // *Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Тезисы докладов Международной научной конференции*. М., 2001. // **Kubryakova 2001:** Kubryakova, E. S. O raznyh podhodah k izucheniyu SMI. // *Yazyk SMI kak obaekt mezhdistsiplinarnogo issledovaniya. Tezisy dokladov Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii*. M., 2001.

**Кубрякова, Цурикова 2004:** Кубрякова, Е. С., Л. В. Цурикова. Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности. // *Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Часть 2*. М., 2004. // **Kubryakova, Tsurikova 2004:** Kubryakova, E. S., L. V. Tsurikova. Verbalynaya deyatelnost SMI kak osobyuy vid diskursivnoy deyatelnosti. // *Yazyk SMI kak obaekt mezhdistsiplinarnogo issledovaniya. Chast 2*. M., 2004.

**Павлова 2015:** Павлова, Ил. Роботът журналист. // *Нови медии, аудитории, бизнесмоделі. Серия „Обществени комуникации“*. Шумен, 2015. // **Pavlova 2015:** Pavlova, Il. Robotat zhurnalist. // *Novi medii, auditoria, bisnesmodeli. Seriya „Obshtestveni komunikatsii“*, Shumen, 2015.

**Bernstein 1979:** Bernstein, B. Social class, Language and Socialization. // *Language and Social Context: Selected Readings*. P. P. Giglioli (Ed.), 1979, 157–178.

**Chilton 1990:** Chilton, P. Politeness, Politics and Diplomacy. // *Discourse and society. Vol. 1*, London. 1990.

**Davies 2016:** Davies, W. The Age of Post-Truth Politics. // [http://www.nytimes.com/2016/08/24/opinion/campaign-stops/the-age-of-post-truth-politics.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2016/08/24/opinion/campaign-stops/the-age-of-post-truth-politics.html?_r=0) (видяно на 26.08.2016)

**Drinan 1972:** Drinan, R. F. The rhetoric of peace. *College Composition and Communication*, 23, 1972, 279–282.

**Thom 1987:** Thom, Er. *La langue de bois*, Paris: Julliard, 1987; *Newspeak: The Language of Soviet Communism*, English translation by K. Connely, Claridge Press, 1989.