ДИСКУССИИ

УДК 81

Критика медиаречи: вопросы для дискуссии

Н. С. Цветова

Санкт-Петербургский государственный университет,
Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9

Для цитирования: Цветова, Н. С. (2021). Критика медиаречи: вопросы для дискуссии. *Медиа-лингвистика*, 8 (3), 299–314. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2021.308>

Статья посвящена одному из четырех направлений современной медиалингвистики — критике медиаречи (КМ). Известно, что как самостоятельное научное направление КМ активно формируется в русле медиалингвистики в течение нескольких последних лет. Основные предпосылки оформления КМ — логика развития современной лингвистики, демонстрирующей неуклонный рост внимания к реализуемым в разных дискурсивных пространствах коммуникативным возможностям языка; перемещение активных языковых процессов в медийное пространство и последовавшее за ним возникновение конфликта между традиционным представлением о речевой культуре и сегодняшними требованиями к эффективному использованию языковых ресурсов. Автор статьи обращает внимание на решение многих установочных проблем, что зафиксировано в словаре-справочнике «Медиалингвистика» (2018), где определен аналитический статус новой дисциплины, обозначены объект и предмет научного исследования, связи с целым рядом субдисциплин. Подчеркивается уникальность исследовательского поля КР, представленного в этапной для славянской медиастилистики коллективной монографии «Медиалингвистика славянских стран» (2020). Но цель статьи — выявление дискуссионных зон, которые уже обозначились в соответствующем исследовательском пространстве. Автор предпринимает попытку презентации актуальной проблематики, ориентируясь на заявленные ранее критерии оценки медиаречи: эффективность, правильность, этичность, эстетичность. Основные выводы: 1) нормативная концепция медиаречи формируется в процессе диалогического взаимодействия компетентного профессионального сообщества, «обрабатывающего язык», и филологов, способных осмыслить результаты этой «обработки» на основании детального анализа речевой ситуации в массмедиа; 2) сверхзадача МК связана с удовлетворением «потребности в общепонятном, правильном языке», которая соответствует установке на сохранение национального единства и «политико-экономической целостности государства» (идея Н. И. Толстого); 3) наиболее бесспорными при признании нескольких спорных моментов видятся критерии эффективности и правильности медиаречи; 4) один из самых

серьезных дискуссионных вопросов возникает в зоне этико-эстетической рефлексии критики, связанной с речевой репрезентацией категории комического в российских массмедиа, обусловленной господством в современном медийном пространстве философии неогедонизма.

Ключевые слова: критика медиаречи, эффективность, правильность, этико-эстетическая рефлексия, рекомендации.

Постановка проблемы

Как самостоятельное научное направление критика медиаречи (КМ) активно формируется в русле медиалингвистики в течение нескольких лет. Основные предпосылки оформления КМ заключаются в логике развития современной лингвистики, демонстрирующей неуклонный рост внимания к реализуемым в разных дискурсивных пространствах коммуникативным возможностям языка, перемещение активных языковых процессов в медийное пространство и последовавшее за ним возникновение конфликта между традиционным представлением о речевой культуре речи и новыми требованиями к эффективному использованию языковых ресурсов. Новую языковую ситуацию, спровоцировавшую возникновение КМ, зафиксировал В. Г. Костомаров: «Сегодня обработка языка переходит от поэтов и писателей к тем, кто создает влиятельные, но отнюдь не всеми одобряемые и не во всем достойные печатные и звучащие тексты массмедиа, а то еще оказывается в руках рекламщиков, часто небезаламанных, но увлеченных только денежной выгодой» [Костомаров 2015].

Наша цель — проанализировать сегодняшнее состояние КМ, обозначить ключевые достижения и проблемные зоны, осмысление которых может стать основанием для развития данного научного направления.

В ходе анализа применялись общенаучные приемы наблюдения, обобщения и классификации эмпирического материала. Преобладающие методы исследования — когнитивно-дискурсивный и интенционально-стилистический. Также при интерпретации эмпирического материала использовался прием интроспекции, так как исследователь является носителем языка. Теоретическая основа созданного научного сюжета — авторское представление о критериях оценки современной медиаречи.

Эмпирическая база исследования создана в результате многолетнего мониторинга медиaprостранства с использованием метода сплошной выборки и элементов контент-анализа, предполагающего анализ тех продуктов коммуникативной деятельности в массмедиа, которые требуют оценочной интерпретации.

История вопроса

Решение ряда установочных проблем, связанных со становлением КМ как самостоятельного научного направления, было зафиксировано в словаре-справочнике: обозначен аналитический статус КМ, выявлены объект и предмет исследования, связи с целым рядом субдисциплин [Медиалингвистика 2018]. Основными итогами специальных мероприятий в рамках международных научных конференций и семинаров, организованных кафедрой медиалингвистики СПбГУ можно считать издание коллективной монографии Л. Р. Дускаевой, Т. Ю. Редькиной

и Н. С. Цветовой [Дускаева, Редькина, Цветова 2019] и выход первого специального номера международного научного журнала «Медиалингвистика» (2020. Т. 7. № 3), в котором опубликованы работы Е. Н. Басовской, Т. Д. Романцовой, Н. Ю. Ломыкиной, Е. К. Гуровой, Т. В. Чернышовой (Россия), Л. П. Саенковой-Мельницкой (Беларусь), В. Бонджоловой (Болгария), К. Кашевского (Польша). Ключевые достижения на сегодняшний день: описание предмета и объекта исследования (Л. Р. Дускаева, В. И. Коньков, В. В. Васильева), критериев оценки медиаречи [Tsvetova 2019] и формирование представления о праксиологической норме [Дускаева 2018]. После выхода тома «Медиалингвистика славянских стран» (2020) можно констатировать очевидность «активного наращивания разнообразия аналитических подходов, связанных с новым научным направлением, провоцирующее естественные в этих условиях попытки систематизации уже накопленных знаний, упорядочения сложившихся представлений» [Цветова 2020].

Как показали дискуссии в рамках прошедшей в ноябре 2020 г. международной научной конференции «Язык в координатах медиа и права» (Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ), сегодня можно говорить о нескольких проблемных зонах. Каждая из них имеет свой объем, свои предпосылки формирования, но все выявленные вопросы требуют системного осмысления, предполагающего опору на научные концепции не только классической филологии, но и риторики, философии, психологии, теории коммуникации, могут быть решены с учетом особенностей национального ментального пространства, с одной стороны, и процессов дигитализации, визуализации современной медиаречи, медиатизации глобального коммуникативного пространства — с другой.

Анализ материала

Первое, что нуждается в уточнении, сверхзадача КМ, решение которой не может исчерпываться созданием «пассивной геологической и топографической карты языковой окружи», как считали многие классики — А. А. Шахматов, Л. Т. Ельмслев, В. Г. Костомаров и др. [Костомаров 2015]. Р. Барт еще в 1963 г. писал: «Критика занимается воссозданием правил и условий выработки... смысла» [Барт 1994: 274].

Такое понимание миссии нового научного направления предполагает коррекцию уже сложившегося представления о субъекте КМ. Прежде говорилось о том, что решение данной задачи могло бы быть возложено на профессионалов речи. Особое доверие профессионалу в последнее десятилетие в значительной степени связано с возрастающим стремлением человека пишущего освободиться от «аристократизма филологии» (выражение И. А. Бодуэна де Куртенэ). Видимо, это стремление может быть принято и оправдано. Но, например, П. Бурдьё обращает внимание на то, что сегодня часто от имени профессионального сообщества выступают «посредники-коммуникаторы», которые «дискредитируют само имя профессионала» [Бурдьё 2002]. Именно такие посредники в годы перестройки абсолютизировали и подняли на знамя новой журналистики афоризм Н. П. Шмелёва «Все, что эффективно, — нравственно!»¹ Под этим знаменем выросло поколение журналистов, для которых свобода профессионала — «произвол субъективизма, индивидуального вкуса»

¹ Книжное обозрение. 1 января 1988. № 1 (1127).

[Havranek 1938: 154], провоцирующие серьезные риски деформации языковой системы [Сиротинина 2013], легитимизацию стремительно распространяющегося мнения о существовании корпоративных или дискурсивных речевых норм.

Наше убеждение: нейтрализовать сомнительные результаты безбрежного процесса демократизации речи можно только в диалоге журналистов и филологов, которые, как писал академик В. Г. Костомаров, призваны «создать надежный лингвистический компас, дать прогнозы и рекомендации» [Костомаров 2015]. Нормативная концепция медиаречи, которая может быть востребована профессиональным сообществом, должна формироваться в процессе диалогического взаимодействия компетентного профессионального сообщества и филологов. Мы нисколько не сомневаемся в том, что источником идеалов, норм может быть только реальная речевая деятельность. Профессионалы в процессе творческой деятельности устанавливают и презентуют актуальные речевые техники, апробируют новые механизмы тексто- и смыслопорождения. Специалисты-филологи, в свою очередь, наблюдают за тем, как нечто новое рождается, потом многократно повторяется в речевой практике. На основании детального анализа речевой ситуации в массмедиа филологи организуют процесс «фильтрации» нового (аргументированное аналитическое описание позитивных и негативных характеристик медиаречи), разрабатывают типологии речевых проблем и дают мотивированные советы по их устранению. Уточним: такой алгоритм корректировки речевой ситуации будет работать только тогда, когда удастся сбалансировать установку на воспитание у медийного автора чувства ответственности за здоровье родного языка, за сохранение единого национального коммуникативного пространства и уверенность в необходимости свободного, творческого отношения к «основному орудю производства».

Базовой дискуссионной площадкой могут стать и авторитетный еженедельник «Журналист», и специализированные научные издания (например, журнал или сайт «Медиалингвистика»).

Вторая проблемная зона, на наш взгляд, связана с применением в реальной, невероятно разнообразной речевой практике в массмедиа актуальных, обозначенных нами ранее критериев оценки (правильности, этичности, эстетичности), следование которым должно обеспечивать эффективность медиакommunikации.

Критерий эффективности медиаречи можно считать феноменологичным, обусловленным высочайшим прагматизмом медийной коммуникации. Эффективность в данной сфере уже привычно определяется тиражируемостью текста, спровоцированной им «медиаволной», формируемой профессиональным и экспертным сообществом, и реакцией исключительно целевой аудитории, которая сегодня в подавляющем большинстве случаев легко измеряется количеством «лайков» и комментариев в блогах. На первый план на данном этапе выходит формальная проблема: широко обсуждаемые в массмедиа возможности «накрутки» статистических показателей, которыми, например, сегодня активно пользуются блогеры, многие публичные персоны, заинтересованные в подписчиках.

Еще одним только кажущимся безусловным в применении является критерий правильности. Уровень речевой компетентности медиаперсонажей совсем недавно спровоцировал такую оценку одного из ведущих канала ОРТ — *немножко бред* (эфир 3.03.2021). Это поле деятельности для критика медиаречи необъятное. Одна возможность — анализ многочисленных нарушений грамматических норм. Мож-

но сосредоточиться на огорчительных для филолога частностях, актуальных еще во времена А. П. Чехова. Имеем в виду распространенный медиавариант использования деепричастного оборота: *Слониха рыла яму 11 часов. Узнав зачем, у людей не было слов* (Росинфоньюс. 09.09.2020). Можно пойти вслед за Н. Д. Бессарабовой, опубликовавшей результаты презрительного отношения к лексическим нормам [Бессарабова 2016]. Еще один вариант продиктован неизбывной болью от очевидной деградации фонетического облика устной медийной речи и т. п.

Разного типа речевых неправильностей так много, что, например, в Иерусалиме (Израиль) была создана «Общественная лаборатория русского языка» (М. Каганович, 2012). «Лаборант» в жанре лекции давал «дружеские советы» коллегам-журналистам «по результатам обзора языковых неточностей, ошибок, спорных моментов в некоторых, преимущественно центральных, СМИ. Возмутительное бездействие властей и «равнодушие филологической науки» заставило «гражданского» критика рассылать актуальные аналитические материалы электронной и обычной почтой в редакции главных российских печатных и интернет-СМИ, на центральное телевидение, в фонд «Русский мир», в приемные Президента и премьер-министра России, зарубежные культурные центры и т. п. Аналогичный пример гражданской активности в данной сфере — в сообщении всех новостных каналов в начале 2021 г. о том, что Уральская казачья дружина приняла решение контролировать интернет на предмет использования табуированной лексики.

Искреннее возмущение читателей — ценителей русского языка становится понятно, если, например, проанализировать на соответствие критерию правильности несколько реплик из теледиалога Т. Устиновой с В. Полозковой. Популярная сетепозтесса, которая в «мирской» жизни после журфака МГУ трудилась редактором (!), признавалась: *Большой объем того, что я сейчас делаю, произошло в детстве... Руководство нерациональными вещами меня никогда не подводило... У меня получается писать записки из путешествия классно... Книжки поэтические имеют свои режимы существования... Тут упоминается твое имя или кличка... Я из чисто соревновательных соображений играла в ЖЖ (Мой герой. ТВЦ. 08.07.2020.)*. Такого рода откровения даже со скидкой на то, что предъявлены они в устной форме, позволяют сделать неоспоримый вывод: косноязычие героини обусловлено отсутствием речевых компетенций, обеспечивающих точность и ясность высказывания. Вряд ли Т. Устинова и работающие с ней редакторы пытались сознательно скомпрометировать «Пушкина наших дней» (оценка из установочной оценочной врезки актрисы Л. Толкалиной).

Самые серьезные противники ревнителей правильности медиаречи — защитники права журналистов на создание оригинального авторского стиля, апеллирующие чаще всего к творческому опыту великого Л. Н. Толстого, создатели рекламных текстов, сознательно использующие аграматизм как обладающую высоким воздействием потенциальную речевую технику. Именно они часто вспоминают слова В. Г. Белинского о семинаристе, который «говорит и пишет как олицетворенная грамматика, а его ни слушать, ни читать невозможно».

Как и кто определит границы допустимого при медийной эксплуатации соответствующих приемов языковой игры? Вопрос почти риторический. К нему примыкают множество частных и смежных. Надо ли заниматься регламентацией прописных букв? Необходима ли стандартизация передачи иноязычных заимствований

(когда и чем закончится спор: *массмедиа* или *масс-медиа*?)? Может быть, вообще отдать орфографию рекламного текста на откуп маркетологам [Васильев 2021]? Как быть с защитниками «корпоративного» стиля, которые, например, защищают как журналистские формулы конструкции *точка зрения о том, утверждать о том, задать небольшой блиц, происходит ЧС, экономить бюджет, чувственно воспринимать жизнь, порядка десяти* и т.п. Как быть с конфликтом эффективности и воздействия в долгосрочной перспективе? Можно ли не обращать внимания на то, что сегодняшние школьники вслед за агрессивной рекламой и безграмотными блогерами все существительные пишут с заглавной буквы...

Третий обозначенный нами ранее критерий оценки медиаречи — этичность. Основы этики речевого поведения в России были заложены в древнерусскую эпоху в сочинениях религиозных философов, отцов церкви. В объединенной концепции «О грехах языка» самым страшным из грехов было провозглашено сквернословие.

В светской литературе ключевые положения этого учения актуализированы еще Владимиром Мономахом, призывавшим «не свирепствовать словом» («Поучения Владимира Мономаха», XII в.).

Сегодня проблемами речевой этики успешно занимаются специалисты по лингвистической экспертизе, актуализаторы русского речевого этикета, создатели концепции речевой агрессии, исследователи табуированной лексики (В.И. Жельвис, В.В. Химик, Т.В. Чернышова, Т.И. Сурикова, Т.А. Романова, Е.Н. Басовская, Е.С. Кара-Мурза и др.). Применение критерия этики к языку медиа кажется наиболее технологичным, так как в значительной степени регулируется законодательно. Но даже в этой сфере существуют проблемные зоны, которые связаны не только с речевой формой медиатекста, с ожиданием как минимум от качественных СМИ языковой «респектабельности», но и с вполне определенными требованиями к смысловой структуре, аксиологическому содержанию медиатекста. Причем эти требования формируются в мировой медиалогии, а не только в русской медиалингвистике. Так, авторы популярной американской монографии «Основы воздействия СМИ» рассказывают о противоречивых оценках опубликованных в британской прессе юмористических материалов о ворах, дебоширах, проститутках — представителях маргинальных социальных групп. Эти публикации можно было бы считать эффективными, основываясь на положительной реакции массовой аудитории. Но «акцент на скандалах, сексе и насилии», отмечают исследователи, вызвал критическое отношение профессионалов, которые продемонстрировали «озабоченность по поводу пагубного воздействия таких материалов на нравственность читающей публики», на массовые этические представления [Брайант, Томпсон 2004: 43].

Важный нюанс: толкование, понимание этичности в российском медиапространстве исторически было еще более жестким, обуславливалось категорией авторства, особенностями национального коммуникативного кода, исторической ситуацией, ситуацией общения. Если учитывать национальную традицию, то, например, речевое поведение Л. Кудрявцевой, ведущей ток-шоу «Секрет на миллион» (НТВ) часто становится проявлением *этического аутизма*². Как иначе можно оценить вопрос о первой брачной ночи, прозвучавший в теледиалоге с 80-летней невестой шоумена народной артисткой России Л. Н. Федосеевой-Шукшиной?

² Тарощина С. Между юбилеем и поминками. Как телевизор хоронил Марка Захарова (Новая газета. 1 октября 2019).

Кроме агрессивности и пошлости, в зоне этической рефлексии находится откровенный цинизм создателей новых медиа и авторов рекламных текстов. Так, традиционные СМИ после унесшей жизни более 40 человек трагедии в одном из аэропортов российской столицы, продемонстрировали запись мобильного репортера с закадровым комментарием: *Сел с огоньком!* (смеется).

В новостном блоке НТВ 21 мая 2020 г. прошло сообщение о скандале в Смоленске. Кампания, представляющая ритуальные услуги, обнародовала рекламное объявление, в котором предложила 20-процентную скидку по промокоду *Корона*.

В этически опасной зоне — «короли эпатажа» вроде популярного в молодежной аудитории Ю. Дудя, отличающегося не только жесткой ориентацией на запросы своей аудитории, но и умением «настраивать» партнера на нужную ему коммуникативную волну с помощью разного типа провокативных техник, которые в иной коммуникативной ситуации могли бы спровоцировать серьезную неудачу. В шоу-диалоге с М. Ефремовым Ю. Дудь задает вопрос, смысловая структура которого оксюморонна, так как формируется с использованием уважительного обращения по имени-отчеству на «Вы» и жаргонно-ироничного глагола: *Михаил Олегович, Вы бухаете?* В ином коммуникативном пространстве, в диалоге с иным собеседником такого рода стиливое смещение могло бы обратиться коммуникативной катастрофой. Но М. Ефремов молниеносно оценил используемую против него провокативную технику и немедленно отбил удар: *Я подбухиваю*. Если оценивать этот текстовый фрагмент с позиций традиционной этики, то придется констатировать недопустимость амикошества. А при оценивании успешности профессиональной деятельности журналиста придется признать высокую профессиональную компетентность, позволившую спрогнозировать реакцию собеседника, немедленно переведшего диалог в комический регистр.

Но главное, на наш взгляд, в этой зоне — атрибуция хамского речевого поведения как речевого проступка или преступления. Данная проблема, на наш взгляд, проигнорирована при анализе речевого поведения А. Навального во время судебного заседания в феврале 2021 г. Публичная номинация *холуй* экспертами не признана клеветнической, так как не могла быть проверена на соответствие действительности. Но и не рассматривалась как хамская, оскорбительная, недопустимая в публичной коммуникации. Однако в анализируемой ситуации она преступная, если исследовать причины ухудшения физического состояния человека. Может быть, принятие этого обстоятельства обусловлено массовой привычкой, сформированной медиаперсонами вроде В. Соловьева, осознающими себя владельцами «ярлыка» на безграничное хамство в эфире. А может, является последствием фактической пропаганды конфликтных форм общения на «первых» телевизионных «кнопках» в бесконечных политических и «семейных» ток-шоу [Петрова 2006].

Вариантов этически сниженного, провокативного речевого поведения «медиазвезд» достаточно. Пока, судя по комментариям, оно объективно оценивается уже незначительной частью аудитории, сохраняющей остатки риторического национального иммунитета. Негативная этическая оценка зрителей была зафиксирована в блестящих ироничных интернет-комментариях к рекламному ролику с участием Ф. Киркорова и Н. Баскова, посвященному кошачьему корму: «Смотрим, как два народных артиста борются за любовь кота!» Но уже и критически настроенный адресат не ограничивается ироничной оценкой того или иного факта, события,

сюжета, высказывания, текста. Недопустимым сочли зрители поведение дочери известной актрисы Л. Голубкиной Марии на телепраздновании 80-летнего юбилея матери. Единственная дочь вместо поздравления процитировала напутствие своего институтского товарища И. Охлобыстина: *Ты не огорчай свою мать, ведь она недавно с тобой познакомилась*. Комментарии возмущенных зрителей были агрессивными: *явилась в черной водолазке и в джинсовой юбке; быдлчество; юбилей дочь испохабила* (Яндекс Дзен. 10.02.2021).

Можно предположить, что самое трудное для критиков медиаречи — выявление, осознание, описание принципов, норм, технологий, актуализация которых может обеспечить эстетичность медиаречи. Этот критерий еще в Древней Греции считался базовым для критики текста и предполагал включение речевого факта в многочисленные контексты: культурные, исторические, социальные, идеологические. Создатель известного в первой трети XIX в. эстетического трактата А. И. Галич ввел понятие «эстетическое достоинство» [Самсонова 2021: 46]. Уже во второй половине XX в. И. Бродский говорил, что он считает этот критерий выше этического.

Исторически представление о русском этико-эстетическом идеале в значительной степени воплощалось в образе художника, творца. В середине XVI в. на Стоглавом соборе, проходившем при участии Ивана Грозного, было сказано: «Подобает живописцу быти смиренну, кротку, благоговейну, непразднословцу, несмехотворцу, несварливу» [Казин 2000: 112]. Создатель «кусательного стиля» вынужденно придумал этико-эстетическую компенсацию собственной почти всегда наступательной позиции — «прием притворного самоунижения». Русская православная церковь до сих пор настойчиво напоминает о таких «грехах языка», как ропот, осуждение, сквернословие, празднословие. Церковные просветители до сих пор заклинаят: «Помни, что говоришь; помни, кому говоришь; помни, где говоришь; помни, зачем говоришь; помни, какие из того могут быть последствия» [Протоиерей Артемий Владимиров 2011: 337].

Но, несмотря на сопротивление консерваторов, время способствовало изменению представлений о прекрасном, расширению границ эстетического — возникновению в конце концов «эстетического хаосмоса» (Ж. Делёз). В советское время кого-то воодушевляла патетика передовой статьи. С наступлением перестройки патетика уже провоцировала исключительно ироничное отношение аудитории, но четко обозначился всеобщий интерес к аналитике. В середине 1980-х годов в Ленинграде каждую среду чуть свет выстраивалась очередь к киоску «Союзпечати». Причина — желание купить лучший в мире, как тогда считалось, журнал «Огонек», главным редактором которого был В. Коротич. Но с налаживанием массового производства медиафастфуда пропал интерес и к серьезной аналитике. На заре новейшей эпохи в журнале «Афиша» в рубрике «Летнее чтение» рекламировалась технология *столпа отечественной архитектурной критики* Г. Ревзина, открывенничавшего по поводу модных принципов текстопорождения: *Когда я начинал работать журналистом, я с некоторым удивлением открыл для себя законы гламурного интервью. Это очень специальный жанр, в котором вы должны постоянно дозировать отвращение с восторгом... Если человек заговорил о чем-то красивом, полезно рассказать читателю, что на лбу у него пульсировал вулканический прыщ. И наоборот, говоря о том, как он трогательно влюблен в свою молодую жену, полезно дополнить это сведениями о том, когда он перестал заниматься мастурба-*

цией. Бойкий критик вынужден предъявить эстетические основания нового жанра: *И вот, пытаюсь осознать для себя специфические законы этого жанра, я вдруг понял, что за ним стоит стиль, и имя этому стилю — Сальвадор Дали* (Афиша. 28 июня — 9 июля 2006).

Спустя пару десятилетий уже без комментариев идеальными героями СТС, ТНТ провозглашают фриков. Журналистские «утки» эстетизируются до уровня фэйков. МузТВ продвигает как новый идеал красоты полуобнаженную женщину, демонстрирующую странную пластику со странным, как минимум, причетом: *Пока и я тебя, и ты меня, если что / И надо признать теперь, что мы, как и большинство / А значит же не всегда у нас все, как у всех! / И я тебя никогда, в том плане, что насовсем...*

Популярная медиаперсона сегодня — это чаще всего остроумец, абсолютно уверенный в собственной правоте и свысока это свое знание аудитории преподносящий.

Можно ли применить эстетический критерий к системе медийных амплуа, эксплуатируемых нынешними публичными персонами? И речь не только об оценке эффективности амплуа провокатора В.Жириновского, пошляков из «Камеди Клуб», балагуров типа И.Урганта. Например, певец стирального порошка, произносящий на невероятной скорости монолог, завершающийся междометием-варваризмом *Bay!*, в роли ведущего телевизионной игры, посвященной русскому языку, актуализирует или компрометирует идею молодежной просветительской программы? В общественно-политической газете Липецкой области в год юбилея Победы был опубликован горький комментарий И. Розенфельда «Звездная пыль», посвященный концерту на Мамаевом кургане в Сталинграде. Автора взволновало исполнение стихов военных лет, строк из писем погибших солдат шоуменом А.Малаховым. Завершался комментарий вопросом к «телебоссам»: неужели они не понимают, что к чему, кто чего стоит, кого можно, кого нельзя делать флагами федеральных каналов?³

С наступлением эпохи неогедонизма, провозгласившей целью человеческого существования удовольствие, развлечение, очевиднее всего эстетико-аксиологическая турбулентность проявилась в презентации в массмедиа категории комического. Медиалогия легко находит объяснения процессам, которые характеризуют соответствующую коммуникативную зону [Тепляшина 2017; Teplyashina 2019]. Часто напоминают о том, что еще Аристотель, И. Кант, А. Бергсон, К. Лоренц настаивали: смех позволяет нейтрализовать социальную агрессию. Цитируют знаменитое высказывание К. Лоренца: «Люди, которые смеются, никогда не стреляют!» Медиаперсоны с удовольствием присоединяются к теоретикам. Настаивают: комическое способно компенсировать страх жизни (М. Задорнов: «Когда смешно, тогда не страшно!»). Общим местом стало утверждение, что смех может выполнять возрождающую, эвристическую функцию. М. Задорнов в свое время провозглашал, что смех может стать «средством социального единения всех смеющихся». Наконец, цитируют С. Довлатова: «Юмор — украшение нации. Пока мы способны шутить, мы остаемся великим народом!» В качестве резюмирующего высказывания можно привести фрагмент из популярного пособия по риторике Ю. Г. Тамберг:

³ Липецкая газета. 2020. № 82 (26210).

«Комическое — одно из средств духовного оружия людей против любого вида зла» [Тамберг 2010: 13].

Уже почти забыты времена, когда безграничное распространение комического было еще предметом дискуссии. В 2008 г. на «Первом канале» состоялся диалог «Гордон Кихот — Камеди Клуб». Тогда представитель «новых комиков» Г. Мартиросян снисходительно заметил: *Нельзя серьезно воспринимать все вещи, ведь так можно и повеситься*. А. Гордон (перебивая): *Нельзя, конечно, нельзя! Но, если все время смеяться, то повеситься можно еще быстрее*. А. Гордон и А. Шатилова упрекали резидентов «Камеди Клуб» за юмор «ниже пояса». Но как симптоматичное прозвучало выступление создателя детского юмористического журнала «Ералаш» Б. Грачевского, который примиряюще провозгласил: *О вкусах не спорят. И ничего в этом нет страшного! Во всяком случае можно переключить...* (Первый канал. 1.11.2008).

Через десять лет переключаться почти бесполезно. Комическое претендует на позицию основной, базовой, доминирующей эстетической модальности смысло- и текстопорождения [Тюпа 2008: 99–100]. Если в первые годы перестройки комическое использовалось для вытеснения героической и трагической модальностей [Медова 2017: 128–129], то сегодня включился механизм комического, обнаруженный и описанный М. М. Бахтиным: комическое «провозглашает веселую относительность всего».

И тут возникают серьезные конфликты. Первый — смеховая реакция, провоцируемая применением комических приемов, все чаще конфликтует с этико-эстетическими идеалами. Второй — абсолютное, подавляющее доминирование комического противоречит культурной традиции.

На этот счет можно «поспрашивать» В. И. Даля. В знаменитом словаре «Пословиц русского народа» есть оправдание смеховой традиции на нескольких основаниях, аналогичных тем, которые зафиксированы учеными-гуманитариями.

— Посильна беда со смехами, а невмочь беда со слезами.

— Кто людей веселит, за того весь свет стоит.

— Шут не шут, а хороший шпынь.

— В веселый час и смерть не страшна.

Но далее фольклор фиксирует серьезные ограничения и мотивацию этих ограничений:

— Умей пошутить, умей и перестать.

— Шутка в добро не введет.

— В шутках правды нет.

— В чем живет смех, в том и грех.

— Молод смеяться: еще на губах волоса не выросли.

— За весельем горесть ходит по пятам.

— Шут в дружбе неверен.

— Тем не играют, от чего умирают.

И главное:

— Шутку любишь над Фомой, так шути и над собой.

— Нет лучше шутки, как над собою [Даль 1957: 867–871].

Именно народное отношение к комическому блестяще продемонстрировал в свое время протопоп Аввакум. Великолепный публицист противников своих ни-

когда не щадил. Но «всем своим традиционным православным существом противостоял греху гордыни, отвращался от любой формы самодовольства и самоудовлетворенности, стремился не допустить в себе мысли о том, что он морально выше других» [Лихачев, Панченко, Понырко 1984: 60]. Спустя столетия этому же правилу в публичной коммуникации неуклонно следовали писатели-традиционалисты второй половины XX в. (В. Распутин, Ю. Трифонов, В. Быков и др.), позволявшие себе подшучивать только над собой, над собственными слабостями и просчетами. С течением времени такого рода примеров становится все меньше и меньше. Но аудитория ждет такого момента, когда можно с облегчением выдохнуть после ироничного обещания ведущего перед объявлением рекламной паузы «Мы разберемся с ними! Ух!!!» (60 минут. Россия-1. 4.02.2021).

В национальной традиции — ограничения на комическое как средство развлечения, забаву, дифференциация функциональной нагрузки разных комических жанров. Балагур веселил аудиторию. Сатира была сосредоточена на обличении общественных пороков и осмеянии человеческих недостатков. Всем помнится признание И. А. Крылова: «Люблю, где случай есть, пороки пощипать!» Традиционные жанры сатиры: эстрадная (монологи А. Райкина, М. Задорнова, М. Жванецкого), графическая («Окна РОСТА, Кукрыниксы»), литературная (И. Ильф и Е. Петров, М. Зощенко), театральная (Е. Шварц, В. Шукшин, Г. Горин) и в XX в. основывались на едином представлении о «разоблачительной» миссии.

В традиции существовало несколько этико-эстетических запретов, связанных с категорией комического. Во-первых, всегда сохранялся круг тем, объектов, по отношению к которым шутить нельзя. Как писал когда-то В. Я. Пропп, ни герб, ни флаг не могут быть предметом смеховой культуры. Недопустимым считалось ироничное отношение к персонам, олицетворяющим национальную культуру, к героическим фактам и событиям национальной истории, к базовым ценностям, на основании которых формируется национальное ментальное пространство. В-третьих, охранялись ментальные табу, например с большой осторожностью относились к теме смерти, настороженно — к интимной проблематике.

Даже сегодня, несмотря на произошедшие перемены, значительная часть аудитории и профессионального сообщества отрицательно оценивает инвективные метафоры и номинации как средство презентации в массмедиа представителей национальной классической культуры, национальных героев. Помнится агрессивная реакция Н. Михалкова, автора и ведущего телевизионного цикла «Бесогон», на шутку *овцы* из «Камеди Вумен» (СТС) о герое Великой Отечественной войны генерале Карбышеве.

Пока еще вызывает сопротивление глумление над общепринятыми нормами бытия, над общественными идеалами. С. Безруков, исполнитель главной роли в «народном детективе» «Участок», демонстративно покинул зал «Камеди Клуб», когда услышал глумливое исполнение песни «Почему так в России березы шумят?» («Любэ», муз. И. Матвиенко, 2002) из саундтрека к этому фильму. Заслуженные актеры, писатели, ученые, деятели церкви, оказавшись в роли экспертов на скандальных теле-шоу, чувствуют смущение, неуверенность, иногда отказываются комментировать происходящее.

При этом российский адресат легко принимает смеховые приемы, заимствованные из фольклора и литературы. Так, массовая аудитория в подсознании, без

рефлексии на эту тему хранит память о таком замечательном комическом приеме, как «игра в простеца». Эту своеобразную игру в юродство часто использует ведущая Ю. Барановская (НТВ, ток-шоу «Мужское и женское») как средство противостояния лжи, современной деформации представлений о морали. Иногда к этому же приему прибегает балагур И. Ургант.

В качественных СМИ пока сохраняются старые комические газетные жанры. Например, в рубрике «12 стульев» в «Литературной газете» был опубликован ответ популярного когда-то тележурналиста Л. Новожёнова автору канала «Яндекс Дзен», который живописал жизнь-бытие обитателя ближнего Подмосковья в Израиле, на границе с Ливаном. Цель Л. Новожёнова — обнаружение правды через конфликт изображения и изображаемого, реальности и образа мира, созданного на развлекательном канале. Именно поэтому, чтобы подчеркнуть смеховое раздвоение мира, в полном соответствии с древнерусской традицией тележурналист «валяет дурака»: *Конечно, я и раньше знал, что я не какая-нибудь там последняя спица в колеснице... Ах, если бы все было так, как написано в «Яндекс Дзене»!*⁴

Но поезд идет. Сформировался целый блок новых ироничных журналистских стереотипов (иронизмы исторического момента): *Вашингтонский обком, на ходу переобулись, кузьмичи* (в спортивной журналистике ироничная номинация болельщика советско-пролетарского типа), *бла-бла-саммит, славиться буйной фантазией, американе, Израилевка*.

Изменился тематический диапазон юмористических публичных диалогов. По убыванию популярности можно выстроить примерно такой ряд: интимные отношения; семейные конфликты; проблема высокой закредитованности населения; роль гаджетов в нашей жизни; бытовое поведение недалеких иностранцев; вера россиян в приметы. Как видите, социальная проблема одна — проблема кредитов! Во время сочинской «Юморины» прозвучал единственный комический монолог на политическую тему — монолог А. Ищенко о новых вариантах «нот протеста», адресованных коллективному Западу.

С экранов уходит популярное некогда пародирование «звезд» эстрады. Один из представителей умирающего жанра А. Баринов так объяснил эту тенденцию: *Заниматься этим все труднее, потому что сложно сделать текст смешнее, чем он есть на самом деле, или, как говорил М. Жванецкий, тексты песен по смыслу приближаются к наскальной живописи*.

Примитивизируются практически все бесспорные знаки смешного: манера речи (чередование растягивания слов и речитатива в речи Е. Петросяна), мимика (выражение лица, с которым смотрит на героев и героинь своего ток-шоу Ю. Барановская, на своих оппонентов — Б. Надеждин), жесты и позы тела (в этом отношении заслуживает внимания сценический опыт Е. Воробей), условная одежда, грим (уникальный опыт А. Райкина в нашей время получил кичевую реинкарнацию в знаменитом «Осторожно, модерн!», из которого в медийное пространство пришел классический пошляк Д. Нагиев).

Но эпохальный вариант дискурсивного обновления — возникновение и актуализация речевой маски *хайпожора* (выражение И. Пригожина). Лет десять назад первый вариант сходного речевого поведения был предъявлен И. Охлобыстиным

⁴ Литературная газета. 2–8 декабря 2020. № 48 (6763).

и имел кратковременный успех. Сегодня *хайп* актуален даже в арт-журналистике, всегда отличавшейся определенной «целомудренностью» речевой формы. Чтобы убедиться в этом, достаточно посмотреть, например, несколько видеобзоров на BadComedian, где в качестве контактоустанавливающего средства используются далеко не безобидные видеоскетчи, юмористические сценки, в которых играет сам автор интернет-ресурса. *Хайп* уверенно превращается в новый «тусовочный жанр», основанный на «визуально-вербальном драйве» [Маньковская 2000: 301], абсолютизации стеба конца прошлого века, игре ради игры. Новую речевую технику, появление которой в определенной степени было подготовлено актуальными коммуникативными процессами, можно было бы приветствовать в контексте всеобщей установки на развлечение. Но именно эта техника, на наш взгляд, требует особого внимания КМ при условии ее доминирования как содержащая серьезную угрозу интенсификации выхолащивания содержания.

Заключение

Нюансам, характеризующим современную речевую ситуацию, нет числа. Их оценка профессионалами и филологическим сообществом пока чаще всего конфликтна. Самую суть конфликта в свое время зафиксировал Н. И. Толстой, считавший, что для профессионала правильно все, что позволяет «выразить мысль и чувство», для филолога — «то, что учтено и зарегистрировано». Но над «сословными» интересами и позициями — «потребность в общепонятном, правильном языке», которая соответствует задаче сохранения национального единства и «политико-экономической целостности государства» [Толстой 1994: 6].

Как эта потребность может быть реализована? Созданием общих рекомендаций, следование которым будет способствовать восстановлению права на существование ясной, точной, этически и эстетически совершенной медиаречи. Например, такие рекомендации могут быть оформлены на основе «золотых правил риторики».

1. Соблюдайте ортологические нормы, которые гарантируют доступность текста. Используйте «языковые аномалии» (Т. Б. Радбиль) только в том случае, когда они способствуют повышению информативности речи и увеличению ее воздействующего потенциала.
2. Помните, что прагматизм речевой деятельности в массмедиа предполагает ответственное использование языка. Не забывайте о последствиях преодоления одного из золотых правил риторики, гласящего: «Слово должно приносить максимум пользы и удовольствия!»
3. Не допускайте этических и эстетических проступков, которые могут спровоцировать коммуникативную неудачу в речевой ситуации, способствовать деградации национального культурного пространства.

В перспективе — праксиологическое нормирование, вариант которого для деловой прессы предложила Л. Р. Дускаева, связывающая эту перспективу с созданием «жанровых схем», «нормативного набора речевых действий», эффективных «форм речевого взаимодействия с аудиторией» [Дускаева, Редькина, Цветова 2019: 20]. Но, может быть, успех исследователя по созданию профессионально-речевого

регламента обусловлен в значительной степени феноменологическими качествами деловой журналистики [Дускаева 2018], которая отличается максимальной стереотипностью в силу своих объектно-предметных характеристик, и в других сегментах медиадискурса появятся вполне оправданные речевые деформации, обусловленные жанром, форматом, творческой индивидуальностью журналиста, которые не позволяют наши задачи решать системно.

Литература

- Барт, Р. (1994). *Семиотика. Поэтика. Избранные работы*. Москва: Прогресс.
- Бессарабова, Н. Д. (2016). О точном употреблении слова в современных СМИ и рекламе. *Медиалингвистика*, 3 (13), 99–111.
- Брайант, Д., Томпсон, С. (2004). *Основы воздействия СМИ*. Москва; Санкт-Петербург; Киев: Вильямс.
- Бурдье, П. (2002). *О телевидении и журналистике*. Москва: Прагматика культуры.
- Васильев, А. Д. (2021). Орфографическая норма как сакральный феномен. *Сибирский филологический форум*, 1, 3–5.
- Даль, В. И. (1957). *Пословицы русского народа*. Москва: ГИХЛ.
- Дускаева, Л. Р. (2018). Лингвопраксиологические особенности текстов деловых газет. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Русский язык и литература*, 15 (2), 197–208.
- Дускаева, Л. Р., Редькина, Т. Ю., Цветова, Н. С. (2019). *Критика медиаречи*. Москва: Флинта.
- Казин, А. Л. (2000). *Философия искусства в русской и европейской духовной традиции*. Санкт-Петербург: Алетейя.
- Костомаров, В. Г. (2015). *Язык текущего момента. Понятие правильности*. Санкт-Петербург: Златоуст. Электронный ресурс: <https://www.libfox.ru/573780-7-vitaliy-kostomarov-yazyk-tekushchego-momenta-ponyatie-pravilnosti.html>.
- Лихачев, Д. С., Панченко, А. М., Понырко, Н. В. (1984). *Смех в Древней Руси*. Ленинград: Наука.
- Маньковская, Н. Б. (2000). *Эстетика постмодернизма*. Санкт-Петербург: Алетейя.
- Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник* (2018). Москва: Флинта.
- Медиалингвистика славянских стран* (2020). Москва: Флинта.
- Мёдова, А. А. (2017). *Онтология модальности. Часть I. Логические богословские и философские основания*. Красноярск: Изд-во СибГУ им. М. Ф. Решетнева.
- Петрова, В. А. (2004). *Эстетика полемического дискурса в русской культуре*. Автореф. дис. ... канд. филос. наук. Санкт-Петербург.
- Протоиерей Артемий Владимиров (2011). *Искусство речи. Курс лекций*. Москва: ПСТГУ.
- Самсонова, А. (2021). *Арт-журналистика: речевые техники оценивания произведения искусства*. Санкт-Петербург: Алетейя.
- Сиротинина, О. Б. (2013). *Русский язык: система, узус и риски их изменений*. Саратов: Изд-во Саратовского гос. ун-та.
- Тамберг, Ю. Г. (2010). *Как развить чувство юмора*. Москва: Флинта.
- Тепляшина, А. Н. (2017). Новая эстетика словесного творчества публициста. *Век информации*, 2, 135–137.
- Толстой, Н. И. (1994). Язык — словесность — культура — самосознание. *Русский язык за рубежом*, 5. Электронный ресурс <http://russianedu.ru>.
- Тюпа, В. И. (2008). Комическое. В *Поэтика. Словарь актуальных терминов и понятий* (с. 99). Москва: Изд-во Кулагиной.
- Цветова, Н. С. (2020). Критика медиаречи как вектор развития медиалингвистики. *Медиалингвистика*, 7 (3), 280–292. Электронный ресурс <https://medialing.ru/kritika-mediarechi-kak-vektor-razvitiya-medialingvistiki/>.
- Havranek, B. (1938). *Zum Problem der Norm in der neutiegen Sprachwissenschaft und Sprachkultur*. A ctes. du IV Congres international des linguists. Copenhagen.
- Teplyashina, A. N. (2019). Euphemization as part of russian media oppositijn discourse. *The Journal of Teaching English for Specific and Academic Purposes*, 7 (4), 453–462.
- Tsvetova, N. S. (2019). Criticism media speech as a vector of development of media linguistics. In *Media v sovremennom mire. 58-e Peterburgskie chteniia* (с. 311–313). St. Petersburg: School of Journalism & Mass Communications.

Criticism of the media language: Questions for discussion

N. S. Tsvetova

St. Petersburg State University,
7–9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russian Federation

For citation: Tsvetova, N. S. (2021). Criticism of the media language: Questions for discussion. *Media Linguistics*, 8 (3), 299–314. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2021.308> (In Russian)

The article is devoted to one of the four directions of modern media linguistics — criticism of the media language (CM). The main prerequisites for the design of CM are the logic of the development of modern linguistics, which demonstrates a steady increase in attention to the communicative capabilities of the language realized in different discursive spaces, the movement of active language processes into the media space and the resulting conflict between the traditional idea of speech culture and the new requirements for the effective use of language resources. The author draws attention to the solution of many installation issues that are recorded in the dictionary-directory *Medialinguistics* (2018). The uniqueness of the research field of the Kyrgyz Republic is presented in the collective monograph *Media Linguistics of the Slavic Countries* (2020), which is a milestone for Slavic media studies. But the goal of the author of this article is to identify the discussion areas that have already been identified in the relevant research field. The author attempts to present topical, debatable, issues focusing on the previously stated criteria for evaluating media speech: effectiveness, correctness, ethics, aesthetics. The key findings are as follows: 1) the normative concept of media speech is formed in the process of dialogic interaction between the competent professional community “processing the language” and philologists who are able to comprehend the results of this “processing” on the basis of a detailed analysis of the speech situation in the mass media; 2) the most important task of CM is related to the satisfaction “the need for generally understandable, correct language”, which corresponds to the establishment and preservation of national unity and “political and economic integrity of the state” (the idea of N. I. Tolstoy); 3) the most indisputable when recognizing several controversial moments are the criteria for the effectiveness and correctness of the media speech; 4) one of the most serious debatable issues arises in the area of ethical and aesthetic reflection of criticism related to the verbal representation of the comic category in Russian mass media.

Keywords: criticism of media speech, effectiveness, correctness, ethical and aesthetic reflection, recommendations.

References

- Archpriest Artemii Vladimirov (2011). *The art of speech. A course of lectures*. Moscow: PSTGU Publ. (In Russian)
- Bart, R. (1994). *Semiotics. Poetics. Selected works*. Moscow: Progress Publ. (In Russian)
- Bessarabova, N. D. (2016). About the exact use of the word in modern media and advertising. *Media Linguistics*, 3 (13), 99–111.
- Braiant, D., Tompson, S. (2004). *Fundamentals of media exposure*. Moscow; St. Petersburg; Kiev: Viliams Publ. (In Russian)
- Bourdieu, P. (2002). *About television and journalism*. Moscow: Pragmatika kul'tury Publ. (In Russian)

- Dal, V.I. (1957). *Proverbs of the Russian people*. Moscow: GIKHL Publ. (In Russian)
- Duskaeva, L.R. (2018). Linguistic and praxiological features of business newspaper texts. *Vestnik of Saint Petersburg University. Language and literature*, 15 (2), 197–208. (In Russian)
- Duskaeva, L.R., Red'kina, T.Iu., Tsvetova, N.S. (2019). *Criticism of the media language*. Moscow: Flinta Publ. (In Russian)
- Havranek, B. (1938). *Zum Problem der Norm in der neutiegen Sprachwissenschaft und Sprachkultur*. A ctes. du 1V Congres international des linguists. Copenhagen.
- Kazin, A.L. (2000). *Philosophy of Art in the Russian and European spiritual traditions*. St. Petersburg: Aleteiia Publ. (In Russian)
- Kostomarov, V.G. (2015). *The language of the current moment. The concept of correctness*. St. Petersburg: Zla-toust Publ. Retrieved from: <https://www.libfox.ru/573780-7-vitaliy-kostomarov-yazyk-tekushchego-momenta-ponyatie-pravilnosti.html>. (In Russian)
- Likhachev, D.S., Panchenko, A.M., Ponyrko, N.V. (1984). *Laughing in Ancient Russia*. Leningrad: Nauka Publ. (In Russian)
- Man'kovskaia, N.B. (2000). *Aesthetics of postmodernism*. St. Petersburg: Aleteiia Publ. (In Russian)
- Medialinguistics of Slavic countries* (2020). Moscow: Flinta Publ. (In Russian)
- Medialinguistics in terms and concepts: dictionary-reference book* (2018). Moscow: Flinta Publ.
- Myodova, A.A. (2017). *The ontology of modality. Part 1. Logical theological and philosophical foundations*. Krasnoyarsk: SibGU Publ. (In Russian)
- Petrova, V.A. (2004). *Aesthetics of polemical discourse in Russian culture*. PhD Thesis. St. Petersburg. (In Russian)
- Samsonova, A. (2021). *Art journalism: speech techniques for evaluating an artwork*. St. Petersburg: Aleteiia Publ. (In Russian)
- Sirotnina, O.B. (2013). *Russian: the system, the usus and the risks they create*. Saratov: Saratov State University Publ. (In Russian)
- Tamberg, Iu. G. (2010). *How to develop a sense of humor*. Moscow: Flinta Publ. (In Russian)
- Teplyashina, A.N. (2017). A new aesthetic of the publicist's verbal creativity. *Vek informatsii*, 2, 135–137. (In Russian)
- Teplyashina, A.N. (2019). Euphemization as part of russian media oppositiyn discourse. *The Journal of Teaching English for Specific and Academic Purposes*, 7 (4), 453–462.
- Tiupa, V.I. (2008). The Comic. In *Poetics. Dictionary of current terms and concepts* (p. 99). Moscow: Kulagina Publ. (In Russian)
- Tolstoy, N.I. (1994). Language — literature — culture — self-awareness. *Russkii iazyk za rubezhom*, 5. Retrieved from <http://russianedu.ru>. (In Russian)
- Tsvetova, N.S. (2019). Criticism media speech as a vector of development of media linguistics. In *Media v sovremennom mire. 58-e Peterburgskie chteniia* (pp. 311–313). St. Petersburg: School of Journalism & Mass Communications Publ.
- Tsvetova, N.S. (2020). Criticism of media speech as a vector of development of media linguistics. *Media Linguistics*, 7 (3), 280–292. Электронный ресурс <https://medialing.ru/kritika-mediarechi-kak-vektor-razvitiya-medialingvistiki/> (In Russian)
- Vasil'ev, A.D. (2021). The spelling norm as a sacred phenomenon. *Sibirskii filologicheskii forum*, 1, 3–5. (In Russian)

Received: March 1, 2021

Accepted: April 12, 2021

Author's information:

Natalia S. Tsvetova — Dr. Sci. in Philology, Professor; cvetova@mail.ru