



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»

<https://vfn-journal.ru>

2025, Том 5, № 11 / 2025, Vol. 5, Iss. 11 <https://vfn-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (филологические науки)

УДК 811.112.2'42+81'27+808.54

<sup>1</sup> Извольская Д.Р.

<sup>1</sup> Государственный университет просвещения

## Авторские и читательские интенции в текстах немецких СМИ о Д. Трампе

**Аннотация:** фокусом данной работы стала интенциональность текстов, созданных журналистами, или иначе – медиадискурса.

Цель исследования – изучить интенциональность текстов сообщений и статей немецких СМИ на примере журнала *Der Spiegel* о бывшем (на момент написания) президенте США Д. Трампе.

В ходе исследования перед нами стояли следующие задачи: 1) исследовать языковые средства, использовавшиеся в немецкой прессе в 2024 году в отношении Д. Трампа; 2) выявить, какие коммуникативные задачиставил автор – информировать или же воздействовать на читателя, создать в его сознании определенное представление о политической личности, убедить его в чем-то; 3) исследовать взаимодействие авторских интенций и читательского восприятия и подтвердить гипотезу об их синхронии.

В результате исследования было выявлено, что интенции авторов текстов заключаются в том, чтобы убедить читателей в определенных качествах политика и синхронизируются с определенной аудиторией. В отношении авторов *Der Spiegel* можно с большой уверенностью сказать, что направленность их текстов согласуется с направленностью ожиданий от текста аудиторией журнала.

**Ключевые слова:** образ автора, интенциональность, образ политика, метафора, медиадискурс, языковые средства, немецкие СМИ

**Для цитирования:** Извольская Д.Р. Авторские и читательские интенции в текстах немецких СМИ о Д. Трампе // Вестник филологических наук. 2025. Том 5. № 11. С. 196 – 202.

Поступила в редакцию: 05 октября 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 20 октября 2025 г.; Принята к публикации: 25 ноября 2025 г.

<sup>1</sup> Izvolskaya D.R.

<sup>1</sup> Federal State University of Education

## Author and reader intentions in the German mass media texts about D. Trump

**Abstract:** this study focuses on the intentionality of journalistic texts, or media discourse.

The aim of the study was to examine the intentionality of German media on the example of *Der Spiegel* magazine reports and articles about former (at the time of writing) US President Donald Trump.

The following objectives were pursued: 1) to examine the linguistic means used in the German press in 2024 regarding Donald Trump; 2) to identify the author's communicative goals – to inform or influence readers, to create a certain perception of the politician, or to persuade them; 3) to examine the interaction between authors intentions and reader intentions and to confirm the hypothesis of their synchronicity.

The study revealed that the authors' intentions are to convince readers of certain qualities of the politician and are synchronized with perceptions of the audience. In regard to the authors of *Der Spiegel*, it can be said with a high degree of certainty that the intentionality of their texts corresponds to the views of the magazine's readers.

**Keywords:** author, intentionality, image of a politician, metaphor, media discourse, linguistic means, German mass media

**For citation:** Izvolskaya D.R. Author and reader intentions in the German mass media texts about D. Trump. *Philological Sciences Bulletin*. 2025. 5 (11). P. 196 – 202.

*The article was submitted: October 05, 2025; Approved after reviewing: October 20, 2025; Accepted for publication: November 25, 2025.*

## Введение

Исследователи медиадискурса – Н.Д. Арутюнова, М.Р. Желтухина, В.А. Буряковская, Т.Г. Добросклонская, А.П. Чудинов, Е.И. Шейгал, А.В. Олянич, О.В. Ширяева и др. Современный медиадискурс изучают А.В. Болотнова, Б.Н. Головко, Т.С. Дроняева, А.А. Леонтьева, А.А. Негрышева, С.И. Сметанина, Т.В. Чернышова.

Политический дискурс пересекается с масс-медийным; область их пересечения зависит, как считает Е.И. Шейгал, от журналистского жанра [22, с. 38]. Взаимопроникновение как одну из основных черт медиадискурса отмечает и Мохирева [12, с. 30]. Например, медиаполитический дискурс включает политическое общение, а целью его является характеристика политического курса. Таким образом, медиадискурс «представляет собой синкетичное образование».

М.А. Степанова и В.Б. Кондратьева считают, что предназначение политического дискурса – внушить адресатам «необходимость «политически правильных» действий и / или оценок» [15, с. 38].

Т.В. Чернышова отмечает, что СМИ постоянно находятся в среде разнообразных социально-политических факторов [18]. Кроме того, журналисты уже на стадии отбора материала знают о предпочтительных для разных социальных групп темах, стиле и форме изложения и учитывают эти факторы. Ф.С. Кудряшева отмечает: вариантность используемых языковых средств в медиатексте обусловлена авторской индивидуальностью [9, с. 179].

Интенциональность – понятие, которые используется разными науками: лингвистикой в теории речевых актов, философией в феноменологии и др. Вопрос значимости авторской позиции для понимания текста уже давно дискутируется. В этой полемике известны точки зрения именитых ученых: М.М. Бахтина, В.В. Виноградова. Развитая М.М. Бахтиным концепция «образа автора» утверждает важность намерения, заложенного автором в свою речь, подтверждает значение интенциональности. «Слово станет «своим», когда говорящий наделит его своей интенцией... приобщит к своей смысловой и экспрессивной устремленности» [23, с. 29]. В лингвистику же понятие интенции было введено Дж. Серлем.

## Материалы и методы исследований

Мы рассматривали коммуникацию происходящую от лица автора-журналиста, которую А.П. Чудинов включал в политическую коммуникацию [19, с. 53-59].

Были изучены авторские колонки журнала *Der Spiegel* на сайте <https://www.spiegel.de> за 2024 год, содержащие ироничную или агрессивную лексику по отношению к Д. Трампу, или же метафоры. Таких было большинство.

Журнал *Der Spiegel* оппозиционен власти с момента своего основания. Он критиковал еще первого канцлера Германии Конрада Аденауэра, поэтому известен своим критичным, порой чересчур, взглядом. Именно этому журналу принадлежат многие известные расследования. Он распространяется в 165 государствах мира, что говорит о его влиянии не только в Германии, но и в других странах.

Мы прибегаем к инструментарию коммуникативной лингвистики, а также дискурс-анализу.

## Результаты и обсуждения

Интересно в связи с вопросом восприятия автора и адресата рассмотреть понятия интенциональности и интенции в журналистике, которые также интересуют исследователей [6, 9, 11, 12, 13, 20].

Интенция – смысл, который стремится передать автор в своем тексте. Социологическое понимание интенции следующее: интенция есть «субъективная направленность на некий объект» [20, с. 315-316]. Это подразумевает, по нашему мнению, желание определенных действий. Некоторые называют интенцию «мысленным предвосхищением участником коммуникации желательного для него результата коммуникации» [23, с. 30]. Коммуникативная интенция ставится в один ряд и в некотором смысле пересекается с коммуникативной задачей и коммуникативной направленностью. Интенциональность, согласно представителям, изучавшим лингвистику текста, это «желание произвести связный и целостный текст» [23, с. 29], а «коммуникативная интенция» – это «мысленное предвосхищение участником коммуникации желательного для него результата коммуникации» [23, с. 30]. В коммуникативистике понятие интенции означает, что каждый речевой акт имеет коммуникативную цель, в связи с чем текст понимается как целенаправленное

социальное действие [24]. Интенциональность тесным образом связана с коммуникативной задачей автора текста, однако несет и психологический компонент. По мнению Н.Д. Павловой, она представляет собой «систему интенций, (...), образующих (...) глубинное психологическое содержание его (автора) речи, связанное с целью деятельности» [9, с. 180]. В медиатексте содержится указание на вид мотивации (объективную / субъективную).

Однако согласно концепции медиадискурса, которая охватывает многочисленные экстралингвистические факторы, в медиатексте могут проявиться интенции не только автора, но и читателя [6, с. 112]. Далее проанализируем медиатексты и с этой точки зрения тоже.

А.И. Чепурная подразделяет интенции на следующие типы: интенции информирования, интенции оказания воздействия, интенции убеждения, интенции побуждения к действию [20]. В современной журналистике очень многие тексты направлены именно на убеждение, а не на простое информирование. Некоторые исследователи даже разделяют интенции на информационную и коммуникативную. Первая сигнализирует только о желании сообщить нечто вторая же имеет целью воздействие. Часто они сливаются воедино [11, с. 75].

Таким образом, автор является «обязательным участником коммуникативного акта, определяющим параметры интерпретации события в медиатексте, обладающим «идеальным» знанием о тексте и «ожидаемых смыслах» аудитории, реализуя субъективную интенцию в соответствии со своими аксиологическими установками» [13, с. 60]. Автор имеет в своей голове собирательный образ получателя информации. В нем заключаются как общие установки, убеждения, так и языковые стилистические средства, привычные данной группе читателей. Сюда относятся: манера речи пишущего, система аргументации, система выразительных средств [18, с. 44]. Как говорил М.М. Бахтин, «слово ориентировано на собеседника... Абстрактного собеседника быть не может» [11, с. 74].

Чтобы интерпретировать дискурс, мы должны смотреть на него взглядом автора [17]. Различия в интерпретации одних и тех же фактов создают «определенную картину политической реальности, которая внедряется в сознание членов политической общности» [22, с. 54].

То, что относится к журналистам, относится, как утверждает Т. ван Дейк, и к читателям: при восприятии и интерпретации текстов они ориентируются на известные им ценности и установки журналистов [5, с. 151].

Результат же взаимодействия автора и читателя зависит от того, пересеклись ли интенции автора и ожидания читателя. Если это пересечение произошло, значит, текст будет понят читателем так, как его задумал автор [12, с. 61-62].

Для выражения отношения к объекту описания также часто используется метафора – средство определенного способа категоризации мира: выделение необходимых адресанту аспектов ситуации и вытеснение на второй план других. Она позволяет создать необходимый для адресанта образ мира и присвоить ему определенные ценностные характеристики [25, 1988], а также выразить сложные идеи в доступной форме [17, с. 63]. По мнению А.Н. Баранова, используемые в таком качестве метафоры наделены определенными характеристиками, отличающими их от метафор чисто когнитивных [1].

При конкретном исследовании политической метафоры крайне сложно писать о глобальных закономерностях, абсолютное большинство публикаций выполнено на материале одного (реже двух) национального дискурса, то есть ориентировано на материалы политической коммуникации в одной-двух странах [3, с. 90], и метафоры, рассматриваемые в нашей статье, также характерны для немецкого медиадискурса. Согласно Э. Будаеву и А. Чудинову [4], медийный дискурс стоит на втором месте после политического по количеству метафор.

В следующих примерах автор создает образ Трампа как человека, несправедливо обвиняющего своих противников, вероломного, готового «повернуть копье против того, кто его на него направил»:

Wenn er einer besonders übeln Missetat beschuldigt wird, dreht er den Spieß einfach um. Er gibt das Opfer und beschuldigt seine Gegner, die eigentlichen Bösewichte zu sein. Обвинительный тон, уничтожительное выражение «он играет жертву» говорят о том, что этот образ соответствует представлению, уже созданному в головах людей благодаря СМИ, иначе журналист не мог бы позволить себе такой тон, и статьи *Der Spiegel* не отличались бы постоянством в этом плане.

Donald Trump ließ keine Zeit verstreichen, um aus der Niederlage Profit zu schlagen. Es gehört inzwischen zur Routine Trumps, die Strafverfahren gegen ihn ... zu nutzen, um sich als Opfer zu inszenieren und bei seinen Fans Geld einzusammeln. Aber die dramatischen Worte in dem Spendenaufruf können nicht darüber hinwegtäuschen.

В приведенном выше отрывке журналист René Pfister высмеивает качество Д. Трампа, которое в глазах некоторых людей может выглядеть и как положительное, а именно его умение красиво выходить из сложных ситуаций («Дональд Трамп не потратил ни секунды даром, чтобы извлечь выгоду из своего положения»). В тексте частá ирония: Diese Strategie ist fürs Erste spektakulär gescheitert («с треском провалилась»).

Используются другие выражения, цель которых – выставить усилия Д. Трампа как тщетные и возможно даже ничтожные – *Profit zu schlagen, können nicht darüber hinwegtäuschen*. Журналист подыгрывает тому читателю, который привык находить в действиях людей власти “грешки” и подвохи и тем как бы оправдывать собственное мнение, что люди во власти – «жулики и воры». Если говорить о стратегиях, то журналист использует стратегию дискредитации. Она стала привычной для журналистов *Der Spiegel* в отношении Д. Трампа еще в 2020 г. [10, с. 495]. Такие слова, как «потерпеть неудачу», «крах» стали популярны в связи с его именем.

В статье, озаглавленной *Niemand steht über dem Gesetz* («Никто не стоит выше закона») с подзаголовком *Regeln, die für alle Amerikaner gelten* («Правила, которые действуют для всех американцев») делается упор на то, что закон един для всех: и для простых, и для президента. Используя пафос, журналист якобы претендует на то, чтобы убедить читателя с помощью высоких смыслов, но на самом деле в его эпитетах читается злая ирония: *Mit anderen Worten: Es ist auch Recht und Gesetz, das einen Präsidenten daran hindert, sich zum Autokraten aufzuschwingen* («Иными словами: те же законы мешают президенту получить безграничную власть»). Тем самым автор текста представляет себя защитником закона – ценности, стоящей на самом верху в немецком сознании [8].

В другой статье та же мысль приобретает оттенок иронии и используются слова, усиливающие семантику сдерживания: *Kann er so einen unbeherrschten Angeklagten endlich bändigen?* («Может ли он наконец укротить столь необузданного обвиняемого?», речь идет о судье по отношению к Д. Трампу). Журналист *Der Spiegel* Marc Pitzke, известный сатирическими статьями, еще усиливает тональность сдерживания: *wird er das Prozedere leiten, mit harter Hand und kurzem Geduldsfaden* («твёрдой рукой и с терпением, которое уже на исходе, будет он вести процесс», речь идет о судье процесса над Д. Трампом), как бы усиливается семантика сдерживания Трампа, держания его в тисках. И с этой довольно высокопарной лексикой соседствует ироничный разговорный стиль: *Der schmetterte noch am Freitag einen Antrag Trumps ab, die ganze Sache... unbefristet abzublasen* («Он еще в пятницу отмел заявление Трампа, в котором тот просит отложить дело на неопределенный срок»).

В немецкой прессе по отношению к Трампу нередки оскорбительные метафоры. Это говорит о том, что читатель *Der Spiegel* готов воспринимать Д. Трампа в данном качестве. Журналист использует оскорблении, едкую иронию и агрессию так, словно бы пишет хвалебную статью.

*Weil er erneut seinen richterlichen Maulkorb (намордник) missachtete, muss der Ex-Präsident noch einmal 1000 Dollar zahlen.* («Поскольку бывший президент снова проигнорировал тот факт, что на нем надет “юридический намордник”, ему снова пришлось платить 1000 долларов»).

Е.С. Ульянова и О.В. Принципалова рассматривали, как влияют номинации политического деятеля в медиадискурсе на формирование мнения о нем адресатов сообщений. Предметом исследования стали 50 номинаций. Было доказано, что их использование в политическом медиадискурсе является эффективным инструментом манипуляции сознанием, которая помогает формировать у адресатов образ политика, наделенный набором определенных характеристик. Они отмечают: часто в медийных сообщениях журналисты создают «вторичный» образ политической личности» с целью управления сознанием своих читателей [16, с. 22].

«Процессы номинации взаимодействуют с различными дискурсивными и прагматическими факторами, которые часто отражаются ... в самом обозначении лица» [16, с. 22]. Дефиниции формируют отношение к личностям в политике, могут деперсонализировать людей, снизить их общественный статус, подвергнуть их опасности агрессии.

Автор следующей новости, используя субстантивированное прилагательное (*der Eitle*) в качестве номинации, как бы делает прозвище Д. Трампа зафиксированным за ним и закрепляет за ним названное качество:

*Trump wurde am Samstagabend auf der Libertarian National Convention von vielen Anwesenden ausgebüht und ausgepfiffen. Das konnte der notorisch Eitle nicht einfach hinnehmen.* («Трамп в субботу вечером был ... осмеян и освистан. Известный своим тщеславием, он не мог это просто принять»). Образ человека, думающего только о своем имидже и использующего людей, нарцисса [2, с. 72], давно закрепился за Трампом.

В следующем примере, в отличие от предыдущего, Д. Трамп, напротив, выставляется человеком, не способным на трезвомыслие:

*Trumps erste Amtszeit war geprägt von erratischen (необычн., заимств.) Impulsentscheidungen.* Данная характеристика отвечает восприятию читателей, которые считают Д. Трампа человеком, то и дело меняющим свои решения, не способным действовать последовательно. Данная характеристика политика характерна для каждой 6-ой статьи журнала «*Der Spiegel*», что было показано Г.Е. Бобровой на выборке из 68 статей [2, с. 72]. В данном примере, как и во многих вышеприведенных, чувствуется агрессия. Данная манера речи была перенята и другими СМИ, например, *Deutschlandfunk*.

## Выводы

В качестве выводов заметим, что тексты о Дональде Трампе содержат весь набор характеристик, отражающих отрицательное отношение автора: это ирония, сарказм, агрессия, уничижительные метафоры.

Данные тексты апеллируют к уже сформированному читательскому отношению к Д. Трампу, так как иначе интенсивность отрицательного тона не была бы столь сильной и смелой. То, что он сохраняется от публикации к публикации, говорит о том, что читатель уже привык читать о Д. Трампе в таком ключе и одобряет это.

Таким образом, можно сделать вывод о взаимодействии авторских и читательских интенций и подтвердить гипотезу об их пересечении, или синхронии.

В результате исследования было выявлено, что интенции авторов текстов заключаются в том, чтобы убедить читателей в определенных качествах политика и синхронизируются с определенной аудиторией. Можно с большой долей уверенности сказать, что направленность текстов авторов *Der Spiegel* согласуется с направленностью ожиданий от текста аудиторией журнала.

## Список источников

1. Баранов А.Н., Караулов Ю.Н. Словарь русских политических метафор. М.: Помовский и партнеры, 1994. 330 с.
2. Боброва Г.Е. Имидж Дональда Трампа в *Der Spiegel* // Вестник Омского университета. Серия «Исторические науки». 2020. Т. 7. № 2 (26). С. 70 – 77.
3. Будаев Э.В., Чудинов А.П. Метафора в политической коммуникации: монография. М.: Флинта: Наука, 2008. 248 с.
4. Будаев Э.В., Чудинов А.П. Современная российская политическая метафорология (2011-2020). Филологический класс. 2020. Т. 25. № 2. С. 103 – 113.
5. Дейк Тен ван. Язык. Познание. Коммуникация: 2-е изд. / пер. с англ., ред. В.И. Герасимова, сост. В.В. Петрова, вступ. ст. Ю.Н. Караурова, В.В. Петрова. М.: ЛЕНАНД, 2014. 309 с.
6. Добросклонская Т.А. Медиалингвистика: теория, методы, направления. 2020. 180 с.
7. Езан И.Е., Ковтунова Е.А. Оценочные номинации лица в немецком политическом медиадискурсе // Международный научно-исследовательский журнал. 2017. № 2-1 (56). С. 21 – 24.
8. Извольская Д.Р. Концепт «безопасность» (*Sicherheit*) в языковой картине мира немцев и немецких политиков. Политическая лингвистика. 2025. № 2 (110). С. 145 – 153.
9. Кудряшева Ф.С. Политический медиадискурс и языковые средства реализации его интенции. Вестник Башкирского университета. 2022. Т. 27. № 1. С. 179 – 186.
10. Лежнина А.С. Сарказм как речевое средство реализации стратегии дискредитации политического деятеля (на материале текстов немецкоязычной прессы о Д. Трампе). Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2022. Т. 15. Вып. 2. С. 494 – 499.
11. Манаенко С.А. Интенциональность как черта современных текстов публицистического дискурса. *Textus*. 2014. № 14. С. 74 – 76.
12. Мохирева С.В. Медиадискурс как реализация интерпретационного потенциала события: на материале публикаций в русскоязычных СМИ: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Кемерово, 2017. 241 с.
13. Мощева С.В. Интенциональность речевого поведения: система средств интенсификации: на материале коммерческого и некоммерческого рекламного дискурса: дис. ... док. филол. наук: 10.02.19. М., 2019. 52 с.
14. Никонова Н.В., Петрова А.С., Рашидова Д.Т. Речевая агрессия: формы и сферы бытования. Культурно-национальная специфика проявления. Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2022. № 15. С. 413 – 418.
15. Степанова М.А., Кондратьева В.Б. Интерпретативный потенциал медиа-политического дискурса: оценочная вариативность официальной поздравительной речи. Мир науки. Социология, филология, культурология. 2019. Т. 10. № 4. С. 38.
16. Ульянова Е.С., Принципалова О.В. Языковые средства создания образов политиков в немецкоязычной прессе. Мир науки, культуры, образования. 2021. № 1 (86). С. 322 – 323.
17. Чебыкина Е.С. Эволюция метафорических моделей презентации России в колумнистике The Washington Post: анализ изменения коннотативных значений // Вестник филологических наук. 2025. Т. 5. № 3. С. 62 – 72.
18. Чернышова Т.В. Тексты в СМИ в ментально-языковом пространстве современной России: 2-е изд., перераб. М.: Изд-во ЛКИ, 2007. 296 с.

19. Чудинов А.П. Политическая лингвистика: учебное пособие: 4-е изд. М.: Флинта: Наука, 2012. 254 с.
20. Чепурная А.И. Порождение медиадискурса: дискурсообразующая роль автора // Научный журнал «Дискурс». Филологические науки. 2018. № 12 (26). С. 311 – 318.
21. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: дис. ... док. филол. наук: 10.02.01. Волгоград, 2000. 431 с.
22. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. М.: Гнозис, 2004. 324 с.
23. Щирова И.А., Гончарова Е.А. Текст в парадигмах современного гуманитарного знания: монография. Санкт-Петербург: Кн. дом, 2006. 171 с.
24. Эффективное речевое общение (Базовые компетенции). Словарь-справочник. Электронное издание. Сибирский федеральный университет / под ред. А.П. Сквородникова. Красноярск, 2014. С. 190 – 191.
25. Langacker R. A view of linguistic semantics // Current issues in linguistic theory. Topics in Cognitive Linguistics. Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 1988. P. 49 – 90.

### References

1. Baranov A.N., Karaulov Yu.N. Dictionary of Russian Political Metaphors. Moscow: Pomovsky and Partners, 1994. 330 p.
2. Bobrova G.E. Donald Trump's Image in Der Spiegel. Bulletin of Omsk University. Series "Historical Sciences". 2020. Vol. 7. No. 2 (26). P. 70 – 77.
3. Budaev E.V., Chudinov A.P. Metaphor in Political Communication: Monograph. Moscow: Flinta: Nauka, 2008. 248 p.
4. Budaev E.V., Chudinov A.P. Contemporary Russian Political Metaphorology (2011-2020). Philological Class. 2020. Vol. 25. No. 2. P. 103 – 113.
5. Dijk ten van. Language. Cognition. Communication: 2nd ed. Translated from English, ed. by V.I. Gerasimova, compiled by V.V. Petrova, introduction by Yu.N. Karaulova, V.V. Petrova. Moscow: LENAND, 2014. 309 p.
6. Dobrosklonskaya T.A. Medialinguistics: Theory, Methods, Directions. 2020. 180 p.
7. Ezan I.E., Kovtunova E.A. Evaluative Nominations of a Face in German Political Media Discourse. International Research Journal. 2017. No. 2-1 (56). P. 21 – 24.
8. Izvolskaya D.R. The Concept of "Security" (Sicherheit) in the Linguistic Picture of the World of Germans and German Politicians. Political Linguistics. 2025. No. 2 (110). P. 145 – 153.
9. Kudryasheva F.S. Political Media Discourse and Linguistic Means of Realizing its Intentions. Bulletin of Bashkir University. 2022. Vol. 27. No. 1. P. 179 – 186.
10. Lezhnina A.S. Sarcasm as a Speech Means of Implementing the Strategy of Discrediting a Politician (Based on Texts of the German-Language Press about D. Trump). Philological Sciences. Theoretical and Practical Issues. 2022. Vol. 15. Iss. 2. P. 494 – 499.
11. Manaenko S.A. Intentionality as a Feature of Contemporary Journalistic Discourse Texts. Textus. 2014. No. 14. P. 74 – 76.
12. Mokhireva S.V. Media Discourse as the Realization of the Interpretive Potential of an Event: Based on Publications in Russian-Language Media: Diss. ... Cand. of Philological Sciences: 10.02.01. Kemerovo, 2017. 241 p.
13. Moshcheva S.V. Intentionality of Speech Behavior: A System of Intensification Means: Based on Commercial and Non-Commercial Advertising Discourse: Diss. ... Doc. of Philological Sciences: 10.02.19. Moscow, 2019. 52 p.
14. Nikonova N.V., Petrova A.S., Rashidova D.T. Speech aggression: forms and spheres of existence. Cultural and national specificity of manifestation. Philological sciences. Theoretical and practical issues. 2022. No. 15. P. 413 – 418.
15. Stepanova M.A., Kondratieva V.B. Interpretive potential of media-political discourse: evaluative variability of an official congratulatory speech. The world of science. Sociology, philology, cultural studies. 2019. Vol. 10. No. 4. 38 p.
16. Ulyanova E.S., Principalova O.V. Linguistic means of creating images of politicians in the German-language press. The world of science, culture, education. 2021. No. 1 (86). P. 322 – 323.
17. Chebykina E.S. Evolution of Metaphorical Models of Representing Russia in The Washington Post Columns: Analysis of Changes in Connotative Meanings. Bulletin of Philological Sciences. 2025. Vol. 5. No. 3. P. 62 – 72.
18. Chernyshova T.V. Texts in the Media in the Mental-Linguistic Space of Contemporary Russia: 2nd ed., revised. Moscow: LKI Publishing House, 2007. 296 p.
19. Chudinov A.P. Political Linguistics: A Study Guide: 4th ed. Moscow: Flinta: Nauka, 2012. 254 p.

20. Chepurnaya A.I. Generation of Media Discourse: The Discourse-Forming Role of the Author. Scientific Journal “Discourse”. Philological Sciences. 2018. No. 12 (26). P. 311 – 318.
21. Sheigal E.I. Semiotics of Political Discourse: Diss. ... Doc. of Philology: 10.02.01. Volgograd, 2000. 431 p.
22. Sheigal E.I. Semiotics of Political Discourse. Moscow: Gnosis, 2004. 324 p.
23. Shchirova I.A., Goncharova E.A. Text in the Paradigms of Modern Humanitarian Knowledge: Monograph. St. Petersburg: Kn. Dom, 2006. 171 p.
24. Effective Speech Communication (Basic Competencies). Dictionary and Reference. Electronic publication. Siberian Federal University / edited by A.P. Skovorodnikov. Krasnoyarsk, 2014. P. 190 – 191.
25. Langacker R. A view of linguistic semantics. Current issues in linguistic theory. Topics in Cognitive Linguistics. Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 1988. P. 49 – 90.

#### Информация об авторах

**Извольская Д.Р.**, Государственный университет просвещения, [izvolik@yandex.ru](mailto:izvolik@yandex.ru)

© Извольская Д.Р., 2025