Ирина Петровна ЗЫРЯНОВА

СПЕЦИФИКА ГАЗЕТНО-ЖУРНАЛЬНОГО ДИСКУРСА И ЕГО АДРЕСАТА

В статье рассматривается дискурс как направление современных лингвистических исследований, анализируется взаимосвязь понятий «дискурс» и «текст». Выявляются особенности газетно-журнального дискурса, его адресата, определяются его специфические функции, такие как информационная, коммуникативная, оценочная, функции воздействия и формирования общественного мнения.

Ключевые слова: *дискурс, газетно-журнальный дискурс и его адресат, язык СМИ, функции дискурса СМИ.*

Irina P. ZYRYANOVA

FEATURES OF NEWSPAPER AND MAGAZINE DISCOURSE AND ITS ADDRESSEES

The article deals with studying discourse and its connection with the notion "text". The author points out special features of the newspaper and magazine discourse, its addressee, analyzes its main functions such as informative, communicative, estimating, persuasive and forming social opinion.

Key words: *discourse, newspaper and magazine discourse and its addressee, functions of mass media discourse.*

Первые исследования внутренней организации дискурса датируются рубежом 50-х годов XX века, когда появляются работы, полностью посвященные конструкциям, состоящим более чем из одного предложения – «сложным синтаксическим целым» и «сверхфразовым единствам» (Борботько, 2009: 10). В отечественной лингвистике анализировались главным образом логико-грамматические отношения между связанными по смыслу высказываниями, образующими в речи сверхфразовое единство (Фигуровский, 1974: 109). Термин «сложное синтаксическое целое» употреблялся Л. В. Щербой уже в 1920-е годы (см. Щерба, 1974: 97).

В зарубежной лингвистике синтаксические регулярности в организации дискурса были открыты в 1952 году З. Хэррисом, который установил факт повторяемости морфем и синтаксических конструкций в смежных высказываниях, а также смысловую эквивалентность различных выражений, попадающих в идентичное окружение (Harris, 1969). С этого момента понятие «дискурс» широко применяется не только в современной лингвистике, но и социологии, политологии, логике, философии (Менджерицкая, 1997: 130). Как отмечает Ю. М. Лотман «развитие науки в разные моменты выбрасывает на поверхность такие слова; лавинообразный рост их частотности в научных текстах сопровождается утратой необходимой однозначности. Они не столько терминологически точно обозначают научное понятие, сколько сигнализируют об актуальности проблемы, указывают на область, в которой рождаются новые научные идеи» (Лотман, 1992: 148). Широкая

сфера употребления термина позволяет, на первый взгляд, говорить о его полисемии, хотя, по мнению Франсуаза Эльгорски, «в действительности он всегда обозначает определенным образом организованную речевую деятельность, связанную с некоторой нелингвистической областью (социологический, идеологический, культурный контекст) или с чем-нибудь невысказанным (бессознательным, предполагаемым)» (Helgorsky, 1982: 22).

Несмотря на многообразие трактовок данного понятия и с лингвистических позиций (Макаров, 2003, Карасик, 2004, Прохоров, 2004, Чернявская, 2001, Чудинов, 2003, Шейгал, 2004 и др.), в большинстве работ отечественных и зарубежных ученых дискурс рассматривается как «целостное речевое произведение в многообразии его когнитивно-коммуникативных функций» (Седов, 2004: 7); «всякий процесс говорения, включающий в свои структуры говорящего и слушающего вместе с желанием первого воздействовать на второго» (Kristéva, 1981: 17); «связный текст в совокупности с экстралингвистическими (прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах из сознания (когнитивных процессах), как речь, погруженная в жизнь» (Арутюнова, 1998: 136–137); структура «после языка, но до высказывания» (Тодоров, 1983: 367); «особое использование языка для выражения особой ментальности, особой идеологии, о языке в языке, представленном в виде особой социальной данности» (Степанов, 1995: 37; 43).

Дискурсивное направление лингвистических исследований возникло, как отмечают Е. С. Кубрякова и Л. В. Цурикова, в контексте противопоставления функционализма формализму, представляющих собой «крайние точки на шкале различных интерпретаций языка» (Кубрякова, 2004: 134–135). В связи с этим дискурс, с одной стороны, мыслится как речь, вписанная в определенную коммуникативную ситуацию и потому имеющая более отчетливо выраженное социальное содержание (по сравнению с речевой деятельностью индивида), а с другой стороны, дискурсивная практика осуществляется в виде некоторого вербального построения, обладающего определенной структурой и соотносимого с понятием текста (Боярских, 2008: 18).

При изучении функционально-обусловленных дискурсов вообще, и газетно-журнального дискурса в частности, необходимо остановиться на взаимосвязи понятий «дискурс» и «текст», относящейся к числу дискуссионных в лингвистике. Так, Э. Бенвенист, оперируя понятием дискурса, противопоставляет его как процесс системе: «вместе с предложением мы покидаем область языка как системы знаков и вступаем в другой мир, мир языка как орудия общения, выражением которого является дискурс» (Benveniste, 1966: 129–130). Развивая мысль

о процессуальном характере дискурса, он пишет, что высказывание есть «индивидуальное преобразование языка в дискурс», причем производится именно «высказывание, но не *текст* высказывания» (Benveniste, 1970: 12–13). Таким образом, автор разделяет процесс реализации языковой системы – дискурс – и результат этого процесса – текст. В. В. Богданов, рассуждая о взаимосвязи языка, речи, текста и дискурса, рассматривает дискурс как родовой термин по отношению к видовым – тексту и речи (Богданов, 1993: 6). Сопоставляя дискурс и текст, М. Л. Макаров определяет дискурс как «текст *плюс* ситуация», а текст, соответственно, как «дискурс *минус* ситуация» (Макаров 2003: 87). В данном случае дискурс понимается широко – как все, что говорится и пишется, как речевая деятельность, являющаяся в «то же время и *языковым материалом*» (Л. В. Щерба), причем в любой его репрезентации – звуковой и графической (Макаров 2003: 90). Е. И. Шейгал в монографии «Семиотика политического дискурса» также останавливается на дихотомии данных терминов. Так, автор определяет дискурс как явление деятельностное, процессуальное, связанное с реальным речепроизводством, как реальное речевое событие, разворачиваемое во времени. Текст, в свою очередь, выступает продуктом речепроизводства, который имеет определенную законченную и зафиксированную форму, лишенную жесткой прикрепленности к реальному времени и представляющую собой абстрактный ментальный конструкт, реализующийся в дискурсе (Шейгал, 2004: 10–11).

Принимая все вышесказанное во внимание, в данном исследовании мы придерживаемся определения дискурса, данного Ю. Н. Карауловым и В. В. Петровым: «Дискурс – это сложное коммуникативное явление, включающее, кроме текста, еще и экстралингвистические факторы (знания о мире, мнения, установки, цели адресата), необходимые для понимания текста» (Караулов, 1989: 8). Из определения следует, что по своей природе дискурс – это не только лингвистическое, но и социокультурное явление, которое, интерпретируя окружающую действительность, отражает при этом особый способ видения мира, способ упорядочивания действительности, заданный определенной коммуникативной ситуацией и присущий определенному социуму. Кроме этого, на дискурс неизбежно оказывают влияние психологические условия и обстоятельства общения. Таким образом, структура дискурса состоит из двух компонентов: лингвистический, который составляют системные языковые единицы, и экстралингвистический, который составляет ситуация, прагматический, социокультурный, психологический и другие факторы (Прохоров, 2004: 31).

При теоретическом осмыслении дискурса важным является описание функциональной структуры и категориальных признаков разных его типов, в основе выделения которых – специфика реально протекающей деятельности людей (Кубрякова, 2004: 138).

Согласно точке зрения В. И. Карасика, с позиций прагматики анализ различных типов дискурса ориентирован на исследование «интерактивной деятельности участников общения, установление и поддержание контакта, эмоциональный и информационный обмен, оказание воздействия друг на друга» и др. (Карасик, 2000: 5). С позиций социолингвистики – на «анализ участников общения как представителей той или иной социальной группы и анализ обстоятельств общения в широком социокультурном контексте» (Карасик, 2000: 5). В зависимости от того, в каком качестве предстает субъект общения в той или иной ситуации общения, и учитывая контекст последней, В. И. Карасик выделяет два основных типа дискурса: персональный и институциональный. «В первом случае говорящий выступает как личность во всем богатстве своего внутреннего мира, во втором случае – как представитель определенного социального института» (Карасик, 2000: 6). Персональный, или личностно-ориентированный, дискурс, в свою очередь подразделяется на бытовой (представляющий собой пунктирное общение в ситуации сокращенной дистанции и характеризующийся повышенной семантической нагрузкой на невербальную коммуникацию) и бытийный (ориентированный на насыщенное смыслами общение развернутого характера, репрезентированное произведениями философской, художественной и психологической литературы) (Карасик, 2004: 289–304).

В институциональном, или статусно-ориентированном, дискурсе актуализируются «ролевые характеристики агентов и клиентов институтов, типичные хронотопы, символические действия, трафаретные жанры и речевые клише. Институциональное общение – это коммуникация в своеобразных масках» (Карасик, 2000: 12). В данном случае участники коммуникации выявляют в акте речи одну из своих социальных функций (Арутюнова, 1981: 357): как представители определенного социального института, носители некоего социального статуса. Именно к институциональному типу дискурса, наряду с научным, религиозным, рекламным, юридическим, педагогическим, относится газетно-журнальный, именуемый также масс-медиальный, массово-информационный, журналистский, газетно-публицистический.

Газетно-журнальный дискурс, в соответствии с принятым нами определением дискурса, можно трактовать как связный письменный текст в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, выраженный средствами массовой коммуникации, взятый в событийном аспекте, участвующий в социокультурном взаимодействии и отражающий механизм сознания коммуникантов (Сметанина, 2002: 10; Желтухина, 2004: 132). Данный тип дискурса выходит в мир психики и когнитивной деятельности (Кубрякова, 2004), поскольку для осуществления дистантной коммуникации адресант при создании вербальных знаков опирается на

интуитивную и на осознанную интеллектуальную деятельность, а адресат воспринимает и осмысливает полученную информацию.

Как отмечает И. В. Силантьев, опираясь на мысли М. Пеше, «всякий дискурс – в силу того, что существует и функционирует в системе других дискурсов – отражает в своем «телесном» составе, в репертуаре своих, в том числе возможных высказываний, – другие и многие дискурсы, и следы этих отражений мы обнаруживаем в текстах» (Силантьев, 2006: 31). Важным свойством газетного дискурса является, по мнению И. В. Силантьева, его максимальная интердискурсивность, поскольку в нем наблюдается тесная связь с политическим и рекламным дискурсами (они непосредственно опираются на СМИ), а также образовательным, религиозным, научным, литературно-критическим (Силантьев, 2006: 35). На эту особенность дискурса СМИ не раз указывали многие исследователи (Александрова, 2002, Батурина, 2004, Каравичева, 2005, Карасик, 2004, Лысакова, 2005, Малычева, Богуславская, 2001, Стернин, 2003). Данная специфика дискурса связана с наличием в нем обоих полюсов: и институциональности, и персональности. Полюс институциональности соотносится с различными аспектами деятельности СМИ, которые «предстают как некая гипер-фабрика производства и распространения общественно значимой информации и в которых работают, скорее, не авторы, а технологи дискурсов – новостного, рекламного, развлекательного, политического и др.» (Силантьев, 2006: 35). Полюс персональности соотносим с творчеством журналиста-автора как некоей проникновенной духовно-публицистической деятельностью, в рамках которой журналист – это полнокровный автор и писатель, нередко при этом совмещающий журналистику с авторством в художественной литературе или литературной критике (Силантьев, 2006: 34–35).

Современные исследователи дискурса СМИ, куда относится и газетно-журнальный дискурс, указывают на ряд присущих ему специфических функций. Так, они подчеркивают первичность функции *убеждения*, поскольку публицист прямо агитирует, воздействуя на оценку читателем тех или иных фактов (Солганик, 1997, Сметанина, 2002). Значимой является также функция *воздействия*, то есть «информационное изменение в одной системе при ее взаимодействии с другой системой, которая передает информацию в форме сигналов, ориентирующих систему о смысле и значении сообщений» (Еникеев, 2002: 33). Публицистика всегда осуществляет речевое воздействие на адресата, под которым понимается «речевое общение в системе средств массовой информации или агитационном выступлении» (Тарасов, 1990: 5) В сущности, любое общение – воздействие, ибо, по замечанию Р. Блакара, «выразиться нейтрально невозможно» (Блакар, 1987: 91). Понятие контроля (власти) и языковых средств его существования – важнейшее в теории речевого воздействия. Причем отличие

персуазивного дискурса от всех других заключается именно в контролируемости семантических выводов, к которым должен прийти читатель (слушатель): автор (говорящий) пытается направить релевантные интеллектуальные и эмоциональные процессы в слушающем таким образом, чтобы те в конечном счете привели его к заданной (нужной автору) интерпретации (Кузьмина, 2007: 203). По мнению Дж. Лакоффа, дискурс можно считать персуазивным, когда он неравноправный, т. е. когда попытка воздействия осуществляется одним из участников (Lakoff, Johnsson, 1982: 28). Таким образом, газетно-журнальный дискурс – яркая демонстрация персуазивного дискурса. В рамках функции воздействия мы можем также говорить о суггестивности прессы, под которой понимается «процесс воздействия на психику адресата, на его чувства, волю и разум, связанный со снижением сознательности, аналитичности и критичности при восприятии внушаемой информации» (Желтухина, 2003: 21). Данный факт объясняется тем, что язык СМИ – универсальная знаковая система, с помощью которой формируется картина окружающего мира, поскольку мы вынуждены строить свое знание об окружающей действительности на медиареконструкциях и интерпретациях, которые в силу своей природы идеологичны и культуроспецифичны (Добросклонская, 2008: 30). По мнению некоторых лингвистов, в частности Д. Б. Гудкова (Гудков, 2000: 46), указанная функция – основная в сфере печатных и электронных СМИ, так как ее использование создает особый аудиовизуальный мир, воздействию которого вольно или невольно подвергается каждый из нас.

Традиционной и исторически изначальной для прессы является *информационная* (информационно-содержательная) функция: «Независимая, а точнее сказать, зависимая от читателя современной прессы, быстро реагирует на нужду потребителей информации» (Какорина, 2003: 245). Однако в современных печатных СМИ данная функция претерпевает некоторые изменения, поскольку прессе отводится роль интерпретировать произошедшее событие, переводя факт реальный посредством речевых структур в факт вербальный (Сорокин, 2000: 93), факт-комментарий (Сметанина, 2002: 50) и давая ему определенную оценку. Последняя может быть имплицитной, то есть заложенной в значение слова, и эксплицитной, присущей не конкретному слову, а его употреблению, когда оценка закладывается в контекст, в квазисинонимическую ситуацию, в квазицитату (Клушина 2004: 53).

Г. Я. Солганик также относит к отличительным чертам исследуемого дискурса социальную *оценочность*, *коммуникативную общезначимость*, особый характер экспрессивности (Солганик, 1981: 34). Требуемая оценка высказывания задается заранее, закладывается в сообщение, но ее присутствие в тексте незаметно, она не навязывается, а исподволь внушается адресату (Клушина, http). Суть деятельности

журналистики – оценка актуального и внедрение этой оценки в массовое сознание.

Важной особенностью анализируемого дискурса является активное влияние СМИ на *формирование и развитие массового сознания общества* (Добросклонская, 2008, Желтухина, 2003, Клушина, 2004), осуществляемое через регулирование общественного мнения (Володина, 2001: 12), формирование общественных взглядов и настроений (Аннушкин, 2001: 5), определение картины дня, а шире — текущего момента (Майданова, 2006: 147). Его анализ, как отмечает И. Т. Вепрева, позволяет диагностировать психологическое состояние общества, его социокультурное настроение (Вепрева, 2005: 6), а также современное состояние языка, так как в нем быстрее, чем где бы то ни было, находят отражение и фиксируются многочисленные изменения языковой действительности, все процессы, которые оказываются характерными для современного речеупотребления (Добросклонская, 2008: 24).

Принимая во внимание тот факт, что любое высказывание (текст) не существует в вакууме, а производится «говорящим и слушающим в конкретных ситуациях, в рамках широкого социокультурного контекста» (Дейк ван, Кинч, 1988: 159), следует признать, что тексты СМИ, как и язык СМИ в целом, представляют обобщенный совокупный образ национального языка, предстают как национальный поток сознания современного человек (Караулов, 2001: 15–16), как ментально-языковое пространство, в котором пересекаются, взаимодействуют фрагменты национальной картины мира, отраженные языковым сознанием личностей как автора, так и адресата, что делает взаимодействие коммуникантов в сфере массовой коммуникации не столько манипулятивным, сколько конвенциональным и диалогичным (Богомолов, 2000, Кормилицына, 2003, Чернышова, 2007). Интерпретируя событие, пишущий не может не принимать во внимание фигуру адресата, который в современных социально-политических условиях определяет цель акта газетной коммуникации (Чернышова, 2007: 15), поскольку «даже логически безупречный аргумент обречен на неудачу, если он исходит из чуждых адресату принципов и идеалов» (Кобозева, http). В связи с этим при теоретическом осмыслении данного вида дискурса необходимо представление образа его адресата.

Актуальность указанного вопроса является следствием гуманизации научного знания, которая поставила перед языковедами задачу раскрытия природы и роли человеческого фактора в языковой коммуникации. Язык рассматривается в своей погруженности в жизнь, в отображении действительности, что свидетельствует о переходе от лингвистики имманентной к лингвистике антропологической (Рузин, 1993: 48). Вопросы ориентированности речи на получателя сообщения рассматриваются в рамках лингвистической прагматики, в теории речевых актов, где эта проблематика трактуется как «фактор адресата».

Как отмечает Н. Д. Арутюнова, правильное ведение коммуникации опирается на согласованность параметров собеседников, включающих адресную обусловленность, аспект, амплуа или функции, в которых адресат и говорящий вступают в коммуникацию, приоритетность точки зрения адресата при интерпретации высказывания, удовлетворение пресуппозиций адресата как залог эффективной коммуникации (Арутюнова, 1981: 357–359).

Характеризуя разнообразие возможных адресатов высказывания, М. М. Бахтин писал, что адресат «может быть непосредственным участником-собеседником бытового диалога, может быть дифференцированным коллективом специалистов какой-нибудь специальной области, может быть более или менее дифференцированной публикой, народом, современниками, единомышленниками, противниками и врагами, подчиненным, начальником, низшим, высшим, близким, чужим и т.п., он может быть и совершенно неопределенным неконкретизированным другим (при разного рода монологических высказываниях эмоционального типа) – все эти виды и концепции адресата определяются той областью человеческой деятельности и быта, к которой относится данное высказывание» (Бахтин, 1979: 275). Анализу образа адресата в различных видах дискурса посвящен ряд работ. Так, Н. С. Бирюкова анализирует данную категорию в политическом дискурсе (Бирюкова, 2005). Особенности адресата рекламы также неоднократно становились предметом исследования (Пикулева, 2002, Постнова, 2001). Т. Л. Каминская и Т. В. Чернышова изучают образ адресата средств массовой коммуникации (Каминская, http, Чернышова 2007).

Принимая во внимание накопленный эмпирический опыт в данной области, перейдем к рассмотрению указанной категории в исследуемом дискурсе, представляющем собой дистантную форму коммуникативной деятельности институционального и когнитивного характера. Его основными участниками являются представители средств массовой информации как социального института и массовая аудитория. Т. Г. Добросклонская отмечает «коллективный, коллегиальный характер производства текстов и направленность текста массовой коммуникации на огромную, рассредоточенную в пространстве аудиторию» (Добросклонская, 2008: 37). По мнению В. И. Конькова, «в газетном тексте авторство является коллективным, представляющим мнение редакции» (Коньков, 1995: 12). На массовый характер авторства в СМИ указывает Gunhild Agger: «In media studies the notion of the subject as an author is in many ways less significant than in literary contexts. For although the efforts of individual talents can certainly be discerned, and although the director in film and TV fiction plays a leading role, *team work* (курсив наш) ultimately shapes the final result (Agger, http). Адресат СМИ также характеризуется как *массовый*, то есть количественно неопределенный,

неоднородный, анонимный, рассредоточенный, в работах ряда исследователей (Богодухова, http, Богуславская, 2008, Майданова, Лазарева, http, Сухорукова, 2004, Чудинов, 2001). И. М. Кобозева подчеркивает, что «адресат массовой коммуникации в отличие от адресата в ситуации непосредственного диалогического общения – это не присутствующий в ситуации коммуникативного акта реальный индивидуум, а потенциальное неопределенное множество лиц, которые могут взять в руки данный журнал или газету, оказаться слушателями радиопередачи или зрителями телепрограммы. Поэтому автор текста массовой информации сам моделирует своего типового адресата, осуществляя коммуникативный акт, рассчитанный на определенную группу, выделяемую по половому, возрастному, национальному, социальному, конфессиональному, мировоззренческому и т.п. признакам» (Кобозева, http).

Как отмечает Е. В. Сидоров, знания, которыми располагают коммуниканты, то есть их когнитивные базы, определяют коммуникативную деятельность говорящего и организацию текста как ее продукта. Мыслимые образы свойств когнитивной базы адресата могут в разной степени приближаться к действительным свойствам когнитивной базы реального реципиента текста или удаляться от них, но как системный фактор коммуникации имеет значение именно образ свойств когнитивной базы адресата, принимаемый за сами эти свойства (Сидоров, 2009: 61). Ориентируя текст на определенную модель читателя, автор апеллирует к единицам когнитивной базы последнего, что определяется рядом исследователей как принцип общности фоновых знаний адресанта и адресата (Бирюкова, 2005, Зырянова, 2010). Процесс рецепции текста есть процесс смыслообразования, основанного на содержании текста. «Содержание - это наборы предикаций в рамках пропозиционных структур. Эти предикации состоят из единиц, несущих лексические и грамматические значения. Смыслом же называется та конфигурация связей и отношений между множеством компонентов ситуаций (ситуации мыследеятельности и ситуации коммуникативной), восстанавливая которую или создавая которую реципиент понимает текст. В отличие от содержаний, которые прямо номинированы единицами, легко соотносимыми с референтами, смысл имеет тенденцию к эзотеричности. (...) Смыслы опредмечены в средствах текстопостроения, поэтому восстановление смыслов предполагает работу распредмечивания, восстановления ситуации мыследействия продуцента» (Богин, 1997: 146–147). Любой текст является полиинтерпретируемым. Как отмечает Р. Барт, множественность осуществляемых смыслов есть не просто допустимая, но неустранимая характеристика текста (Барт, 1994: 417–419). Процесс интерпретации текста основывается на ряде типовых ментальных операций. «Несовпадающие интерпретации возникают вследствие того, что объект

по-разному воспроизводится в сознании разных субъектов (разное опускается и добавляется), неодинаково членится ими, элементы членения по-разному монтируются, в объекте акцентуируются разные стороны, он проецируется на разные эталоны и, наконец, ему приписывается различная семантика, то есть он подвергается альтернативной символизации» (Борухов, 1989: 10). Чем большее сходство наблюдается в системах смыслов, усвоенных отдельными членами культурной группы в процессе рецепции и интерпретации текста, тем больше объем коллективного концепта данного текста и тем меньше в нем индивидуальных различий. Поэтому в формировании концепта прецедентного текста значительную роль может играть фигура интерпретатора – индивида или института, берущего на себя распредмечивание смыслов и транслирующего свою смысловую модель на культурную группу (Слышкин, 2000).

Таким образом, подводя итогом вышесказанному, мы определяем газетно-журнальный дискурс как связный письменный текст в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, выраженный средствами массовой коммуникации, взятый в событийном аспекте, участвующий в социокультурном взаимодействии и отражающий механизм сознания коммуникантов. Тексты СМИ, как и язык СМИ в целом, представляют обобщенный совокупный образ национального языка, ментально-языковое пространство, в котором пересекаются, взаимодействуют фрагменты национальной картины мира, отраженные языковым сознанием личностей как автора, так и адресата. Исследуемый вид дискурса имеет ряд специфических функций (информационную, коммуникативную, оценочную и др.). Поскольку газетно-журнальный дискурс, в первую очередь, персуазивный, главенствующими становятся функции воздействия и формирования общественного мнения. Данный дискурс представляет собой дистантную форму коммуникативной деятельности, основные участники которого – представители средств массовой информации как социального института и массовая аудитория.

Список литературы:

Александрова О. В. Когнитивно-прагматические особенности построения дискурса в средствах массовой информации // Текст и дискурс: традиционный и когнитивно-функциональный аспекты исследования: сб. научных тр. / под ред. Л. А. Манерко. – Рязань: Ряз. гос. пед. ун-т, 2002. – С. 80–94.

Аннушкин В. М. Стиль речи СМИ – стиль жизни общества // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исСледования. Тезисы докл. междунар. науч. конференции. Москва, 25–27 октября 2001 года. / МГУ им. Ломоносова. – М., 2001. – С. 5.

Арутюнова Н. Д. Дискурс // БЭС. Языкознание / гл. ред. Ярцева. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. – С. 136–137.

Арутюнова Н. Д. Фактор адресата // Известия АН СССР. Сер. литературы и языка. – 1981. – № 4. – С. 356–367.

Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. – М.: Прогресс, 1994. – 616 с.

Батурина Л. А. Семантико-стилистический анализ ономастических единиц в газетно-публицистическом тексте (на материале прессы конца XX – начала XXI века) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград, 2004. – 25 с.

Бахтин М. М. Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках. Опыт философского анализа // Эстетика словесного искусства. – М.: Художественная литература, 1979. – 501 с.

Бирюкова Н. С. Восприятие студентами прецедентных феноменов, используемых в современной массовой коммуникации: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. – Екатеринбург, 2005. – 196 с.

Блакар Р. М. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального воздействия. – М.: Прогресс, 1987. – С. 88–125.

Богданов В. В. Текст и текстовое сообщение. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербуржского ун-та, 1993. – 67 с.

Богин Г. И. Явное и неявное смыслообразование при культурной рецепции текста // Русское слово в языке, тексте и культурной среде. – Екатеринбург: Арго, 1997. – С. 146–164.

Богомолов А. Н. К вопросу о создании модели обучения пониманию текстов массовой коммуникации (На материале учебника русского языка для иностранцев «Взаимопонимание») // Вестник МГУ. – Сер 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2000. – № 2. – С. 17–26.

Борботько В. Г. Принципы формирования дискурса: От психолингвистики к лингвосинергетике. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – Изд.3-е, испр. – 288 с.

Борухов Б. Л. Речь как инструмент интерпретации действительности (теоретические аспекты): автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук: 10.02.01. – Саратов, 1989. – 17 с.

Боярских О. С. Прецедентные феномены со сферой-источником «Литература» в дискурсе российских печатных СМИ (2004–2007): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. – Екатеринбург, 2008. – 231 с.

Вепрева И. Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху. – М.: ОЛМА ПРЕСС, 2005. – 384 с.

Володина М. Н. Язык массовой коммуникации – основное средство информационного воздействия на общественное сознание // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования: тезисы докл. междунар. науч. конф., Москва, 25–27 октября 2001 года. / Филологический факультет МГУ им. Ломоносова. – М., 2001. – С. 9–31.

Гудков Д. Б. Функционирование прецедентных феноменов в публицистическом дискурсе российских СМИ // Политический дискурс в России – 4: материалы рабочего совещания 22 апреля 2000 г. – М., 2000. – С. 46.

Дейк ван Т. А. Стратегии понимания связного текста // Новое в зарубежной лингвистике: Когнитивные аспекты языка. – М., 1988. – Вып. XXIII. – С. 153–208.

Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. – М., 2008. – 264 с.

Желтухина М. Р. Масс-медиальная коммуникация: языковое сознание – воздействие – суггестивность // Язык. Сознание. Коммуникация: Сб. статей / отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. – М.: МАКС Пресс, 2003. – Вып. 24. – С. 13–28.

Зырянова И. П. Прецедентные феномены в заголовках британских СМИ: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. – Екатеринбург, 2010. – 312 с.

Какорина Е. В. Сфера массовой коммуникации: отражение социальной ориентированности языка в текстах СМИ // Современный русский язык.

Социальная и функциональная дифференциация / Под ред. Л. П. Крысина. - М.: Языки славянской культуры, 2003. – С. 245.

Каравичева Т. В. Эволюция языка СМИ в публикациях экономической и социально-правовой тематики: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук: 10.02.01. – Тамбов, 2005. – 22 с.

Карасик В. И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. – Волгоград, 2000. – С. 5–20.

Караулов Ю. Н. От грамматики текста к когнитивной теории дискурса // Т. А. ван Дейк Язык. Познание. Коммуникация: Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.

Караулов Ю. Н. Язык СМИ как модель общенационального языка // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования: тезисы докл. междунар. науч. конференции. Москва, 25 – 27 октября 2001 года. / Филологический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова – М., 2001. – С. 16–18.

Клушина Н. И. Язык публицистики: константы и переменные // Русская речь. – 2004. – № 3. – С. 51–54.

Коньков В. И. Речевая структура газетного текста. – Спб.: С.-Петерб. гос. ун-т, 1995. – 160 с.

Кормилицына М. А. Экспрессивные синтаксические конструкции в современной прессе // Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сб. науч. тр. / под ред. М. А. Кормилицыной. – Саратов, 2003. – Вып. 3. – С. 55–61.

Кубрякова Е. С. Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности // Язык средств массовой информации: Учебное пособие по специализации. – В 2-х ч. – Ч. 2. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004. – С. 126–159.

Кузьмина Н. А. Интертекст и его роль в процессах эволюции поэтического языка. – Изд. 4-е, стереотипное. – М.: КомКнига, 2007. – 272 с.

Лотман Ю. М. Статьи по семиотике и топологии культуры. – Таллин: «Александра», 1992. – 247 с.

Лысакова И. П. Язык газеты и типология прессы. Социолингвистическое исследование. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2005. – 256 с.

Макаров М. Л. Основы теории дискурса. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.

Майданова Л. М. Аргумент «к человеку» в публицистической аргументации / Л. М. Майданова, Э.А. Лазарева, В. Н. Маров, В. Г. Соловьев, Э. В. Чепкина. – Режим доступа: http://www.lib.csu.ru/vch/2/1997_01/011.pdf

Малычева Н. В., Богуславская В. В. Художественный и журналистский текст в аспекте функционально-семантических категорий // Конгресс русистов-исследователей: материалы конференции, Москва, 2001. – С. 284–285. – Режим доступа: http://www.philol.msu.ru/~rlc2001/ru/index_r.html

Менджерицкая Е. О. Термин «дискурс» в современной зарубежной лингвистике // Лингвистические проблемы межкультурной коммуникации: сб. статей / под ред. В. В. Красных, Л. И. Изотова. – М.: Филология, 1997. – С. 130–133.

Пикулева Ю. Б. Прецедентный культурный знак в современной телевизионной рекламе: лингвокультурологический анализ: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук: 10.02.01. – Екатеринбург, 2003. – 23 с.

Постнова Т. Е. «Страсти по мехам» и «Кошмар на улице ВАЗов» // Русская речь. – 2001. – № 6. – С. 69–72.

Прохоров Ю. Е. Действительность. Текст. Дискурс: учеб. пособие – М.: Флинта: Наука, 2004. – 224 с.

Рузин И. Г. Философские аспекты лингвистического исследования // Вестник Московского университета. Сер. 7. Философия. – М., 1993. – №3. – С. 46–55.

Седов К. Ф. Дискурс и личность: эволюция коммуникативной компетенции. – М.: Лабиринт, 2004. – 320 с.

Сидоров Е. В. Онтология дискурса. – М.: ЛИБРОКОМ, 2009 – 232 с.
Силантьев И. В. Газета и роман: Риторика дискурсных смешений. – М.: Языки славянской культуры, 2006. – 224 с.
Слышкин Г. Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. – М.: Academia, 2000. – 128 с. – Режим доступа: http://axiology.vspu.ru/ggs/ggsbook00.htm
Сметанина С. И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века). – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002. – 383 с.
Солганик Г. Я. Стилистика текста. – М.: Флинта: Наука, 1997. – 257 с.
Сорокин Ю. А. Статус факта (события) и оценки в текстах массовой коммуникации // Юрислингвистика–2: русский язык в его естественном и юридическом бытии. – Барнаул, АГУ, 2000. – С. 93.
Степанов Ю. С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности // Язык и наука конца XX века. – М.: РГГУ, 1995. – С 34–72.
Стернин И. А. Социальные факторы и публицистический дискурс // Массовая культура на рубеже XX – XXI веков: Человек и его дискурс. Сборник научных трудов. – М.: «Азбуковник», 2003. – С. 91–108.
Тодоров Ц. Понятие литературы // Семиотика. – М., 1983. С. 355–369.
Тарасов Е. Ф. Речевое воздействие: методология и теория // Оптимизация речевого воздействия. – М.: Наука, 1990. – С. 5–18.
Фигуровский И. А. Основные направления в исследованиях синтаксиса связного текста // Лингвистика текста: материалы научной конференции. – Ч. II. – М.: МГПИИЯ им. М. Тореза, 1974. – С. 108–155.
Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000): монография. — Екатеринбург: ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т», 2001. – 238 с.
Чернышова Т. В. Тексты СМИ в ментально-языковом пространстве современной России. – М.: ЛКИ, 2007. – 296 с.
Чернявская В. Е. Дискурс как объект лингвистических исследований // Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса / Отв. ред. В. Е. Чернявская. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001. – С. 11–22.
Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2004. – 326 с.
Щерба Л. В. Языковая система и речевая деятельность. – Л.: Наука, 1974. – 428 с.
Agger Gunhild. Intertextuality Revisited Dialogues and Negotiations in Media Studies // Canadian Aesthetics Journal. – Vol. 4. – Summer 1999. – Режим доступа: http://www.uqtr.uquebec.ca/AE/vol_4/gunhild.htm
Harris Z. S. Analyse du discourse // Langages, 1969. #13. P. 8–45.
Benveniste E. Problèmes de linguistique générale. – Paris: Gallimard, 1966. – 356 p.
Helgorsky F. Norme et Histoire // Le français moderne, 1982. – # 1. – P. 15–41.
Kristéva J. Le langage, cet inconnu. – Paris: Ed. Du Seuil, 1981. – 334 p.
Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live by. – Chicago: University of Chicago Press, 1980. – 242 p.

Зырянова Ирина Петровна – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков теории и методики обучения Нижнетагильского государственного социально-педагогического института, филиала Российского государственного профессионально-педагогического университета (г. Нижний Тагил), zyryanovairena@gmail.com