

КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ ПРОЕЦИРОВАНИЕ КАК ОСНОВА МАНИПУЛЯТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

В. И. Заботкина¹, Е. А. Боярская^{1, 2}

¹ Российский государственный гуманитарный университет,
Россия, 125047, Москва, Миусская площадь, 6

² Балтийский федеральный университет им. И. Канта,
Россия, 236041, Калининград, ул. Александра Невского, 14

Поступила в редакцию 17.08.2024 г.

Принята к публикации 10.11.2024 г.

doi: 10.5922/2225-5346-2025-1-2

Создание и функционирование глобальной информационной среды наряду с повышением скорости распространения информации благодаря развитию информационных технологий становится серьезным вызовом современного общества, приводя к чрезмерной когнитивной нагрузке, что ослабляет способность к критическому восприятию информации и анализу получаемых данных. В статье рассмотрены концептуальные процессы, лежащие в основе манипулятивного воздействия, реализуемого в медиадискурсе. Концептуальный анализ, проведенный на материале современного английского языка с использованием корпуса текстов News on the Web, позволил выделить и описать ключевые типы концептуального проецирования, которые формируют основу манипулятивного акта. Когнитивные процессы аналогии, метафоризации и эмоционализации, профилирования, атрибуции, фрейминга, скриптизации, а также их многочисленные комбинации представляют собой основу манипуляции, реализуемой в текстах современных англоязычных СМИ. Данные процессы характеризуются динамичностью и полидоменностью, что усложняет их идентификацию и анализ. Динамический характер концептуального проецирования обусловлен закономерностями функционирования концептуальной системы экспериенсера – постоянным восприятием сенсорных данных, их обработкой на доконцептуальном, концептуальном и категориальном уровне. Полидоменное проецирование позволяет агенту манипуляции создавать многослойные концептуальные нарративы, воздействующие на различные уровни восприятия и интерпретации информации, усложняя распознавание манипулятивного воздействия. Исследование концептуального проецирования в контексте манипуляции приобретает особое значение в условиях функционирования глобальной информационной среды, где СМИ становятся основным каналом распространения новостей и мнений. Понимание когнитивных и лингвистических аспектов этого процесса важно для разработки стратегий противодействия манипуляциям. Проведенное исследование способствует углубленному анализу механизмов манипулятивного воздействия разных типов и предлагает новые подходы к изучению механизмов их влияния на сознание коллективного и индивидуального экспериенсера.

Ключевые слова: концептуальное проецирование, полидоменность, фрейм, манипуляция, медиадискурс

Общество в XXI веке живет в эпоху информационной перегрузки, что ведет к состоянию, которое возникает у человека при получении значительного объема информации за короткий промежуток времени.



При этом мозг не успевает обработать и систематизировать постоянно поступающий поток данных. С понятием информационной перегрузки сопряжено понятие информационного шума, представляющего собой совокупность избыточной, нерелевантной или неверной информации, которая затрудняет восприятие, обработку или использование данных. Информационный шум характеризуется избыточностью, повторением информации без добавления новой, отсутствием актуальности, недостоверностью и искажением фактов. Состояние информационного шума заглушает, нивелирует важные сигналы и мешает принимать взвешенные решения.

Информационный поток носит фрагментарный характер; он разделен на множество отдельных и часто не связанных между собой сегментов, каждый из которых формирует свою аудиторию. Фрагментация информации происходит в соответствии с прагматическими характеристиками экспериенсера, что приводит к возникновению эффекта информационных пузырей, или эхокамер, которые, в свою очередь, создают питательную среду для реализации манипулятивного воздействия, формирования альтернативной реальности, снижения объективности и уровня критического мышления. Последствиями информационного шума и фрагментации информационного пространства становятся снижение качества восприятия и сбой когнитивных проекций (Kahneman et al., 2021).

Цель настоящей статьи состоит в исследовании механизма концептуального проецирования и его роли в манипулятивных стратегиях, используемых в различных видах дискурса. Будут выявлены и проанализированы ключевые когнитивные и лингвистические аспекты концептуального проецирования и рассмотрены его проявления в медиадискурсе.

Необходимо отметить чрезвычайно высокий интерес к изучению манипуляции в различных видах дискурса: в гуманитарных науках (Демьянков, 2018), в переводе текстов дипломатического дискурса (Boudani, 2023), в политическом (Pesina et al., 2020; Polyakova et al., 2020; Krafft, Donovan, 2020) и цифровом дискурсе (Levitskaya, Fedorov, 2020; Marwick, Lewis, 2017), в соцсетях (Akram et al., 2023; Bradshaw, Howard, 2017), в бизнес-дискурсе (Malyuga, Tomalin, 2017) и религиозном дискурсе (Grishenkov, Variyasova, 2019). В литературе также рассматриваются вопросы противодействия манипуляции (Davidović, 2022). Как справедливо отмечает В. З. Демьянков, манипулятивные практики, особенно в новостных потоках, активно влияют на восприятие реципиентов и могут быть представлены как «когнитивная инфекция», защита от которой требует когнитивных навыков и критического мышления. Вывод заключается в необходимости развивать концепцию когнитивной гигиены для преодоления информационного загрязнения (Демьянков, 2017).

В когнитивном плане манипуляция понимается как осуществление контроля над сознанием индивидуума, она предполагает вмешательство в процессы понимания и формирования ментальных моделей и



репрезентации мира (van Dijk, 2006). В настоящем исследовании манипуляция трактуется как намеренное воздействие на индивидуального или коллективного экспериенсера с целью изменения моделей восприятия, интерпретации, мнений или поведения в соответствии с целями манипулятора (агенса). Манипулятивное воздействие носит *имплицитный характер*, что препятствует осознанию экспериенсером самого факта манипуляции и ее возможных последствий.

Манипуляция основана на активной роли человека в формировании смыслов, которые создают концептуальную и языковую картины мира, будучи способом ментально-языкового конструирования окружающей реальности. Возможность манипуляции посредством языка обеспечивается структурированностью сознания, способностью человека устанавливать взаимосвязи между объектами и событиями, прогнозировать их развитие и извлекать выводное знание (Болдырев, 2023).

Манипулятивное воздействие может осуществляться на различных уровнях, включая уровень индивидуального сознания. Индивидуальное сознание неоднородно, поскольку оно включает в себя не только когнитом, то есть совокупность познавательных способностей мозга (термин К. В. Анохина (2021)), но и элементы коллективного опыта и знаний. В этом контексте целью манипулятивного воздействия может быть любой сегмент (или сегменты) концептуальной картины мира. Манипулятор изменяет их структуру посредством введения новых или модификации существующих доменов концептуальной системы индивидуального или коллективного экспериенсера. Такие изменения могут существенно влиять на восприятие и интерпретацию информации, так как затрагивают как личные убеждения и ценности, так и коллективные представления и стереотипы. Любое манипулятивное воздействие способно перекраивать границы доменов, создавая новые концептуальные нарративы и изменяя способы, с помощью которых экспериенсер воспринимает и интерпретирует мир.

Восприятие реальности (информации) является динамическим процессом, течение которого может изменяться в зависимости от контекста, целей и состояния индивидуума. Кроме того, восприятие — это интерактивный процесс, для которого характерна обратная связь и необходимы постоянное обновление и адаптация на разных стадиях. Восприятие как процесс включает следующие когнитивные процедуры: обработка сенсорных данных, которые представляют собой «сырую» информацию на доконцептуальном уровне, требующую дальнейшей интерпретации, концептуализации и категоризации. При категоризации происходит связывание сенсорных данных, нейронов или группы нейронов (Анохин, 2021), посредством которых активируется реакция на определенные типы стимулов с уже существующими концептуальными схемами и категориями. Это позволяет организовать и структурировать информацию: происходит формирование новых или активизация существующих когнитивных моделей, обобщенных структур знаний о мире, которые помогают прогнозировать и интерпретировать информацию, основываясь на предыдущем опыте экспериенсера. Ос-



мысление мира происходит на основе использования аналогий, концептуальных метафор и других когнитивных инструментов. Эти интерпретации и структуры оказывают существенное влияние на понимание и оценку событий, людей и явлений, превращая процесс восприятия в сложное взаимодействие между внешними стимулами и внутренними когнитивными механизмами. Понимание того, как субъективные интерпретации и концептуальные структуры влияют на процесс восприятия, является ключевым для критического анализа информации и противодействия манипуляциям.

Восприятие реальности как форма когниции основывается на сети взаимосвязанных концептуальных проекций. В когнитивной науке концептуальное проецирование имеет несколько различных интерпретаций, которые фокусируются на различных аспектах данной процедуры. Так, при метафорическом проецировании структуры одной концептуальной области исходного домена используются для понимания и осмысления иной области целевого домена, что акцентирует внимание на междоменных аналогиях. Концептуальное проецирование может рассматриваться как создание новых концептуальных структур через слияние элементов различных ментальных пространств, что подчеркивает динамичность и творческую природу сознания при формировании новых смыслов (Fauconnier, Turner, 2008). Данный процесс может пониматься как использование определенных схем и структур для понимания различных концептуальных доменов. Как известно, концептуальный домен структурируется фреймом. При концептуальном проецировании структурные элементы одного фрейма проецируются на структурные элементы другого.

Различные интерпретации показывают, что концептуальное проецирование является комплексным процессом, включающим разнообразные когнитивные механизмы, которые позволяют осмысливать окружающий мир через призму ранее усвоенных знаний и опыта. Однако общая идея заключается в установлении соответствий между элементами различных концептуальных областей.

В контексте манипуляции концептуальное проецирование представляет собой основу процесса генерирования и трансляции определенной системы смыслов через язык, а также другие знаковые системы, посредством которых происходит формирование или изменение определенного сегмента картины мира экспериенсера, соответствующее целям и интересам агенса (коллективного или индивидуального), иницирующего и реализующего манипулятивное воздействие. Концептуальное проецирование в акте манипуляции имеет таргетированный характер, так как преследует определенную цель и совершается по определенным мотивам, предшествующим целеполаганию (Заботкина, Боярская, 2024).

Концептуальное проецирование имеет *динамический* характер, который обусловлен несколькими группами факторов помимо природной гибкости и динамизма как ингерентных свойств организации концептуальной системы человека. Динамический характер процесса про-



ецирования обусловлен *флюидностью* когнитивного контекста, понимаемого как постоянно изменяющийся объем информации, знаний, интерпретаций и индивидуальных инференций, которыми оперирует человек. Флюидность когнитивного контекста означает, что каждый новый фрагмент информации может изменять текущую интерпретацию мира и влиять на процесс проецирования. Каждый новый опыт или взаимодействие с окружающим миром добавляет новую информацию в когнитивный контекст, что может менять существующие концептуальные структуры и пути проецирования между ними. На динамику концептуального контекста оказывают существенное влияние индивидуально-личностные особенности когнитивной системы индивидуума, то есть его когнитом.

К индивидуально-личностным особенностям можно отнести и эмоциональное состояние индивидуума, так как оно меняет приоритеты внимания, интерпретации и даже доступность различных концептуальных структур. Например, страх может усиливать проецирование угроз в нейтральных ситуациях, создавать необходимую платформу для манипуляции. Социальное и культурное взаимодействие индивидуумов влияет на изменения их концептуальных систем, заимствование и гибридизацию элементов данных систем.

Как мы отмечали выше, концептуальные структуры и культурные коды подвергаются изменениям, следуя за изменениями в структуре когнитивного контекста и окружающем мире. При этом необходимо отметить, что могут подвергаться изменениям не только отдельные элементы когнитивного контекста, но и то, каким образом экспериенсер интерпретирует данные изменения, часто реализуя индивидуальные инферентные сценарии. Таргетированное манипулятивное воздействие, осуществляемое агенсом путем использования вербальной или невербальных знаковых систем, меняет концептуальные «настройки» экспериенсера, через призму которых он воспринимает и интерпретирует окружающий мир, формируя новые или трансформируя уже имеющиеся сегменты своей концептуальной системы (Там же).

Концептуальное проецирование включает использование различных когнитивных механизмов для переноса структур из одного концептуального домена в другой. Мы полагаем, что *в основе манипулятивного воздействия лежит комбинация следующих когнитивных механизмов концептуального проецирования: аналогии, метафоризации / метафтонизации, эмоционализации, профилирования, атрибуции, фрейминга и скриптизации.*

Аналогия представляет собой один из базовых механизмов концептуального проецирования, при котором осуществляется перенос структуры и концептуальных характеристик одного домена (например, физического мира) на другой домен (например, абстрактные понятия). Аналогия как тип проецирования лежит в основе манипулятивных актов разного типа, которые широко используются в разных типах дискурса, например в рекламе: "...this new energy drink will give you wings" (News on the Web; далее — NOW). Продвижение нового энергетическо-



го напитка основано на проекции способности к полету для создания иллюзии энергии и свободы. Это усиливает восприятие продукта как средства, способного значительно повысить жизненный тонус и выносливость; происходит манипулирование ожиданиями потребителей. Использование аналогий в различных дискурсах показывает, что этот механизм концептуального проецирования может формировать основу эффективного воздействия на восприятие и интерпретацию информации. Аналогия способствует упрощению сложных концептуальных структур, делая их более понятными для экспериенсера, формируя заданные представления и эмоциональные реакции, что создает потенциал для манипуляции.

Атрибуция заключается в проецировании причинно-следственных связей между различными доменами. Проекция известных причин и мотивов на новые ситуации есть естественная попытка объяснения результата некоего события в другом концептуальном контексте. Например, утверждение "The company's success is due to its innovative approach" приписывает успех компании инновационным методам, создавая четкую причинно-следственную связь, которая может быть использована для объяснения других случаев успеха. Другой пример атрибуции можно встретить в медийном дискурсе: "The increase in crime rates is a result of economic downturn". В этом случае экономический спад рассматривается как причина роста преступности, что позволяет людям легче понять и интерпретировать изменения в уровне преступности через знакомую причинно-следственную связь.

Аналогия и атрибуция как типы концептуального проецирования представляют собой два сопряженных, но различных механизма концептуального проецирования, каждый из которых играет свою роль в процессе понимания и интерпретации информации. Аналогия основывается на переносе структуры и концептуальных характеристик одного домена на другой домен, в то время как сущность атрибуции заключается в проецировании причинно-следственных связей между различными доменами. Аналогия есть способ упрощения (объяснения) сложных или абстрактных концептов через сравнение с более знакомыми объектами или явлениями, тогда как атрибуция основана на проекции причинно-следственных связей.

Процесс метафорического (и метафтонимического) проецирования лежит в основе мощного инструмента воздействия на экспериенсера, поскольку метафоры меняют восприятие и эмоциональное отношение к определенному событию, формируя систему ассоциативных связей, задуманных агенсом манипулятивного воздействия. Например, использование существительного *crusade* в его метафорическом значении "a vigorous campaign for political, social, or religious change" в утверждении "The government has launched a crusade against corruption in all sectors" формирует в сознании экспериенсера представление об энергичной и решительной кампании по борьбе с коррупцией, потенциально запуская процесс скриптизации, подчеркивающий необходимость срочных и жестких мер. Важно отметить, что метафоризация яв-



ляется важной концептуальной процедурой не только как средство вторичной концептуализации, но и как эффективный инструмент воздействия на общественное мнение и формирования определенных взглядов и установок. Метафорическое проецирование облегчает процесс восприятия и усвоения информации, что делает метафору мощным инструментом воздействия в политическом и медиадискурсе для создания определенных образов и формирования настроений. Например, метафоры, связанные с природными явлениями, часто используются для описания экономических или социальных кризисов: “economic storm”, “wave of unemployment”, “flood of refugees” и т.д. Метафорическое проецирование не только усиливает эмоциональное восприятие информации, но и формирует ассоциативные связи, которые могут влиять на мнение и поведение индивидуального или коллективного экспериенсера.

Метафоризация тесно связана с эмоционализацией. Эмоционализация представляет собой намеренное насыщение манипулятивного текста словами и выражениями, которые несут значительную долю прагматически окрашенной информации. Эмоционализация событий является одним из наиболее эффективных приемов манипуляции, так как эмоциональные триггеры вызывают немедленную реакцию, которая соответствует целевой установке агенса. Медиадискурс часто использует эмоционализацию, включая слова и выражения типа *catastrophe*, *outrage*, *disaster*, *fear*, *crisis*, а также прилагательные типа *devastating*, *shocking*, *vulnerable*, *alarming*, *outrageous* и многие другие. Такие эмоциональные триггеры не только привлекают внимание, но и запускают соответствующий процесс скриптитизации, формируя определенные сценарии в сознании экспериенсера. Так, подзаголовок статьи “Olympics boss Thomas Bach made a stunning – and hugely embarrassing – error when trying to put an end to the gender row that has rocked the Games” (NOW) изобилует прагматически окрашенной лексикой, вызывает сильные эмоциональные реакции и подталкивает к восприятию ситуации как крайне критической и скандальной, акцентирует внимание на негативных аспектах и вызывает эмоциональное возмущение, направляя восприятие экспериенсера в нужное русло.

Восприятие информации основывается на контрасте фигуры и фона, то есть на профилировании. Механизм профилирования позволяет акцентировать внимание на определенных элементах информации, создавая контраст с фоном и приводя к целенаправленной интерпретации, при этом ненамеренно игнорируя остальную информацию. Например, акцентирование внимания на этнической или религиозной принадлежности может способствовать стереотипизации и возникновению негативных настроений в обществе по отношению к данной группе: “He has accused Muslim migrants of being responsible for violence, crime, and unacceptable acts...” (NOW). В данном случае использование религиозной принадлежности как ключевого элемента вызывает у воспринимающего ложные ассоциации, что приводит к негативной концептуальной модуляции и усиливает предвзятость по отношению к



данной группе людей. Профилирование лежит в основе актов манипуляции в медийном и политическом дискурсе для манипуляции общественным мнением. При этом важные детали и контексты остаются за рамками обсуждения, что приводит к однобокому восприятию и искаженным выводам. Например, в политической риторике утверждения вроде “Illegal immigrants are taking our jobs” акцентируют внимание на экономическом аспекте миграции, игнорируя при этом положительные аспекты данного процесса и другие области, такие как культура, экономика, строительство и т. д. Подобное профилирование формирует у аудитории однозначно негативное отношение к мигрантам, способствуя усилению ксенофобии и социальной напряженности. Кроме того, профилирование может быть использовано для усиления эмоционального воздействия и формирования сильных эмоциональных реакций. В рекламе часто акцентируется внимание на определенных аспектах продукта, которые могут вызвать положительные ассоциации и желания. Например, рекламные кампании дорогих автомобилей могут акцентировать внимание на статусе и престижности владения автомобилем, создавая у потребителей желание приобрести его не столько из-за функциональных характеристик, сколько из-за стремления к социальному признанию и уважению.

Фрейминг устанавливает концептуальную рамку для интерпретации информации. Механизм фрейминга активизируется праймом-стимулом, который формирует концептуальный базис для восприятия и интерпретации информации. Например, в предложении “The company is undergoing a period of right-sizing to improve efficiency” прайм ‘right-sizing’ активизирует фрейм OPTIMIZATION, так как значение данного выражения подразумевает улучшение или оптимизацию. Однако термин ‘right-sizing’ на самом деле означает сокращение штата или увольнение сотрудников, что обычно воспринимается негативно. Здесь налицо пример псевдоэвфемизации, которая часто используется с манипулятивной целью, отличаясь от настоящих эвфемизмов. Псевдоэвфемизация активно применяется в медиадискурсе, изменяя рамки интерпретации, как, например, в следующих примерах: *strategic misrepresentation* – ‘intentional lying or deception for strategic gain’; *downsizing* – ‘mass layoffs and terminations’ и многие другие.

Скриптизация создает представление о последовательности действий или событий и возможных причинно-следственных связях между ними. Например, утверждение “The introduction of self-driving cars will revolutionize urban transportation” потенциально может активизировать скрипт ‘автоматизация – снижение потребности в водителях – потеря рабочих мест – социальные и экономические последствия’. Этот скрипт формируется на основе ранее полученной информации и медийного дискурса о технологиях автоматизации, внедрении новых систем на основе искусственного интеллекта. Как и в случае с фреймингом, скриптизация запускается праймом-стимулом, который в значительной степени определяет характер восприятия и интерпретации.



Стоит отметить, что процесс формирования скриптов варьируется в зависимости от личного опыта и знаний экспериенсера. Скрипты, которые формируются на основе ограниченного знания, могут быть упрощенными и не отражать сложность реальных ситуаций. В данном случае скриптизация может привести к поверхностным выводам и ошибочным представлениям. Кроме того, скрипты, основанные на ограниченных или искаженных данных, рискуют стать основой для распространения дезинформации и стереотипов. Например, при обсуждении вопросов миграции ограниченная концептуальная информация о социально-экономических факторах, связанных с миграцией, может активизировать негативный скрипт, ассоциирующий миграционные потоки исключительно с увеличением преступности и снижением экономической стабильности. Праймы-стимулы, запускающие скриптизацию, могут формировать и закреплять стереотипные и упрощенные представления, что подчеркивает важность критического мышления и необходимость получения разнообразной и точной информации для формирования и активизации более объективных скриптов.

Необходимо отметить, что вышеперечисленные типы динамического концептуального проецирования могут протекать как изолированно, так и комбинированно. Типичным примером комбинации различных типов проецирования для оказания манипулятивного воздействия на коллективного экспериенсера могут служить избирательные кампании Дональда Трампа во время президентских выборов в США — “Make America Great” (2016) и “Make America Great Again” (2024). Масштабная медийная кампания активно формировала фрейм возрождения Америки, используя профилирование экономических и социальных проблем, а также акцентируя внимание на вопросах миграции и потери рабочих мест. Праймы-стимулы “make great”, “build the wall”, “great again” выступают триггером соответствующей эмоциональной реакции — желания возродить былое величие (активизируя при этом инферентный вывод о неэффективности предшественника, а также о собственной эффективности во время президентского срока), желания защитить границы страны и сохранить рабочие места для граждан. При этом активно использовались метафоры, ассоциировавшие нелегальных иммигрантов с угрозой безопасности и благополучию американцев, что, вне всякого сомнения, усиливало их негативное восприятие и способствовало принятию соответствующих решений на выборах. Интересно, что данные праймы после проведения кампании стали активно использоваться в других видах дискурса, например: “Hey Google, let’s make humanity great again”; “Hey, friends, can we not make Facebook¹ great again”; “Let’s make our planet great again”; “We can make the Web great again” (NOW).

¹ Социальная сеть *Facebook* принадлежит компании *Meta*, которая в РФ признана экстремистской.



Таким образом, представляется возможным говорить о полидоменности процессов концептуального проецирования и их комплексном, комбинированном характере. Полидоменное проецирование представляет собой когнитивный процесс, при котором элементы информации из множественных концептуальных доменов переносятся в новый когнитивный контекст, задействуя при этом различные когнитивные механизмы, такие как аналогия, атрибуция, фрейминг, скриптизация, профилирование, метафоризация и эмоционализация, работающие как отдельно, так и в комбинации. Именно полидоменность проецирования делает возможной реализацию установок агенса манипулятивного воздействия, а также оказывая влияние на восприятие, эмоции и установки экспериенсера. Полидоменное проецирование позволяет манипуляторам создавать многоуровневые нарративы, которые сложно распознать и противостоять, так как они воздействуют на различные аспекты восприятия и интерпретации информации.

Полидоменный характер концептуального проецирования создает основу для сбоя концептуальных проекций, что ведет к нарушению когнитивного баланса и возникновению концептуальной дезориентации. В отличие от когнитивного диссонанса данный процесс протекает неосознанно. Сбой концептуальных проекций затрагивает процесс восприятия и интерпретации новой информации, которая не вписывается в уже сформированные ментальные схемы. Именно сбой концептуальных проекций лежит в основе аксиологического разлома (состояния, в котором разрушаются традиционные ценностные ориентиры) и формирования «серой зоны» референции 'ни правда — ни ложь', что, в свою очередь, приводит к состоянию неопределенности и амбивалентности, ослабляет способность к критическому мышлению и делает индивидуума более восприимчивым к манипуляции.

Манипулятивное воздействие в медиадискурсе представляет собой сложный феномен, в основе которого лежат определенные концептуальные процессы и когнитивные механизмы, что и делает манипулятивное воздействие возможным и во многих случаях эффективным. С развитием технологий стратегии и приемы манипуляции становятся все более изощренными и персонализированными, что требует понимания и изучения механизмов их реализации, а также развития критического мышления для эффективного противодействия манипуляциям.

Проведенное исследование позволило выделить несколько типов концептуального проецирования и когнитивных механизмов, обеспечивающих реализацию манипуляции. Концептуальное проецирование в манипулятивном акте характеризуется такими свойствами, как имплицитность, динамичность, полидоменность и флюидность. Рассмотрены концептуальные процессы фрейминга, скриптизации, профилирования, метафоризации и эмоционализации, которые могут функционировать изолированно или, чаще, в комбинации друг с другом. Концептуальное проецирование при манипуляции играет ключевую роль в перестройке концептуальной системы коллективного или индивиду-



ального экспериенсера, изменяя, формируя и закрепляя требуемые паттерны интерпретации событий и явлений. Динамический характер и полидоменность процессов концептуального проецирования в медиадискурсе создает сложные манипулятивные конструкты. Таким образом, требуется дальнейшее выявление и изучение стратегий и когнитивных моделей противодействия манипуляции.

Благодарности. Публикация подготовлена в рамках проекта РНФ 22-18-00594 «Когнитивные модели идентификации и противодействия манипуляциям в медийном пространстве».

Список литературы

Анохин К. В. Когнитом: в поисках фундаментальной нейронаучной теории сознания // Журнал высшей нервной деятельности им. И. П. Павлова. 2021. Т. 71, № 1. С. 39–71. doi: 10.31857/S0044467721010032.

Болдырев Н. Н. Вторичная интерпретация мира как способ языкового манипулирования сознанием // Манипуляции и социум: язык, сознание, культура : сб. науч. тр. Калининград, 2023. С. 5–8.

Демьянков В. З. Трансфер знаний и когнитивная манипуляция // Вопросы когнитивной лингвистики. 2017. № 4 (53). С. 5–13. doi: 10.20916/1812-3228-2017-4-5-13.

Демьянков В. З. Языковые средства когнитивной манипуляции в гуманитарных науках // Когнитивные исследования языка. 2018. № 33. С. 48–52.

Заботкина В. И., Боярская Е. Л. Динамика концептуального проецирования в медиадискурсе: манипулятивный аспект // Когнитивные исследования языка. 2024. № 5 (61). С. 74–81.

Akram M., Nasar A., Arshad-Ayaz A. A Systematic Review for Netizens' Response to the Truth Manipulation on Social Media // Knowledge Management and E-Learning. 2023. Vol. 15, № 2. P. 322–342. doi: 10.34105/j.kmel.2023.15.018.

Boudani B. Manipulation in the Translation of Diplomatic Discourse // Journal of Contemporary Educational Research. 2023. Vol. 7, № 11. P. 232–235. doi: 10.26689/jcer.v7i11.5531.

Bradshaw S., Howard Ph. Troops, Trolls and Troublemakers: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation // Computational Propaganda Research Project. Oxford, 2017. P. 1–37.

Davidović J. On how to defend oneself against media manipulation: The role of the informational and media literacy // CM: Communication and Media. Vol. 17, № 51. P. 97–119. doi: 10.5937/cm17-34211.

Fauconnier G., Turner M. Conceptual Projection and Middle Spaces // SSRN Electronic Journal. 2008. doi: 10.2139/ssrn.1290862.

Grishenkova T. F., Variyasova E. V. Suggestion as a Method of Linguistic Manipulation in Religious Discourse // Bulletin of Kemerovo State University. 2019. Vol. 21, № 4. P. 1086–1094. doi: 10.21603/2078-8975-2019-21-4-1086-1094.

Kahneman D., Sibony O., Sunstein C. Noise: A Flaw in Human Judgment. L., 2021.

Krafft P. M., Donovan J. Disinformation by Design: The Use of Evidence Collages and Platform Filtering in a Media Manipulation Campaign // Political Communication. 2020. Vol. 37, № 2. P. 194–214. doi: 10.1080/10584609.2019.1686094.



Levitskaya A., Fedorov A. Typology and Mechanisms of Media Manipulation // International Journal of Media and Information Literacy. 2020. Vol. 5, №1. P. 69–78. doi: 10.13187/IJMIL.2020.1.69.

Malyuga E. N., Tomalin B. Communicative Strategies and Tactics of Speech Manipulation in Intercultural Business Discourse // Training, Language and Culture. 2017. Vol. 1, №1. P. 28–45. doi: 10.29366/2017tlc.1.1.2.

Markusoff J. Ultra-partisan social media is an addictive hazard – and detox is a last resort // Maclean's. 2018. 4 April. URL: <https://macleans.ca/society/ultra-partisan-social-media-is-an-addictive-hazard-and-detox-is-a-last-resort/> (дата обращения: 30.04.2024).

Marwick A., Lewis R. Media Manipulation and Disinformation Online // Data & Society Research Institute. 2017. May 15. URL: <https://datasociety.net/library/media-manipulation-and-disinfo-online/> (дата обращения: 11.04.2024).

Pesina S. A., Abramzon T. Ye., Rudakova S. V., Kuznetsov I. A., Samarokova I. V., Velikanova S. S. Linguo-Cognitive Aspects of Manipulation in Political Discourse // Laplage em Revista 6 (Extra-C). 2020. doi: 10.24115/s2446-622020206extra-c673p.330-337.

Polyakova L. S., Yuzhakova Yu. V., Zalavina T. Yu., Dyorina N. V. Linguistic Manipulation Means in English Political Discourse // Revista Amazonia Investiga. 2020. Vol. 9, №33. P. 27–36. doi: 10.34069/ai/2020.33.09.3.

Troshchenkova E. V. Memes as a tool for deconstructing media manipulation // Voprosy Kognitivnoy Lingvistiki. 2022. №2. P. 74–86. doi: 10.20916/1812-3228-2022-2-74-86.

van Dijk T. A. Discourse and manipulation // Discourse and Society. 2006. Vol. 17, №3. P. 359–383. doi: 10.1177/095792650606025.

Об авторах

Вера Ивановна Заботкина, доктор филологических наук, профессор, проректор по международному сотрудничеству, руководитель научно-образовательного Центра когнитивных программ и технологий, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия.

ORCID ID: 0000-0001-6674-8052

E-mail: zabotkina@rggu.ru

Елена Леонидовна Боярская, кандидат филологических наук, доцент, Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград, Россия; научный сотрудник, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия.

ORCID ID: 0000-0003-0179-8643

E-mail: EBoyarskaya@kantiana.ru

Для цитирования:

Заботкина В. И., Боярская Е. Л. Концептуальное проецирование как основа манипулятивного воздействия // Слово.ру: балтийский акцент. 2025. Т. 16, №1. С. 24–38. doi: 10.5922/2225-5346-2025-1-2.



CONCEPTUAL FOUNDATIONS OF MANIPULATION

Vera I. Zobotkina¹, Elena L. Boyarskaya^{1,2}¹ Russian State University for the Humanities,
6 Miusskaya Ploshchad, Moscow, 125047, Russia² Immanuel Kant Baltic Federal University,
14 Aleksandra Nevskogo St., Kaliningrad, 236041, Russia

Submitted on 17.08.2024

Accepted on 10.11.2024

doi: 10.5922/2225-5346-2025-1-2

The formation and operation of the global information environment, along with the increased speed of information dissemination driven by advances in information technologies, present a significant challenge to modern society. This acceleration leads to excessive cognitive load, which diminishes the ability to critically evaluate and analyse received information. This article explores the conceptual processes that underpin manipulative influences within media discourse. Through a conceptual analysis of contemporary English-language media, using the News on the Web corpus, the study identifies and describes key types of conceptual transfers that serve as the foundation of manipulative acts. The cognitive mechanisms of analogy, metaphorization, emotionalization, profiling, attribution, framing, scripting, and their numerous combinations form the basis of manipulation in modern English-language media texts. These processes are characterized by dynamism and polydomain interaction, making their identification and analysis even more complex. The dynamic nature of conceptual transfers is driven by the functioning of the experiencer's conceptual system, which continuously processes sensory data at pre-conceptual, conceptual, and category levels. Polydomain transfers enable agents of a manipulative act to craft layered conceptual narratives that target various levels of perception and interpretation, thus making manipulative effects more difficult to detect. The study of conceptual transfer in relation to manipulation is particularly crucial in the context of the global information environment, where media serves as the primary channel for the dissemination of news and opinions. A deeper understanding of the cognitive and linguistic aspects of this process is vital for developing strategies to counteract manipulative practices. This research provides an in-depth analysis of various forms of manipulation and proposes new approaches for investigating their impact on both the collective and individual experiencer.

Keywords: conceptual transfer, polydomain character, frame, manipulation, media discourse

Acknowledgment. The publication was prepared within the framework of the RNF project 22-18-00594 "Cognitive models of identification and counteraction to manipulation in the media space".

References

- Akram, M., Nasar, A. and Arshad-Ayaz, A., 2023. A Systematic Review for Netizens' Response to the Truth Manipulation on Social Media. *Knowledge Management and E-Learning*, 15 (2), pp. 322–342, <https://doi.org/10.34105/j.kmel.2023.15.018>.
- Anokhin, K. V., 2021. Cognitome: in Search of Fundamental Neuroscience Theory of Consciousness. *I.P. Pavlov Journal of Higher Nervous Activity*, 71 (1), pp. 39–71, <https://doi.org/10.31857/S0044467721010032> (in Russ.).



Boldyrev, N.N., 2023. Secondary interpretation of the world as a way of linguistic manipulation of consciousness. In: *Manipulyatsii i sotsium: yazyk, soznanie, kul'tura : sbornik nauchnykh trudov* [Manipulation and Society: Language, Consciousness, Culture : collection of scientific papers]. Kaliningrad, pp. 5–8 (in Russ.).

Boudani, B., 2023. Manipulation in the Translation of Diplomatic Discourse. *Journal of Contemporary Educational Research*, 7 (11), pp. 232–235, <https://doi.org/10.26689/jcer.v7i11.5531>.

Bradshaw, S. and Howard, P., 2017. Troops, Trolls and Troublemakers: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation. In: *Computational Propaganda Research Project*. Oxford, pp. 1–37.

Davidović, J., 2022. On how to defend oneself against media manipulation: The role of the informational and media literacy. *CM: Communication and Media*, 17 (51), pp. 97–119, <https://doi.org/10.5937/cm17-34211>.

Demyankov, V.Z., 2017. Knowledge transfer and cognitive manipulation. *Voprosy Kognitivnoy Lingvistiki* [Issues of Cognitive Linguistics], 4 (53), pp. 5–13, <https://doi.org/10.20916/1812-3228-2017-4-5-13> (in Russ.).

Demyankov, V.Z., 2018. Linguistic means of cognitive manipulation in the humanities. *Voprosy Kognitivnoy Lingvistiki* [Issues of Cognitive Linguistics], 33, pp. 48–52 (in Russ.).

Fauconnier, G. and Turner, M., 2008. Conceptual Projection and Middle Spaces. *SSRN Electronic Journal*, <https://doi.org/10.2139/ssrn.1290862>.

Grishenkova, T.F. and Variyasova, E.V., 2019. Suggestion as a Method of Linguistic Manipulation in Religious Discourse. *Bulletin of Kemerovo State University*, 21 (4), pp. 1086–1094, <https://doi.org/10.21603/2078-8975-2019-21-4-1086-1094> (in Russ.).

Kahneman, D., Sibony, O. and Sunstein, C., 2021. *Noise: A Flaw in Human Judgment*. London.

Krafft, P.M. and Donovan, J., 2020. Disinformation by Design: The Use of Evidence Collages and Platform Filtering in a Media Manipulation Campaign. *Political Communication*, 37 (2), pp. 194–214, <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1686094>.

Levitskaya, A. and Fedorov, A., 2020. Typology and Mechanisms of Media Manipulation. *International Journal of Media and Information Literacy*, 5 (1), pp. 69–78 <https://doi.org/10.13187/IJMIL.2020.1.69>.

Malyuga, E.N. and Tomalin, B., 2017. Communicative Strategies and Tactics of Speech Manipulation in Intercultural Business Discourse. *Training, Language and Culture*, 1 (1), pp. 28–45, <https://doi.org/10.29366/2017tlc.1.1.2>.

Markusoff, J., 2018. Ultra-partisan social media is an addictive hazard – and detox is a last resort. *Maclean's*, 4 April. Available at: <https://macleans.ca/society/ultra-partisan-social-media-is-an-addictive-hazard-and-detox-is-a-last-resort/> [Accessed 30 April 2024].

Marwick, A. and Lewis, R., 2017. Media Manipulation and Disinformation Online. *Data & Society Research Institute*, May 15. Available at: <https://datasociety.net/library/media-manipulation-and-disinfo-online/> [Accessed 11 April 2024].

Pesina, S.A., Abramzon, T.Ye., Rudakova S.V., et al., 2020. Linguo-Cognitive Aspects of Manipulation in Political Discourse. *Laplace em Revista*, 6 (Extra-C), <https://doi.org/10.24115/s2446-622020206extra-c673p.330-337>.

Polyakova, L.S., Yuzhakova, Yu.V., Zalavina, T.Yu. and Dyorina, N.V., 2020. Linguistic Manipulation Means in English Political Discourse. *Revista Amazonia Investiga*, 9 (33), <https://doi.org/10.34069/ai/2020.33.09.3>.

Troshchenkova, E.V., 2022. Memes as a tool for deconstructing media manipulation. *Voprosy Kognitivnoy Lingvistiki* [Issues of Cognitive Linguistics], 2, pp. 74–86, <https://doi.org/10.20916/1812-3228-2022-2-74-86> (in Russ.).



van Dijk, T. A., 2006. Discourse and manipulation. *Discourse and Society*, 17 (3), pp. 359–383, <https://doi.org/10.1177/095792650606025>.

Zabotkina, V. I. and Boyarskaya, E. L., 2024. Dynamics of Conceptual Mapping in Media Discourse: Manipulative Aspect. *Kognitivnye issledovaniya yazyka* [Cognitive Studies of Language], 5 (61), pp. 74–81 (in Russ.).

The authors

Prof. Vera I. Zabotkina, Vice-rector for International Cooperation, Director of the Centre for Cognitive Programmes and Technology, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia.

ORCID: 0000-0001-6674-8052

E-mail: Zabotkina@rggu.ru

Dr Elena L. Boyarskaya, Associate Professor, Immanuel Kant Baltic Federal University, Kaliningrad, Russia; Research Fellow, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia.

ORCID: 0000-0003-0179-8643

E-mail: EBoyarskaya@kantiana.ru

To cite this article:

Zabotkina, V. I., Boyarskaya, E. L., 2025, Conceptual foundations of manipulation, *Slovo.ru: Baltic accent*, Vol. 16, no. 1, pp. 24–38. doi: 10.5922/2225-5346-2025-1-2.

