

Т. И. Краснова
Санкт-Петербург, Россия

РЕГИОНАЛЬНЫЕ СМИ В РУСЛЕ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ПОДХОДА К АНАЛИЗУ

АННОТАЦИЯ. Рецензия на книгу: «Новгородское медиаполе: опыты лингвистических исследований»: коллективная монография / под ред. Т. В. Шмелевой. — Великий Новгород : НовГУ им. Ярослава Мудрого, каф. журн., 2015. — 223 с. Широта подхода, подразумевающего институциональный и авторский, жанрово-тематический лингвистический аспекты наблюдений в новгородском медиаполе, должна была привлечь участников рецензируемого исследования к решению изначально трудной, дискуссионной задачи — дать такую предметно-методологическую конфигурацию описания материала, которая соответствовала бы охвату большого медиаполя в русле медиалингвистики, «в зеркале дискурсивного анализа». Полученные результаты можно считать интересным коллективным опытом междисциплинарного подхода к анализу региональных СМИ, но трудно считать опытом именно лингвистических исследований; скорее это их многообещающий ресурс в аспектах дискурс-анализа.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: региональное медиаполе; медиалингвистика; медиатексты; медиадискурс; средства массовой информации; дискурсивный анализ; междисциплинарный подход.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Краснова Татьяна Ивановна, доктор филологических наук, доцент кафедры речевой коммуникации, Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций», Санкт-Петербургский государственный университет; 197348, Россия, Санкт-Петербург, н/я 29; e-mail: taikrasnova@yandex.ru.

Новгородское медиаполе понимается авторами рецензируемой книги как «символическое пространство, объединяющее все составляющие коммуникации» [Новгородское медиаполе... 2015: 5]. Интерес к исследованию возрастает по мере ознакомления с его содержанием и своеобразным решением поставленных в нем задач, одной из которых выступает так называемый дискурсивный анализ. Во введении книги говорится, что предмет исследования рассматривается в новом для лингвистики аспекте — в русле направления *медиалингвистика*, и при этом с трех сторон, обозначенных как «портретирование», «мониторинг» и «дискурсивный анализ» новгородских медиа. Исходное положение осложняется тем, что авторский коллектив, рискнувший объединиться с заданной целью для анализа региональных СМИ, неоднороден. В проектах участвуют не только ученые (филологи, историк, философ, психолог), но и магистранты, практикующие журналисты. Возможно, поэтому схождение проектов в заданном медиалингвистикой междисциплинарном единстве стало не только актом научной смелости коллектива, но и процессом проблематичным, обусловившим неоднозначный результат.

Медиалингвистика понимается как новое интегративное направление, чьи особенности формулируются с опорой на теоретические положения диссертации Т. Г. Добросклонской [Добросклонская 2000; 2008], подтвержденные в ходе изучения автором британских СМИ с учетом трудов англосаксонских исследователей, в частности Дж. Корнера с его программными идеями о медиалингвистике. В расчет берется «растущее значение массмедиа» и медиацентричность социальной и культурной жизни общества. Авторы монографии констатируют: в нашей стране сила и перспективность этого «осо-

бого научного направления» заключается в том, что, являясь наследницей традиционных у нас стилистических исследований языка СМИ, медиалингвистика активно обращается к современным течениям в изучении текстов массовой коммуникации (они указываются на с. 19—20). Поскольку в этом ряду указана и «теория дискурса», то необходимо сделать одно принципиальное уточнение.

Именно вхождение в поток исследований под названием «дискурсивный анализ» и сообщило медиалингвистике все те достоинства, о которых говорится. Достаточно упомянуть работу Т. ван Дейка «Становление дискурсивного анализа», показывающую, как годы зарождения данного направления (середина 1960-х) и развития (70—80-е гг.) сопровождались мотивацией и разбором предпосылок дискурс-анализа, возникшего на стыке наук: называются структурализм и семиотика, прагматика и социалингвистика, психолингвистика и когнитивная психология, лингвистика текста и когнитивная лингвистика [ван Дейк 1989: 113—121; см. также: Серрио 1999: 12—53], то есть ровно те научные области, которые сообщили медиалингвистике статус «нового и приоритетного направления» исследований. Медиалингвистика — это лингвистика медиадискурсов (включая медиатекст). Претендуя на автономность языковой отрасли, на самом деле она составляет особое направление медийного речеведения и свой статус завоевала, опираясь на функционально-стилистическую концепцию речи и междисциплинарную теорию дискурс-анализа.

Коллективная монография состоит из введения и трех глав. Во введении указывается, чем призвана заниматься медиалингвистика в рамках регионалистики, а в главе 1 «Методология лингвистических исследований» дается представление о теоретических

основах анализа. Ключевые понятия этой области исследований (медиасистемы, медиаповедение, включающее медиапроизводство и медиапотребление) проявляются через медиатексты и медиадискурсы [Там же: 20]. По оглавлению книги видно, что дискурсивный анализ должен входить в задачу всех авторских частей рецензируемой монографии (глава 3). Вместе с тем термины «дискурс» и «дискурсивный анализ» восприняты авторами прежде всего как «модные» слова, хотя и прочно вошедшие в терминосистему медиалингвистики [Там же: 41—42]. Дискурс в монографии понимается своеобразно («инструмент медиалингвистики», с. 42), а само слово в качестве удобного дескриптора породило в монографии около 28 производных наименований. Однако начнем с бесспорных положительных сторон представленной монографии.

1. При разноплановости новгородского медиаполя авторы сохраняют единство аналитического подхода, в центре которого субъекты и их взаимодействие. Заданная во введении установка — наряду с *лингвистическим* исследованием изданий, отмечать различные *социальные* характеристики медиаполя на фоне *общих тенденций* жизни медиа (их выделено около десяти) — объясняется вниманием исследователей к целевой аудитории региональных СМИ (появление новых медиа основано на все большем ее сегментировании). Целевая аудитория как составляющая дискурса в предмете анализа определила главный вопрос при обсуждении концепций медиа. Для анализа в монографии отобраны и подробно характеризуются восемь разных изданий — печатных или интернет-«медиаинституций» — с атрибутами их официальной, содержательно-смысловой и адресатной идентификации.

2. По методам анализа описание новгородских СМИ делится на части, в одной из которых (глава 2) доминирует стилистический анализ, а в другой (глава 3) представлен так называемый «дискурсивный анализ». Сразу отметим, что в целом, по лингвистическим выкладкам в разделах, данная монография находится в лоне стилистики и продолжает ее традиции в духе комплексных лингвистических исследований СМИ (ср., например: [Лазарева 1993]). В главе 2 в языковых характеристиках, названных «штрихами к портрету» представителей регионального медиаполя, преобладают категории коммуникативно-стилистические: *стилистический прием, стилистическая дифференциация, стилистические черты, стилистика диалога, ономастиконная стилистика, образ автора, мы-коммуникация и я-коммуника-*

ция, апелляция к адресату, образ адресата. В главе 3 (названной «зеркалом» дискурсивного анализа) доминируют жанровый и содержательно-тематический подходы (контент-анализ, контекст-анализ, статистический анализ, элементы лингво-смыслового анализа) с преобладанием современных категорий поэтики и медиастилистики: *учредители, институции, автор, адресат, жанр, тема, мотив, проблема, факт, тематика, сюжет, конфликт, событийность, герой, персонаж, стиль, дискурс, интенция, пресуппозиция, номинация, ключевые слова* и др.

3. Авторы адресовали свое исследование широкому сообществу не только специалистов по языку медиа, но и журналистов, и это в значительной мере определило неоднородный характер научного изложения. Наряду с новой терминологией (дискурс, дискурсивная модель, дискурсивное пространство) в изложение включены образные наименования метафорико-метонимического свойства (*портрет, штрихи к портрету, зеркало дискурсивного анализа, принцип матрешки; культурный дискурс, горючий дискурс* и т. п.). Главным методом получения результатов исследования назван **МОНИТОРИНГ** продукции редакций газет и интернет-изданий: «систематическое наблюдение за каким-либо процессом с целью фиксировать соответствие (или несоответствие) результатов первоначальным предположениям» [Крысин 2007]. За единицу времени принят месяц. Кроме систематического мониторинга, использовался метод выборочного мониторинга для отслеживания текстов с обсуждением одной темы.

В главе 2 «Штрихи к портрету новгородских медиа» [Новгородское медиаполе 2015: 22—101] основные ориентиры и одновременно стратегии в изучении медиаполя получили наименования «портретирование», «ономастические штрихи», «коммуникативные штрихи». В методологическом разделе с заголовком «Портретирование» [Там же: 22—41] излагаются причины подхода к анализу медиаполя с точки зрения названной стратегии. Указываются труды (статьи, книги, диссертации), в которых термин «портрет» получал толкование в разных модификациях: *языковой портрет, речевой портрет; портрет конкретного говорящего.* Предложена типология объектов портретирования, коих выделено три: *человек, культурное пространство и словесный портрет* как «портрет» текста, жанра, слова. В связи с последним отметим, что семасиологические исследования в духе «портретирования» известны в лексикографии; сравните: «...лингвистическое портретирование

как особая методика синхронного описания лексем в лексикографии» [Бабаева 1998: 94]. Уточним, что впервые термин «портретирование» использовал А. К. Жолковский [Жолковский 1964] и гораздо раньше срока, предполагаемого в рецензируемой монографии (указан 1989 г.).

Авторы поясняют: стратегия портретирования (персонального, пространственного, текстового) состоит в том, что «для каждого из портретируемых объектов вырабатывается особый набор параметров» [Новгородское медиаполе 2015: 25]. Далее читатель получает ориентацию на два главных параметра региональной характеристики медиаполя — ономастический и коммуникативный. *Ономастические штрихи* региональных медиа в разделе 2.1 выявляют «стилистический портрет именуемых ими реалий» (Т. В. Шмелева): анализируются названия бумажных и электронных газет и журналов, их стилистический потенциал. Жаль, что в процесс анализа не включена концепция кода как следа дискурсивных практик в тексте (идеологический, символический коды). Можно показать влияние идеологии на имя газеты [Кравец 2002], выяснить, почему устойчиво название газеты «Приильменская правда» и в советский, и в нынешний период.

4. *Коммуникативные штрихи* портрета регионального медиаполя (раздел 2.2; Т. Л. Каминская) заключаются в образах автора и адресата — стилеобразующих категориях группового портрета новгородских медиа. К свойствам автора относятся выявленность в тексте, роли автора, степень сложности авторского начала. Авторские роли выводятся из сведений по текстам. Обсуждаются явления имитации авторства, деперсонализации, стилистический «эффект отсутствия», удельный вес в тексте. Образ адресата также рассматривается как важнейшее начало медиатекста, определяющее ее стилистику. Наблюдается действие стилистической дифференциации адресата, что характерно для властного учредительства [Новгородское медиаполе 2015: 36]. Отмечается новая практика участия адресата в информационном потоке, где роль журналиста скорее сводится к роли инициатора или модератора общественного диалога [Там же: 37]. Указываются наиболее частотные стратегии читателей-комментаторов в социальных сетях — уточнение, верификация, опровержение.

5. Для работников медиа особенно интересен раздел 2.3. «Портреты журналистов», где представлена многоплановая характеристика индивидуальных стилей журналистов С. Брутмана, А. Корякова, А. Коткина. Такой опыт позволил сделать ряд заключений об-

щего характера о собственно публицистике, роль которой в журналистике подвергается сомнению. В целом хорошо, что изучение интернет-фактуры в рецензируемом исследовании, с одной стороны, говорит о подвижности межсубъектного взаимодействия в новгородских СМИ, а с другой стороны, дает понимание проблем изучаемого медиаполя.

6. Рецензируемая книга подтверждает существующую в научных кругах гипотезу: для исследователей стал предпочтительным выход в макротекст, в открытое коммуникативное пространство. Например, «текстовое портретирование» предполагает исследование отдельных медийных жанров, тематических совокупностей, изданий как гипертекстов. Но ведь это переход к анализу более высокого уровня коммуникации с синтезом коммуникативных практик — текстовой, социальной, событийной, то есть выход на уровень *дискурса*. Именно тогда внимание ученых может сосредоточиться на подвижных аспектах коммуникации как процесса. В главе 2 отношение описания СМИ к дискурс-анализу открыто не выявлено. Безусловно, термины «стиль», «текст» и «дискурс» не являются синонимами, но взаимодействующие научные направления могут существовать, поддерживая друг друга. Существующая традиция стилистического анализа не только не должна быть противопоставленной дискурсивному анализу, а наоборот, может ему содействовать, поскольку само понятие дискурса относится «к использованию языка в интеракции» [см.: Hoffmannova 1997: 8—12].

7. Наиболее проблематичной нам представляется глава 3 «Новгородское медиаполе в зеркале дискурсивного анализа». Она состоит из восьми авторских разделов: (3.2) «новостной дискурс», (3.3) «городской дискурс», (3.4) «дискурс культуры», (3.5) «исторический дискурс», (3.6) «религиозный дискурс», (3.7) «экологический дискурс», (3.8) «конфликтный дискурс». Разграничение опирается на тематическую и интенциональную основы совокупностей текстов, «каждый из которых идентифицируется как языковой коррелят определенной социокультурной практики» [Клушина 2008: 28; Новгородское медиаполе 2015: 42]. Опорным выступает понятие *гипертекст*. Оно инициирует понимание авторами дискурса как совокупности медиатекстов «на тему» (на тему истории, на тему религии, на тему города, на тему экологии, на тему праздника и т. д.). Это позволяет авторам выделить так называемый *тематический дискурс*, который, как «матрешка» (сравнение принадлежит авто-

рам [Новгородское медиаполе 2015: 103]), включает дискурсы второго порядка. Здесь отметим очевидное: «мода на дискурсивные исследования привела к терминологической эклектике» [Клушина 2013]. В описании новгородского поля по указанным разделам преобладают категории медийной поэтики и жанра. В то же время говорится о степени дискурсивности новости (т. е. переноса темы на другие жанровые тексты), о дискурсообразующем сюжете и дискурсообразующих эпизодах. Понятие «дискурс» связывается с лингвистическим термином *детерминанта*. Выделено шесть соотносимых с параметрами речи детерминант — сфера (институциональный дискурс), фактура (фактура печати, радио, ТВ), автор, жанр, тема, отдельные смыслы текста (например, дискурс конфликта). Внутри разделов наименования множатся, включая *субдискурсы*, *мини-дискурсы*, а также имена типа *субдискурс разбитого автомата*. Похоже, с дискурсом отождествляется любая конкретизированная субъектом речь (по Э. Бенвенисту «речь, присвоенная говорящим»).

8. Свообразным достижением аналитической разработки выступает понятие *медийного сюжета*. Под медийным сюжетом предлагается понимать линию отражения в медиасфере ситуации/события социальной или культурной жизни региона, формирующую «пучок» текстов, который составляет «субдискурс» (субдискурс *одного визита*, субдискурс *одного происшествия* и т. п. [Новгородское медиаполе 2015: 104]). Медийный сюжет тяготеет к дискурсивному развертыванию и может пронизывать тексты разных жанров, сохраняющие тот же конкретный повод или его развитие. При этом «отражательная» природа медийного сюжета не делает его простым отражением реальности (зеркало может быть и кривым).

Привлекает внимание раздел 3.1 «Дискурсивная модель медиаполя». Назвать выявленную дробную структуру моделью медиаполя можно лишь условно, однако в графической схеме [Там же: 103] есть существенный смысл для общего видения проблемы анализа. В схеме отображены две дуги охвата медиаполя, покрывающие все разновидности обозначенных дискурсов. Первая, внешняя дуга охвата, — это всеобъемлющий новостной дискурс. Вторая, внутренняя дуга охвата, — это факультативный конфликтный дискурс: он обнимает другие образования медиадискурса. Таким образом, указаны главные черты всей дробной сферы медиаполя — охватывающие медиа новостная и конфликтная составляющие дискурсов.

Если идти далее по разделам главы 3,

мы бы выделили подраздел 3.2. «Новостной дискурс» (автор О. А. Ларина [Там же: 116—138]), который содержит анализ результатов мониторинга новостной продукции новгородских медиа. Вообще к новостному дискурсу в книге приковано самое пристальное внимание. Подраздел на с. 130—138 начинается с характеристики «новости» как жанра и самостоятельного типа медиатекста, дается представление о внутрижанровых модификациях новости (жанровых видах). Далее жанрово-новостной аспект затемняется, дается необычно широкое понимание новости, свойственное обыденному сознанию и удобное в журналистской практике: «Если есть что нового сообщить миру — это новость». И тогда в ранг новости возводятся многообразные публикации с сегментом «новость». Основная терминология: *новость-комментарий*, *новость-мнение*, *новость-анонс*, *новость-фоторепортаж*, *новость-видеофакт*, *протоновость*, *квазиновость*, *новость-фальшивка*. К сожалению, по лингвистике новостных текстов даются минимальные замечания. Лингвистической составляющей анализа явно не хватает, акценты делаются на нелингвистические «параметры»: актуальность, новизна, масштаб события, значимость для адресата. Но, строго говоря, это свойства не текстов (знаков), а референтов (свойства событий, являющихся референтами новостных сообщений) [Мишланов 2015: 127].

Раздел 3.3. «Городской дискурс» [Новгородское медиаполе 2015: 138—162] представлен множеством дискурсов: внутри разделов наименования дискурса множатся как таксоны. В подразделах характеризуются субдискурс — *городской среды*, субдискурс *горожан*, а также эпизодически появляющийся субдискурс *праздника*. Внутри описания встречаются *ландшафтный дискурс*, *субдискурс памятника*, *допраздничный*, *репортажный* и *послепраздничный* дискурсы, *мини-дискурсы* и пр. Внимание уделяется героям журналистских материалов (нюсмейкер, медиаперсона, герой, антигерой, персонаж) и причинам его выбора. Основная терминология описания: *медийный сюжет*, *городской язык* (въездные знаки, граффити, надписи на стенах), *пресуппозитивная информация*, «*бренди́рование города*» как *практика*, *инфоповод*, *мотив*, *комментарий*, *оценка*, *тема идентичности*, *жанры*, *заголовки*, *номинации*, *ключевые слова*.

Раздел 3.4. «Дискурс культуры» [Там же: 162—171] содержит количественные данные (культурные мероприятия, статистика). Авторы отмечают: адресат данных публикаций

немногочислен. По жанровой составляющей публикации весьма разнообразны и представлены всеми группами — от информационных до художественно-публицистических. Основная терминология в разделе: *культурный запрос аудитории, «массовизация» культуры, симбиоз культур, ответный отклик аудитории, число инфоповодов, негатив в комментариях, интернет-пользователи*.

Интересны и другие разделы главы 3, на которых в небольшой рецензии сложно остановиться. Реферативностью страдает раздел «Конфликтный дискурс» (3.8), конспективностью — разделы «Исторический дискурс» (3.6) и «Религиозный дискурс» (3.7). Обратимся к замечаниям, которые носят обобщающий характер.

К сожалению, в подразделах главы 3 много декларативного, и сказанное приходится принимать на веру: утверждениям не сопоставлены примеры; лингвистический анализ либо отсутствует, либо минимален. Изложение порой имеет вид тезисов к конференции. Скорее это план к перспективному анализу медиаречи по жанрам, темам, дискурсам.

Если говорить о дискурсивной совокупности текстов, то образуются они скорее не по ключевому слову (*история, культура, религия* и т. п.), а по концепту: слова *религия* в материале может и не быть. Кроме того, дискурс не обязательно равен совокупности текстов, он их пронизывает; в тексте может быть несколько дискурсов.

Теория стилистики заложила основы для изучения разных сфер функционирования языка. В части изучения экстралингвистических оснований выделения функционального стиля она тесно смыкается с теорией дискурса, но не дублирует ее. Поэтому дискурс и его анализ не сводится к стилистическому (по Ю. С. Степанову, это «стилистика + идеология»). Но в книге нет отсылок к концепции кода как следа дискурсивных практик в тексте [Чепкина 2001]. При этом код идеологии — один из базовых для журналистики, он всегда тесно связан с политикой. Идеологические коннотации присутствуют в любом высказывании, но они часто трудноуловимы: идеологическое обычно выдается за естественное, культурное, национальное.

В фундаментальных теориях дискурс рассматривается как объект, требующий особой методики описания, так как дискурс имеет собственные закономерности формирования, которые невозможно выявить с помощью традиционных методик языкового и текстового анализа. В книге же скорее описаны стилевые показатели медиа, типичные

для современной культурно-речевой ситуации в российских СМИ.

К сожалению, понятие «дискурс» приобретает все более гибридный, многофункциональный характер. Происходят своего рода «маркетинговые» манипуляции, которые превращают термин в механический инструмент и стимулируют его неспецифическое употребление. Тем самым создаются новые стереотипы, серьезно дискредитирующие понятие «дискурс». В монографии главным, на наш взгляд, оказался критерий удобства использования слова. Наименования дискурса играют роль метки (дескриптора). А ведь дискурс нужно рассматривать как **явление** или «образование из совокупности разных факторов (сторон явления), будь то знаковая сторона, структурная, когнитивная или социальная» [Островская 2013: 30].

В монографии наблюдается своеобразная эклектика словоупотребления в передаче специальных понятий. С одной стороны, авторы стараются быть понятыми со стороны практиков-журналистов, с другой стороны, есть некая строгая ориентация на специалистов, вводятся лингвистические термины в необычный для них контекст (*квантитативный анализ, детерминанта, пресуппозиция*).

Попытка представить в самом общем виде типологию факторов, которые определяют выдвижение и становление «медиа-лингвистики» как нового направления в современном языковедении, осложнена тем, что в монографии не интегрированы, существуют отдельно нелингвистическая и лингвистическая составляющие (пожалуй, исключение составляет глава 2). В большей доле характеристик регионального медиаполя преобладает не лингвистический, а содержательно-тематический анализ (контент-анализ). Пропорции приоритетов хорошо видны и по списку литературы.

Конечно, процесс региональной коммуникации, как показывают авторы, является весьма сложным и неоднозначным. В него вовлечены социальные, политические, региональные, историко-культурные и ряд других факторов, в том числе многообразные связи через Интернет, использование прямой и косвенной эвиденциальности в качестве средства манипуляции сознанием потребителей информации. Говоря о неоднородности полученных результатов, приходится признать, что это было ожидаемым. Иными словами, читателю предполагалось дать весьма информативную по региональному охвату группировку различных факторов, включенных в процесс описания новгородских медиа и, разумеется, связанных с языком: среди них факторы местные политиче-

ские, социально-психологические, исторические, экологические и др.

Заметим, что для привычных лингвистических исследований ограничение предмета анализа, углубленного в текст, составляет условие для получения эффективного результата. В данном случае ограниченность не адекватна обычному предмету лингвистики: изучаемое «поле» слишком широко для текстового подхода и создает его участникам труднорешаемую проблему — поиска адекватной конфигурации исследуемого, которая оправдала бы подзаголовок «Опыты лингвистических исследований».

Авторы отмечают необходимость накопления эмпирического материала, который послужил бы гарантией реалистичности выдвигаемых концепций [Новгородское медиаполе 2015: 21, 207]. Целиком поддерживаем данное положение. Именно недостаток эмпирических выкладок с лингвистическими демонстрациями специфики совокупных текстов обусловил появившиеся у нас сомнения в адекватности анализа, обозначенного в отдельных частях монографии как «дискурсивный» в медиалингвистике.

Главное достоинство монографии состоит в том, что в фокусе исследования оказывается разнородное множество феноменов, входящих в компетенцию медиалингвистики, изучающей контексты коммуникации и принципы, регулирующие речевое общение. Подтверждается интердисциплинарность направления. При этом лингвисты, историки, философы, психологи могут сохранять свое изначальное исследовательское поле, но с приоритетом лингвистики. В центре изучения в любом ракурсе остаются субъекты и их взаимодействие (интеракция), объемное по своей интегративной ментально-речевой структуре дискурсивное развертывание.

T. I. Krasnova
Saint-Petersburg, Russia

REGIONAL MEDIA IN THE FRAMEWORK OF INTERDISCIPLINARY APPROACH

ABSTRACT. *This is a review of the book: Novgorod Media-field: Experience of Linguistic studies: multi-author monograph / edited by T. V. Shmeleva. Veliky Novgorod: NovGU. 2015. — 223 p. The broad approach employed by the authors, involving institutional and authored, genre-themed and linguistic aspects of the study of Novgorod media-field, was to engage the members of the research into the solution of a complicated task of giving such subject-methodological descriptions of the material, which would be consistent with the coverage of a large media-field, in the framework of media Linguistics and “in the mirror of discursive analysis”. The results can be considered an interesting collective experience of an interdisciplinary approach to the analysis of regional media, but it's hard to call it a purely linguistic research experience; it is rather a promising resource in the aspects of discourse analysis.*

KEYWORDS: *regional media field; media linguistics; media texts; media discourse; mass media; discourse analysis; interdisciplinary approach.*

ABOUT THE AUTHOR: *Krasnova Tatyana Ivanovna, Doctor of Philology, Associate Professor of Speech Communication, “Institute of Higher School of Journalism and Mass Communication”, Saint-Petersburg State University, Saint-Petersburg, Russia.*

ЛИТЕРАТУРА

1. Бабаева Е. Э. Кто живет в вертепе, или Опыт построения семантической истории слова // Вопросы языкознания. 1998. № 3.
2. Дейк ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. — М., 1989.
3. Добросклонская Т. Г. Теория и методы медиалингвистики : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. — М., 2000.
4. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. — М., 2008.
5. Жолковский А. К. Предисловие // Машинный перевод и прикладная лингвистика. 1964. Вып. 8.
6. Клушина Н. И. Стилистика публицистического текста. — М., 2008.
7. Клушина Н. И. Зона пересечения стилистики и дискуртологии // La Table Ronde. — Минск, 2013. Вып. 2 : Лингвистика дискурса и перспективы ее развития в парадигме современной славистики. С. 26—28.
8. Кравец Т. И. Название газеты: ономазиологический и стилистический аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Екатеринбург, 2002.
9. Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов. — М., 2007.
10. Лазарева Э. А. Системно-стилистические характеристики газеты. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 1993. 165 с.
11. Мишланов В. А. Медиалингвистика в ряду традиционных направлений языкознания // Медиалингвистика. 2015. № 3 (9). С. 115—129.
12. Новгородское медиаполе : опыты лингвистических исследований : коллектив. моногр. / под ред. Т. В. Шмелевой ; Новгор. гос. ун-т им. Ярослава Мудрого. — Великий Новгород, 2015. 223 с. ISBN 978-5-89896-535-8.
13. Островская Т. В рамках парадигмы «Язык — речь — текст» стало тесно // La Table Ronde. — Минск, 2013. — Вып. 2 : Лингвистика дискурса и перспективы ее развития в парадигме современной славистики.
14. Серио П. Как читают тексты во Франции // Квадратура смысла: французская школа анализа дискурса. — М., 1999. С. 12—53.
15. Шмелева Т. В. Медиалингвистика как медийное речеведение // Медиа-текст как полиинтенциональная система. — СПб., 2012. С. 56—61.
16. Чепкина Э. В. Русский журналистский дискурс: тексто-порождающие тактики и коды (1995—2000) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. — Екатеринбург, 2001.
17. Тошович Б. Сильные и слабые стороны современных работ по дискурсу-лингвистике // La Table Ronde. — Минск, 2013. — Вып. 2 : Лингвистика дискурса и перспективы ее развития в парадигме современной славистики. — С. 35—36.
18. Hoffmannova J. Stilistica a... — Praha, 1997. S. 8—12.
19. La Table Ronde. Вып. 2. Лингвистика дискурса и перспективы ее развития в парадигме современной славистики. — Минск, 2013.

REFERENCES

1. Babaeva E. E. Kto zhivet v vertepe, ili Opyt postroeniya semanticheskoy istorii slova // *Voprosy yazykozvaniya*. 1998. № 3.
2. Deyk van T. A. *Yazyk. Poznanie. Kommunikatsiya*. — M., 1989.
3. Dobrosklonskaya T. G. *Teoriya i metody medialingvistiki : avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk*. — M., 2000.
4. Dobrosklonskaya T. G. *Medialingvistika: sistemnyy podkhod k izucheniyu yazyka SMI: sovremennaya angliyskaya mediarech'*. — M., 2008.
5. Zholkovskiy A. K. *Predislovie // Mashinnyy perevod i prikladnaya lingvistika*. 1964. Vyp. 8.
6. Klushina N. I. *Stilistika publitsisticheskogo teksta*. — M., 2008.
7. Klushina N. I. *Zona peresecheniya stilistiki i diskursologii // La Table Ronde*. — Minsk, 2013. Vyp. 2 : *Lingvistika diskursa i perspektivy ee razvitiya v paradigme sovremennoy slavistiki*. S. 26—28.
8. Kravets T. I. *Nazvanie gazety: onomasiologicheskii i stilisticheskii aspekty: avtoref. dis. ...kand. filol. nauk*. — Ekaterinburg, 2002.
9. Krysin L. P. *Tolkovyy slovar' inoyazychnykh slov*. — M., 2007.
10. Lazareva E. A. *Sistemno-stilisticheskie kharakteristiki gazety*. — Ekaterinburg : *Izd-vo Ural. un-ta*, 1993. 165 s.
11. Mishlanov V. A. *Medialingvistika v ryadu traditsionnykh napravleniy yazykozvaniya // Medialingvistika*. 2015. № 3 (9). S. 115—129.
12. Ostrovskaya T. V. *ramkakh paradigmy «Yazyk — rech' — tekst» stalo tesno // La Table Ronde*. — Minsk, 2013. — Vyp. 2 : *Lingvistika diskursa i perspektivy ee razvitiya v paradigme sovremennoy slavistiki*.
13. Serio P. *Kak chitayut teksty vo Frantsii // Kvadratura smysla: frantsuzskaya shkola analiza diskursa*. — M., 1999. S. 12—53.
14. Shmeleva T. V. *Medialingvistika kak mediynoe rechevedenie // Mediatekst kak poliintentsional'naya sistema*. — SPb., 2012. S. 56—61.
15. Chepkina E. V. *Russkiy zhurnalisticheskii diskurs: tekstoporozhdayushchie taktiki i kody (1995—2000) : avtoref. dis. ...d-ra filol. nauk*. — Ekaterinburg, 2001.
16. Toshovich B. *Sil'nye i slabye storony sovremennykh rabot po diskurs-lingvistike // La Table Ronde*. — Minsk, 2013. — Vyp. 2 : *Lingvistika diskursa i perspektivy ee razvitiya v paradigme sovremennoy slavistiki*. — S. 35—36.
17. Hoffmannova J. *Stilistica a...* — Praha, 1997. S. 8—12.
18. *La Table Ronde*. Vyp. 2. *Lingvistika diskursa i perspektivy ee razvitiya v paradigme sovremennoy slavistiki*. — Minsk, 2013.