

ИРИНА ПУШКАРЕВА / IRINA PUSHKAREVA

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2161-4039>

Novokuznetsk Institute (Branch) of Kemerovo State University

## МЕДИАОБРАЗ ЯЗЫКА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ГОРОДСКОЙ ГАЗЕТЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ГАЗЕТЫ «КУЗНЕЦКИЙ РАБОЧИЙ»)<sup>1</sup>

### The Media Image of Language in the Modern Russian Newspaper (on the Material of the City Newspaper “Kuznetskiy Rabochiy”)

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: медиадискурс, медиаобраз, газетно-публицистический текст, региональное издание, аксиологическая семантика

KEYWORDS: media discourse, media image, newspaper publicistic text, regional edition, axiological meaning

ABSTRACT: The article represents features of the media image of language in the city newspaper. Semantic and stylistic characterization of the use of the lexeme ‘language’ in the newspaper text reveals the specificity of the media image. The material for the semantic and stylistic analysis of the interpretative field of the concept ‘language’ is the Russian mass city newspaper “Kuznetskiy rabochiy” (Novokuznetsk). Content analysis of the newspaper texts of 2002–2018 revealed regularities of the actualization of the semantics of the lexeme ‘language’ in the contexts. In the newspaper texts, the language is realized, primarily, as a system of the verbal means used to express the national identity, to increase the level of education and spiritual culture, and to improve the mutual understanding. In some degree, the language policy controls and corrects the state of this system. The newspaper texts demonstrate that the speech behavior of a modern person realizes not only the harmonious (the topic of creativity) but also the incorrect use of the language system (lie, verbal aggressiveness, errors, lack of the language taste). The estimation is explicated through the language game, the use of phraseological units, epithets, iterations, and antitheses. These devices create the meliorative contexts as well as the pejorative ones. The most emphasized semantic aspect “Language and national identity” is formed in the newspaper texts, primarily, due to the discourse specificity of the regional edition. One of the local historical dominants of the regional edition is tied to the topic of the destiny of the small nation. Apart from the materials about the Shor language, the main semantic aspect of the media image of language in the examined newspaper texts of the 21st century is the aspect “language and education”.

---

<sup>1</sup> Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Кемеровской области в рамках научного проекта № 18-412-420001.

## 1. Постановка проблемы. Теоретическая база исследования

В формировании ценностной картины мира современника важную роль играют масс-медиа. Исследователи акцентируют доминирование «принципа ценностной ориентированности содержания» в публицистическом дискурсе» (Абдикеримова 2015, 206), подчёркивают роль СМИ в «формировании медиакартины мира в сознании массового адресата» (Анненкова 2011, 13):

Современные СМИ не только являются ретрансляторами тех ценностей, которые уже сложились и давно существуют в обществе, но и формируют новую ценностно-оценочную парадигму в сознании массового адресата (Анненкова 2011, 15). СМИ формируют особую медийную аксиосферу – условную сферу массмедийной информации, которая представляет ценностные доминанты общества и осуществляет аксиологическое влияние на реципиентов (Кузнецова 2012, 137).

С точки зрения идеального состояния речевой культуры масс-медиа, медиатекст «выступает одним из объединителей нации, способствует воспитанию гражданских чувств человека, развитию его кругозора» (Купина/Матвеева 2013, 231-232). Эта роль особенно важна в информационную эпоху, когда именно СМИ «готовы выполнить социальную миссию утверждения ценностных доминант, что может благоприятствовать консолидации общества» (Кузнецова 2012, 136). Согласно утверждению В. И. Карасика, в наше время медиадискурс «в значительной мере превращается в ведущий фактор политической и культурной консолидации общества» (2014, 218).

Учёными осознаётся также проблема власти СМИ над обществом. Так, для Ж. Бодрийяра (2015) с масс-медиа непосредственно связана «потеря смысла» в современном мире, поскольку СМИ наполнены ирреферентными по своей природе симулякрами. Д. Матисон (2013, 14) формулирует основную идею своей работы как «обеспокоенность властью институтов медиа, которую они обрели посредством способов использования в них языка».

Обратимся к такому явлению, связанному с трансляцией определённых ценностных представлений в масс-медиа, как медиаобраз. Медиаобраз – «закодированное в медийном тексте ценностное представление автора о медиаобъекте, имеющее диалогический (полилогический) характер и вызывающее ценностную реакцию адресата» (Хочунская 2013, 93) (см. также о понятии медиаобраза: Богдан 2007; Галинская 2013). Рассмотрим медиаобраз с семантико-стилистической точки зрения, учитывая особенности его воплощения в журналистских текстах, на материале городской газеты «Кузнецкий рабочий» (Новокузнецк). Семантико-стилистический метод является основным для стилистических исследований, поскольку он направлен

на изучение проблемы «адекватности выражения оттенкам смысла» (Кожина/Дускаева/Салимовский 2012, 33).

Представим результаты анализа семантико-стилистических особенностей медиаобраза языка. В целом частота употребления слова *язык* (332,2) в газетной публицистике значительно выше, чем, например, соответствующие показатели лексических репрезентантов триады великих ценностей Добро – Истина – Красота: *правда* (175,5), *красота* (94,7), *истина* (66,1), *добро* (59), *благо* (38) (Ляшевская/Шаров 2009). Выбор материала исследования связан с научным интересом к специфике регионального медиадискурса, в аксиосфере которого взаимодействуют надрегиональная и собственно региональная составляющие. Так, О. А. Воронова (2007, 6) пишет о важной коммуникативной роли городской газеты в информационном пространстве города и приводит подтверждающие данные опроса россиян.

В ходе анализа газетных текстов были выявлены оценочные коннотации, сопровождающие словарное значение лексемы *язык*, и приёмы их актуализации. Сплошная выборка публикаций газеты 2002–2018 гг. позволила обнаружить 3028 словоупотреблений (Кузнецкий рабочий 2018). Первостепенное значение в газетном тексте имеет заголовочный оним – библионим: заголовок газетно-публицистического текста привлекает внимание читателя, ориентирует его в информационном пространстве издания, приобщает к его оценочной программе (Арнольд 2009, 347; Матвеева 1990, 84; Руженцева 2012, 34 и др.). Поэтому в настоящем исследовании именно на основе сплошной выборки по заголовкам сформирована эмпирическая база исследования. Для семантико-стилистического анализа были отобраны контексты материалов, заголовки которых включают слово *язык* (44 публицистических и 3 рекламных текста; всего 372 словоупотребления).

## 2. Результаты исследования

В аспекте актуализации в газетных текстах семантики слова *язык* можно говорить о преобладании значения ‘система вербальных и невербальных средств, передающих определённую информацию’ (95,6% текстов; в толковых словарях – язык<sup>2</sup>). Именно эта семантика становится основой для формирования содержательного плана медиаобраза языка в городской газете.

В рассмотренных материалах преобладают контексты, актуализирующие семантику ‘вербальные средства’ (79,1% текстов, содержащих лексему *язык*). Неоднократно слово *язык* употребляется и для обозначения невербальных средств (18,6% текстов). Представлен один материал, в котором наблюдается пограничный случай.

## 2.1. Медиаобраз языка как системы невербальных средств. Вербально-невербальная составляющая медиаобраза языка

В воплощении темы невербального языка преобладает антропоцентрический подход: создаются образы талантливых людей, занимающихся искусством и спортом, при этом актуализируется эстетическая и телеологическая оценка. В большей части текстов ключевую роль играют смыслы общения, понимания, искусства (мастерства). Причём в центре подобных публикаций находится не образ человека, который приобщает к постигнутому им искусству других, а образ человека, совершенствующегося в каком-то искусстве и общающегося на языке этого искусства с другими посвящёнными: наш современник постигает язык танца, цирка, музыки, граффити, спортивной игры и даже общения с вином (преобладает синтагма *язык + N<sub>2</sub>* со значением определительных отношений). Образ современного человека, который совершенствуется, осваивая эти различные языки, передают лексические репрезентанты *самовыразиться, самосовершенствоваться, совершенствоваться, совершенство, открыть, мастерство*, например:

- (1) Признанием мастерства [дирижёров] Сергея и Марии стало и приглашение поступать в Новосибирскую консерваторию, ведь в этом году они заканчивают обучение в училище искусств («Язык музыки в жестах», 14.01.2006).
- (2) По мнению художницы, простого увлечения недостаточно. Здесь нужно постоянно самосовершенствоваться, нужно постоянно рисовать на стенах. Поэтому о вдохновении речь заходит не часто, но иногда под биты хип-хоп музыки оно посещает («Они говорят на одном языке», 30.07.2015).

Акцент на теме самосовершенствования соответствует значимости высшего уровня потребностей известной пирамиды А. Маслоу.

Другая важная смысловая доминанта – тема взаимопонимания людей, приобщённых к какому-либо искусству, мастерству. Она неоднократно передаётся устойчивым выражением *говорить на одном языке*, а также эксплицируется словами *понятный, воспринимать, говорить*, например:

- (3) Как оказалось, возраст – не главное в хип-хоп культуре: здесь все остаются ребятами. Даже своих кумиров, нью-йоркскую команду «FX», участникам которой уже почти 70 лет, Катана называет «ребятами». Дело все в том, что они *говорят на одном языке* – языке граффити («Они говорят на одном языке», 30.07.2015).
- (4) Совершенствуется исполнительская техника. Хотя, конечно, понятно, что нет предела совершенству, – с улыбкой отвечает Анна. – Но мы уже можем воспринимать испанцев, *говорить с ними на одном языке* танца («На одном языке танца», 13.04.2013).

Отметим случай не атропоцентрических, а техноцентрических акцентов в воплощения семантики невербального языка. Так, в заметке *На одном языке* (15.11.2014) речь идёт об *информационной системе жилищно-коммунального хозяйства*, которая *позволит всем организациям «говорить на одном языке»*. Соответственно, здесь актуализирована утилитарная и телеологическая оценка. Отражение техноцентрического аспекта в контекстах со словом *язык* соответствует кругу актуальных вопросов и характеру мышления человека в эпоху высоких технологий.

Вербально-невербальная составляющая медиаобраза языка значима в материале *Почему бы именно России не положить конец ожесточенной информационной войне, признав язык ненависти летальным оружием?* (21.02.2015). Статья посвящена актуальным проблемам современной коммуникации – роли в ней масс-медиа и такому проявлению речевой агрессии, как информационная война (Сковородников/Копнина 2016). Ключевую роль в смысловой организации текста играет выражение *язык ненависти*, которое используется не только в заголовке, но и в тексте:

- (5) Давно пора признать: *язык ненависти* приводит к таким же смертельным последствиям, что и залпы артиллерии; Тут уже и в России озаботились своей позицией в информационной войне и стали активно осваивать *язык ненависти* – правда, не столько в отношении Запада, сколько в отношении Украины и др.

Проблемный характер изложения подчёркнут неоднократным использованием в тексте вопросительных предложений. Этическая, нормативная и телеологическая оценка в статье создаётся противопоставлением реального и идеального состояния, когда реальному положению дел (*язык ненависти в СМИ*) противопоставлено то, которое мыслится как справедливое, правильное и целесообразное:

- (6) [...] способность видеть друг в друге людей; братские народы, связанные тысячелетиями общей истории; отказаться от его [языка ненависти] использования.

Критическая позиция журналиста обусловила преобладание пейоративных контекстов, которые экспрессивно передают деструктивную природу языка ненависти. В статье использовано также выражение *слова ненависти*:

- (7) Слова ненависти заслоняют собой способность видеть друг в друге людей, братские народы, связанные тысячелетиями общей истории. Вместо этого появляются «фашисты», «бандеровцы», «куски мяса» – нелюди, с которыми можно поступать как угодно.

Автор не только продолжает многовековой разговор о силе слова, о его созидательном и разрушительном влиянии на человека и отношения людей, но и приводит примеры тех слов, которые В. Н. Суздальцева, характеризуя язык СМИ, называет «слова-жупелы» – «слова, которые называют нечто пугающее»:

Таких слов сравнительно немного, но их воздействующая сила очень велика. Их образопорождающие и оценочные свойства в политическом дискурсе обусловлены их местом в ассоциативно-вербальной сети: теми историческими, культурными и психоэмоциональными ассоциациями, которые они вызывают (Суздальцева 2017, 205).

Конструктивность позиции журналиста основана, на наш взгляд, на способности не соотносить с полярными оценками оппозицию «свое» – «чужое», а выделять в каждом компоненте этой оппозиции мелиоративную и пейоративную зону, например:

(8) Российские политики неоднократно выступали с идеей, что наша страна – лишь догоняющий в гонке пропаганды и оскорблений: мы были вынуждены начать свою линию информационной войны в ответ на абсолютную необъективность Запада и Украины. Надо сказать, в последнее время Россия вполне преуспела в освоении этой технологии.

Экспрессивный эффект в тексте создаёт регулятивная структура, в которой заголовочная формулировка повторяется в последнем абзаце, чётко выражая оценочную позицию автора:

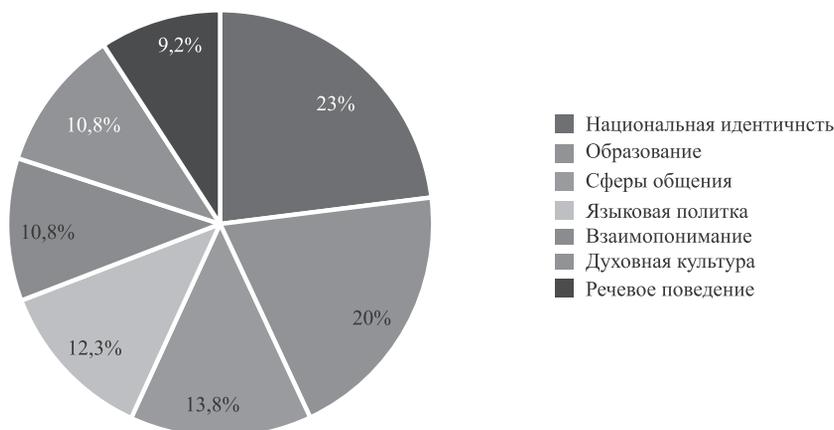
(9) Почему бы именно России не положить конец ожесточенной информационной войне? Признать *язык ненависти* летальным оружием, отказаться от его использования.

Инфинитивные структуры создают акцент на потенциальном действии, парцелляция позволяет вынести приговор языку ненависти, определив его через гипероним *летальное оружие*, ранее уже включённый в ассоциативно-вербальную структуру текста.

## 2.2. Медиаобраз языка как системы вербальных средств

Как уже отмечалось, центральное место среди публикаций, заголовки которых содержат слово *язык*, занимают актуализирующие семантику 'система вербальных средств'. В политематическом информационном пространстве газеты сосуществуют различные смысловые аспекты, соотносённые с контекстами употребления лексемы *язык* – см. диаграмму, в которой приведены процентные данные об актуализации различных смысловых аспектов:

Смысловые аспекты, соотноимые с лексемой язык в значении 'система вербальных средств'



В репрезентации этих смысловых аспектов медиаобраза языка участвуют прежде всего синтагмы со связью согласования и определительными отношениями – *родной (универсальный, иностранный, чужой, незнакомый, шершавый, сибирский, мой, свой, наши) язык* – и синтагмы со связью управления, в которых слово *язык* управляется глаголами (*сохранить родной язык, знать язык, изучать язык, любить язык, подвергнуть госнадзору язык рекламы, говорить на языке, думать на языке, любить на языке*) или именами существительными (*борьба за чистоту языка, судьба языка, драка языками*). Большим разнообразием отличаются репрезентанты определительных отношений, указывающие на принадлежность языка какому-либо народу: в рассмотренных публикациях сибирской городской газеты упоминаются такие языки, как *русский, шорский, английский, немецкий, французский, молдавский, румынский, испанский, китайский, греческий, латинский, старославянский*. Среди наименований языка встречаются как однокомпонентные (*латынь*), так и многокомпонентные (*наречие племени мумба-юмба, языки местных народов, перифразы язык Шиллера и Гёте, великий и могучий*).

При многообразии аспектов осмысления языка, эксплицированных в данных контекстах, можно говорить о смысловой доминанте медиаобраза языка в рассмотренных материалах: 23% текстов данной группы представляют аспект «Язык и национальная идентичность», который существует в региональном газетном тексте и самостоятельно, и во взаимодействии с другими направлениями разговора о языке. Специфика регионального медиадискурса определяет значимость в городской газете не только материалов о русском языке, но и о шорском языке (9,2% текстов рассматриваемой группы) – языке коренного населения юга Кемеровской области, при этом краеведческая доминанта «Судьба шорского народа» может являться в публикации как

основной темой, так и дополнительной. Краеведческие доминанты – темы, которые формируются в региональном медиадискурсе, связаны с осознанием и выражением региональной идентичности и актуализированы системой стилистических средств и приёмов. Для публикаций, актуализирующих тему сохранения шорского языка, характерно использование антропонимов, называющих учёных, творческих представителей народа, эргонимов, именующих различные организации, библионимов и экзотизмов, являющихся знаками шорской культуры. В целом в публикациях о связи языка и национальной идентичности значимы такие виды оценки, как этическая, телеологическая, эстетическая, нормативная.

В рассмотренных материалах актуализированы также проблема лингвистического образования, в том числе изучения иностранного языка как способа размыкания горизонтов познания, вопросы языковой политики, темы взаимопонимания и духовной культуры, различные аспекты речевого поведения, прежде всего негативного, и специфики определённых дискурсивных сфер (количественное соотношение смысловых аспектов представлено в диаграмме). Предметом обсуждения в газете становится использование языка в эстетическом дискурсе, медиакоммуникации, рекламе, административно-правовой сфере, спортивном дискурсе, что свидетельствует о значимости данных сфер в коммуникативном пространстве современного социума.

Характер оценки зависит от смыслового аспекта, эксплицированного в контексте с лексемой *язык*, однако в целом можно реконструировать мелиоративный образ нашего современника, который уважает и изучает культуру не только своего народа, понимая, что язык – это выражение души народа, инструмент приобщения к культуре, повышения уровня образования и способности понимать другое (другого человека, другой тип культуры). Этот идеальный современник чужд речевой агрессии, стремится к искренней, богатой и правильной речи. Медиатексты формируют также мелиоративный образ государства, языковая политика которого направлена на создание условий для развития языков всех народов в многонациональной среде, для повышения уровня образования, для интенсификации языковых контактов в поликультурном мире, для исключения речевой агрессии на уровне межличностного и межгосударственного общения. Пейоративные контексты связаны с интерпретацией случаев отступлений от уровня должного отдельным человеком, организацией, обществом в целом, государством (государствами). Если говорить о дискурсивных сферах, для которых характерны подобные отступления, то в газетных материалах отмечаются медиадискурс и реклама.

Актуализация оценки в публикациях, эксплицирующих различные смысловые аспекты, соотносимые с медиаобразом языка, осуществляется

с помощью языковой игры, использования фразеологизмов, эпитетов, повторов, антитез. Данные приёмы создают как мелиоративные, так и пейоративные контексты, например:

- (10) А крохи эти – драгоценнее иных романов и написаны *чудесным* русским языком. В чем мы вам предлагаем убедиться. А прочитав, уже со знанием дела говорить, что и у нас могут писать мастерски выразительно (о творчестве кузбасского прозаика В. Мазаева, 15.05.2008).
- (11) А вот интересно, какой будет статистика непослушания, если с таким же тщанием – по-взрослому! – подвергнуть госнадзору *шершавый* язык рекламы на предмет его соответствия российскому законодательству? (02.06.2015).

Нестандартная лексическая сочетаемость создаёт прагматический эффект, привлекая внимание читателя к смыслам, порождаемым необычным контекстом. Так, в заглавие публикации о гастролях новокузнецкого кукольного театра «Сказ» в США вынесено высказывание американской девочки:

- (12) Мне захотелось выучить *сибирский* язык (27.06.2013).

Желание выучить несуществующий язык соотносится с мыслью журналиста об объединяющей силе искусства:

- (13) – Особенно восхищались дети, абсолютно не знакомые с театром, они брали в руки кукол, тискали их. Одна девочка, – сказал Юрий Алексеевич, – после встречи призналась, что теперь будет изучать *сибирский* язык.

В этом контексте, где особенно значим образ ребёнка (устами младенца глаголет истина), желание выучить язык есть проявление стремления понять другое, стать к нему ближе.

Языковая игра в большей степени характерна для пейоративных контекстов, поскольку её использование органично в наполненных иронией критических материалах. Эффект «обманутого ожидания» возникает благодаря нестандартной лексической сочетаемости, трансформации устойчивых выражений, игровой актуализации омонимии и многозначности. Например, в статье «*Маты только на языке*» (12.08.2006) актуализированы не только категоричная отрицательная оценка, связанная с устойчивым выражением *Только (одни) маты на языке*, но и лейтмотив публикаций – тема несоответствия слова и дела: речь идёт о плохой оснащённости школ спортивным инвентарём.

### 3. Заключение

Таким образом, семантико-стилистический анализ употребления слова *язык* в современном газетном тексте позволяет судить о специфике медиаобраза языка. Язык в публикациях городской газеты «Кузнецкий рабочий» предстаёт прежде всего как система вербальных средств, служащих для выражения национальной идентичности, повышения уровня образования и духовной культуры, улучшения взаимопонимания. Состояние этой системы в какой-то степени контролируется и корректируется языковой политикой. К сожалению, в речевом поведении современника проявляется не только гармоничное (тема творчества), но и некорректное использование системы языка (ложь, речевая агрессия, ошибки, отсутствие языкового вкуса). Наиболее выраженный в рассмотренных публикациях смысловой аспект «Язык и национальная идентичность» формируется, на наш взгляд, во многом благодаря дискурсивной специфике регионального издания, в котором одна из краеведческих доминант связана с темой судьбы малочисленного народа. Без учёта материалов о шорском языке лидирующую позицию в рассмотренных газетных публикациях XXI века занимает такой смысловой аспект медиаобраза языка, как «язык и образование».

### Библиография

- АБДИКЕРИМОВА 2015: Abdikerimova, G. (2015), *Kategoriya otsenki kak sostavlyayushchaya kartiny mira v sredstvakh massovoy informatsii*. W: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. VI/1, 197-206. [Абдикеримова, Г. (2015), Категория оценки как составляющая картины мира в средствах массовой информации. W: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. VI/1, 197-206.]
- АННЕНКОВА 2011: Annenkova, I. V. (2011), *Mediadiskurs XXI veka. Lingvofilosofskiy aspekt yazyka SMI*. Moskva. [Анненкова, И. В. (2011), Медиадискурс XXI века. Лингвофилософский аспект языка СМИ. Москва.]
- АРНОЛЬД 2009: Arnol'd, I. V. (2009), *Stilistika. Sovremennyy angliyskiy yazyk*. Moskva. [Арнольд, И. В. (2009), *Стилистика. Современный английский язык*. Москва.]
- БОГДАН 2007: Bogdan, E. N. (2007), *Mediaobraz Rosii kak sredstvo konsolidatsii obshchestva: strukturno-funktsional'nye kharakteristiki: avtoreferat dissertatsii... kandidata filologicheskikh nauk*. Moskva. [Богдан, Е. Н. (2007), Медиаобраз России как средство консолидации общества: структурно-функциональные характеристики: автореферат диссертации... кандидата филологических наук. Москва.]
- БОДРИЙЯР 2015: Baudrillard, J. (2015), *Simulyakry i simulyatsii*. Moskva. [Бодрийяр, Ж. (2015), *Симулякры и симуляции*. Москва.]
- ВОРОНОВА 2007: Voronova, O. A. (2007), *Mestnaya gazeta. Modeli i tipazhi*. In: *Tipologiya periodicheskoy pechati*. Moskva, 60-78. [Воронова, О. А. (2007), Местная газета. Модели и типаж. В: *Типология периодической печати*. Москва, 60-78.]
- ГАЛИНСКАЯ 2013: Galinskaya, T. N. (2013), *Ponyatie mediaobraz a i problema ego rekonstruktsii v sovremennoy lingvistike*. In: *Vestnik Orenburgskogo gosudartstvennogo universiteta*. 11 (60), 91-94. [Галинская, Т. Н. (2013), Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции

- в современной лингвистике. В: Вестник Оренбургского государственного университета. 11 (60), 91-94.]
- КАРАСИК 2014: Karasik, V. I. (2014), Kommunikativnaya tonal'nost' mediadiskursa. In: Diskurs i stil': teoreticheskie i prikladnye aspekty. Moskva, 218-230. [Карасик, В. И. (2014), Коммуникативная тональность медиадискурса. В: Дискурс и стиль: теоретические и прикладные аспекты. Москва, 218-230.]
- КОЖИНА/ДУСКАЕВА/САЛИМОВСКИЙ 2012: Kozhina, M. N./Duskaeva, L. R./Salimovskiy, V. A. (2012), Stilistika russkogo yazyka. Moskva. [Кожина, М. Н./Дускаева, Л. Р./Салимовский, В. А. (2012), Стилистика русского языка. Москва.]
- КУЗНЕЦКИЙ РАБОЧИЙ 2018: Kuznetskiy rabochiy – novokuznetskaya gorodskaya gazeta. In: <http://www.kuzrab.ru> [accessed 05.06.2018]. [Кузнецкий рабочий – новокузнецкая городская газета. В: <http://www.kuzrab.ru> [доступ 05.06.2018].]
- КУЗНЕЦОВА 2012: Kuznetsova, T. V. (2012), K probleme opredeleniya aksiologicheskoy sushchnosti SMI. In: Stilistika zavtrashnego dnya. Moskva, 136-150. [Кузнецова, Т. В. (2012), К проблеме определения аксиологической сущности СМИ. В: Стилистика завтрашнего дня. Москва, 136-150.]
- КУПИНА/МАТВЕЕВА 2013: Kupina, N. A./Matveyeva, T.V. (2013), Stilistika sovremennogo russkogo yazyka. Moskva. [Купина, Н. А./Матвеева, Т. В. (2013), Стилистика современного русского языка. Москва.]
- ЛЯШЕВСКАЯ/ШАРОВ 2009: Lyashevskaya, O. N./Sharov, S. A. (2009), Chastotnyy slovar' sovremennogo russkogo yazyka (na materialakh Natsional'nogo korpusa russkogo yazyka). Moskva. In: [http://dict.ruslang.ru/freq.php?act=show&dic=freq\\_freq&title=Частотный список лемм](http://dict.ruslang.ru/freq.php?act=show&dic=freq_freq&title=Частотный список лемм) [accessed 05.01.2016]. [Ляшевская, О. Н./Шаров, С. А. (2009), Частотный словарь современного русского языка (на материалах Национального корпуса русского языка). Москва. В: [http://dict.ruslang.ru/freq.php?act=show&dic=freq\\_freq&title=Частотный список лемм](http://dict.ruslang.ru/freq.php?act=show&dic=freq_freq&title=Частотный список лемм) [доступ 5.01.2016].]
- МАТВЕЕВА 1990: Matveyeva, T. V. (1990), Funktsional'nyye stili v aspekte tekstovykh kategoriy: Sinkhronno-sopostavitel'nyu ocherk. Sverdlovsk. [Матвеева, Т. В. (1990), Функциональные стили в аспекте текстовых категорий: Синхронно-сопоставительный очерк. Свердловск.]
- МАТИСОН 2013: Matison, D. (2013), Media-diskurs. Analiz media-tekstov. Khar'kov. [Матисон, Д. (2013), Медиа-дискурс. Анализ медиа-текстов. Харьков.]
- РУЖЕНЦЕВА 2012: Ruzhentseva, N. B. (2012), Bazovyye tsennosti mezhnatsional'nogo diskursa v zagolovkakh pervoy russkoy gazety v Afrike. In: Politicheskaya lingvistika. 4 (42), 34-39. [Руженцева, Н. Б. (2012), Базовые ценности межнационального дискурса в заголовках первой русской газеты в Африке. В: Политическая лингвистика. 4 (42), 34-39.]
- СКОВОРОДНИКОВ/КОПНИНА 2016: Skovorodnikov, A. P./Kopnina, G. A. (2016), Lingvistika informatsionno-psikhologicheskoy voyny: k obosnovaniyu i opredeleniyu ponyatiya. In: Politicheskaya lingvistika. 1 (55), 42-50. [Сковородников, А. П./Копнина, Г. А. (2016), Лингвистика информационно-психологической войны: к обоснованию и определению понятия. В: Политическая лингвистика. 1 (55), 42-50.]
- СУЗДАЛЬЦЕВА 2017: Suzdal'tseva, V. N. (2017), Obraz vlasti v sovremennykh rossiyskikh SMI: verbal'nyu aspekt. Moskva. [Суздальцева, В. Н. (2017), Образ власти в современных российских СМИ: вербальный аспект. Москва.]
- ХОЧУНСКАЯ 2013: Khochunskaya, L.V. (2013), Fenomen mediaobraza: sotsial'no-psikhologicheskii aspekt. In: Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Literaturovedenie, zhurnalistika. 2, 91-95. [Хочунская, Л. В. (2013), Феномен медиаобраза: социально-психологический аспект. В: Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика. 2, 91-95.]

