

Политическая лингвистика. 2024. № 4 (106).

Political Linguistics. 2024. No 4 (106).

УДК 81'27+811.111'42+811.111'38+808.51

ББК Ш143.21-51+Ш143.21-55+Ш100.621

ГРНТИ 16.21.33

Код ВАК 5.9.8

Олег Владимирович Спиридовский

Воронежский государственный университет, Воронеж, Россия, olegspirid@mail.ru, SPIN-код: 6317-8529

Современный политический дискурс: общедоступность или специализированность?

АННОТАЦИЯ. Настоящая статья посвящена рассмотрению проблемы трансформации языка политики в условиях нового этапа развития современного информационного общества. **Предметом** изучения данной публикации служат формы проявления деспециализации языка политики, среди которых выделяются диалогизация общения, метафоричность коммуникации и прецедентность политического дискурса. **Целью** данной работы является определение механизмов и способов сокращения коммуникативной дистанции в сфере политики на материале американского президентского дискурса. Для ее достижения нами были использованы такие **методы исследования**, как контент-анализ и контекстуальный анализ. Было установлено, что президент США Джозеф Байден обращается к таким приемам, как создание форм диалогизации общения, использование метафорических образов и обращение к прецедентным единицам в своих высказываниях. Отдельную роль в президентском дискурсе США играют новые медиа, определяющие высокую скорость обмена информацией в сфере публичного общения и его массовый характер. Все вышесказанное помогает президенту подчеркнуть необходимость совместной работы и единства власти и народа. Полученные в результате проведенного нами исследования данные могут быть полезны для дальнейшего изучения механизмов и мотивов современного политического общения в других жанрах и лингвокультурах.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: политический дискурс, политические тексты, язык политики, политическая коммуникация, журналистика, медиалингвистика, СМИ, средства массовой информации, медиадискурс, медиатексты, язык СМИ, американские СМИ, языковые средства, английский язык, языковая личность, лингвоперсоналогия, американские президенты, когнитивная лингвистика, языковые единицы, политическая метафорология, метафорическое моделирование, метафорические модели, политические метафоры, политическая риторика, политические речи, президентская коммуникация, диалогизация общения, прецедентные феномены.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ: Спиридовский Олег Владимирович, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры перевода и профессиональной коммуникации, факультет романо-германской филологии, Воронежский государственный университет; 394018, Россия, г. Воронеж, Университетская площадь, 1; email: olegspirid@mail.ru.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Спиридовский, О. В. Современный политический дискурс: общедоступность или специализированность? / О. В. Спиридовский. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2024. — № 4 (106). — С. 235-240.

Oleg V. Spiridovskiy

Voronezh State University, Voronezh, Russia, olegspirid@mail.ru, SPIN code: 6317-8529

Common and Special Linguistic Features of Contemporary Political Discourse

ABSTRACT. The article studies the problem of transformation of the political language in the context of the new stage of development of the modern information society. The **object** of the study includes various communicative forms aimed at despecialization of political language, among which one can mention dialogization of communication, metaphorical character of communication and precedential character of political discourse. The **aim** of the article is to reveal the mechanisms and means of shortening the communicative distance in the sphere of politics on the material of American presidential discourse. In order to achieve this aim, the author employs such **research methods as the content and the contextual analysis**. It has been found that American President Joseph Biden uses such tactics as creation of dialogic forms of communication, metaphorization of communication, and use of precedent lexical units in his speeches. A specific part in the American presidential discourse is played by the so called new media since they determine faster information exchange and mass character of communication in the sphere of public interaction. All this helps the president emphasize the necessity of common work and unity of the power and the people. The data obtained in the course of the study may be useful for further research of the mechanisms and motives of contemporary political communication in other genres and linguocultures

KEYWORDS: political discourse, political texts, language of politics, political communication, journalism, media linguistics, mass media, media discourse, media texts, mass media language, American media, language means, English language, linguistic personality, linguopersonology, American presidents, cognitive linguistics, language units, political metaphorology, metaphorical modeling, metaphorical models, political metaphors, political rhetoric, political speeches, presidential communication, dialogization of communication, precedent phenomena.

AUTHOR'S INFORMATION: Spiridovskiy Oleg Vladimirovich, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Translation and Professional Communication, Faculty of Romance and Germanic Philology, Voronezh State University, Voronezh, Russia.

FOR CITATION: *Spiridovskiy O. V. (2024). Common and Special Linguistic Features of Contemporary Political Discourse. In Political Linguistics. No 4 (106), pp. 235-240. (In Russ.).*

ВВЕДЕНИЕ

Политический дискурс традиционно занимает одно из наиболее заметных мест в перечне статусно-ориентированных видов коммуникации, характеризующихся высокой степенью институционализации и иерархичности общения [Карасик 2002; Кашкин 2004; Спиридовский 2011]. Для такого типа общения характерна, в первую очередь, коммуникация по линии «институт — граждане», что предполагает приоритетную роль политических институтов и представляющих их политических лидеров как носителей и отправителей соответствующих профессионально ориентированных видов знания. С другой стороны, граждане (в другой ситуативной терминологии — избиратели, потребители политического контента) предстают как достаточно пассивная сторона политической коммуникации, чья обратная реакция не является достаточно четко акцентированной и не может быть полноценно озвучена в виде коммуникативно-речевых актов и практик. Последнее отражается в использовании специализированной терминологии, предназначенной для именования объектов и предметов политической сферы, участников коммуникации в этой сфере, ключевых понятий, политических норм и практик. Можно, однако, отметить, что понятие термина у представителей разных дисциплин не совпадает и имеет неравный объем содержания, а также может рассматриваться с позиций как языковых, так и логических аспектов, что обуславливает разнообразие определений термина. В частности, В. П. Даниленко в своей работе предлагает 19 определений термина, указывая, что этот перечень может быть дополнен [Даниленко 1977: 83–86]. В целом, на наш взгляд, следует согласиться с точкой зрения В. А. Татарина, который считает, что «термин — это динамическое явление, которое рождается, формулируется, углубляется в процессе познания (когниции), перехода от концепта — мыслительной категории — к вербализованному концепту, связанному с той или иной теорией, концепцией, осмысляющей ту или иную область знания и деятельности» [Татарин 1996: 20]. Уже классической можно признать позицию В. М. Лейчика, считавшего, что все языковые определения термина делятся на две группы. Сторонники первой группы определений полагают, что термины обладают отдельным, особым статусом в лексической системе языка. Сторонники второй группы дефиниций предпочитают говорить о том,

что термины — не особые единицы, а только слова с особой функцией, которая может быть актуализирована и даже модифицирована в условиях реальной коммуникации [Лейчик 2006].

Следовательно, специфика современных реалий развития информационного общества начинает проявлять себя в прямом или косвенном участии все большего числа граждан в разнообразных коммуникативных практиках, жанрах и форматах общения и характеризуется, в первую очередь, высокой степенью диалогизации (хотя зачастую и формальной) и претензией на сокращение коммуникативной дистанции. В этой связи закономерно возникает вопрос о том, насколько реальным или иллюзорным является этот процесс и каким является соотношение открытости (общедоступности) политической сферы и специализированности ее языка.

Цель настоящей публикации заключается в определении механизмов и способов сокращения коммуникативной дистанции в сфере политики на материале американского президентского дискурса.

Материалом нашего исследования послужили ежегодные выступления президента США Джозефа Байдена о положении дел в стране, традиционно именуемые в американском президентском дискурсе “State of the Union Addresses”.

Объектом исследования в настоящей публикации выступают категории общедоступности и специализированности политического дискурса.

Предметом изучения служат формы проявления деспециализации языка политики, среди которых выделяются диалогизация общения, метафоричность коммуникации и прецедентность политического дискурса.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Необходимо отметить, что интенсивное развитие технологий, обеспечивающих функционирование как печатных, так и электронных средств массовой информации (далее СМИ), уже давно стало важнейшей составляющей частью социальной жизни современного человека. И хотя первые упоминания о печатных изданиях относятся еще к 17 веку, масштабная цифровая революция, которая привела к принципиальному изменению роли СМИ в современном обществе, произошла в конце 20 века. Точкой отсчета этой революции принято считать события в американском штате Оклахома в апреле 1995 го-

да, когда Интернет оперативно откликнулся на произошедший террористический акт и составил конкуренцию традиционным СМИ, что нашло свое отражение в появлении термина «новые медиа». По сути, именно в тот момент Интернет перестал быть просто местом для хранения информации и начал претендовать на роль инструмента освещения событий и активного диалога самых различных субъектов коммуникации — от авторитетных институтов до рядовых граждан. Последнее обстоятельство сегодня отражается в активном использовании термина «обратная связь», ставшего аналогом английского термина “feedback”. Очевидно, что даже поверхностное рассмотрение коммуникативной специфики сферы СМИ свидетельствует о широких перспективах развития существующих и появления новых медиаформатов и способов распространения контента. Эта специфика уже находит свое отражение в использовании новых терминов (преимущественно заимствований из английского языка), которые больше не являются элементами узкоспециализированного профессионального языка, а оказывают прямое влияние на жизнь обычных людей.

В этой связи особый исследовательский интерес представляет проблема влияния и проникновения новых медиа в различные традиционные социальные сферы, а также анализ тех трансформаций, которые в результате происходят в этих сферах. В частности, по нашему мнению, сегодня можно поставить под сомнение саму возможность изменений и реформирования той или иной социальной среды без активного участия в этих процессах различных СМИ. Так, И. В. Рогозина утверждает, что существенным признаком современного мироустройства служит так называемая медиатизация, то есть «процесс и результат глобального воздействия на мышление индивидов при помощи различных медиа, выражающегося в формировании картины мира посредством специфических медийных когнитивных типов, т. е. когнитивных структур познания и представления реальности, которые возникают при взаимодействии индивида с глобальным информационным пространством» [Рогозина 2003: 122]. При этом «степень зависимости потребителей продукции СМИ от предлагаемых суррогатов так называемой духовной пищи может быть чрезвычайно высокой, а большинство потребителей настолько погружаются в перипетии жизни псевдожизни псевдогероев медийного контента, что даже перестают обращать внимание на события реальной действительности» [Васильев 2006: 96]. Такая среда открывает широкие воз-

можности для манипулирования интересами и действиями аудитории, происходящего преимущественно в скрытой форме, что, по мнению А. Б. Недзельской и О. О. Борискиной, делает предпочтительным употребление термина «манипуляция», а не «убеждение», поскольку убеждение осуществляется открыто в речевых актах информирования и предполагает большую степень свободы выбора адресата [Недзельская, Борискина 2021: 75]. В связи с этим в теории коммуникации возникают и активно используются наименования новых профессий, обозначающих специалистов в области формирования определенного отношения к передаваемой информации, таких как, например, имиджмейкер и спиндоктор [Почепцов 2000: 47–119]. В последнем случае речь идет о подготовке событий, но не в плане их репетиции, а в плане подготовки ожиданий аудитории. Ей предписывается заранее, как она должна поступить в случае того или иного развития событий, и это задает различные ритуальные сценарии восприятия происходящего [Кондратьев, Абрамов 2009; Watts 1997].

Отдельного внимания в этой связи заслуживает термин «медиалингвистика», закрепившийся в русскоязычном научном обиходе благодаря работам Т. Г. Добросклонской [Добросклонская 2014] и указывающий на междисциплинарный характер данной отрасли знания. Представляется, что медиалингвистика находится в русле интегративной тенденции развития гуманитарных наук.

Насколько же существенным можно считать влияние современных СМИ на процессы, происходящие сегодня в сфере политического дискурса? Для ответа на этот вопрос, на наш взгляд, следует обратиться к истокам возникновения политической лингвистики (термин А. П. Чудинова). Данный автор отмечает, что ее становление связано с вполне определенным историческим контекстом. В частности, возникшая во время и после Первой мировой войны ситуация погрузила человечество в атмосферу огромного пропагандистского влияния, противостояния и манипулирования общественным сознанием [Будаев, Чудинов 2006: 76–77]. Нам представляется, что и на современном этапе развития общества СМИ обладают всеми необходимыми техническими возможностями для реализации и продвижения определенных стратегий и идей, которые зачастую исходят от других институционализированных участников коммуникации, что делает СМИ инструментом влияния и приводит к ангажированности озвучиваемой ими позиции. Последнее достигается при помощи

использования технологий фильтрации и дифференциации информации, приводящей к выдвиганию на первый план выгодной повестки дня и игнорированию неуместной или нежелательной, что в англоязычном научном обиходе описывается в терминах “agenda setting” и “agenda building”.

В связи с вышесказанным мы считаем возможным сформулировать следующую гипотезу нашего исследования: массовый характер президентской политической коммуникации, происходящей посредством СМИ, приводит к общедоступности языка политики и транслируемых с его помощью сообщений, а также к понижению его терминологического статуса.

Каковы же основные характеристики политической коммуникации, подтверждающие данную гипотезу? Во-первых, необходимо сказать о том, что хронотопом для современной политической коммуникации выступает текущее или сиюминутное пространство современных СМИ. Скорость передачи информации как специфика функционирования СМИ приводит к упрощению и компактности новостей, доступности их контента для массовой аудитории. Современный получатель дискурса массмедиа, как правило, не успевает или не может прикладывать существенных усилий для сложной когнитивной расшифровки или декодирования смыслов. Вследствие этого отправители сообщений не обременяют себя использованием профессиональной лексики, а, напротив, стремятся добиться большего понимания за счет сокращения коммуникативной дистанции. Последнее обстоятельство, на наш взгляд, заставляет говорить о деинституционализации сферы политического общения.

Активное использование метафорических образов также имеет своей целью сближение с аудиторией и формирование общего когнитивного багажа знаний и представлений об окружающей действительности, так как система метафорических образов формирует базу для предметно-пространственного осмысления мира, существующего вокруг познающего его индивида. С точки зрения А. П. Чудинова этот мир представлен как пространство, включающее 4 ключевые категории метафор, такие как метафоры с концептом «человек», метафоры с концептом «инструмент», метафоры с концептом «природа», метафоры социальной сферы [Чудинов 2005: 79-87].

Рассмотрим примеры метафор первой группы на материале президентской политической коммуникации. В нее включаются метафоры, представляющие собой осмысление окружающего мира посредством обра-

зов, описывающих действия и организм человека. В качестве материала исследования нами были выбраны публичные выступления президентов, поскольку именно лидерам стран необходимо сближение с максимально широкой аудиторией.

В частности, президент США Джозеф Байден активно использует метафорические образы этой группы, как оригинальные, так и стертые, для осмысления экономической политики в сфере регулирования рынка. “*Some of my Republican friends want to take the economy hostage unless I agree to their economic plans*” (7 февраля 2023 г.). В данном примере американская экономика уподобляется человеку, а именно находящейся под угрозой жертве, которую можно взять в заложники. Далее в том же обращении к нации Дж.Байден характеризует свою страну как человека, у которого есть душа, как духовная, так и физическая сила. “*Because the soul of this nation is strong, because the backbone of this nation is strong, because the people of this nation are strong, the State of the Union is strong*” (7 февраля 2023 г.). Кроме этого, президент описывает свою страну как территорию, у которой есть глубокий тыл, центр, точка опоры, подобная сердцу человека. “*We’re seeing these fields of dreams transform the heartland*” (7 февраля 2023 г.). В обращении к нации от 7 марта 2024 года президент Дж.Байден критически отзывается о словах Дональда Трампа о том, что иммигранты подрывают силу США — “*immigrants poison the blood of our country*”.

Весьма распространенной в президентском дискурсе США является также метафора природы. Так, президент Дж. Байден продолжает критиковать предложения Д.Трампа, говоря о том, что они приведут к проблемам в сфере здравоохранения. “*Some Republicans want Medicare and Social Security to sunset every five years*” (7 февраля 2023 г.). Использованный образ солнца создает понятную всем слушателям картину положительной или отрицательной динамики развития сферы здравоохранения. Далее президент обозначает мощный потенциал новых экономических проектов с помощью метафоры землетрясения. “*We’ll fund your projects. And I’ll see you at the ground-breaking. This law will help further unite all of America*” (7 февраля 2023 г.). Эта метафора помогает передать идею новаторского характера инициатив, исходящих не от федеральных властей США, а от штатов страны. В завершении своего обращения к нации 7 марта 2024 года президент Дж.Байден заявляет о том, что успех США обусловлен особой американской миссией и особым предназначением

с помощью метафоры путеводной звезды. *“Whether young or old, I've always known what endures. Our North Star. The very idea of America, that we are all created equal and deserve to be treated equally throughout our lives”*.

Артефактная (или инструментальная) метафора приводит к единому знаменателю процессы, происходящие в сфере политики, и те объекты и предметы, которые окружают нас в реальной жизни. Так, стремясь подчеркнуть важность идеи совместной работы и межконтинентального партнерства, Дж. Байден говорит о сплочении союзников и ключевой роли США в этом процессе следующее: *“And bridges are forming between partners in the Pacific and those in the Atlantic. And those who bet against America are learning just how wrong they are. It's never a good bet to bet against America”* (7 февраля 2023 г.).

Сообщая о достижениях своей администрации за последние 2 года, президент Дж. Байден использует известные артефактные метафоры в виде лексического повтора. *“Jobs are coming back, pride is coming back, because of the choices we made in the last two years. This is a blue-collar blueprint to rebuild America and make a real difference in your lives”* (7 февраля 2023 г.).

Также надежным способом обеспечения открытости и общедоступности языка политики, равно как и повышения его эмоциональной окрашенности и упразднения афициоза, служит апеллирование к общенациональной когнитивной базе, имеющей прецедентный характер. Это означает, что лидер страны пытается преодолеть коммуникативную дистанцию по линии «свой — чужой», ссылаясь на историческую и культурную общность власти и народа. Например, *“Twenty years ago, under the leadership of President Bush and countless advocates and champions, we undertook a bipartisan effort through PEPFAR to transform the global fight against HIV/AIDS. It's been a huge success. I believe we can do the same with cancer”* (7 марта 2024 г.). В данном фрагменте президент подчеркивает еще и объединение усилий обеих политических партий США.

“Not since President Lincoln and the Civil War have freedom and democracy been under assault here at home as they are today. What makes our moment rare is that freedom and democracy are under attack, both at home and overseas at the very same time” (7 марта 2024 г.). В данном отрывке мы наблюдаем традиционную для президентского дискурса США ссылку на историческую преемственность и верность идеям демократии и свободы.

Говоря о необходимости противостояния опасности, исходящей, по мнению Дж. Бай-

дена, от России, и вспоминая исторические события, повлекшие за собой распад СССР, президент США с помощью приема аллюзии обращается к опыту сотрудничества двух империй и указывает на контраст между этим историческим периодом 20 века и текущими событиями 21 века. *“It wasn't that long ago when a Republican President, Ronald Reagan, thundered, “Mr. Gorbachev, tear down this wall””* (7 марта 2024 г.). Эмоциональную актуализацию данной аллюзии придает обращение к метафорическому образу грома на основе концептосферы природы.

ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итоги проведенного анализа, мы можем констатировать, что стремление к общедоступности языка политики исходит от верховной власти США, и оно мотивировано необходимостью заручиться поддержкой американских избирателей и вызвать их интерес к публичному политическому дискурсу. Обеспечение коммуникативной и когнитивной общности по линии «институт — граждане» формирует основу для продвижения новых программ и инициатив в социально-политической сфере и в то же время закрепления уже устоявшихся ориентиров и представлений, характерных для американского общества. В этой связи президентский дискурс проявляет тенденции к образности речи и исторической преемственности, что выражается в использовании метафорических приемов и прецедентности выступлений.

Кроме этого, важную роль в расширении числа участников политического дискурса играют средства массовой информации, которые в силу своего существенного манипулятивного потенциала и в условиях вариативности каналов и способов политической коммуникации детерминируют массовый характер общения в сфере политики и приводят к деинституционализации данной сферы.

ИСТОЧНИКИ

1. Biden, J. Full transcript: Biden's 2023 State of the Union Address. — URL: <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/speeches-remarks/2023/02/07/remarks-of-president-joe-biden-state-of-the-union-address-as-prepared-for-delivery/> (date of access : 10.06.2024). — Text : electronic.
2. Biden, J. Full transcript: Biden's 2024 State of the Union Address. — URL: <https://apnews.com/article/state-of-union-transcript-biden-2024-e84f5134e5201987eb441629aef5240c/> (date of access : 10.06.2024). — Text : electronic.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Будаев, Э. В. Становление и эволюция зарубежной политической лингвистики / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2006. — Вып. 20. — С. 75–94.
2. Васильев, А. Д. Некоторые манипулятивные приемы в текстах телевизионных новостей / А. Д. Васильев. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2006. — Вып. 20. — С. 95–116.

3. Даниленко, В. П. Русская терминология: опыт лингвистического описания / В. П. Даниленко. — Москва : Наука, 1977. — 246 с. — Текст : непосредственный.

4. Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь : учебное пособие / Т. Г. Добросклонская. — Москва : Флинта, 2014. — 264 с. — Текст : непосредственный.

5. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. — Волгоград : Перемена, 2002. — 477 с. — Текст : непосредственный.

6. Кашкин, В. Б. Дискурс : учебное пособие / В. Б. Кашкин. — Воронеж : Изд-во Воронежского государственного университета, 2004. — 76 с. — Текст : непосредственный.

7. Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью / Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов. — Москва : Академический проект, 2009. — 256 с. — Текст : непосредственный.

8. Лейчик, В. М. Терминоведение: предмет, методы, структура. — Текст : электронный / В. М. Лейчик. — Москва : Либроком, 2009. — 256 с. — URL: https://tipk.kg/wp-content/uploads/sites/432/2021/05/leychik-v.m.-terminovedenie_predmet-metody-struktura.pdf

9. Недзельская, А. Б. Манипулятивные стратегии в англоязычном медиaproстранстве / А. Б. Недзельская, О. О. Борискина. — Текст : электронный // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. — 2021. — № 2. — С. 73–83. — URL: <https://journals.vsu.ru/lic/article/view/3417/3481/>.

10. Почепцов, Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. — Москва : Рефл-Бук, 2000. — 352 с. — Текст : непосредственный.

11. Рогозина, И. В. Функции и структура медиа-картины мира / И. В. Рогозина. — Текст непосредственный // Методология современной психоллингвистики. — 2003. — С. 121–137.

12. Спиридовский, О. В. Лингвокультурные характеристики президентской риторики как вида политического дискурса / О. В. Спиридовский. — Воронеж : Наука-Юнипресс, 2011. — 173 с. — Текст : непосредственный.

13. Татаринов, В. А. Исторические и теоретические основания терминоведения как отрасли отечественного языкознания : дис. ... д-ра филол. наук / Татаринов В. А. — Москва, 1996. — 403 с. — Текст : непосредственный.

14. Чудинов, А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации / А. П. Чудинов ; Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург : [б. и.], 2005. — 257 с. — Текст : непосредственный.

15. Watts, D. *Political communication today* / D. Watts. — Manchester : Manchester University Press, 1997. — 228 p. — Text : electronic.

MATERIALS

1. Biden, J. (2023, February 7). Full transcript: Biden's 2023 State of the Union Address. Retrieved from <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/speeches-remarks/2023/02/07/remarks-of-president-joe-biden-state-of-the-union-address-as-prepared-for-delivery/>. (In Eng.)

2. Biden, J. (2024, March 7). Full transcript: Biden's 2024 State of the Union Address. Retrieved from <https://apnews.com/>

article/state-of-union-transcript-biden-2024-e84f5134e5201987eb441629aef5240c/. (In Eng.)

REFERENCES

1. Budaev, E.V., & Chudinov, A.P. (2006). Stanovlenie i evoliuciya zarubezhnoj politicheskoj lingvistiki [The formation and evolution of foreign political linguistics]. *Politicheskaya Lingvistika*, 20, 75–94. (In Russ.)

2. Vasil'ev, A.D. (2006). Nekotorye manipulyativnye priemy v tekstah televisionnyh novostej [On the issue of manipulative tactics in the TV news texts]. *Politicheskaya Lingvistika*, 20, 95–116. (In Russ.)

3. Danilenko, V.P. (1977). *Russkaja terminologija: opyt lingvisticheskogo opisaniya* [Russian terminology: linguistic description experience]. Moscow, 246 p. (In Russ.)

4. Dobrosklonskaya, T.G. (2014). *Medialingvistika: sistemnyj podhod k izucheniju tekstov yazyka SMI: sovremennaya anglijskaya mediarech'* [Medialinguistics: the systems approach to the study of mass media texts: contemporary English mediarethoric] [Study book]. Moscow, 264 p. (In Russ.)

5. Karasik, V.I. (2002). *Yazykovoj krug: lichnost', koncepty, diskurs* [Language circle : personality, concepts, discourse]. Volgograd, 477 p. (In Russ.)

6. Kashkin, V.B. (2004). *Diskurs* [Discourse] [Study book]. Voronezh, 76 p. (In Russ.)

7. Kondrat'ev, E.V., & Abramov, R.N. (2009). *Svyazi s obshchestvennost'ju* [Public relations]. Moscow, 256 p. (In Russ.)

8. Lejchik, V.M. (2009). *Terminovedenie: predmet, metody, struktura* [Terminology: its subject, methodology, and structure]. Moscow, 256 p. (In Russ.)

9. Nedzel'skaya, A.B., & Boriskina, O.O. (2021). Manipulyativnye strategii v angloyazychnom mediaprostranstve [The strategies of manipulation in the English speaking media discourse]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya : Lingvistika i mez'kul'turnaya kommunikaciya*, 2, 73–83. (In Russ.)

10. Pocheptsov, G.G. (2000). *Kommunikativnye tehnologii dvadtsatogo veka* [Communication technologies of the twentieth century]. Moscow, 352 p. (In Russ.)

11. Rogozina, I.V. (2003). Funkzii i struktura mediakartiny mira [The functions and structure of the media worldview]. In *Metodologiya sovremennoj psiholingvistiki* (pp. 121–137). (In Russ.)

12. Spiridovskiy, O.V. (2011). *Lingvokul'turnye harakteristiki prezidentskoj ritoriki kak vida politicheskogo diskursa* [Linguistic and cultural characteristics of the presidential rhetoric as a subtype of political discourse]. Voronezh, 173 p. (In Russ.)

13. Tatarinov, V.A. (1996). *Istoricheskie i teoreticheskie osnovaniya terminovedeniya kak otrasli otechestvennogo yazykoznanija* [Historical and theoretical basis for terminology as a branch of domestic science] [Dis. of Doctor of Philology]. Moscow, 403 p. (In Russ.)

14. Chudinov, A.P. (2005). *Metaforicheskaya mozaika v sovremennoj politicheskoy kommunikacii* [Metaphorical mosaic in the contemporary political communication]. Ekaterinburg, 257 p. (In Russ.)

15. Watts, D. (1997). *Political communication today*. Manchester, 228 p.