



DOI: 10.22363/2312-9182-2019-23-3-845-851

Book Review

## **Media Linguistics: New Approaches and Solutions**

**Review of the reference dictionary  
“Media Linguistics in Terms and Concepts”, ed. L.R. Duskayeva.  
Moscow: Flinta, 2018. 440 pp. (In Russ.)**

**Liudmila I. Bogdanova**

Lomonosov Moscow State University (MSU)  
*Leninskie Gory, 1-51, Moscow, 119991, Russia*

**For citation:**

Bogdanova, Liudmila I. (2019). Media Linguistics: New Approaches and Solutions. Review of the Reference Dictionary “Media Linguistics in Terms and Concepts”, ed. L.R. Duskayeva. Moscow: Flinta, 2018. 440 pp. (In Russ.). *Russian Journal of Linguistics*, 23 (3), 845—851. doi: 10.22363/2312-9182-2019-23-3-845-851.

Рецензия

## **Медиалингвистика: Новые подходы и решения**

**Рецензия на словарь-справочник под ред. Л.Р. Дускаевой  
«Медиалингвистика в терминах и понятиях».  
М.: Флинта, 2018. — 440 с.**

**Л.И. Богданова**

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова  
*Ленинские горы, 1, стр. 13-14, Москва, 119991, Россия*

**Для цитирования:**

Богданова Л.И. Медиалингвистика: новые подходы и решения. Рецензия на словарь-справочник под ред. Л.Р. Дускаевой «Медиалингвистика в терминах и понятиях». М.: Флинта, 2018. 440 с. // *Russian Journal of Linguistics*. 2019. Т. 23. No 3. С. 845—851. doi: 10.22363/2312-9182-2019-23-3-845-851.

В последнее время проблематика, связанная с медиалингвистикой, становится особенно актуальной. Однако широта и неопределенность понятия, названного данным термином, заставляет задуматься и о границах соответствующей научной дисциплины, и об уточнении ее понятийного аппарата. В этом плане выход в свет

словаря-справочника под редакцией Л.Р. Дускаевой «Медиалингвистика в терминах и понятиях» можно считать важным событием в современной научной жизни, своего рода ответом на новые вызовы. Ценность настоящего издания повышается и за счет того, что словарь по медиалингвистике издается в России впервые. Данная книга является результатом интенсивной и разносторонней работы коллектива ученых из разных вузов России, Белоруссии, Литвы и Польши. Усилия авторов словаря были сосредоточены на систематизации современных научных представлений о языке медиа и о научной дисциплине, его исследующей, т.е. медиалингвистике. Во Введении к Словарю Л.Р. Дускаева отмечает, что медиалингвистика — это «формирующееся в отечественном языкознании на пересечении лингвистики и медиалогии научное направление, предметом которого является речевая деятельность в медиа» (Дускаева 2018: 14). Данное направление основывается на достижениях функциональной стилистики и дискурс-анализа, неоднократно становившихся предметом специального рассмотрения. Обзор проблематики и анализ основных направлений представлен, в частности, в работах по дискурс-анализу [см., напр., (Анненкова 2011; Ponton, Ларина 2016; Карасик 2016; Kecskes 2016; Ponton, Ларина 2017 и др.)].

Одной из главных задач медиалингвистики по праву считается выявление закономерностей использования языка при организации медиакommunikации. Цель настоящего издания словаря по медиалингвистике не столько популяризаторская, сколько исследовательская. Композиция словаря выстраивается в соответствии с задачами исследователей и представляет собой четырехчастную структуру, отражающую различные направления медиалингвистики: критику медиаречи, грамматику медиаречи, медиастилистику и медиадискуртологию. В первом разделе представлена онтология медиалингвистики. Здесь дается толкование важнейших понятий и основных категорий медиалингвистики как научной дисциплины. Во втором разделе описываются языковые ресурсы, участвующие в создании медиатекстов. В третьем разделе рассматриваются понятия, с помощью которых описываются составные части медиалингвистики — медиастилистика, дискурсология и критика журналистской, рекламной и PR-речи, медиатекст в профессиональных сферах общения. Четвертый раздел посвящен гипермедиатексту. В этом разделе представлены понятия, с помощью которых изучается гипермедиатекст.

Реализованный авторами формат словаря-справочника позволил удачно соединить теорию и практику научных исследований в области медиалингвистики.

Выборочно остановимся, насколько это позволяет объем рецензии, на содержании разделов Словаря. В первом, основополагающем разделе «Онтология медиалингвистики», привлекают внимание словарные статьи, прежде всего связанные с методологией. Здесь даются важные для осознания научного аппарата дисциплины определения праксиологии как общего исследовательского метода в медиалингвистике, а также определяются частные методы изучения медиатекстов. В словаре представлена связь медиалингвистики и речеведения (Т.В. Шмелёва).

Особое место в словаре отводится обзорам, показывающим, как проходило становление медиалингвистики в англоязычной, немецкоязычной, польской исследовательской литературе. Медиалингвистика в Западной Европе и США стала развиваться, начиная с 70-х годов прошлого века. Т.Г. Добросклонская, автор трудов по медиалингвистике (Добросклонская 2005, 2008), отмечает вклад в становление и развитие этой науки таких ученых, как Т. ван Дейк (Dijk 1988), А. Белл (Bell 1991), Н. Фейрклаф (Fairclough 1995).

А.И. Едличко (Едличко 2016), автор статьи о медиалингвистике в Германии, приводит ценное наблюдение о том, что границы между межличностным и масс-медиаальным использованием языка, как отмечается в немецкоязычной научной литературе, очень быстро стираются, что приводит к возникновению гибридных коммуникативных форм (Едличко 2018: 66). Лингвистический анализ гибридизации признается одной из наиболее важных проблем медиалингвистики [см. об этом: (Perrin 2015)].

Рассматривая проблемы медиалингвистики в Польше, Б. Сковронек отмечает, что польские исследователи ориентируются в основном на идеографический подход — описание конкретных, избранных медийно-языковых явлений (Сковронек 2018: 68).

В центре исследовательских интересов авторов словаря находятся наиболее острые проблемы современной науки. Многие словарные статьи рецензируемого издания связаны прямо или косвенно с когнитивной лингвистикой, поскольку когнитивное направление в науке о языке на современном этапе является одним из наиболее востребованных и популярных. В этом плане обращают на себя внимание статьи, освещающие проблемы речевого воздействия. В словарной статье «Речевое воздействие в медиа» автор статьи Ж. Сладкевич рассматривает актуализацию речевого воздействия с помощью различных стратегий и тактик. Автор отмечает, что «принципиальными в аспекте когнитивного сближения образа адресанта и адресата медиатекста являются фасцинирующая и эмоционально-настраивающие стратегии», способствующие созданию особой тональности текста (Сладкевич 2018: 97).

Закономерно внимание авторов к рискам в медиакommunikации. Авторы соответствующего раздела, М.А. Кормилицына и О.Б. Сиротина, отмечают риски трех типов: 1) возможность провала коммуникации из-за полного непонимания; 2) возможность неправильного понимания; 3) возможность неполного, не совсем точного понимания, особенно опасного в плане порождения социальных рисков (Кормилицына, Сиротина 2018: 105). Рискогенность медиаречи косвенным образом связана с этикой. В словарной статье «Этика медиаречи» Т.И. Сурикова подчеркивает, что лингвоэтика содержит нормы-константы (вежливость, уважение к собеседнику, правдивость, умение слушать), но вместе с тем эволюционирует, отражая этические коллизии современности. Автор статьи отмечает, что речевой этикет в медиа адаптирует правила национального этикета к условиям медиадискурса (Сурикова 2018: 119).

Важное направление, получившее освещение в словаре, — критика медиаречи. Автор статьи В.В. Васильева отмечает, что важнейшей задачей критики

медиааречи является анализ речевого поведения в аспекте проявлений доминирования (Васильева 2018: 45). Язык доминирования в медиадискурсе в научной литературе называется также языком ненависти, языком вражды, проявляется в ксенофобии, манипулировании, речевой агрессии [см. об этом также: (Озюменко 2017)].

Во втором разделе, менее объемном и менее дифференцированном, чем первый, представлен анализ языковых ресурсов медиааречи. Статьи этого раздела написаны представителями разных научных школ (Т.Ю. Редькина, М.И. Конюшкович, М.А. Морозов, В.И. Коньков и др.). Авторы обращают внимание на такие важные явления для медиааречи, как дискурсивные слова (С.А. Манаенко), корелляция (Т.Ю. Редькина), актуальное членение (М.И. Конюшкович) и др.

Третий раздел, наиболее обширный, развернутый, детально разработанный, представляет медиатекст в профессиональных сферах общения. Третий раздел включает в себя два подраздела: 3.1. Медиатекст в журналистике; 3.2. Медиатекст в прикладных коммуникациях, который, в свою очередь, включает в себя рекламный медиатекст и медиатекст в связях с общественностью. Здесь читатель найдет для себя много новой и интересной информации. В подразделе «Медиатекст в журналистике» определяются такие понятия, как идиостиль журналиста (Н.С. Болотнова), поликодовость радиоречи (Н.Г. Нестерова), ререйтинг (В.И. Коньков), рассматриваются проблемы арт-дискурса. В статье «Арт-медиадискурс» Н.С. Цветова определяет дискурс искусства в российских СМИ как гипертекст, феноменологическими характеристиками которого можно считать открытость, являющуюся результатом диалогичности, и политопичность, многотемность (Цветова 2018: 188). Во втором подразделе «Медиатекст в прикладных коммуникациях» авторы словаря знакомят читателя с терминами и понятиями, связанными с рекламными медиатекстами и PR текстами. Архитектоника рекламного медиатекста рассматривается в аспекте ее уникальности, обусловленной полисемичностью, коммуникативной нагруженностью элементов, лаконичностью (Ксензенко 2018: 261). Специфика рекламного текста также связана с неймингом, который предназначен для создания фирменных наименований как индивидуализирующих знаков. В словарной статье «Нейминг в рекламе» рассматриваются удачные и неудачные имена (Кара-Мурза 2018: 271—274). Авторы обращают внимание также на корпоративный нейминг (Н.С. Балахонская), на имеджеформирующее речевое воздействие (Ю.М. Коняева), на контактоустанавливающую речевую деятельность в PR (Н.А. Прокофьева) и мн. др.

В четвертом, заключительном, разделе «Гипермедиатекст» рассматриваются новые жанры, появившиеся в связи с развитием интернет-коммуникации. Актуальной стала разработка критериев оптимальности свойств текстов, создаваемых в сетевых медиа: композиционного структурирования, идентификации описываемых событий (Дускаева 2018: 21). Важные параметры акцентирования ключевых позиций в тексте, динамики плотности изложения рассматриваются в статье «Гипермедиатекст новости» (Л.Р. Дускаева). Привлекают внимание своей проблематикой статьи «Комические жанры интернет-коммуникации» (Т.И. Попова),

«Самопозиционирование пользователя в Сети» (В.В. Васильева), «Сетевые номинации субъекта медиасообщения» (А.А. Малышев), «Фейковые новости» (А.А. Беловодская) и многие другие.

В заключение отметим, что потребность в осмыслении новых понятий медиалингвистики безусловно существует. Ученые нуждаются в единой площадке для обмена идеями, результатами исследований, для принципиальной концептуальной научной дискуссии. Медиалингвистика как феномен изучения специфической речевой деятельности еще долгие годы будет оставаться одной из наиболее широко обсуждаемых тем в науке. До сих пор существует много спорных и нерешенных вопросов в рамках этой дисциплины. Думается, что авторы словаря не ставили перед собой задачу сказать «последнее и окончательное слово» в медиалингвистике, решить все дискуссионные проблемы в этой сфере. Медиалингвистика, представляя собой динамично развивающуюся область знаний, будет постоянно нуждаться в новых подходах, новых обращениях к сложным и неоднозначным вопросам, требующим постоянных усилий для их решения. Хочется надеяться, что появятся новые издания этого важного и своевременного словаря, которые вновь подарят нам радость открытия сложного и не до конца ясного феномена медиа и медиалингвистики.

Настоящее издание словаря демонстрирует широту и разнообразие подходов к изучению медиалингвистики. Эта книга полезна не только лингвистам, но и широкому кругу специалистов в различных сферах гуманитарного знания.

© Л.И. Богданова, 2019



<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

- Анненкова И.В. *Медиадискурс XXI века: Лингвофилософский аспект языка СМИ*. М., 2011. [Annenkova, I.V. (2011). *Mediadiskurs XXI veka: Lingvofilosofskiy aspekt yazyka SMI* [Media discourse of the XXI century Lingvophilosophical aspect of the language of the media]. Moscow. (In Russ.)]
- Васильева В.В. Критика медиаречи // *Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник* / под ред. Л.Р. Дускаевой. М.: Флинта, 2018. С. 45—49. [Vasilyeva, V.V. (2018). *Kritika mediarechi*. In: L.R. Duskayeva (Ed) *Medialingvistika v terminakh i ponyatiyakh: slovar'-spravochnik*. Moscow: Flinta. 45—49. (In Russ.)]
- Добросклонская Т.Г. *Вопросы изучения медиатекстов. Опыт исследования современной английской медиаречи*. М., 2005 [Dobrosklonskaya, T.G. (2005). *Voprosy izucheniya mediatekstov. Opyt issledovaniya sovremennoy angliyskoy mediarechi*. Moscow. (In Russ.)]
- Добросклонская Т.Г. *Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ*. М., 2008. [Dobrosklonskaya, T.G. (2008). *Medialingvistika: sistemnyy podkhod k izucheniyu yazyka SMI*. Moscow. (In Russ.)]
- Дускаева Л.Р. *Диалогическая природа газетных речевых жанров*. Санкт-Петербург, 2012. [Duskayeva, L.R. (2012). *Dialogicheskaya priroda gazetnykh rechevykh zhanrov*. Sankt-Peterburg. (In Russ.)]

- Дускаева Л.Р. Введение // *Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник* / под ред. Л.Р. Дускаевой. М.: Флинта, 2018. С. 14—28. [Duskayeva, L.R. (2018). Introduction. In: L.R. Duskayeva (Ed.) *Medialingvistika v terminakh i ponyatiyakh: slovar'-spravochnik*. Moscow: Flinta. 14—28. (In Russ.)]
- Едличко А.И. *Интернациональная политическая лексика: генезис, развитие, современное состояние (лексикографический аспект)*. М.: Изд-во Московского университета, 2016. [Edlichko, A.I. (2016). *International political vocabulary: origin, evelopment, current use (lexicographic aspect)*. Moscow.: Izd. Lomonosov MSU.]
- Едличко А.И. Медиалингвистика в немецкоязычной научной литературе // *Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник* / под ред. Л.Р. Дускаевой. М.: Флинта, 2018. С. 66—68. [Edlichko, A.I. (2018). *Medialingvistika v nemetskojazychnoy nauchnoy literature*. In: L.R. Duskayeva (Ed.) *Medialingvistika v terminakh i ponyatiyakh: slovar'-spravochnik*. Moscow: Flinta, 66—68. (In Russ.)]
- Кара-Мурза Е.С. Нейминг в рекламе // *Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник* / под ред. Л.Р. Дускаевой. М.: Флинта, 2018. С. 271—274. [Kara-Murza, E.S. (2018). *Neuming v reklame*. In: L.R. Duskayeva (Ed.) *Medialingvistika v terminakh i ponyatiyakh: slovar'-spravochnik*. Moscow: Flinta, 271—274. (In Russ.)]
- Карасик В.И. Дискурсивное проявление личности // *Вестник Российского университета дружбы народов*. Серия: Лингвистика. 2016. № 4. Т. 20. С. 56—77. [Karasik, V.I. (2016). *Discourse Manifestation of Personality*. *Russian Journal of Linguistics*, 20 (4), 56—77. (In Russ.)]
- Кормилицына М.А., Сиротинина О.Б. Риски в медиакоммуникации // *Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник* / под ред. Л.Р. Дускаевой. М.: Флинта, 2018. С. 105—107 [Kormilitsyna, M.A., Sirotinina, O.B. (2018). *Riski v mediakommunikatsii*. In: L.R. Duskayeva (Ed.) *Medialingvistika v terminakh i ponyatiyakh: slovar'-spravochnik*. Moscow: Flinta, 105—107. (In Russ.)]
- Ксензенко О.А. Архитектоника рекламного текста. *Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник* / под ред. Л.Р. Дускаевой. М.: Флинта, 2018. С. 260—262. [Ksenzenko, O.A (2018). *Arhitektonika reklamnogo teksta*. In: L.R. Duskayeva (Ed.) *Medialingvistika v terminakh i ponyatiyakh: slovar'-spravochnik*. Moscow: Flinta. 260—262. (In Russ.)]
- Озюменко В.И. Медийный дискурс в ситуации информационной войны: от манипуляции — к агрессии // *Вестник Российского университета дружбы народов*. Серия: Лингвистика. 2017. Т. 21. № 1. С. 203—220. [Ozyumenko, V.I. *Media Discourse in an Atmosphere of Information Warfare: From Manipulation to Agression*. *Russian Journal of Linguistics*, 21 (1), 203—220. (In Russ.)]
- Понтон Д., Ларина Т.В. Дискурс-анализ в 21 веке: теория и практика (I) // *Вестник Российского университета дружбы народов*. Серия: Лингвистика. 2016. Т. 20. № 4. С. 7—25. [Ponton, D. and Larina, T. (2016). *Discourse Analysis in the 21st Century: Theory and Practice (I)*. *Russian Journal of Linguistics*, 20 (4), 7—25].
- Сковронек Б. Медиалингвистика в Польше // *Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник* / под ред. Л.Р. Дускаевой. М.: Флинта, 2018. С. 68—70 [Skovronek, B. (2018). *Medialinguistics in Poland*. In: L.R. Duskayeva (Ed.) *Medialingvistika v terminakh i ponyatiyakh: slovar'-spravochnik*. Moscow: Flinta, 68—70. (In Russ.)]
- Сладкевич Ж. Речевое воздействие в медиа // *Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник* / под ред. Л.Р. Дускаевой. М.: Флинта, 2018. С. 96—99 [Sladkevich, J. *Speech in the media* (2018). In: L.R. Duskayeva (Ed.) *Medialingvistika v terminakh i ponyatiyakh: slovar'-spravochnik*. Moscow: Flinta, 96—99. (In Russ.)]
- Сурикова Т.И. Этика медиаречи // *Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник* / под ред. Л.Р. Дускаевой. М.: Флинта, 2018. С. 116—119. [Surikova, T.I. (2018).

Etika mediarechi. In: L.R. Duskayeva (Ed.) *Medialingvistika v terminakh i ponyatiyakh: slovar'-spravochnik*. Moscow: Flinta, 116—119. (In Russ.)]

Цветова Н.С. Арт-медиадискурс // *Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник* / под ред. Л.Р. Дускаевой. М.: Флинта, 2018. С. 188—192 [Tsvetova, N.S. (2018). Art media discourse. In L.R. Duskayeva (ed.) *Medialingvistika v terminakh i ponyatiyakh: slovar'-spravochnik*. Moscow: Flinta, 188—192. (In Russ.)]

Bell, Allan (1991). *The Language of News Media*. Oxford.

Dijk, Teun, van. (1988). *News as Discourse*. NY.

Fairclough, Norman (1995). *Media Discourse*. London.

Kecskes, Istvan (2016). A Dialogic Approach to Pragmatics. *Russian Journal of Linguistics*, 20 (4), 26—42.

Perrin, Daniel (2015). *Medienlinguistik*. 3. Aufl. Konstanz, München.

Ponton, Douglas and Larina, Tatiana (2017). Discourse Analysis in the 21st Century: Theory and Practice (II). *Russian Journal of Linguistics*, 21 (1), 7—21.

**Bionote:**

LIUDMILA I. BOGDANOVA is Doctor of Philology, Professor at Lomonosov Moscow State University, the Faculty of Foreign Languages and Area Studies. Her research interests cover semantics, cognitive linguistics, Russian grammar.

**Contact information: e-mail:** libogdanova1@mail.ru

**Сведения об авторе:**

БОГДАНОВА ЛЮДМИЛА ИВАНОВНА, профессор кафедры сопоставительного изучения языков факультета иностранных языков и регионоведения Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова; доктор филологических наук, профессор; член редколлегии журнала «Вестник Российского университета. Серия Лингвистика». *Сфера научных интересов:* грамматика, семантика, когнитивная лингвистика, выявление субъективных смыслов и способов их реализации в речи. Разрабатывает направление, связанное с описанием русского языка для речевых действий.

**Контактная информация: e-mail:** libogdanova1@mail.ru