

Новые модели коммуникации и стилистические приоритеты современного медиадискурса

В. И. Ивченков

Белорусский государственный университет,
Республика Беларусь, 220004, Минск, ул. Кальварийская, 9

Для цитирования: Ивченков, В.И. (2019). Новые модели коммуникации и стилистические приоритеты современного медиадискурса. *Медиалингвистика*, 6(1), 135–144.
<https://doi.org/10.21638/spbu22.2019.110>

Рассматривается медиадискурс как совокупность интра- и экстралингвистических структур, отражающих «фрагмент» действительности и аккумулирующих в себе иерархию знаний о происходящем. Показывается, каким образом качество информационного отображения деятельности человека в разных сферах жизни зависит от знания факторов, которые организуют бытие, создают коммуникативный эффект в тексте. Доказывается, что в таком ракурсе медиадискурс предстает в качестве коммуникативного явления, охватывающего все аспекты общения, начиная с речевой организации и заканчивая погружением текста «в жизненное пространство», обеспечивающее общение и имеющее своей задачей наладить творческое сотрудничество, диалог между журналистом и читателем, слушателем, зрителем, пользователем интернета. Определяются пути поиска организации такого сотрудничества, которые напрямую зависят от стилистических характеристик текста и его экстралингвистической направленности. Белорусские ученые, изучая интралингвистику медиатекста, особое внимание обращают на социальную природу его происхождения и функционирование в билингвальной среде. В русле дискурсного анализа медиатекст исследуется в качестве сложного когнитивного инструмента коммуникации. В современной медийной практике выстраиваются новые модели коммуникации, которые разрушают каноны так называемого линейного (вербального, сегментного) текста и усложняются паравербальными, суперсегментными (креолизованными, семиотически обогащенными, поликодовыми) формами. Организация медиаречи в таком случае не поддается привычному анализу, исходящему как из имманентной (не выходящей за пределы), так и репрезентативной (определяющей характерность) трактовки текста. На основе познавательных моделей и проекции их на реальные ситуации конструируется информационный образ события, факта, явления. И журналист, создающий текст, и адресат, воспринимающий информацию, оперируют готовыми нарративами, из которых складываются ментальные эпизоды и которые составляют социальную природу медиаречи. В современной медийной практике выстраиваются модели коммуникации, основанные на тексто-вебовой платформе. Они усложняются мультимедийными формами и предопределяют новые стилистические приоритеты.

Ключевые слова: медиадискурс, стилистические приоритеты, модели коммуникации, текст, веб-сфера.

Постановка проблемы. Информационные технологии кардинально меняют журналистику и ее приоритеты как вида литературного творчества и сферы научного познания. Выстраиваются новые модели коммуникации, в которых tradi-

ционный текст, с одной стороны, расширяет свои возможности, а с другой — перестает быть каноничным, строго параметральным. IT-сфера поменяла язык средств массовой информации, что обусловило появление нового прочтения журналистского произведения. В основу такого прочтения кладутся констатация и интерпретация медиасобытия как «фрагмента» действительности, воссозданного журналистом.

В дискурсе СМИ, документальном по своей природе, наблюдается усиление авторского начала, которое минимально проявлялось в журналистике прошлого века. Современный журналист — это личность, коммуникативный лидер, который говорит с читателем, рассуждает, анализирует, информирует (*docere*), реализует коммуникативные установки, раскрывая свою мировоззренческую позицию, побуждает к действию (*movere*), аргументирует и развлекает, склоняя аудиторию на свою сторону (*delectare*). Высказанное журналистом мнение становится в ряд других мнений, представленных на медийных и веб-платформах. Оно одно из многих... Эти обстоятельства требуют от журналиста приложения особых усилий в донесении мысли до адресата. От того, насколько он будет убедительным, зависит его профессиональный успех.

Система аналитических жанров, основанная на пропаганде и агитации, в конце прошлого века потеряла свою непоколебимость в идейном плане и не нашла себе замены вплоть до начала нового столетия. Особенно показательны в этом смысле 1990-е годы. На первую полосу газеты, где «восседала» передовая статья, в самое востребованное эфирное телевизионное время, где господствовал официоз, устремилась информация, изморфная по своей сути, разбавленная фотоиллюстрациями и «форматными» видеосюжетами. Известен случай, когда одна из белорусских газет того времени вышла с «чистой» первой полосой, что стало символом радикальной невостребованности бывшей советской аналитики (такой, например, как передовая статья) и действенным инструментом привлечения к себе внимания своего учредителя.

Замена модели субъект-объектной на субъект-субъектную, равноправную, диалогичную в принципе изменила общество, которое стало выступать в роли собеседника, равноправного партнера, а не *tabula rasa*, пустого сосуда, который должно заполнить. Потребитель массового продукта оказался в новом для него положении. Постепенно зарождается колумнистика, в которой присутствуют оценка и побуждение к действию: «Аналитическую деятельность журналиста отличает оценочный и программирующий характер, поэтому большую роль в аналитических жанрах играют оценка и побуждение» [Дускаева 2017: 363].

В информационную эпоху роль журналистики становится судьбоносной, она тесно сопряжена с решением триединой модели коммуникации: *docere* — сообщать, информировать, просвещать, убеждать; *movere* — возбуждать, подталкивать, двигать, побуждать к действию; *delectare* — развлекать, удовлетворять вкусы, приносить наслаждение, выигрывать симпатии. Иными словами, журналистике суждено сконцентрироваться на реализации трех составляющих коммуникативного акта — информируя (локуция), доказывать истинность того, о чем сообщается, чем побудить аудиторию к определенному действию (иллокуция), и, влияя на ее эмоциональное состояние, завоевать симпатии, склонить на свою сторону (перлокуция).

Через речевую индивидуальность усиливается стилистический эффект медиатекста как основного носителя дискурсивных стратегий и тактик, аккумулятора когнитивных структур.

История вопроса языка и стиля СМИ в Республике Беларусь. Изучение медиадискурса в Беларуси характеризуется традиционным подходом (как выявление речевых особенностей журналистского произведения) и появившимся в начале XXI в. дискурсивным, исходящим из возможностей стилистики публицистического текста с его сугубо лингвистическим арсеналом и экстралингвистическим окружением. Этим белорусские исследования отличались от советских и позднее российских, ориентированных на богатую литературно-художественную традицию. Постепенно в отечественной практике формируется взгляд на медиатекст как на социальное действие, что было вызвано влиянием работ по социальной и политической обусловленности языковых явлений.

В книге «Дискурс белорусских СМИ. Организация публицистического текста» [Ўчанкаў 2003] предпринята попытка показать, как в белорусской науке внедряются, развиваются и обогащаются идеи Т. А. ван Дейка — основоположника дискурсивного анализа СМИ. Его теория когнитивной обработки дискурса СМИ, вызывавшая в советском и постсоветском научном сообществе множество вопросов, спустя десятилетия уже не представляется чрезвычайно сложной и непонятной. Например, автором этих строк в качестве неперемного атрибута в решении вопроса о целесообразности посвящения себя науке аспирантам предлагалось ознакомиться с одной из первых переведенных на русский язык книг ученого — «Язык. Познание. Коммуникация» [Дейк ван 1989]. Это испытание прошли те, кто сегодня стал востребованным ученым и продолжает изучать медиа в русле реконструкции публицистического дискурса В. Короткевича [Жаўняровіч 2011], интертекстуальности как дискурсивной стратегии в современной манере письма журналиста [Зелянко 2012]. Появились новые подходы к механизму распространения информации, который претерпевает существенные изменения под влиянием технологических процессов и эволюции в межличностном дискурсе веб-пользователей [Зайцев 2017]. Исследовательский взгляд брошен на мировые конвергентные СМК как разновидность институционального типа массово-информационного дискурса [Луцинская 2017]. Постепенно формируется научное направление, в центре которого стоит исследование дискурса СМИ.

Методика анализа. Не раз было отмечено, что семантический объем понятия «дискурс» разрастается до небывалых величин. Освоение научной практикой нового понятия имеет свою специфику. Вначале этого этапа его семная структура слабо очерчена. После распространения и высокочастотного применения она расширяется и приобретает явные черты. О многомерности понятия и его осмысления говорит и основоположник дискурсивного анализа СМИ Т. А. ван Дейк: «Понятие “дискурс” так же сложно, как и многие другие понятия в науках, например “язык”, “коммуникация”, “сознание”, “мозг”, “общество” или “власть” и многие другие. В зависимости от того, какой аспект нас интересует, дискурс можно определить как “использование языка”, “форму коммуникации”, “форму социального взаимодействия”, “речевой акт”, “текст”, “разговор” и так далее. Лингвистически говоря, дискурс — это связанная последовательность письменных предложений или устных высказываний, выраженных в определенной коммуникативной ситуации с целью

передачи информации или выполнения других социальных действий» [Дейк 2013: 4–5]. Появляется исследовательская область, которую можно назвать дискурс-аналитикой и которая выходит за пределы лингвистики. На вопрос, что может предложить современная лингвистика обществу, ван Дейк справедливо заметил: «Во-первых, я бы себя назвал скорее не лингвистом, а дискурс-аналитиком. Дело в том, что дискурсный анализ гораздо шире собственно лингвистики. Именно в силу его широкого предмета изучения дискурсные исследования как междисциплинарная область могут очень многое предложить обществу помимо результатов стандартных лингвистических исследований» [Дейк 2013: 4].

Результаты исследования. Дискурсный анализ медиатекста связан с когнитивной обработкой как самого медиасобытия, так и создаваемого СМИ информационного продукта. В традиционной журналистике технология такого рассмотрения получила развитие в двух методах журналистского творчества — констатации и интерпретации факта. И первый, и второй базируются на основе познавательных моделей, социального опыта. Мозаичные по своей сути, в журналистском тексте эти модели складываются в систему и проектируются на реальные ситуации. В когнитивном процессе участвуют и производитель (журналист), и воспринимающий (массовая аудитория). По сути, журналист создает информационный образ, который, на его взгляд, объективен и соответствует реальности. В нем заложен механизм, позволяющий выявить существенные характеристики медиасобытия, но не дающий возможности оценить тот или иной факт с позиции реальности происходящего. Воспринимающий текст оперирует не фактами, а конкретными нарративными формулами, ментальными эпизодами и прочим, которые в зависимости от социального опыта, когнитивных способностей, то есть субъективно, экстраполируются на происходящее. Современный журналистский и — шире — коммуникативный процесс в этом ракурсе приобрел характерную особенность. И связано это с фейковой журналистикой. «Явление фейков в СМИ, — справедливо утверждает профессор С. Н. Ильченко — характерная черта мировой журналистики, которая возникла в медиасфере исключительно тогда, когда вся система функционирования информации подверглась серьезнейшей технологической деформации, которая привела к серьезным социально-психологическим последствиям для аудитории» [Ильченко 2016: 112]. Таким образом может создаваться иллюзия происходящего, развивается своего рода семиозис симулякров, устанавливается симуляция действительности, расширяется объем информации, в которой мало смыслов.

Качество информационного отображения деятельности человека в разных сферах жизни зависит от знания факторов, которые организуют бытие, создают коммуникативный эффект в тексте. Это позволяет рассматривать медиадискурс в качестве своеобразного аккумулятора накопленного знания, как коммуникативное явление, в которое включаются самые разные аспекты общения, начиная от речемыслительных и заканчивая погружением в экстралингвистическое пространство текста. Если первый компонент универсален, то второй зависит от общественно-политической ситуации, технократических приоритетов, национальных особенностей, научных предпочтений и др. Профессор Л. Р. Дускаева справедливо утверждает: «На основе экстралингвистических факторов, значимых для профессионального общения в той или иной ситуации, проводятся типологические ис-

следования, которые позволяют увидеть не только атрибуты речевой деятельности (цели, задачи участников, пространство распространения), но и ее структуру: действия и операции, а также отдельные техники достижения профессиональных задач» [Дускаева 2014: 8]. Так, в работах белорусских ученых показана лингвистическая природа медиатекста, изучаемого в закономерной связи с социальным опытом и «билингвальной языковой памятью» общества. Медиатекст рассматривается как сложное коммуникативное явление, транспонированное в русло когнитивной обработки дискурса СМИ.

В современной медийной практике выстраиваются новые модели коммуникации, которые не вписываются в «поле действия» линейного (вербального, сегментного) текста и усложняются паравербальными, суперсегментными (креолизованными, семиотически обогащенными, поликодовыми) формами. Организация медиаречи в таком случае не поддается привычному анализу, исходящему как из имманентной (не выходящей за пределы), так и репрезентативной (определяющей характерность) трактовки текста. Классическое определение текста И. Гальперина («произведение речетворческого процесса, обладающее завершенностью, объективированное в виде письменного документа, литературно обработанное в соответствии с типом этого документа, произведение, состоящее из названия (заголовка) и ряда особых единиц (сверхфразовых единств), объединенных разными типами лексической, грамматической, логической, стилистической связи, имеющее определенную целенаправленность и прагматическую установку» [Гальперин 2006: 18]) сегодня с трудом вписывается в рамки существующих моделей коммуникации. Развитие дефиниции ученый видел в экстраполяции: «Под текстом необходимо понимать не фиксированную на бумаге устную речь, всегда спонтанную, неорганизованную, непоследовательную, а особую разновидность речетворчества, имеющую свои параметры, отличные от параметров устной речи» [Гальперин 2006: 18].

Все характеристики устной речи И. Гальперин противопоставлял характеристикам текста: «Текст — не спонтанная речь; он лишь имплицитно рассчитан на слуховое восприятие; он не только линейен, он не только движение, процесс — он также стабилен» [Гальперин 2006: 19]. В современном понимании онтологические и функциональные признаки текста пополняются базовой характеристикой, обеспечивающей нелинейное расширение: гипертекстуальностью как воплощением смыслообразующего единства супер-, супра-, интер-, интрасегментных структур, объединяющих в себе неопределенное количество текстов (в силу их чрезвычайно активного воспроизводства) и позволяющих реализовать множество вариантов чтения, а также требующих одновременности восприятия и мышления.

В XX в. активным объектом изучения филологии стал текст, однако это не дало оснований для выработки единого подхода к исследованию его как системы. Дискурсивный анализ, базирующийся на первоисточнике — тексте, предполагает новое осмысление организации, производства и воспроизводства текста в кругу разных семиотических структур. Так, А. Вырковский в докторской диссертации «Управление процессами создания журналистского текста в печатных и онлайн-новых СМИ» своевременно указывает на необходимость нового взгляда на труд журналиста — текст. С привлечением управленческого инструментария предлагается оригинальная концепция процессного (операционного) подхода к его созда-

нию. Текст погружен в центр обновленной теории медиаменеджмента: «Специфика современного медиапроизводства привела к тому, что труд журналиста стал своеобразной “валютой”, имеющей хождение в медиаиндустрии — хотя организация работает по кардинально иным принципам, но набор операций, применяемых корреспондентом для создания медиатекста, на удивление похож на тот, что применялся десятилетия назад» [Вырковский 2017: 6]. Говоря о незначительной востребованности академической наукой исследования журналистского текста, автор справедливо утверждает: «Малоизученными остаются как его эмпирические особенности, так и имманентная сущность, что не позволяет создать полноценную теорию, особенно необходимую на современном этапе» [Вырковский 2017: 6].

IT-сфера привнесла в коммуникативный процесс важную технологическую составляющую — тексты, в которых интегрируются письменный и устный элементы и которые дополняются усложненной семиотикой. Если раньше классический текст отличался письменной доминантой, то сегодня наблюдается выравнивание соотношения в сторону устного компонента. Более того, существующие модели коммуникации (устная и письменная) пополняются третьей — виртуальной, которая совмещает в себе признаки первых и расширяется за счет паравербальных средств.

Центр вербальной деятельности современника смещен в вебо-текстовую сферу. Появляется специфическая форма речи, которая не укладывается в традиционные функциональные стили. Наблюдается отторжение нормы. В выражении мыслей интернет-пользователь не готов следовать стилистическим канонам. Или не желает / не может этого делать. Например, так позиционирует себя проект *adme.ru*: «О творчестве во всех его вариантах — от высокого искусства до крутых объятий на подъездах. < . . > Наша задача — делать в сети произведение искусства. Чтобы все самое лучшее и яркое было собрано в одном месте, у нас». И далее: «“Пирожки” (они же “перашки”) — образец глубины мысли безо всякого пафоса и занудства. Коротко, ясно, забавно и точно за 34 слога. И никаких знаков препинания, заглавных букв и рифм» [Лучшие образцы сетевого юмора 2018].

Такие явления не могут оставаться без внимания исследователей. Они представляют собой не экспериментальную вербалику, а демонстрируют гиперреальные свойства возбужденного сознания, создают своего рода симулякрию, в которой человек лишь имитирует жизнь. Демонстрируются новые структуры, выводимые из языка интернета. Бранко Тошович в статье «Стилистический интернет» говорит о так называемых эксклюзивных стилях, к которым относит емейловый, твиттерский, блогерский, эсэмэсовский, демотиваторский, «пирожковый», «порошковый» [Тошович 2017: 143]. На какой платформе они возникают и какое отношение имеют к функции? Они выделяются по разным признакам, иногда самым непредсказуемым: «Сетевая стилевая дифференциация состоит из нескольких разновидностей: вертикализованной, медиализованной, эстетизованной, валоризованной, глобализованной, операционализованной, персонализированной и квантифицированной» [Тошович 2017: 140].

Публицистическая речь всегда находилась на уровне вероятностей, была и остается ситуативной. Она динамична и изменчива, направлена на открытый диалог, который в наше время приобретает явный субъект-субъектный, экспрес-

сивный характер. «Смена характера языка в последние десятилетия с литературоцентричности на медиацентричность обусловила становление и подъем экспрессивного синтаксиса» [Канюшкевич 2017: 66]. Речь журналиста в системной организации сопряжена с вербальным потоком и подчиняется ему. У нее есть одно специфическое свойство: в силу своей оперативности (обработки, распространения и восприятия), проницаемости, открытости и доступности в ней могут проявляться асистемные для конкретного периода развития языка свойства. Это касается всех его уровней. По меткому замечанию Г. Я. Солганика, язык СМИ — это лаборатория, в которой куются средства для литературного языка [Солганик 2010: 23].

Войдя в социальные сети, адаптируясь к условиям коммуникации в интернете, СМИ меняют продукт журналистского труда — текст, его функциональные параметры не вмещаются в заданные рамки публицистического стиля, а диктуются больше когеренцией (сопряженностью), условиями, местом, способом, сферой информационного погружения.

Выводы. Платформенная модель коммуникации, в которой общение дополняется паравербальными знаками, приводит к мультимедийному тексту. Мультимедийный текст меняет природу коммуникативной среды: визуальные элементы служат средством привлечения внимания потребителей информации. Так можно персонифицировать журналиста, что наглядно выражается, например, в создании скриншотов новостных роликов в виде фотоматериалов, встроенных в фотогалерею таким образом, что при активации фотоматериала появляется его увеличенная копия, содержащая в структуре окна дополнительные ссылки на другие материалы СМИ, во включении в структуру веб-издания видеоразделов с оригинальными новостными роликами об актуальных тенденциях в культуре, моде, IT-сфере. Мультимедийное изобилие, основанное на личностном подходе, ведет к интерактивной журналистике, за которой усматривается будущее, так как сетевой журналист создает не мономедийный продукт — итеративное, дискретное произведение (сообщил и забыл), а объясняет, отслеживает, какова реакция аудитории, выделяет мнения, которые могут стать основой для продолжения коммуникации в социальных сетях, мессенджерах и других СМИ.

Таким образом, стилистика и формирующаяся дискурсология имеют единую эмпирическую базу (традиционные модели коммуникации — устная и письменная, новая — виртуальная), но пути исследования этих научных сфер расходятся: интралингвистический (от формы к содержанию) и экстралингвистический (коммуникативное явление, характеризующееся совокупностью факторов, непосредственно связанных с функционированием говорящего, представленное в тексте как иерархия знаний, стратегий и тактик, раскрывающих суть вопросов: кто создал текст, как, когда, зачем, почему...).

Виртуальная модель коммуникации диалогична по своей природе, так как строится на симметрии субъект-субъектных отношений. В ней сам по себе факт не является первопричиной. Она обнаруживается там, где есть интерпретация, форумная оценка, интерактивная реакция, что в свою очередь влияет на стилистические предпочтения и вкусы интернет-сообщества и... общества в целом.

Литература

- Вырковский, А. В. (2017). *Управление процессами создания журналистского текста в печатных и онлайн-новых СМИ*. Дис. ... д-ра филол. наук. М.
- Гальперин, И. Р. (2006). *Текст как объект лингвистического исследования*. М.: КомКнига.
- Дейк ван, Т. А. (2013). О трендах в дискурсном подавлении, европейском национализме и гуманитарной ядерной бомбе. Интервью с Т. А. ван Дейком. *Современный дискурс-анализ*, 9, 4–9.
- Дейк ван, Т. А. (1989). *Язык. Познание. Коммуникация*. М.: Прогресс.
- Дускаева, Л. Р. (2014). Медиалингвистика в России: лингвопраксиологическая доминанта. *Медиа-лингвистика*, 1 (4), 5–15.
- Дускаева, Л. (2017). Типы изложения в журналистских речевых жанрах. В *Стылістыка: мова, маўленне і тэкст* (с. 361–368). Мінск: Адукацыя і выхаванне.
- Жаўняровіч, П. П. (2011). *Публіцыстычны дыскурс Уладзіміра Караткевіча*. Мінск: РИВШ.
- Зайцев, М. Л. (2017). Распространение контента современными медиа: тенденции и специфика. *Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика*, 2, 19–23.
- Зелянко, С. В. (2012). *Інтэртэкст у публіцыстычным маўленні*. Мінск: БДУ.
- Ильченко, С. Н. (2016). Фейковая журналистика как элемент современной шоу-цивилизации. В *Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия* (с. 110–112). Екатеринбург: Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина.
- Ўчанкаў, В. І. (2003). *Дыскурс беларускіх СМІ. Арганізацыя публіцыстычнага тэксту*. Мінск: БДУ.
- Канюшкевіч, М. (2017). Тэкстаўтваральныя фразеасхемы ў сучаснай камунікацыі. В *Стылістыка: мова, маўленне, тэкст* (с. 65–73). Мінск: Адукацыя і выхаванне.
- Луцинская, О. В. (2017). Конвергентные средства массовой коммуникации в системе массово-информационного дискурса. *Вестник Минского государственного лингвистического университета. Серия 1, Филология*, 3 (88), 21–27.
- Лучшие образцы лаконичного юмора в сетевой поэзии за год* [Web-страница]. (2018). Электронный ресурс. <https://www.adme.ru/svoboda-kultura/pirozhenki-i-poroshki-602405/>.
- Солганик, Г. Я. (2010). Язык СМИ на современном этапе. *Мир русского слова*, 2, 21–24.
- Тошович, Б. (2017). Стилистический интернет. *Актуальные проблемы стилистики*, 3, 133–145.

Статья поступила в редакцию 15 ноября 2018 г.;
рекомендована в печать 27 декабря 2018 г.

Контактная информация:

Ивченков Виктор Иванович — д-р филол. наук, проф.; diskurs03@mail.ru

New Models of Communication and Stylistic Priorities of Contemporary Media Discourse

V. I. Ivchenkov

Belarusian State University,
9, ul. Kalvariiskaia, Minsk, 220004, Republic of Belarus

For citation: Ivchenkov, V. I. (2019). New Models of Communication and Stylistic Priorities of Contemporary Media Discourse. *Media Linguistics*, 6 (1), 135–144. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2019.110> (In Russian)

The article considers media discourse as a complex of intra- and extralinguistic structures reflecting a “fragment” of reality and accumulating the hierarchy of knowledge about what is going on. It demonstrates how the quality of informational reflection of a person’s activity in different spheres of our life depends on the knowledge of facts which organize being as well as create a communicative effect in a text. The article proves that according to such an approach media discourse is a communicative phenomenon which encompasses all aspects

of communication starting from speech organization to plunging of a text “into a life space” which provides communication and has an objective to organize a creative cooperation, a dialogue between a journalist and a reader, a listener, a viewer and an internet user. The ways of searching for such cooperation are defined. In works of the Belarusian scientists, the linguistic nature of a media text is shown. A media text is studied in relation to social experience and “bilingual linguistic memory” of the society. The informational image of an event, fact and phenomenon is constructed on the basis of cognitive models and their projections on real situations. A journalist who produces a text as well as an addressee who comprehends this text both use ready-made formulas. A system of social organization of media speech is taken out of these formulas. Models of communication based on a text-web platform are drawn up. These models become more complex by using multimedia forms and predetermine new stylistic priorities.

Keywords: media discourse, stylistic priorities, models of communication, text, web sphere.

References

- Dijk van, T.A. (1989). *Iazyk. Poznanie. Kommunikatsiia* [Language. Cognition. Communication]. Moscow: Progress. (In Russian)
- Dijk van, T.A. (2013). O trendakh v diskursnom podavlenii, evropeiskom natsionalizme i gumanitarnoi iadernoi bombe: interv’iu s T.A. van Deikom [On trends in discourse suppression, European nationalism and the humanitarian nuclear bomb]. An interview with T.A. van Dijk. *Sovremennyyi diskurs-analiz* [Modern discourse analysis], 9, 4–9. (In Russian)
- Duskaeva L.R. (2014). Medialingvistika v Rossii: lingvopraksiologicheskaja dominanta [Medialinguistics in Russia: linguopraxiological dominant]. *Medialingvistika* [Medialinguistics], 1(4), 5–15. (In Russian)
- Duskaeva L. (2017). Tipy izlozheniia v zhurnalistskikh rechevykh zhanrakh [Types of presentation in journalistic speech genres]. In *Stylistyka: mova, mavlenne i tekst* [The style of language, speech and text] (pp. 361–368). Minsk: Education and upbringing. (In Russian)
- Gal’perin, I.R. (2006). *Tekst kak ob’ekt lingvisticheskogo issledovaniia* [Text as an object of linguistic research]. Moscow: KomKniga. (In Russian)
- Ilchenko, S.N. (2016). Fejkovaya zhurnalistika kak ehlement sovremennoj shou-civilizatsii [Fake journalism as an element of the contemporary show civilization]. In *Zhurnalistika tsifrovoi epokhi: kak meniaetsia professiia* [Digital age journalism: how changing profession] (pp. 110–112). Ekaterinburg: Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin. (In Russian)
- Ivchenkov, V.I. (2003). *Dyskurs belaruskikh SMI. Arganizatsyia publitsystychnaga tekstu* [Belarusian media discourse. Organization of journalistic text]. Minsk: BSU. (In Belarusian)
- Konyushkevich, M. (2017). Tekstavtvaral’nyia frazeaskhemy v suchasnai kamunikatsyi [Text-forming frazeaskhemy in modern communication]. In *Stylistyka: mova, mavlenne i tekst* [The style of language, speech and text] (pp. 65–73). Minsk: Education and upbringing. (In Belarusian)
- Luchshie obraztsy lakonichnogo iumora v setevoi poezii za god* [The best examples of laconic humor in the network poetry per year] [Web page]. (2018). Retrieved from <https://www.adme.ru/svobodakultura/pirozhki-i-poroshki-602405/>. (In Russian)
- Lushchinskaya, O.V. (2017). Konvergentnye sredstva massovoi kommunikatsii v sisteme massovoinformatsionnogo diskursa [Convergent means of mass communication in the system of mass information discourse]. *Vestnik Minskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Seriya 1, Filologiya* [Bulletin of the Minsk State Linguistic University. Series 1, Philology], 3(88), 21–27. (In Russian)
- Solganik, G.Ya. (2010). Iazyk SMI na sovremennom etape [Language media at the present stage]. *Mir russkogo slova* [Russian word world], 2, 21–24. (In Russian)
- Toshovich, B. (2017). Stilisticheskii internet [Stylistic Internet]. *Aktual’nye problem ystilistiki* [Actual problems of stylistics], 3, 133–145. (In Russian)
- Vyrkovsky, A.V. (2017). *Upravlenie protsessami sozdaniia zhurnalistskogo teksta v pechatnykh i onlainovykh SMI* [Managing journalistic writing processes in print and online media]. Dis. ... d-ra. filol. nauk. Moscow. (In Russian)
- Zaitsev, M.L. (2017). Rasprostranenie kontenta sovremennymi media: tendentsii i spetsifika [Distribution of content by modern media: trends and specifics]. *Zhurnal Belorusskogo gosudarstvennogo*

- universiteta. Zhurnalistika. Pedagogika [Journal of Belarusian State University. Journalism. Pedagogy]*, 2, 19–23. (In Russian)
- Zelyanko, S. V. (2012). *Intertekst u publitsystrychnym maylenni [Intertekst in journalistic speech]*. Minsk: BSU. (In Belarusian)
- Zhevnerovich, P. P. (2011). *Publitsystrychny dyskurs Uladzimira Karatkevicha [Journalistic discourse Vladimir Karatkevich]*. Minsk: RIVS. (In Belarusian)

Received: November 15, 2018

Accepted: December 27, 2018

Author's information:

Viktor I. Ivchenkov — Dr. Sci. in Philology, Professor; diskurs03@mail.ru