

УДК 81'42,  
ББК 81'33,  
ГРНТИ 16.21.33,  
КОД ВАК 10.02.19

Н. Ф. Алефиренко  
Белгород, Россия

## МЕИАДИСКУРС И ЕГО КОММУНИКАТИВНО- ПРАГМАТИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Работа выполнена в рамках реализации госзадания БелГУ № 241 на 2015 г.

Николай Федорович Алефиренко, доктор филологических наук, заслуженный деятель науки РФ, профессор кафедры филологии Белгородского государственного национального исследовательского университета.

308009, Белгород, Свято-Троицкий бульвар, 15, к. 106.

E-mail: n-alefirenko@rambler.ru.

© Алефиренко Н. Ф., 2016

**Введение.** Понимание обсуждаемой проблемы опирается на гипотезу: сущность словоупотребления (речетворчества) в СМИ определяется коммуникативно-прагматической природой речемыслительной базы, реализующейся в разного рода медиадискурсах. В связи с неоднозначным пониманием дискурса уточним, что в нашей интерпретации *меиадискурс* — это речемыслительное образование событийного характера в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими, паралингвистическими и другими факторами, что, собственно, и делает его «привлекательным» и многообещающим для осмысления речетворческих стимулов в деятельности журналиста.

**Природа и сущность меиадискурса.** В таком понимании он обретает свои специфические черты: а) как коммуникативное событие — это сплав языковой формы, знаний и коммуникативно-прагматической ситуации; б) образуя собой своеобразное ценностно-смысловое единство, дискурс предстает как лингвокультурное образование [Алефиренко 2009: 8]; в) в отличие от речевых актов и текста в его традиционном толковании (последовательной цепочки высказываний), меиадискурс следует рассматривать как социальную деятельность [Dijk 2000; Дускаева 2014; Казак 2014], в рамках которой ведущую роль играют когнитивные образования, фокусирующие в себе различные аспекты внутреннего мира языковой личности; г) как «речь, погруженная в жизнь», или «текст, взятый в событийном аспекте» [Аругонова 1998: 136–137], преломляя и интерпретируя поступающую в языковое сознание информацию, становится своеобразным смыслогенерирующим и миропорождающим «устройством».

1. Согласно первому критерию меиадискурс становится знакообразующей базой в силу своей многоплановой структуры, на разных уровнях которой осу-

шествляется когнитивная обработка информации, исходящей от всех участников коммуникативно-прагматической ситуации (внеязыковой действительности; намерений, установок и понимания коммуникантов; семантики языковых единиц и т. п.). В связи с этим смысловое содержание такого медиадискурса значительно шире и глубже семантики высказываний [см.: Кожемякин 2010]. Означающее медиадискурса оказывается асимметричным по отношению к означающему — последовательной цепочке высказываний. В результате означающее медиадискурса требует своей актуализации новым знаком; нередко отдельные фрагменты такого означаемого получают разное знакообозначение. Так, всем известно, что знаком хорошего тона в нашей речеведческой культуре считается предложение вошедшему присесть, сопровождающееся фразой *В ногах правды нет*. Смысловое содержание данной дискурсивной ситуации на самом деле шире того, которое заключено в высказывании. Особенно отчетливо это проявляется при буквализации всей фразы и одной из ее лексем. Это один из активно используемых способов создания актуального медиадискурса. Так, выбор названия «В ногах правды нет!» для статьи в газете «Казахстанская правда» был «спровоцирован» буквализацией лексемы *ноги* в речи задержанного милиционером наркомана:

*На днях сотрудники Юго-Восточного департамента внутренних дел на транспорте задержали в Чуйской долине 29-летнего Олега. Возле станции Курагаты он успел накопить стог дикорастущей конопли. Как выяснилось позже, потянул он больше, чем на 500 килограммов.*

*— Ты откуда здесь? Куда тебе столько анаши? — спросил у задержанного алмаатинца оперативник и был шокирован ответом.*

*— За чуйской коноплей я специально приехал из Алма-Аты. У меня ноги болят. А один народный целитель сказал, что ревматизм можно вылечить, если парить ноги в анаше...*

*Полицейские, между прочим, вошли в положение страдающего недугом и предложили ему услуги врача. Но Олег от традиционного лечения отказался... Олег Якушев изворащивался (Казахстанская правда. 2004. 23 сент.).*

Правды в рассказе о лечении ног ни на йоту, поэтому этой статье так подходит название «В ногах правды нет!».

Смысловое содержание устойчивого выражения связано с уже почти забытым культурно-прагматическим компонентом, который, собственно, и послужил смыслообразующей основой поговорки. В XV–XVII вв. на Руси существовал жесткий обычай понуждать должников на правеж (суд) к уплате долга: беднягу били по босым ступням и пяткам. Понятно, что даже такое наказание не могло заставить вернуть долги тех, с кого они взыскивались несправедливо. Именно тогда и появилось это выражение: намек на «бега» должников — от угрожавших им в правеж истязаний. Означающее идиомопорождающего дискурса в силу своей асимметрии к означающему и необходимости в разных коммуникативно-прагматических ситуациях актуализировать соответствующий фрагмент своего смыслового содержания нередко требует нового или модифицированного знакообозначения. Ср. совсем иное означающее рассматриваемой дискурсии: *и на правеж не поставит*. У В. И. Даля: *Что с ним делать станешь: на правеж не поставишь* [Даль 1999: 372] и вариативное: *в правеже — не деньги 'иск, правка по суду ненадежна'; правда в ногах, душа согрешила, а ноги виноваты, искать правду в ногах*. Актуализация современного медиадискурса осуществляется на основе обыденного [см.:

Рацибурская 2004: 80], житейского смысла поговорки *в ногах правды нет* — ‘лучше сидеть, чем стоять’.

В этом легко убедиться, обратившись ко второму по значимости способу актуализации медиадискурса. Таковым выступает косвенно-ассоциативная связь устойчивого выражения с контекстом [см.: Карсавин 2008: 93]. Так, в одной из газетных реклам для того, чтобы обратить внимание на садовую и дачную мебель, используются причинно-следственные отношения между известной поговоркой и рекламируемыми предметами: *В ногах правды нет — садовые кресла, диваны, скамейки и стулья*. Прагматика высказывания очевидна: поскольку на даче невозможно находиться все время на ногах, нужна дачная мебель. И дальше следует само рекламное предложение: *Выбираем мебель для сада и дачи. Большой выбор, низкие цены. Всегда есть — пластиковая мебель!*

Третьим способом актуализации устойчивого выражения служит противопоставление его имплицитного смысла — ‘ноги нужно беречь’. Дальше следует предложение, как это сделать:

*Предоставляя любую информацию о фирмах, товарах, услугах, сезонных снижениях цен, распродажах, скидках, а самое главное, ценах, мы помогаем реально сэкономить и время и деньги... Наша информация объективна. Так что если Вы решили что-то приобрести и уже знаете что — звоните. Вы всегда окажетесь в выигрыше. Не бегайте зря по городу, ведь, как известно, в ногах правды нет.*

2. Семантическое единство медиадискурса (второй его признак) — важнейший фактор вторичного семиозиса: когезия [см.: Степанова 2009: 233] и информационная связанность обусловлены, как правило, целостностью событийного восприятия коммуникативно-прагматической ситуации, которая, во-первых, привязана обычно к месту и времени; во-вторых, интерпретирована в соответствии с ценностно-смысловыми ориентирами общества. Так, в медиадискурсе, говоря о человеке незначительном, не слишком влиятельном, а точнее совсем не влиятельном, обычно употребляют фразу *мелкая сошка*. Ср.: «Севастопольская администрация продолжает демонстрировать удивительный цинизм. Якобы деятельность Сергея Куницына на посту крымского премьера является чуть ли не главной причиной экономического кризиса»:

— *Все ищут в сложившейся обстановке ответы на вопросы. — Только кто-то на вопрос «что делать?», а кто-то «кто виноват?».* Естественно, «Единый Центр» не может не реагировать на происходящие события. Меня рассмешила позиция руководства Верховного Совета Крыма в отношении нашего предложения встретиться за одним столом и обсудить насущные вопросы. А заодно и обращение зампреда парламента Михаила Бахарева — ведь он слишком *мелкая сошка*, озвучивает не свои мысли (Крымская правда. 2008. 3 дек.).

Кроме системного значения фраза в этом медиадискурсе несет еще и важный коммуникативно-прагматический смысл. С ее помощью выражается пренебрежительное отношение к людям, не имеющим никакого влияния, веса в обществе. Ср.: *Что вы все Чубайс да Чубайс. Его даже в списке Форбса нет. Чубайс сейчас мелкая сошка* (Аргум. и факты. 2007. № 40 (112), 2 мая). Такой медиадискурс сообщает порождаемому знаку определенную лингвокультурную ценность (хронотопного и аксиологического характера).

Признание основными признаками медиатекста категорий когерентности (цельности) и когезии (связности) в качестве аксиомы не исключает, к сожалению, существующих противоречивых интерпретаций как самих этих категорий, так и их функцио-

нального соотношения. Нередко термины *когерентность* и *когезия* употребляются без должного их разграничения, как синонимы. Объясняется это тем, что пока не выработано единого подхода к пониманию их отличительных признаков. Можно лишь утверждать, что начиная с 70–80-х годов XX в. все исследователи основным свойством текста считают его связность. Однако столь единодушное признание не только не устранило проблему, но и привело к появлению целого ряда новых. Как правило, все они связаны с проявлением неявных, скрытых, глубинных или внутренних средств репрезентации когезии медиатекста. Причем если на уровне грамматических средств, обеспечивающих когезию медиатекста, проблема решается удовлетворительно, то с точки зрения его когнитивно-дискурсивной организации в свете представления знаний больше вопросов, чем ответов.

Для их решения необходимо прежде всего разграничить понятия цельности и связности медиатекста. Здесь уместно вспомнить высказывание А. А. Леонтьева: «Связность обычно является условием цельности, но цельность не может полностью определяться через связность. С другой стороны, связный текст не всегда обладает характеристикой цельности» [Леонтьев 1975: 170]. Разобраться с такого рода коллизией помогает поиск специализации данных категорий. Чаще всего под цельностью предлагают понимать некоторое смысловое единство медиатекста, единство его плана содержания, а под связностью — единство плана выражения медиатекста, формальное выражение цельности. Однако и это не устраняет всех противоречий. Одно из них связано с неразграничением плана содержания и смысловой структурой медиатекста. Между тем «план содержания — это предмет речи, результат взаимодействия значений языковых единиц, входящих в текст. Смысл текста — явление более высокого уровня, складывается из взаимодействия плана содержания с контекстуальной, ситуативной и энциклопедической информацией, формирует идею текста» [Инфантова 2001: 19].

Оба плана для медиадискурса облигаторны, поскольку последний имеет два семантических вектора: а) один из них формирует содержание медиатекста, в котором отражаются те связи и зависимости, которые имеются в самой действительности (общественные события, человек, его внешний облик и внутренний мир, культурные ценности и т. д.), б) второй фокусирует смысловую цельность медиатекста в качестве интенциональной идеи, реализующей *медиадискурсивный замысел автора*, поскольку медиатекст является носителем не только информации, но и авторского понимания отношений между явлениями, их значимости в соответствующих сферах жизни, которое передается через текст читателю.

Из представленных размышлений вытекает, что категория связности медиатекста находится на службе у категории его цельности. Но это лишь усиливает потребность в их дифференциации. Так, А. А. Леонтьев полагает, что связность скрепляет лишь отдельные фрагменты текста, а цельность — категориальное свойство текста в целом, которое имеет скорее психическую, чем собственно языковую природу. Цельность медиатекста — это прежде всего его тематическое, концептуальное, модальное единство. «В противоположность связности цельность есть характеристика текста как смыслового единства, как единой структуры, и определяется на всем тексте. Она не соотносима непосредственно с лингвистическими категориями и единицами и имеет психолингвистическую природу. Суть феномена целостности... в иерархической организации планов речевого высказывания, используемых реципиентом при его восприятии» [Леонтьев 1975: 168]. Некоторые же исследователи под целостностью понимают всеобъемлющую связность — смысловую, структурную и коммуникативную. Такой подход по

сути восходит к теории когезии текста, разработанной Г. В. Колшанским [Колшанский 1974: 12]. Обе концепции имеют коррелирующую структуру. Ученый выделял синтаксическую (она соотносима со структурной), семантическую (она включает в себя смысловую) и коммуникативную. Наиболее убедительной представляется точка зрения, согласно которой механизмами связности текста служат информативность, модальность, когезия, интеграция и завершенность [см.: Леонтьев 1975].

Каждый из подходов определяет и объем категории связности, и ее разновидности. В соответствии с разными подходами под категорией связности понимают:

- поверхностную связь между рядом последовательных предложений (синтаксический подход);
- внутреннюю связность текста или повторение некоторой совокупности однородных семантических отношений (семантический подход);
- условие правильности коммуникативного поведения, высший уровень связности текста (коммуникативный подход).

Здесь также целесообразно упомянуть и о таком важном свойстве текста как закон *инкорпорирования*, выведенный Л. Н. Мурзиным, сущность этого свойства состоит в том, что каждое последующее предложение текста включает в себя предыдущее [Мурзин, Штерн 1991: 46]. Действие этого закона, собственно, и обеспечивает два основных свойства текста — связность и цельность. При этом следует заметить, что главенство одной из двух категорий зависит от методологического основания, определяющего стратегию исследования медиатекста. Так, если следовать установкам семантического подхода (М. А. К. Hallyday, R. Hasan), согласно которому под «текстом понимается любой отрезок речи, который составляет единое целое» [Halliday, Hasan 1976: 98], то категориальной доминантой текста является его целостность, которая обеспечивается связанностью его частей. Эта же идея развивается в трудах И. Р. Гальперина: «целостность — это результат интеграции частей текста» [Гальперин 1981: 130]. Правда, ученый не употребляет термин *связность*. Ему он предпочитает термин *когезия* как особый вид связи, «обеспечивающий континуум, то есть логическую последовательность, взаимозависимость отдельных элементов, фактов, действий и т. п.» [Там же]. Как видим, у Гальперина когезия не тождественна связности текста.

Все это при разработке теории медиадискурса требует разграничении понятий «когерентность» и «когезия». Усложняет задачу то, что оба термина происходят от основы глагола *cohaereo* (лат. 'быть связанным, соединенным, сросшимся, держаться или висеть вместе, примыкать'). Мы исходим из понимания когерентности как цельности текста, заключающейся в логико-семантической, синтаксической и стилистической взаимозависимости его частей [Клушина 2008: 53]. Иначе говоря, когерентность текста — результат взаимодействия разных видов когезии: логико-семантической, синтаксической и стилистической. Возглавляет данный ряд логико-семантическая когезия не случайно: она для формирования когерентности медиатекста является доминантной.

Итак, исходя из иерархического (родо-видового) критерия когерентность нельзя отождествлять с когезией: когерентность — свойство текста, а когезия — свойство элементов текста, не меньших, чем предложение-высказывание. Когерентность шире когезии, она охватывает не только формально-грамматические аспекты связи предложений, но и семантико-прагматические (тематические и функциональные и т. п.) аспекты смысловой и деятельностной (интерактивной) связности дискурса (локаль-

ной и глобальной). С точки зрения лингвокогнитивистики когезия, будучи формальной связностью текста, соотносится с когерентностью (содержательной связностью) функционально, поскольку служит репрезентации категорий информативности и целостности текста [ср.: Инфантова 2001: 54; Жаббарова 2011: 759]. Когезия необходима речемышлению тогда, когда интерпретация одного элемента дискурса зависит от интерпретации другого. Такого рода зависимость возникает тогда, когда один элемент текста находится в пресуппозиции по отношению к другому, т. е. не может быть эффективно декодирован без обращения к значению другого элемента. Такая зависимость нуждается в когезии, благодаря которой оба элемента медиадискурса (предшествующий и последующий) интегрируются в медиатекст.

3. Сочетание социального и интроспективного в третьем признаке медиадискурса — те факторы, без которых возникновение знаков вторичной номинации не имеет смысла, поскольку их востребованность связана с необходимостью обозначать коннотативные аспекты мыслительного содержания. Это свойство медиадискурса формирует, пожалуй, главный конститутивный компонент знаков непрямой номинации — экспрессивно-образный. Его основное содержание формируется в процессе фиксации социально значимых проявлений внутреннего мира человека.

Смыслогенерирующая и миропорождающая способность медиадискурса обуславливаются тем, что его «погружение в жизнь» осуществляется главным образом в процессе лингвокреативного осмысления событийного содержания. Это приводит к тому, что знаки вторичной номинации нередко до неузнаваемости отдалены по своей семантике от содержания, породившего их события. А в результате экзегетики событийного содержания дискурса и моделирования виртуального мира один и тот же дискурс способен породить разные языковые знаки.

Типичными и весьма частыми являются коммуникативно-прагматические ситуации, когда в общении необходимо выразить отношение к людям, имеющим яркое внешнее сходство: *как две капли <воды>, на одно лицо, на один покрой, на одну колодку*. Коммуникативно-прагматические ситуации, в которых определяется не внешнее подобие, а сходство черт характера, качеств и свойств человека породили другие идиомы: *одним миром мазаны, одного поля ягода, <испечен (-а, -ы) [сделан (-а, -ы)] > из одного <и того же (из другого)> теста, два сапога пара и др.:*

1) *Одним миром мазаны* [заголовок]. 20 лет назад группа «Наутилус Помпилиус» быстро прославилась в том числе и благодаря песне «Скованные одной цепью». Предполагаю, что, доживи «Нау» до наших дней, текст их бывшего хита сейчас, быть может, звучал бы как **«Мазанные одним миром»** (Комс. правда. 2007. 27 июля); 2) *Надо заметить, что у супругов — бывшего работника цеха № 43 Севмаша и фельдшера 3-й поликлиники — был еще один повод для семейного торжества: 45 лет совместной жизни. И они подводили черту, шутя о себе, что они одного поля ягодки: оба активны, без остатка отдавали себя работе, а теперь им в радость вести домашнее хозяйство. Но самое главное, воспитали хороших детей, сын Алексей и дочь Елена стали предпринимателями* (Сев. рабочий. 2005. 14 дек.); 3) **Луна и Земля сделаны из одного теста** [заголовок]. Общность происхождения подтверждают недавно полученные данные об изотопном составе Земли и Луны. Оказалось, что состав изотопов кислорода на Луне и на Земле практически одинаков... Проводились такие измерения и на примере марсианских метеоритов. Но содержимое изотопов кислорода в них оказалось совсем другим. ...Радиус орбиты Марса в полтора раза больше, чем у Земли, поэтому он был сделан уже **из другого теста** (Комс. правда. 2009. 8 мая).

**Выводы.** Медиадискурс является одновременно формообразующим и смысло-генерирующим источником вторичного семиозиса. В его недрах происходит не только когнитивно-синергетическая обработка событийной, социокультурной, коммуникативно-прагматической и языковой информации, но и ее трансмутация при погружении в особый виртуальный мир для семиотической репрезентации ментальной структуры одного из возможных миров (в понимании Л. Витгенштейна, П. Сгалла, Ю. С. Степанова). Именно в результате таких лингвокреативных преобразований смысловых конститuentов медиадискурса для образования знаков вторичной номинации и порождается национально-языковое видение картины мира. Это становится возможным потому, что человек (субъект дискурсивной деятельности) в процессе лингвокреативного мышления сам «погружается» в особое ментальное пространство, переносится в им же картируемый виртуальный мир, существующий вне реального хронотопа (не в линейном, а в пространственном времени). В связи с этим следует отметить весьма существенный во вторичном семиозисе момент: роль интенциональности в смысловой аранжировке медиадискурса. Интенциональность незримыми нитями увязывает языковую и речевую семантику единиц-конститuentов медиадискурса, т. е. координирует языковые значения слов и словоформ с намерениями и коммуникативными целями общающихся. В результате такого взаимодействия возникает необходимая для вторичного семиозиса энергетика, под воздействием которой возникающий знак вторичной номинации становится одним из средств кодирования и выражения социально значимого речевого смысла, интерпретированного и «переплавленного» в когнитивно-дискурсивном «котле».

Элементами медиадискурса выступают коммуникативные события, участники этих событий, перформативная информация и «не-события» — обстоятельства, сопровождающие события; социокультурный фон, оценочное отношение к участникам коммуникативного события и т. п. Особая роль в порождении дискурса принадлежит, конечно, перформативной информации. А. Лидов понятие перформативности называет одним из главных вызовов для всех современных гуманитарных наук. По мнению ученого, до последнего времени даже самые рафинированные исследовательские методологии исходили из основополагающего принципа «культура как текст», т. е. нечто принципиально законсервированное, неподвижное, зафиксированное в форме визуального или литературного текста. Сейчас происходит осознание того, что есть огромный пласт культуры — культуры перформативного существования, т. е. находящегося в постоянном движении и изменении как принцип — *modus vivendi* (образа жизни, способа существования, духа познания). К сожалению, этот пласт культуры оказывается вне поля зрения современных исследователей, тем более что перформативность в ее деятельностном проявлении реализуется по жанровым сценариям интеракций. Может быть, поэтому важнейшей составляющей медиадискурса является композиционно-стилистическая фасета, поскольку она оформляет общую картину коммуникативно-когнитивной деятельности в соответствии с типом медиадискурса и разновидностью речевого жанра. Конечной целью медиадискурсивной деятельности является медиатекст — вербализованная связная совокупность концептов и идей, представляющих коммуникативное событие, принадлежащее той или иной сфере жизнедеятельности общества.

ЛИТЕРАТУРА

*Алефиренко Н. Ф.* Ценностно-смысловое пространство медиадискурса // Русский язык в современном медиапространстве: материалы науч.-практ. конф. (г. Белгород, 23–26 сент. 2009 г.): сб. науч. трудов. Белгород: Белгород. гос. ун-т, 2009. С. 8–11.

*Арутюнова Н. Д.* Язык и мир человека. М.: Языки рус. культуры, 1998.

*Гальперин И. Р.* Текст как объект лингвистического исследования. М.: Наука, 1981.

*Даль В. И.* Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 т. Т. 3. М.: Рус. язык, 1999.

*Дускаева Л. Р.* Медиалингвистика в России: лингвопраксиологическая доминанта // Медиалингвистика. 2014. Вып. 1. URL: <http://medialing.spbu.ru/part10/58.html>.

*Жаббарова Ф. У.* Категории текста // Вестн. Башкир. ун-та. 2011. Т. 16. № 3. С. 759–762.

*Инфантова Г. Г.* Реализация категории связности в устном тексте // Текст: структура и семантика. Т. 1. М.: Наука, 2001. С. 54–62.

*Казак М. Ю.* Современные медиатексты: проблемы идентификации, делимитации, типологии // Медиалингвистика. 2014. № 1 (4). URL: <http://medialing.spbu.ru/part10/58.html>.

*Карсавин И. Т.* Текст. Дискурс. Контекст: введение в социальную эпистемологию языка. М.: Канон+, 2008.

*Клушина Н. И.* Стилистика публицистического текста. М.: МедиаМир, 2008.

*Кожемякин Е. А.* Медиадискурс // Современный дискурс-анализ. 2010. Вып. 2, т. 1. URL: [http://discourseanalysis.org/ada2\\_1.pdf](http://discourseanalysis.org/ada2_1.pdf).

*Кошанский Г. В.* О смысловой структуре текста // Лингвистика текста: материалы науч. конф. Ч. 1. М.: Моск. гос. пед. ин-т иностр. языков, 1974.

*Леонтьев А. А.* Признаки связности и цельности текста // Лингвистика текста: матер. науч. конфер. Ч. 1. М.: Моск. гос. пед. ин-т иностр. языков, 1975. С. 168–172.

*Мурзин Л. Н., Штерн А. С.* Текст и его восприятие. Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1991.

*Рацбургская Л. В.* Современная жаргонная речь на страницах газет // Рус. язык в школе. 2004. № 2. С. 80–85.

*Степанова М. И.* Когезия и когерентность как основополагающие характеристики публицистического дискурса // Вестн. Самар. гос. ун-та. 2009. № 73.

*Dijk, Teun van.* Ideology: a multidisciplinary approach. London: Sage Publications, 1998; 2000.

*Halliday M. A. K., Hasan R.* Cohesion in English. London: Longman, 1976.

*The handbook of discourse analysis / ed/ by D. Schiffrin, D. Tannen, H. E. Hamilton.* Oxford: Blackwell 2003

REFERENCES

1. *Alefirenko N. F.* Value-semantic space of media discourse [Tsennostno-smyslovoe prostranstvo mediadiskursa] // Russian language in the modern media space: mater. sci. conf. (Belgorod, September 23–26, 2009). Belgorod, 2009. P. 8–11.

2. *Arutyunova N. D.* The language and the world of human-being [Yazyk i mir cheloveka]. Moscow, 1998.

3. *Dal V. I.* Explanatory dictionary of living great Russian language: in 4 vol. [Tolkovyj slovar' zhivogo velikorusskogo jazyka: v 4 t.]. Vol. 3. Moscow: Rus. yazyk, 1999.

4. *Dijk, Teun van.* Ideology: a multidisciplinary approach. London: Sage Publications, 1998; 2000.

5. *Duskaeva L. R.* Medialinguistics in Russia: linguistic-praxeological dominant [Medialingvistika v Rossii: lingvopraksiologicheskaya dominanta] // Medialinguistics. 2014. Vol. 1. URL: <http://medialing.spbu.ru/part10/58.html>.

6. Halliday M. A. K., Hasan R. Cohesion in English. London: Longman, 1976.
7. Halperin I. R. Text as an object of linguistic research [Tekst kak object lingvisticheskogo issledovaniya]. Moscow, 1981.
8. Infantova G. G. Implementation category of connectivity in the oral text [Realizatsia kategorii svyaznosti v ustnom tekste] // Text. Structure and semantics. T. 1. Moscow, 2001. P. 54–62.
9. Kazak M. Yu. Contemporary media text: problems of identification, delimitation, typology [Sovremennyy mediatext: problemy identifikatsii, delimitatsii, tipologii] // Media Linguistics. 2014. N 1(4). URL: <http://medialing.spbu.ru/part10/58.html>.
10. Karsavin I. T. Text. Discourse. Context [Tekst. Diskurs. Kontekst]. Moscow, 2008.
11. Klushina N. I. Stylistics of publicistic text [Stilistika publitsisticheskogo teksta]. Moscow, 2008.
12. Kolshansky G. V. About the semantic structure of the text [O semanticheskoy strukture teksta] // Text linguistics: mater. sci. conf. Pt 1. Moscow, 1974.
13. Kozhemyakin E. A. Media discourse [Mediadiskurs] // Modern discursive analysis. 2010. Is. 2, vol. 1. URL: [http://discourseanalysis.org/ada2\\_1.pdf](http://discourseanalysis.org/ada2_1.pdf).
14. Leontiev A. A. Signs of coherence and integrity of the text [Priznaki svyaznosti i tselnosti teksta] // Text linguistics: proceedings of the conf. Pt 1. Moscow, 1975. C. 168–172.
15. Murzin L. N., Shtern A. S. Text and its perception [Tekst i ego vospriyatie]. Sverdlovsk, 1991.
16. Ratsiburskaya L. V. Modern jargon in the newspapers [Sovremennaya zhargonnaya rech' na stranitsah gazet] // Rus. langu. at school. 2004. No. 2. C. 80–85.
17. Stepanova M. I. Cohesion and coherence as the fundamental characteristics of publicistic discourse [Kogezia i kogerentnost' kak osnovopolagayushchie harakteristiki publitsisticheskogo diskursa] // Vestn. of Samara State Univ. 2009. No. 73.
18. *The handbook of discourse analysis* / ed/ by D. Schiffrin, D. Tannen, H. E. Hamilton. Oxford : Blackwell 2003.
19. Zhabbarova F. W. Categories of text [Kategorii teksta] // Bul. of Bashkir Univ. 2011. T. 16. No. 3. S. 759–762.