

Политическая лингвистика. 2024. № 2 (104).

Political Linguistics. 2024. No 2 (104).

УДК 811.161.1'42+811.161.1'38+81'27

ББК ШП41/12-51+ШП41.12-55

ГРНТИ 16.21.51

Код ВАК 5.9.5

Чэнь Шулин^{1,2}

¹ Уральский государственный педагогический университет, Екатеринбург, Россия, woaihuoxingbuluo@163.com,

<https://orcid.org/0009-0002-4472-5380>

² Цзилньский университет иностранных языков, Китай

Зоонимичные образы как основа моделирования медиапортрета А. Г. Лукашенко

АННОТАЦИЯ. Статья посвящена комплексному описанию метафорического портрета президента Беларуси А. Г. Лукашенко. Актуальность работы продиктована значимостью современного медиапространства и циркулирующих в нем образов. С опорой на данные актуальных медиатекстов выявляются ключевые единицы-зоонимы, моделирующие образ А. Г. Лукашенко в языковом сознании современных россиян. Доказывается, что зоонимичные единицы, характеризующие президента Беларуси, активно используются на уровне вторичной номинации с облигаторным оценочным компонентом и отражают различные черты характера политического лидера, особенности его внешности и поведения, характеризуют те или иные действия политика, отраженные в медийном поле. Разнообразные зоонимичные единицы включают как слова (кот, собака, лиса и др.), так и устойчивые конструкции (голубь мира, хромая утка). Данные, полученные посредством анализа текстового материала, позволяют сделать вывод о наличии ключевых зоонимичных образов, лежащих в основе медийного портрета исследуемого политика. Рассмотренный материал также демонстрирует значимость картофеля для белорусского национального сознания и медийного образа А. Г. Лукашенко. Корпус текстовых данных, проанализированных автором данного исследования, позволяет говорить о преимущественно положительных характеристиках президента Беларуси в языковом сознании современных россиян, динамичном характере метафорического портрета А. Г. Лукашенко, его непосредственной зависимости от широкого спектра социополитических процессов.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: политическая метафорология, метафорическое моделирование, метафорические модели, политические метафоры, метафорический портрет, зоонимичные метафоры, зоонимы, политические деятели, белорусские президенты, языковые единицы, коннотация, журналистика, медиалингвистика, СМИ, средства массовой информации, медиадискурс, медиатексты, язык СМИ, языковые средства, медиаобразы.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ: Чэнь Шулин, Уральский государственный педагогический университет, Екатеринбург, Россия; 620091, Россия, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26; email: woaihuoxingbuluo@163.com.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Чэнь, Шулин. Зоонимичные образы как основа моделирования медиапортрета А. Г. Лукашенко / Чэнь Шулин. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2024. — № 2 (104). — С. 243-250.

Chen Shuling^{1,2}

¹ Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia, woaihuoxingbuluo@163.com, <https://orcid.org/0009-0002-4472-5380>

² Jilin International Studies University, China

Zoonymic Images as a Basis for Modeling a Media Portrait of A.G. Lukashenko

ABSTRACT. The article presents a comprehensive description of the metaphorical portrait of the President of Belarus A. G. Lukashenko. The urgency of the work can be attributed to the significance of the modern media space and the images circulating in it. Based on the data of current media texts, the study reveals the key units-zoonyms that model the image of Lukashenko in the linguistic consciousness of modern Russians. It is argued that the zoonymic units characterizing the president of Belarus are actively used at the level of secondary nomination with an obligatory evaluation component and reflect various character traits of the political leader, specific features of his appearance and behavior, and characterize certain actions of the politician reflected in the media space. Various zoonymic units include both words (cat, dog, fox, etc.) and stable phrases (pigeon of peace, lame duck, etc.). The data obtained through analyzing textual material allow concluding that there are key zoonymic images underlying the media portrait of the politician under study. The material under consideration also demonstrates the importance of potatoes for the Belarusian national consciousness and the media image of Lukashenko. The corpus of the textual data analyzed by the author of this study allows speaking about the predominantly positive characteristics of the President of Belarus in the linguistic consciousness of modern Russians, the dynamic nature of the metaphorical portrait of Lukashenko, and its direct dependence on a wide range of sociopolitical processes.

KEYWORDS: political metaphorology, metaphorical modeling, metaphorical models, political metaphors, metaphorical portrait, zoonymic metaphors, zoonyms, politicians, Belarusian presidents, language units, connotation, journalism, media linguistics, mass media, media discourse, media texts, mass media language, language means, media images.

AUTHOR'S INFORMATION: Chen Shuling, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.

FOR CITATION: *Chen Shuling. (2024). Zoonymic Images as a Basis for Modeling a Media Portrait of A.G. Lukashenko. In Political Linguistics. No 2 (104), pp. 243-250. (In Russ.).*

ВВЕДЕНИЕ

Мир политики, живущий по своим законам и правилам, имеет определенные стратегии и тактики, идеи и ориентиры. Бесспорным при этом представляется тот факт, что для обывателя медиасфера является тем источником, из которого представляется возможным черпать информацию о ключевых политических событиях, идеях и перспективах. Значимость современного медиапространства весьма убедительно проиллюстрировала Е. А. Земская, утверждающая, что «...язык современных газет может служить зеркалом современной российской жизни» [Земская 2011: 157]. Развивая мысль о функции языка СМИ, исследователь подчеркивает, что «...он отражает все то хорошее и плохое, что свойственно нашей действительности: отказ от показухи и лицемерия, от казенного бюрократизма и безликости, демонстрирует раскованность, раскрепощенность, стремление выразить свое личное мнение, повышенную экспрессивность, порождающую и высокий гражданский пафос, и резкость, доходящую до грубости» [там же]. Наиболее показательным данный тезис представляется при апеллировании к медиаобразам ключевых субъектов современной политики, создаваемым с учетом как объективных знаний, так и манипулятивных установок автора-журналиста.

Цель предлагаемой статьи заключается в моделировании фрагмента медийного портрета А. Г. Лукашенко, созданного на основе зоонимичной метафоры. **Материалом** исследования послужили фрагменты медиатекстов, формирующих образ президента Белоруссии с опорой на зоонимичную метафору.

РЕЗУЛЬТАТЫ

В результате исследования:

- проведен обзор научной теоретической литературы, посвященной изучению языка современных медиатекстов, установлены место и особенности реализации образных средств при моделировании актуального медиапространства;
- определены ключевые зоонимичные образы, лежащие в основе моделирования медиапортрета президента Белоруссии в русскоязычном медиапространстве;
- проанализированы образы, моделирующие медиапортрет А. Г. Лукашенко, установлены особенности реализации зоонимичных единиц (слов и устойчивых конструкций с зоонимичным компонентом) при

формировании образа политического лидера посредством зоонимичной метафоры.

ОБСУЖДЕНИЕ

Расширение возможностей средств массовой информации, их презентация не только в традиционной, но и в виртуальной формах, появление новых методов и приемов языкового манипулирования обуславливает все более возрастающий интерес к изучению медиатекстов, особенностей вербальной и визуальной презентации данных, зависимости способа подачи информации от целевой аудитории. В работах Т. Г. Добросклонской, Н. И. Клушиной, В. Г. Костомарова, Ю. В. Рождественского, Г. Я. Солганика и других исследователей подчеркивается, что комплекс средств и приемов выразительности, реализуемый в медиатекстах, определяет характер медиакультуры того или иного сообщества, специфику его материальных и интеллектуальных ценностей.

Бесспорным представляется тот факт, что современные медиатексты являются основой информационной картины мира и моделируются с учетом национально-культурной специфики и идеологических факторов, непосредственно влияющих на формирование национального самосознания. Таким образом, медиатекст представляет собой сложный феномен, который, по справедливому замечанию Т. В. Чернышовой, «сочетает медийный и вербальный текст, в нем соединяются сложная природа языка (материала творчества), личностные языковые вкусы и пристрастия творца, интересы и возможности печатного издания, телевизионного канала, радиостанции» [Чернышова: 237].

Моделирование определенных образов, обусловленное непосредственным влиянием на массового читателя, сближает медиадискурс с художественным дискурсом, поскольку, по замечанию У. Эко, «в обоих случаях декодирование текста предполагает актуализацию читателем заложенных в нем семантических структур и постепенную замену новыми своих прежних предположений в отношении повествуемого мира» [Эко: 155]. При этом бесспорным представляется тот факт, что манипулятивный потенциал медиадискурса, являющийся одной из его ключевых характеристик, направлен на формирование тех целей и ценностей, которые являются желательными для автора медийного продукта и зачастую имеют определенный элемент субъективности, соответствия не только

отражаемым фактам, но и манипулятивным установкам автора-журналиста.

Понимание медиатекста как феномена, аккумулирующего широкий спектр публицистических текстов, является сегодня ошибочным, поскольку новая цифровая среда, увеличение объема задач, лежащих перед автором медийного продукта, обуславливают появление новых форм манипулятивных средств и приемов, способов подачи данных, специфику влияния на массового адресата. Данную идею подтверждает и М. Ю. Казак, который, рассуждая о специфике современного медиатекста, обращает внимание на тот факт, что «термин „медиа-текст“ вобрал в себя параллельные, взаимозаменяемые или пересекающиеся феномены — массово-коммуникативный текст, массмедийный текст, журналистский текст, публицистический текст, газетный текст, теле-текст, рекламный текст, PR-текст, интернет-текст и т. д.» [Казак 2012]. Обобщение научной теоретической литературы позволяет сделать вывод о том, что современный медиатекст можно рассматривать как «новый коммуникационный продукт», который, по справедливому замечанию Я. Н. Засурского, «может быть включён в разные медийные структуры вербального, визуального, звучащего, мультимедийного планов, а также в разные медийные обстоятельства: газеты, журналы, радио, телевидение и т. д.» [Засурский 2005: 6]. Исследование медиатекстов сегодня не является одновекторным, а происходит в различных направлениях, что способствует решению широкого спектра поставленных перед учеными задач. Так, большое внимание в современной науке уделяется языковому портретированию, которое в контексте исследования актуального медиапространства направлено на описание особенностей моделирования определенной медийной личности.

Анализ особенностей моделирования актуального русскоязычного медиапространства позволяет сделать вывод о том, что одной из наиболее ярких медийных личностей современности является президент Бе-



Рис. 1

лоруссии Александр Григорьевич Лукашенко. А. Г. Лукашенко — белорусский политический, государственный и военный деятель. Занимает пост Президента Белоруссии и Главнокомандующего Вооружёнными силами Белоруссии с 20 июля 1994 г. Для российского общества личность данного политического лидера интересна также тем, что с 26 января 2000 г. (день вступления в силу договора) является председателем Высшего государственного совета Союзного государства.

Опыт политического лидера, его умение улаживать конфликты обуславливают тот факт, что в актуальном медиапространстве наиболее частотной при моделировании медиапортрета А. Г. Лукашенко представляется устойчивая конструкция **голубь мира**, апеллирующая к христианской традиции, где голубь считался символом Святого Духа. В современной культурной традиции **голубь мира** определяется не только как символ мира, но и как символ борьбы против военных конфликтов и насилия. В медиатекстах политической направленности образ **голубя мира** закрепляется преимущественно за политическими лидерами, усилия которых направлены на достижение согласия между конфликтующими государствами. В контексте А. Г. Лукашенко политическими оппонентами, к примирению которых стремится президент Белоруссии, являются прежде всего Россия и Украина: «Лукашенко стал „голубем мира“: К чему приведут его усилия?» (<https://vyshemir.livejournal.com/173922.html>, 15.10.2022); «Голубь мира или хитрый лис: почему Лукашенко выигрывает на войне в Украине?» (<https://sharij.net/04.06.2022>; формулировки цитируемого журналиста противоречат установленным законодательством РФ требованиям).

Интересным представляется тот факт, что образ **голубя мира** закрепляется за личностью А. Г. Лукашенко и в креолизованных текстах, однако обращает на себя внимание, что подобные иллюстрации моделируют не конструктивный, а деструктивный образ, который вызывает у массового адресата антипатию (см. рис. 1, рис. 2).



Рис. 2

Негативный образ на картинке формируется преимущественно с опорой на две составляющие: непропорционально длинный крючковатый нос и взгляд исподлобья, создающий отталкивающее впечатление. Подобные иллюстрации выражают позицию автора медийного продукта, считающего, что в «миротворческих» устремлениях политика отсутствует искренность, а проводимые ими действия производятся исключительно ради собственной выгоды.

Образ хитрого и мудрого политика, способного на выгодные для себя и своего государства политические решения, моделируется при помощи ключевой единицы **лис** (**лиса**) и словосочетания **хитрый лис**, широко используемых в актуальном медиaprостранстве: «„Хитрый лис“ — Лукашенко: Белоруссия участвует в СВО, но без военных» (<https://regnum.ru/article/3715311,05.10.2022>); «„Хитрый лис на двух стульях“: в сети раскритиковали Лукашенко за „большой шаг“ навстречу США» (<https://tsargrad.tv/news/,11.01.2023>); «Лукашенко — это старая лиса, которая хочет в любой ситуации получить очки, и он очень удачно выступил в этом качестве на переговорах» (<https://rb.ru/article/politicheskiy-psiholog,12.02.2023>). Примеры демонстрируют, что метафорический образ **лиса** нельзя интер-

претировать однозначно, поскольку в данном образе наблюдаются как положительные (мудрость, дальновидность), так и отрицательные (приспособленчество) черты. Кроме того, такая характеристика, как «хитрость», в приведенных контекстах не может оцениваться однозначно и включает как положительные, так и отрицательные составляющие.

Анализ показал, что наиболее ярким зоонимичным образом, иллюстрирующим А. Г. Лукашенко, является зооним **собака**. Частотность данного образа обусловлена прежде всего любовью президента Белоруссии к его домашнему любимцу — шпицу Умке. Так, в актуальном медиaprостранстве весьма популярны креолизованные тексты, иллюстрирующие сходство А. Г. Лукашенко с его питомцем (рис. 3).

В актуальном медиaprостранстве весьма частотны креолизованные тексты, где шпиц становится частью рабочего пространства А. Г. Лукашенко, разделяет его обязанности и функции (рис. 4, рис. 5).

Подобные иллюстрации зачастую сопровождаются ироничными комментариями, акцентирующими внимание на широких властных полномочиях любимца президента Белоруссии: «*Может нами правит шпиц?*» (<https://sputnik.by/20220718l,18.07.2022>).



Рис. 3



Рис. 4



Рис. 5

Чай з малинавым варэннем



Рис. 6

Ярким источником мемов стал субботник, на который А. Г. Лукашенко приехал со шпицем, сидящим в специальной велосипедной корзинке. Так, 25.04.2020 в электронных СМИ появился заголовок («Гламурненько на субботнике» (https://vk.com/wall-193961075_170)), а на креолизованных текстах шпиц Умка стал полноправным спутником Президента Белоруссии (рис. 6).

Особую популярность в медиапространстве приобрело интервью журналистки Наи́ли Аскер-заде, которая беседовала с Александром Лукашенко для канала «Россия-1» 11 января 2021 г. Образ шпица, разгуливавшего по праздничному столу президента Белоруссии, стал источником народного творчества и мемов: «Умка — шпиц достойно возлежал на праздничном столе // Беседу он не поддержал, зато все обратили на собачье дефиле // Прошелся между чашек, где были хлеб, соленья и блины. // На фоне беленьких кудряшек Смотрелся серо президент страны!» (https://dzen.ru/a/X_3q3dZVQXhr2kAp, 13.03.2021); «Собачье дефиле на президентском столе» (АиФ, 13.01.2021); «Главным медиаагером стал белый пес по кличке Умка. Одно из белых пятен в окружении Лукашенко» (<https://life.ru/p/1362394>, 11.01.2021); «„На президентстве собаку съел“. Шпиц Лукашенко, который бегал по столу во время интервью, стал мемом» (<https://fishki.net/4169720-nikto-i-piknuty-ne-posmel>, 13.01.2021). Кроме того, популярными стали комментариями, отсылающие к описанному ранее субботнику, на который президент Белоруссии впервые приехал в сопровождении своего любимца («В апреле прошлого года Лукашенко вдруг появился на субботнике с шпицем. А Коля рядом не

было. И появилась версия, что всесильный батько превратил Колю в шпица. А потом вновь был Коля, но не было шпица. Теория была хорошей, но разбило ее интервью с Найлей Аскер-заде, где Коля и шпиц были вместе» (<https://life.ru/p/1362394>, 11.01.2021).

Не менее яркими представляются и мемы, созданные на основе данной ситуации. Как правило, иллюстративной частью подобных креолизованных текстов является кадр интервью, а текстовым — комментарий интернет-пользователей, блогеров или журналистов, ставших автором данного креолизованного текста (рис. 7, рис. 8).

Еще одним источником ироничных высказываний об отношениях А. Г. Лукашенко и его шпица стало медийное освещение крещенского вечера, проведенного президентом Белоруссии в компании любимца накануне Крещения, 19 января 2021: «Лукашенко нарубил дров в крещенский вечер. Тот самый шпиц был рядом» (<https://life.ru/p/1363733>, 19.01.2021); «Чтобы собачка не замёрзла, её обули в маленькие сапожки» (<https://life.ru/p/1363733>, 19.01.2021).

Таким образом, анализ актуального медиапространства позволяет сделать вывод о том, что в текстовом пространстве зооним **собака (пес)** при характеристике личности А. Г. Лукашенко используется преимущественно при апеллировании к его домашнему любимцу. Креолизованные тексты, включающие данный зоонимичный компонент, являются более разноаспектными и, кроме отсылок к образу шпица, эксплицируют определенные особенности президента Белоруссии в его сопоставлении с образом собаки (рис. 9, рис. 10).



Рис. 7



Рис. 8



Рис. 9



Рис. 10



Рис. 11



Рис. 12

Приведенные иллюстрации позволяют сделать вывод, что при моделировании креолизованных текстов ассоциирование президента Белоруссии с собакой происходит на основе внешней составляющей (прежде всего мимики и взгляда) и такой характеристики, как злость, прослеживающейся также в вербальном компоненте креолизованного текста: *Злая собака — Александр Лукашенко; Ю. Нестеренко: Путин — цепная собака Лукашенко*. Можно сделать вывод, что за образом собаки в подобных случаях закрепляются не характеристики, лежащие в основе русской национальной традиции (собака — друг человека), а те, которые находятся на ее периферии и характеризуют собаку как животное, охраняющее хозяина от угрозы,

подчеркивают не доброту и преданность животного, а его злость и агрессию.

Весьма частотным при реализации в креолизованных текстах является сопоставление А. Г. Лукашенко с *котом*, который преимущественно изображается посредством мема, где обязательными составляющими является окрас животного, напоминающий темные усы, а также обязательно наличие картофеля — национального продукта белорусов (рис. 11).

Значимость картофеля в белорусском национальном сознании и непосредственно для президента А. Г. Лукашенко подчеркивается и на следующей иллюстрации (рис. 12), где маленький котенок «защищает» картофелину, размер которой сопоставим с



Рис. 13

его собственным размером. Размещенный ниже текст гласит: «Котенок, воспитанный Лукашенко».

Весьма многочисленными представляются креолизованные тексты, в основе которых лежит сопоставление А. Г. Лукашенко и котов на основе их внешних характеристик (рис. 13, рис. 14).

Анализ показал, что наиболее значимыми параметрами, служащими основой для сопоставления, являются выражение лица президента и морды животного, взгляд и наличие выделяющихся на иллюстрации усов.

А. Г. Лукашенко является президентом Белоруссии с 20 июля 1994 г. и неоднократно переизбирался своим народом. Такое длительное пребывание политика на посту главы государства привело к большому количеству шуток, мемов, колких замечаний. Анализ показал, что наиболее частотны в основе таких характеристик лежит образ *хромой утки*. В денотативном содержании изначально под хромой уткой понимался президент США, который в скором времени должен покинуть свой пост в результате проигрыша очередных выборов или исчерпания своего права выдвигать на них свою кандидатуру в соответствии с 22-й поправкой к Конституции США. При моделировании медиапортрета А. Г. Лукашенко показательным представляется тот факт, что образ хромой утки может моделироваться в двух контекстах:

1) медиаресурсами и политическими субъектами, дискредитирующими личность А. Г. Лукашенко: «„Хромая утка“: что пишет иностранная пресса о тайной инаугурации Лукашенко» (<https://polit.ru/article/2020/09/25/lukaduck/>, 25.09.2020);

2) самим президентом Белоруссии: «До последних своих дней в этой должности я умирать не собираюсь, я буду работать во благо нашей страны. Я никогда не буду хромой уткой [...]». Он добавил, что вложил в республику «всю жизнь» и больше других соотечественников «заинтересован в том, чтобы ее [Белоруссию]



Рис. 14

сохранить». «Я не видел этой жизни, кроме своей Беларуси» (https://dzen.ru/a/ZCbaPJ4I-UEJjWdU?utm_referer=yandex.ru, 31.03.2023).

При этом показательным представляется тот факт, что в обоих случаях образ «хромой утки» в значительной степени отличается от денотативного содержания и объективирует не президента, покидающего свою должность, а слабого политического лидера, готового на все, лишь бы только удержаться на своем посту.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современные медиатексты не только являются ценным и значимым источником информации, но и обладают серьезным манипулятивным потенциалом, становятся важным ресурсом при моделировании образа того или иного политического субъекта. В частности, благодаря текстам политических СМИ моделируются медиапортреты ключевых субъектов политики, значимых для того или иного общества на том или ином этапе его развития. Проведенный в исследовании анализ позволяет говорить о значимости зоонимичных характеристик при моделировании медиапортрета А. Г. Лукашенко. В работе доказывается, что многогранность и многоаспектность медийного портрета президента Белоруссии обусловлена разнообразием зоонимичных единиц, включающих как слова (кот, собака, лиса и др.), так и устойчивые конструкции (голубь мира, хромая утка). Зоонимичные единицы, характеризующие президента Белоруссии, активно используются на уровне вторичной номинации с обязательным оценочным компонентом и отражают различные черты характера А. Г. Лукашенко, особенности его внешности и поведения, апеллируют к интересам и приоритетам политического лидера, его системе ценностей и близкому окружению. Корпус исследованного материала дает возможность сделать вывод о доминировании в русскоязычном медиапространстве положительных характеристик президента Белоруссии, динамичном характере метафорическо-

го портрета А. Г. Лукашенко, его непосредственной зависимости от широкого спектра социополитических процессов как в Белоруссии, так и на международной арене. Комплексный и системный анализ зоонимичных единиц, моделирующих образ президента Белоруссии, позволяет представить фрагмент медиапортрета политика и определить особенности адаптации данного образа в русской языковой картине мира.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Будаев, Э. В. Политическая метафора в невербальных семиотических системах / Э. В. Будаев. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2006. — № 18. — С. 57–66.
2. Будаев, Э. В. Современная российская политическая метафорология (2011–2020 гг.) / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов. — Текст : непосредственный // Филологический класс. — 2020. — № 2 (25). — С. 103–113.
3. Ворошилова, М. Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению / М. Б. Ворошилова; Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург : [б. и.], 2013. — 194 с. — Текст : непосредственный.
4. Ворошилова, М. Б. Юмор и ирония в политическом дискурсе / М. Б. Ворошилова, Н. Б. Руженцева, Е. В. Шустрова; Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург : [б. и.], 2015. — 252 с. — Текст : непосредственный.
5. Гридина, Т. А. Социокультурные аспекты восприятия игровых поликодовых текстов в пространстве современного города / Т. А. Гридина, Н. И. Коновалова. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2022. — № 5 (95). — С. 49–59.
6. Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ / Т. Г. Добросклонская. — Москва : Флинта : Наука, 2008. — 264 с. — Текст : непосредственный.
7. Засурский, Я. Н. Колонка редактора: медиатекст в контексте конвергенции / Я. Н. Засурский. — Текст : непосредственный // Вестник Московского университета. — Серия 10, Журналистика. — 2005. — № 2. — С. 6.
8. Земская, Е. А. Современный русский язык. Словообразование / Е. А. Земская. — Москва : Флинта : Наука, 2011. — 328 с. — Текст : непосредственный.
9. Казак, М. Специфика современного медиатекста / М. Казак. — Текст : электронный // Современный дискурс-анализ. — Белгород, 2012. — Вып. 6. — URL: <http://discourseanalysis.org/ada6/st42.shtml> (дата обращения: 21.09.2023).
10. Костомаров, В. Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа / В. Г. Костомаров. — Санкт-Петербург : Златоуст, 1999. — 320 с. — Текст : непосредственный.
11. Милованова, С. О. Влияние невербальных средств коммуникации на восприятие газетных текстов / С. О. Милованова. — Текст : непосредственный // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. — 2009. — № 2. — С. 258–261.
12. Михалева, О. Л. Политический дискурс: специфика манипулятивного воздействия / О. Л. Михалева. — Москва : Книжный дом «Либроком», 2009. — 256 с. — Текст : непосредственный.
13. Чернышова, Т. В. Модель когнитивно-речевого взаимодействия в сфере массовой газетной коммуникации: детерминационные факторы / Т. В. Чернышова. — Текст : непосредственный // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. — Орел, 2008. — С. 237.

14. Чудинов, А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000) / А. П. Чудинов. — Екатеринбург : Изд-во Екатеринбургского ун-та, 2001. — 246 с. — Текст : непосредственный.

15. Эко, У. Роль читателя. Исследования по семиотике текста / У. Эко. — Санкт-Петербург : Симпозиум, 2005. — 502 с. — Текст : непосредственный.

REFERENCES

1. Budaev, E.V. (2006). Politicheskaya metafora v neverbal'nykh semioticheskikh sistemakh [Political metaphor in non-verbal semiotic systems]. *Political Linguistics*, 18, 57–66. (In Russ.)
2. Budaev, E.V., & Chudinov, A.P. (2020). Sovremennaya rossijskaya politicheskaya metaforologiya (2011-2020 gg.) [Modern Russian political metaphorology (2011-2020)]. *Philological class*, 2(25), 103–113. (In Russ.)
3. Voroshilova, M.B. (2013). *Politicheskiiy kreoizovannyi tekst: klyuchi k prochteniyu* [Political creolized text: keys to reading]. Ekaterinburg: Ural State Ped. Univ., 194 p. (In Russ.)
4. Voroshilova, M.B., Ruzhentseva, N.B., & Shustrova, E.V. (2015). *Yumor i ironiya v politicheskom diskurse* [Humor and irony in political discourse]. Ekaterinburg: Ural State Ped. Univ., 252 p. (In Russ.)
5. Gridina, T.A., & Konovalova, N.I. (2022). Sociokul'turnye aspekty vospriyatiya igrovyyh polikodovyyh tekstov v prostranstve sovremennogo goroda [Sociocultural aspects of the perception of game polycode texts in the space of a modern city]. *Political Linguistics*, 5(95), 49–59. (In Russ.)
6. Dobrosklonskaya, T.G. (2008). *Medialingvistika: sistemnyy podhod k izucheniyu yazyka SMI* [Media Linguistics: a systematic approach to learning the language of the media]. Moscow: Flinta, Nauka, 264 p. (In Russ.)
7. Zasurskiy, Ya.N. (2005). Kolonka redaktora: mediatekst v kontekste konvergencii/ YA.N.Zasurskiy [Editor's column: Media text in the context of convergence]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika*, 2, 6. (In Russ.)
8. Zemskaya, E.A. (2011). *Sovremennyy russkiy yazyk. Slovoobrazovanie* [Modern Russian language. Word formation]. Moscow: Flinta: Nauka, 328 p. (In Russ.)
9. Kazak, M. (2012). *Specifika sovremennogo mediateksta* [The specifics of the modern media text]. In *Sovremennyy diskurs-analiz* (Iss. 6). Belgorod. Retrieved Sept. 21, 2023, from <http://discourseanalysis.org/ada6/st42.shtml> (In Russ.)
10. Kostomarov, V.G. (1999). *Yazykovoy vkus epohi. Iz nablyudeniy nad rechevoy praktikoj mass-media* [The linguistic taste of the epoch. From observations on the speech practice of mass media]. St. Petersburg: Zlatoust, 320 p. (In Russ.)
11. Milovanova, S.O. (2009). Vliyaniye neverbal'nykh sredstv kommunikatsii na vospriyatie gazetnykh tekstov [Influence of non-verbal means of communication on the perception of newspaper texts]. *Izvestiya TulGU. Humanitarian sciences*, 2, 258–261. (In Russ.)
12. Mihaleva, O.L. (2009). *Politicheskiiy diskurs: Specifika manipulyativnogo vozdeystviya* [Political discourse: Specifics of manipulative influence]. Moscow: Knizhnyj dom «LIBROKOM», 256 p. (In Russ.)
13. Chernyshova, T.V. (2008). Model' kognitivno-rechevogo vzaimodeystviya v sfere massovoy gazetnoj kommunikacii: determinacionnyye faktory [The model of cognitive-speech interaction in the field of mass newspaper communication: determining factors]. In *Zhanry i tipy teksta v nauchnom i medijnom diskurse* (p. 237). Orel. (In Russ.)
14. Chudinov, A.P. (2001). *Rossiya v metaforicheskom zerkale: kognitivnoe issledovanie politicheskoy metafory (1991–2000)* [Russia in a metaphorical mirror: a cognitive study of political metaphor (1991–2000)]. Ekaterinburg: Publishing House of the Yekaterinburg University, 246 p. (In Russ.)
15. Eko, U. (2005). *Rol' chitatelya. Issledovaniya po semiotike teksta* [The role of the reader. Research on text semiotics]. St. Petersburg: Simpozium, 502 p. (In Russ.)