

DOI: 10.18287/2542-0445-2020-26-3-67-73

УДК 81



Научная статья / Scientific article

Дата: поступления статьи / Submitted: 13.06.2020

после рецензирования / Revised: 21.07.2020

принятия статьи / Accepted: 28.08.2020

А.В. Михалчева

Тульский государственный педагогический университет имени Л.Н. Толстого,

г. Тула, Российская Федерация

E-mail: anastasia-mikhailcheva@rambler.ru. ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-5411-5012>

О некоторых направлениях изучения медиадискурса в современной отечественной лингвистике

Аннотация: В данной статье приводится попытка описания основных современных направлений изучения языка масс-медиа. В связи с глобальным проникновением и влиянием языка СМИ практически на все сферы общения изучение аспектов его функционирования выходит на первый план научных исследований как в зарубежной, так и в отечественной лингвистике. Главенствующий в языкознании подход рассмотрения языка в его использовании в определенной коммуникативной среде и с учетом когнитивных особенностей участников процесса общения дает возможность рассматривать тексты СМИ как медиадискурс, включающий в себя различные формы функционирования языка в печатной и электронной прессе, а также учитывающий влияние канала его передачи: телевидения, радио, печатной прессы, Интернета и др. В результате этого становится необходимым не только определить новые основания для классификации текстов данной сферы, но и разработать методы анализа и описать его влияние на другие сферы функционирования языка. Основной целью данной статьи выступает анализ некоторых направлений изучения языка СМИ, активно разрабатываемых в современной лингвистике и позволяющих получить определенное понимание процессов и тенденций в этой сфере. Автором были выбраны такие направления исследований, как медиалингвистика, медиастилистика и изучение медиаязыка как дискурсоферы. Эти подходы являются наиболее востребованными и известными в научной сфере, что подтверждается огромным количеством опубликованных статей и монографий. Результатом этого исследования становится системное описание основных особенностей данных направлений, описание выдвигаемых типологий и методов исследования.

Ключевые слова: медиадискурс, язык СМИ, медиалингвистика, медиастилистика, дискурсофера, медиатекст, медиастиль.

Цитирование. Михалчева А.В. О некоторых направлениях изучения медиадискурса в современной отечественной лингвистике // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2020. Т. 26, № 3. С. 67–73. DOI: <http://doi.org/10.18287/2542-0445-2020-26-3-67-73>.

Информация о конфликте интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

A.V. Mikhailcheva

Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University, Tula, Russian Federation

E-mail: anastasia-mikhailcheva@rambler.ru. ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-5411-5012>

About some ways of studying media discourse in contemporary Russian linguistics

Abstract: The article is devoted to the description of the main contemporary ways of studying mass media language. Due to its global penetration and influence on all spheres of communication, the research of its functioning becomes the main aspect of foreign and Russian scientific works. The dominating cognitive-discourse paradigm interprets a text in accordance with the communicative situation and cognitive peculiarities of the participants of such communication and gives an opportunity to study mass media texts as a media discourse which includes different aspects of language usage in print and electronic media as well as peculiarities of the channel of communication: television, radio, newspapers, the Internet. As a result, it becomes necessary not only to distinguish new grounds of classification media texts but also to establish the methods of analysis and describe its influence on other spheres of language usage. The main aim of the article is to analyze the most widespread ways of studying mass media language in contemporary Russian linguistics that leads to the understanding of modern tendencies of researching such texts. The author has chosen such trends as media linguistics, media stylistics and discourse-sphere that are the most prominent ways of mass media language interpretation in the scientific society resulting in the great number of articles and monographs not only by the authors of these theories but also by their adherents. The result of this article is the systematic description of these theories, their classification and peculiar methods of investigation.

Key words: media discourse, mass media language, media linguistics, media stylistics, discourse-sphere, media text, media style.

Citation. Mikhailcheva A.V. About some ways of studying media discourse in contemporary Russian linguistics. *Vestnik Samarskogo universiteta. Istorii, pedagogika, filologiya = Vestnik of Samara University. History, pedagogics, philology*, 2020, vol. 26, no. 3, pp. 67–73. DOI: <http://doi.org/10.18287/2542-0445-2020-26-3-67-73>. (In Russ.)

Information on the conflict of interests: author declares no conflict of interest.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

© Анастасия Витальевна Михалчева – аспирант, ассистент кафедры английской филологии, Тульский государственный педагогический университет имени Л.Н. Толстого, 300026, Российская Федерация, г. Тула, пр. Ленина, 125.

© Anastasia V. Mikhacheva – postgraduate student, assistant professor of the Department of English Philology, Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University, 125, Lenin Avenue, Tula, 300026, Russian Federation.

Введение

Начиная со второй половины XX столетия текст рассматривается как основная единица коммуникации. Ученые пытаются вычленивать конститутивные компоненты текста как единицы коммуникативного уровня, определить его роль в процессе межличностного общения. В рамках доминирующего на данный момент когнитивно-дискурсивного подхода лингвисты делают попытки пролить свет не столько на то, каким образом высказывания, содержащие отражение некоторого фрагмента действительности, объединяются в большие по объему единицы, такие как сложное синтаксическое целое или сверхфразовое единство, сколько на роль человеческого фактора в создании таких элементов речи, влияние когнитивных процессов восприятия действительности. Лингвисты прослеживают закономерности взаимодействия структуры текста и составляющих его категорий цельности, информативности, интенциональности, предикативности, адресованности, модальности и других, выделяемых как отечественными, так и зарубежными исследователями, и заложенного автором коммуникативно-прагматического смысла [Гальперин 2007, с. 22]. Становится очевидным, что текст не существует отдельно от коммуникантов: автор ориентируется на потенциального реципиента, поэтому обращается к таким словам и конструкциям, которые бы оптимально передали целостный смысл текста, а читатель, в свою очередь, воспринимая текст как нечто цельное, законченное, интерпретирует заложенное в нем сообщение согласно замыслу автора. Текст создается автором с определенными интенциями, прагматическими целями и заложенной в него стратегией интерпретации, а читатель воспринимает данный текст согласно своему мировоззрению, базовым знаниям и уровню образованности, следовательно, текст является центром коммуникации, где ключевыми фигурами выступают личность автора и реципиента.

Другой широко обсуждаемой проблемой современной лингвистики является дихотомия «текст – дискурс», а также определение понятия «дискурс» и его места в языке. Ключевым моментом современной когнитивно-дискурсивной парадигмы становится описание процесса и результата речетворчества не со стороны внутритекстовой организации, а со стороны восприятия данного текста. Такое раздельное исследование текста как процесса и текста как результата когнитивной деятельности приводит к разделению понятий «текст» и «дискурс», причем место последнего в лингвистике до сих пор вызывает разногласия. О.В. Александрова отмечает, что текст представляет собой аб-

страктную конструкцию, в то время как дискурс является видом актуализации данной формальной конструкции с учетом задействованных ментальных процессов и экстралингвистических факторов [Александрова 1999, с. 12]. Из этого следует, что текст выступает определенной опорой, «скелетом» коммуникации, а дискурс – своеобразным «мостиком» от сознания автора к сознанию реципиента: он не только передает заложенную в текст информацию, но и учитывает ментальные процессы порождения и восприятия содержащегося в тексте смысла.

В.Е. Чернявская, проанализировав и обобщив основные подходы к интерпретации дискурса, делает вывод о двух доминирующих подходах к дефиниции данного понятия: как «конкретного коммуникативного события, фиксируемого в письменных текстах и устной речи, осуществляемого в определенном когнитивно и типологически обусловленном коммуникативном пространстве» и как «совокупности тематически соотнесенных текстов» [Чернявская 2001, с. 14]. Первый подход сужает объект лингвистического анализа до определенного текста, который кроме описания конкретной ситуации отражает еще и экстралингвистические факторы коммуникативного пространства и когнитивные процессы порождения этого текста. Дискурс понимается как «речь, “погруженная в жизнь”», как текст в событийном аспекте» и выступает компонентом взаимодействия людей (Арутюнова 1990, с. 136). Второй подход позволяет объединять разнородные тексты на основе общей тематической отнесенности. Именно благодаря такому пониманию дискурса становится возможным изучать разные по структуре и композиции, но общие по тематике тексты, выделять их особенности в сравнении с другими типами дискурса.

Основная часть

Дефиниция дискурса как совокупности тематически сходных текстов дало лингвистам возможность сгруппировать тексты политического, научного, разговорного и других разновидностей ситуаций общения в соответствующий дискурс, что способствует более детальному анализу как каждого текста, так и группы текстов, образующих определенный дискурсивный тип с его отличительными чертами. В последнее время отечественные и зарубежные лингвисты проявляют повышенный интерес к изучению не функциональных стилей, количество которых строго ограничено, а именно разнообразных дискурсов: научного, политического, делового, публицистического и других типов дискурса, а обширное распростра-

нение влияния СМИ на современный мир ознаменовало появление интереса к исследованию медиадискурса [Добросклонская 2005 а, с. 26].

Традиционно сфера языка средств массовой коммуникации исследовалась учеными в рамках функциональной стилистики в качестве составляющей публицистического стиля. В.Г. Костомаров, анализируя публицистические тексты, установил один из основополагающих принципов организации газетной статьи – чередование экспрессивного и неэкспрессивного, стандартного [Костомаров, с. 84]. Именно такое чередование, по его мнению, и делает возможным максимальное выполнение функций воздействия и информирования – ключевых функций публицистического стиля. Именно чередование, а не пропорциональное увеличение средств экспрессивности приводит к наилучшему восприятию заложенной в газетной статье объективной и субъективной информации, к вовлечению читателя в описываемую ситуацию. Г.Я. Солганик полагает, что ключевым отличием и основным «источником силы» текстов публицистического стиля является совпадение производителя и субъекта речи [Солганик 2005, с. 20]. Субъект речи как представитель социальной группы эмоционально высказывает личностную позицию, что приводит к индивидуальному изложению ситуации, сквозь призму знаний и суждений субъекта речи. Благодаря этому речь становится «приближенной» к реципиенту, непринужденной, тем самым усиливая воздействующую функцию публицистического стиля. Такие исследования публицистических текстов в рамках теории функциональных стилей приводят к выделению отличительных особенностей данной сферы коммуникации, отличающих ее от других сфер общения. Но с развитием информационных средств и глобальным влиянием интернет-технологий на сферу деятельности человека осмысление проблем публицистического стиля получает новое направление.

Вследствие развивающейся дискурсивной теории в современной лингвистической науке становится возможным рассматривать публицистические жанры как типы дискурса и выделять особенности построения и репрезентации каждого из них в рамках медиадискурса. Глобализация информационных процессов и активное проникновение СМИ в повседневную жизнь привели к становлению языка средств массовой коммуникации как доминирующего средства передачи информации в ее наиболее актуальном виде, а также к его превращению в мощное средство воздействия на человека. Г.Я. Солганик утверждает, что именно в языке современных СМИ проходят апробацию многие инновационные средства выражения, чтобы потом войти в обиход (Солганик 2006, с. 312). В связи с этим дискурс СМИ оказывает колоссальное влияние на развитие литературного языка, на формирование речевых норм и тенденций общения.

Выход газетно-публицистического стиля за рамки печатной прессы в электронные издания

журналов, а также развитие современных медиа (телевидение, радио, интернет-ресурсы, блоги) позволяют говорить о появлении новой стороны изучения таких текстов – как медиадискурса, поскольку информационная и воздействующая функции выполняются уже не только с помощью средств языка и манеры изложения автора, но и посредством аудиовизуальных технологий. Можно даже утверждать, что без участия последних воздействующий эффект будет сведен до минимума, что связано с потребностями и особенностями развития современного информационного общества. Медиадискурс сочетает в себе признаки разных функциональных стилей, тем самым расширяя свою целевую аудиторию, делая информацию доступной и экспрессивной. Именно такое своеобразие языка СМИ, его особенности отражения информации в коммуникативном пространстве и одновременного воздействия на реципиента, приводит к необходимости определения новых подходов его описания и анализа.

Одной из первых в отечественном языкознании о своеобразии языка СМИ и необходимости выделения его исследования в самостоятельное направление заговорила Т.Г. Добросклонская, которая предложила изучать такие тексты системно в рамках особого направления – медиалингвистики. Как пишет ученый, медиатексты являются основной формой существования языка на современном этапе развития общества, что находит отражение в процессах и способах речеупотребления [Добросклонская 2005 б, с. 52]. Действительно, постоянно увеличивающееся количество телеканалов, радиостанций, существование прессы в печатном и электронном виде делает язык массовой коммуникации одной из самых употребляемых форм языка. Такая динамика СМИ, понимаемая Т.Г. Добросклонской как «совокупность количественных и качественных изменений в масс-медиа за определенный отрезок времени» отражает и динамику современных языковых процессов [Добросклонская 2005 а, с. 18]. Именно поэтому ученый предлагает изучать язык СМИ в рамках медиалингвистики, предметом которой и выступает функционирование языка в СМИ, т. е. медиаречь в различных формах ее проявления [Добросклонская 2015 а, с. 45]. Благодаря такому системному подходу, объединению особенностей текстов разных средств массовой коммуникации в медиадискурс, становится возможным изучение и описание механизмов производства и восприятия медиаречи в рамках глобального информационного общества, а также раскрытие механизмов формирования «информационной картины мира» [Добросклонская 2015 б, с. 18].

Одной из основных проблем, рассматриваемых в контексте медиалингвистики, является типология медиатекстов. Т.Г. Добросклонская предлагает классификацию, основанную на синтагматическом методе описания медиатекстов: членении текста на синтагмы, определении составляющих

ее элементов, а также способа их соединения внутри синтагмы. В результате такого анализа ученый выделяет следующие виды медиатекстов.

1. Новостной текст, который рассматривается как базовый, прототипический текст медиадискурса, что обосновывается его устойчивой структурой как в разных медиа, так и в описании разных медиатопиков, высоким уровнем воспроизводимости. Такие тексты отражают меняющуюся картину мира в ее актуальном состоянии, сохраняя присущий новостям отличительный формат и лингвостилистические особенности, одной из которых является глобальная клишированность. Характерные устойчивые обороты употребляются как в устной, так и письменной форме сообщения информации и вне зависимости от особенностей канала распространения.

2. Информационно-аналитические тексты также отражают события, происходящие в мире, но придают им идеологичность, мировоззренческий оттенок передачи информации. Такие тексты, описывая инфоповод, содержат не только фактуалогическую информацию, но и комментарий эксперта, политика или непосредственно автора либо отражают точку зрения главного редактора. В языковом наполнении данных медиатекстов присутствуют идиоматические выражения, экспрессивно-коннотативные словосочетания, оценочные конструкции.

3. Текст группы features характеризуется тематической привязанностью и освещает информацию с точки зрения автора. Такие тексты создаются с целью воздействия на читателя, а также в эстетических целях, что выражается в наибольшем разнообразии лингвостилистических средств выражения, а также большом количестве экспрессивно-оценочных конструкций.

4. Рекламный текст используется для убеждения реципиента в необходимости приобретения какого-либо продукта или услуги. В таких текстах огромную роль играют именно аудиовизуальные средства, которые в совокупности с вербальным наполнением сообщения создают огромный воздействующий эффект. Еще одной отличительной чертой текстов такого медиадискурса является их корпоративный характер, т. е. для их создания всегда требуется несколько человек, специалистов разных сфер деятельности в средствах СМИ [Добросклонская 2005 а, с. 55].

Таким образом, ключевой особенностью изучения медиаязыка в рамках медиалингвистики является его типологическое описание с помощью синтагматического анализа медиатекстов, что позволяет выделить 4 типа текстов и описать не только их языковое наполнение, но и преобладающую функцию (информирование или воздействие). Среди системообразующих характеристик можно выделить клишированность языковых структур, использование определенного формата, влияние на содержание разных медиа, а также роль взаимодействия аудиовизуальных и вербальных средств

коммуникации. Тем не менее приведенное исследование не является единственным существующим подходом к изучению языка средств массовой коммуникации.

Другим направлением исследования языка СМИ, разрабатываемым в современной лингвистике, считается медиастилистика, которую Н.И. Клушина определяет как «особую область стилистики, предметом которой является вся массмедийная речь» [Клушина 2018, с. 7]. В отличие от Т.Г. Добросклонской, предлагающей рассматривать медиаречь в рамках медиалингвистики как самостоятельного направления лингвистики, Н.И. Клушина считает, что медиадискурс следует рассматривать на стыке стилистики и медиологии, в качестве одного из разделов стилистики, а не как отдельное направления языкознания.

Развивая идеи медиастилистики, Н.И. Клушина разрабатывает интенциональный подход описания медиастилей. В основе данного метода лежит авторская интенция, которая и определяет стилистику текстов различных медиа и типов коммуникации [Клушина 2018, с. 9]. Благодаря этому подходу становится возможным описать творческий замысел автора текста, а также выявить идеологемы и охарактеризовать адресанта и адресата с когнитивной точки зрения. Данный метод достаточно полно определяет развитие стилистики в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы и антропоцентрического подхода к описанию стиля, дискурса, текста, так как учитывает роль как производителя, так и реципиента речи, в нашем случае – медиаречи. С позиции интенционального анализа ученый выделяет три типа медиадискурса в медийном пространстве: новостной, или информационный, дискурс, интенция которого заключается в информировании, что проявляется в невыраженности адресата, клишированности, обилии цитат и ссылок на источник; публицистический, или тенденциозный, дискурс, выполняющий интенцию убеждения, в которой важную роль играют авторитетность автора и использование разнообразных языковых средств воздействия; дискурс развлечения с присущей ему интенцией развлечения, бульваризацией при подаче информации, созданием интриги [Клушина 2013, с. 43]. Особенностью данного типологического разделения является рассмотрение рекламы вне медиадискурса, поскольку она продуцируется в чисто экономических целях и иницируется за границами медиапространства. Данное разграничение медиадискурсов отражает традиционный подход разделения печатной прессы на качественную, массовую и таблоидную. Информационный и публицистический дискурсы обладают признаками качественных и массовых СМИ, в то время как развлекательный дискурс реализует свои развлекательные интенции в границах таблоидных медиа. Ввиду разнообразия освещаемых медиатопиков, а также отличающихся стилистических доминант Н.И. Клушина считает, что именно медиастиль должен рассма-

триваться как связующее звено между разными текстами, объединяемыми в медиадискурс [Клушина 2017, с. 38]. Под медиастилем она понимает отличительные особенности текстов, которые обеспечивают когезию и когерентность медиадискурса, позволяя различным текстам объединяться в общую систему текстов СМИ [Клушина 2015, с. 55]. Именно благодаря доминирующей роли медиастилия в формировании дискурса СМИ Н.И. Клушина разрабатывает идеи медиастилистики, изучающей не только основания типологии медиатекстов, но и особенности стилистического стандарта языка СМИ, на основе которого такие тексты объединяются в единую систему медиадискурса.

Е.О. Менджерицкая также исследует язык СМИ с точки зрения дискурсивного подхода. Ученый предлагает определять дискурс как «передачу когнитивного содержания, вкладываемого адресантом, адресату через посредство текста в его лингвистическом воплощении и заложенных в нем определенных стратегий подачи информации» [Менджерицкая 2017, с. 92]. Она говорит о том, что выделять тот или иной медиадискурс необходимо не только по используемым специфическим лингвистическим и экстралингвистическим речевым стратегиям передачи информации, но и с учетом когнитивных установок адресанта, особенностей аудитории, на которую направлено сообщение [Менджерицкая 2011, с. 58]. Учитывая все эти факторы, Е.О. Менджерицкая говорит о необходимости анализа различных типов медиадискурса как дискурсоферы, выделяя общие, наиболее часто встречающиеся характеристики того или иного медиатекста. Под дискурсоферой ученый понимает «весь комплекс создания, воплощения в знаках и существования содержания-намерения (некоего посыла) с целью передачи его от создателя получателю с учетом “среды обитания” обоих, их когнитивных пространств и тех лингвистических приемов, при помощи которых это содержание-намерение закладывается в текст и в дальнейшем считывается получателем» [Менджерицкая 2017, с. 50].

Такое развернутое определение позволяет выделить основные характеристики когнитивного подхода изучения медиатекста: взаимодействие языка и мышления, процессов производства и восприятия речи, а также учет экстралингвистических особенностей порождения и понимания текста, отражающего определенные явления окружающей действительности. Все тексты объединяются в дискурсоферу на основе соотношения разных дискурсообразующих маркеров и их принадлежности к ядерным, т. е. наиболее частотным и неизменяемым характеристикам, и к периферийным, т. е. переменным, необязательным признакам. Для анализа печатной прессы она выделяет такие системообразующие факторы дискурса, как маркеры оформления, к которым относятся принципы отбора и предоставления информации, типы заглавий, тип коммуникации (монолог или ди-

лог), авторство текстов (индивидуальный или корпоративный характер) и др., и маркеры выделения (акцентуации) информации, среди которых выделяет отбор информации для конкретного издания, для обложки, характер заголовков и наличие подзаголовков, оформление текста и распределение информации в статье, особенности когнитивного синтаксиса и языковой игры [Менджерицкая 2017, с. 47–48]. Е.О. Менджерицкая предлагает рассматривать дискурс как континуум, где присутствуют ядерные и периферийные признаки, которые могут «дрейфовать» от ядра к периферии и наоборот в зависимости от типа дискурса. Именно с помощью распределения признаков в этом континууме на ядерные и периферийные происходит разделение массмедийного дискурса на выделяемые учебными типами. Для качественной печатной прессы характерно перетекание многих периферийных признаков в ядерные, что происходит из-за того, что качественная пресса уже не является только лишь источником информации, но становится и воздействующей, формирующей мнение силой.

Безусловно, информирование остается доминирующей чертой данного типа дискурса, но в погоне за аудиторией и в борьбе с электронными вариантами СМИ авторы статей пытаются привлечь внимание реципиентов, донести не только факты, но и содержание-намерение автора, которое он вкладывает в свой текст. В связи с этим увеличивается разнообразие используемых приемов представления и когнитивного отражения действительности, что выражается в характерных факторах оформления и выделения информации в качественной прессе.

Таблоидные издания специализируются на освещении сенсационных событий и предоставляют информацию в развлекательных целях. Выделяя ядерные и периферийные признаки, Е.О. Менджерицкая говорит о перераспределении дискурсных маркеров, результатом чего стало определенное противопоставление данных дискурсов. В отличие от качественной прессы, к дискурсообразующим ядерным признакам таблоидов относится разнообразное использование шрифтов и размер текста, а к периферийным – модальность и когнитивные метафоры.

В дискурсофере глянцевого прессы Е.О. Менджерицкая выделяет две группы: «качественный глянец», стиль которого близок к качественной прессе и который освещает не только модные новинки, но и значимые события сферы искусства и культуры; и «популярный глянец», тяготеющий к стилю таблоидов и рассказывающий о жизни известных личностей и популярных модных трендов, пытающийся оказать эмоциональное воздействие на читателя, заставить его принять предлагаемый образ жизни в качестве эталона.

Несмотря на то что глянцевая пресса в основном направлена на воздействие на читателей, вовлекая их в индустрию моды и навязывая данный образ жизни, «качественный глянец» выполняет

также информационную и эстетическую функции, не только рассказывая о жизни знаменитостей, но и включая описание новинок художественной популярной литературы, различных выставок и культурных мероприятий и предоставляя аналитические обзоры ведущих специалистов различных сопутствующих сфер.

Несмотря на разделение глянцевого прессы по качеству предоставления информации, Е.О. Менджерицкая рассматривает их как единую дискурсоферу, к ядерным признакам которой она относит отбор материалов для обложки, характер заголовков и отбор информации в целом, текстовую модальность и языковую игру, а остальные маркеры выделения получают статус периферийных [Менджерицкая 2017, с. 50]. Из этого следует, что ключевыми особенностями глянцевого прессы являются внешний вид, красочность, яркость обложки, заголовков, а также способы подачи информации, характеризующиеся высокой частотностью приемов языковой игры, необычностью изложения, сопутствующими визуальными эффектами.

Заключение

Проанализировав некоторые подходы к исследованию языка СМИ, применяемые в отечественной лингвистике, приходим к выводу, что в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы газетно-публицистический текст подвергается анализу как медиадискурс, поскольку в его полном восприятии и выполнении свойственных ему функций информирования, развлечения и воздействия требуется учитывать не только лингвистическое своеобразие его композиции и содержания, но и экстралингвистические особенности его порождения, а также специфические черты средства массовой коммуникации, в рамках которого данный дискурс функционирует. Именно язык медиасферы привлекает лингвистов ввиду проникновения СМИ практически в любую сферу деятельности человека, что приводит к влиянию языка средств массовой коммуникации на развитие современных норм языка, а также ввиду необходимости рассмотрения особенностей текста с учетом аудиовизуальных средств репрезентации информации и способов воздействия на читателя.

В данной статье описано три направления изучения языка СМИ, но стоит отметить, что ими не ограничиваются существующие подходы к исследованию данного дискурса. Описываемое направление изучения публицистического текста как медиадискурса зародилось недавно, вследствие чего различные ученые предлагают свой категориальный аппарат и разрабатывают свои методы исследования. В статье рассмотрены такие направления, как: медиалингвистика, предлагаемая Т.Г. Добросклонской, с ее синтагматическим методом исследования; медиастилистика, описываемая Н.И. Клушиной, применяющей интенциональный метод описания; дискурсофера Е.О. Менджерицкой, предлагающей объединять медиадискурс в группы на основе совокупности характерных для

текста дискурсообразующих особенностей. Данные направления находятся в состоянии становления и развития, что выражается в появлении новых работ данных авторов, дополняющих, уточняющих и корректирующих их предыдущие выводы новыми доказательствами и обоснованиями.

Источники фактического материала

Арутюнова 1990 – Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В.Н. Яревой. Москва, 1990. 682 с. URL: <http://lingvisticheskiy-slovar.ru/description/diskurs/168>.

Солганик 2006 – Солганик Г.Я. Публицистический стиль // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожинной. Москва: Флинта, 2006. 694 с. URL: <http://rus-yaz.niv.ru/doc/stylistic-dictionary/articles/82/publicisticheskij-stil.htm>.

Библиографический список

Александрова 1999 – Александрова О.В. Проблема дискурса в современной лингвистике // Когнитивно-прагматические аспекты лингвистических исследований: сб. науч. тр. / Калинингр. ун-т. Калининград, 1999. С. 10–14. URL: <https://studfile.net/preview/1101510>.

Гальперин 2007 – Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования: монография. Москва: КомКнига, 2007. 144 с. URL: <https://studfile.net/preview/3849576/>.

Добросклонская 2005 а – Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи): монография. Москва: УПСС Эдиториал, 2005. 288 с. URL: <https://zadocs.ru/informatika/3234/index.html>.

Добросклонская 2015 а – Добросклонская Т.Г. Массмедийный дискурс в системе медиалингвистики // Медиалингвистика. 2015. № 1 (6). С. 45–56. URL: <https://medialing.ru/massmedijnjy-diskurs-v-sisteme-medialingvistiki>.

Добросклонская 2015 б – Добросклонская Т.Г. Прикладные аспекты медиалингвистических исследований // Медиалингвистика. Вып. 4. Профессиональная речевая коммуникация в массмедиа: сб. статей. Санкт-Петербург: С.-Петербург. гос. ун-т, ин-т «Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций», 2015. С. 18–22. URL: <https://medialing.ru/vypusk-2015-4>.

Добросклонская 2005 – Добросклонская Т.Г. Роль СМИ в динамике языковых процессов // Вестник Московского университета. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2005. № 3. С. 38–54. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-smi-v-dinamike-yazykovyh-protsessov>; <https://elibrary.ru/item.asp?id=12331421>.

Клушина 2013 – Клушина Н.И. Интенциональная конфигурация медийного пространства // Политическая лингвистика. 2013. № 2 (44). С. 40–46. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=19079268>.

Клушина 2018 – Клушина Н.И. Медиастилистика: монография. Москва: ФЛИНТА, 2018. 184 с.

Клушина 2017 – Клушина Н.И. Медиастилистика и ее место в современной филологической науке // Журнал Белорусского государственного университета. Сер. Журналистика. Педагогика. 2017. № 1. С. 35–38. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36665962>.

Клушина 2015 – *Клушина Н.И.* Медиастилистика: как устроен современный медиастиль // *Русская речь*. 2015. № 3. С. 55–60. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23907227>.

Костомаров 1971 – *Костомаров В.Г.* Русский язык на газетной полосе. Некоторые особенности языка современной газетной публицистики. Москва, 1971. 267 с.

Менджеричкая 2011 – *Менджеричкая Е.О.* Дискурс, медиадискурс и когнитивно-дискурсивная парадигма в лингвистике // *Известия Южного федерального университета. Филологические науки*. 2011. № 3. С. 54–60. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=16853388>.

Менджеричкая 2017 – *Менджеричкая Е.О.* Дискурсосфера печатных СМИ: игра на выживание: монография. Москва: МАКС Пресс, 2017. 310 с.

Солганик 2005 – *Солганик Г.Я.* О структуре и важнейших параметрах публицистической речи (языка СМИ) // *Язык современной публицистики: сб. ст.* Москва: Флинта: Наука. 2005. С. 13–31.

Чернявская 2001 – *Чернявская В.Е.* Дискурс как объект лингвистических исследований // *Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса: сб. науч. ст.* Санкт-Петербург, 2001. С. 11–22. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=22682630>.

References

Aleksandrova 1999 – *Aleksandrova O.V.* (1999) Problem of discourse in contemporary linguistics. In: *Cognitive and pragmatic aspects of linguistic studies: collection of research papers*. Kaliningrad, pp. 10–14. Available at: <https://studfile.net/preview/1101510>. (In Russ.)

Galperin 2007 – *Galperin I.R.* (2007) Text as an object of linguistic study: monograph. Moscow: KomKniga, 144 p. Available at: <https://studfile.net/preview/3849576>. (In Russ.)

Dobrosklonskaya 2005 a – *Dobrosklonskaya T.G.* (2005) Studying media texts (experience of contemporary English media language study): monograph. Moscow: URSS Editorial, 288 p. Available at: <https://zadocs.ru/informatika/3234/index.html>. (In Russ.)

Dobrosklonskaya 2015 – *Dobrosklonskaya T.G.* (2015) Media discourse within the framework of media linguistics. *Media Linguistics*, no. 1 (6), pp. 45–56. Available at: <https://medialing.ru/massmedijnyj-diskurs-v-sisteme-medialingvistiki>. (In Russ.)

Dobrosklonskaya 2015 a – *Dobrosklonskaya T.G.* (2015) Applied aspects of media linguistic studies. In: *Media*

linguistics. Issue 4. Professional oral communication in mass media: collection of articles. Saint Petersburg: S. Peterb. gos. un-t, in-t «Vyssh. shk. zhurn. i mass. kommunikatsii», pp. 18–22. Available at: <https://medialing.ru/vypusk-2015-4>. (In Russ.)

Dobrosklonskaya 2005 b – *Dobrosklonskaya T.G.* (2005) The role of mass media in the dynamics of the linguistic change. *The Bulletin of Moscow University. Series 19. Linguistics and Cross-Cultural Communication*, no. 3, pp. 38–54. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-smi-v-dinamike-yazykovyh-protsesov>; <https://elibrary.ru/item.asp?id=12331421>. (In Russ.)

Klushina 2013 – *Klushina N.I.* (2013) Intentional configuration of mediaspace. *Political Linguistics Journal*, no. 2 (44), pp. 40–46. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=19079268>. (In Russ.)

Klushina 2018 – *Klushina N.A.* (2018) Mediastylistics: monograph. Moscow: FLINTA, 184 p. (In Russ.)

Klushina 2017 – *Klushina N.I.* (2017) Media stylistics and its place in modern philology. *Journal of the Belarussian State university. Journalism and Pedagogics*, no. 1, pp. 35–38. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36665962>. (In Russ.)

Klushina 2015 – *Klushina N.I.* (2015) Media stylistics: how is media style arranged. *Russkaya Rech' = Russian speech*, no. 3, pp. 55–60. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23907227>. (In Russ.)

Kostomarov 1971 – *Kostomarov V.G.* (1971) Russian language in newspapers. Some peculiarities of language of contemporary newspaper articles. Moscow, 267 p. (In Russ.)

Menzheritskaya 2011 – *Menzheritskaya E.O.* (2011) Discourse, media discourse and cognitive-discursive paradigm in linguistics. *Proceedings of Southern Federal University. Philology*, no. 3, pp. 54–60. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=16853388>. (In Russ.)

Menzheritskaya 2017 – *Menzheritskaya E.O.* (2017) Discourse-sphere of print media: survival game: monograph. Moscow: MAKS Press, 310 p. (In Russ.)

Solganik 2005 – *Solganik G.J.* (2005) On the structure and critical parameters of journalistic language (language of mass media). In: *Language of modern journalism: collection of articles*. Moscow: Flinta: Nauka, pp. 13–31. (In Russ.)

Chernyavskaya 2001 – *Chernyavskaya V.E.* (2001) Discourse as an object of linguistic study. In: *Text and discourse. Problems of economic discourse: collection of research papers*. Saint Petersburg, pp. 11–22. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=22682630>. (In Russ.)