

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ СЕМИНАР «РУССКИЙ ЯЗЫК И ЛИТЕРАТУРА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ: ТРАДИЦИИ, КУЛЬТУРНАЯ ЭКСПАНСИЯ, ВЛИЯНИЕ»

17 мая 2016 года в Челябинском государственном университете состоялся научно-исследовательский семинар, посвященный проблемам русского языка и литературы в интернациональном коммуникативном пространстве. В семинаре приняли участие ученые из России (Челябинск, Миасс), Ирана (Тегеран), Польши (Катовицы). Семинар проходил в режиме онлайн с использованием программ дистанционных коммуникаций в виртуальной аудитории. В ходе семинара участники обменялись мнениями об узловых проблемах развития языковой ситуации, а также выразили намерения расширить сотрудничество и реализовывать новые формы работы по стратегическим вопросам развития русского языка и литературы как части интернациональной коммуникации. Организаторы благодарят журнал “Челябинский гуманитарий” за возможность опубликовать материалы семинара.

УДК 81, 304.4

КЛЮЧЕВЫЕ ЧЕРТЫ МЕДИАЭСТЕТИКИ: МЕНТАЛЬНО-ЯЗЫКОВЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ

*Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда
(проект №16-18-02032)*

М. В. Загидуллина

Челябинский государственный университет, г. Челябинск.

Статья представляет собой обзор общих подходов к медиаэстетическим аспектам современной коммуникации. Автор предлагает рассматривать новейшие тенденции в развитии языка в рамках ментально-языковых трансформаций лингвокультурной личности, происходящих в условиях стремительной медиатизации повседневности.

Ключевые слова: лингвокультурная личность, медиатизация, медиаэстетика, ментально-языковые трансформации, массмедийность, языкование, «языковой вкус эпохи».

Рассматривая современные языковые процессы как турбулентное состояние («языкование» [21. Р. 234–235]), мы считаем важным определиться с теоретическими основаниями самого подхода к исследованиям языка как «текучести» [1] и охарактеризовать условия стратегического подхода к языковой действительности (то есть границ и перспектив языковой политики и усилий акторов, направленных на кодификацию и нормализацию русскоязычных коммуникативных практик).

Предлагаем выделить несколько узлов этой комплексной задачи:

- 1) концептуализация феномена медиатизации;
- 2) расширительное значение понятия «медиаэстетика»;
- 3) суть и актуальные характеристики ментально-языковых трансформаций (гипотеза и подступы к исследованию).

Предлагаемая вниманию читателей статья композиционно соответствует характеристике каждого из этих узлов; в заключение предлагается ряд перспектив исследования ментально-языковых трансформаций медиатизированной лингвокультурной личности.

Медиатизация лингвокультурной личности: трансформационный потенциал

Само понятие «медиатизации» стало объектом внимательного рассмотрения в западных медиа-исследованиях; наиболее значима публикация учебника «Медиатизация коммуникации» в 2014 году [22], подготовленного рядом известнейших коммуникативистов.

Подводя итоги материалам, изложенным в книге, С. Ливингстон и П. Ландт отмечают, что медиатизация осмысляется сегодня как глубокий процесс культурного сдвига, охватывающего все поля общественной жизни, исторически автономные от масс-медиа [22. Р. 708–710]. Именно сам факт того, что границы «медийного» и «не-медийного» подвергнуты сегодня деформации, ведущей в основном к размыванию этих границ и возникновению гибридов разного рода, и должен быть осмыслен теоретически, чтобы стать основой последующих практических шагов в сфере управления общественными процессами [22. Р. 710].

Отметим, что в исследованиях А. Хеппа [16], Н. Кулдри [15], С. Хьярварда [17; 18] и других намечены направления исследований, по большей мере касающиеся сегментов общего коммуникативного поля (политика, религия, личная жизнь, досуг и т. п.). Так создается мозаичная картина, где переплетаются технологический, психологический, социально-структурный, антропологический, этнографический и другие подходы к феномену медиатизации. Такая мозаичность и разноосновность отражается и в российских исследованиях. Так, А. В. Полонский выдвигает ряд принципов массмедийности текстов массмедиа, стремясь дать описание структуре этих явлений: технологический принцип, принцип текущего контекста, принцип тиражирования, принцип аудитории, принцип повторения, принцип наращивания временного потенциала, принцип продвижения, принцип интертекстуальности, принцип мультимедийности, принцип интерактивности [11]. Мы могли бы развить мысль исследователя и указать на возможность постулирования оснований массмедийности: это собственно прагматика текстов, адресованных широкой аудитории (интенционально тексты создаются в борьбе за внимание аудитории), материальная составляющая, зависящая от технологий, и контекстуальная составляющая (среда, в которой тексты борются за жизнь). Но в этом анализе в центре внимания именно тексты СМИ (пусть так называемых новых масс-медиа). И принцип инструментальности растворяется в технологиях и прагматике, остается вне пристального внимания медиа-исследователей.

Медиатизация, проникая во все сферы жизни, прежде всего реконфигурирует повседневность, преобразая габитус людей, утверждая новые культурные практики, создавая новые мифы и порождая их ритуализацию. Эта реконфигурация отражается и воплощается в ментально-языковых трансформациях, являющихся ответом на вызовы меняющегося коммуникативного поля и влекущих за собой в свою очередь масштабные изменения культурных практик.

Если рассматривать медиатизацию в аспекте ее воздействия на лингвокультурную личность, то мы обнаруживаем ряд особенностей медиатизации как фактора ее трансформации.

Во-первых, медиатизация, проникающая в интимное, личное, прежде закрытое пространство, определяемое личностью как приватное, превращает прежде личные действия в публичные, а само понятие «языковая личность» начинает тяготеть к его объяснению Г. И. Богиним: «Предмет настоящего исследования – языковая личность, т. е. субъект речевой деятельности как носитель готовности создавать и принимать произведения речи (тексты)» [3. С. 8]. Существенно, что готовность создавать и принимать тексты рассматривается исследователем как поступок, то есть осмысленное, интенциональное действие. В контексте «философии поступка» М. М. Бахтина («Язык исторически вырос из услужения участного мышления и поступка, и абстрактному мышлению он начинает служить лишь в сегодняшний день своей истории. Для выражения поступка изнутри и

единственного бытия-события, в котором свершается поступок, нужна вся полнота слова: и его содержательно-смысловая сторона (слово-понятие), и наглядно-выразительная (слово-образ), и эмоционально-волевая (интонация слова) в их единстве. И во всех этих моментах единое полное слово может быть ответственно-значимым=правдой, и не субъективно случайным» [2. С. 31]) язык оказывается средой обитания личности, причем индивидуум становится личностью именно в момент осознанного выбора высказывания, либо в момент личностного, интенционального понимания и интериоризации смысла. Лингвистическое значение понятия «языковая личность» (обычно рассматриваемое как «индивидуальный языковой мир») осложняется понятием статуса или иерархии личностного роста (языковая личность как статус; как выражение, относимое к тому, чья речевая способность и готовность достигает уровня поступка – осознанного выбора; ср. у Ю. Н. Караулова три структурных уровня языковой личности от вербально-семантического через когнитивный к прагматическому – интенциональному [6]).

В таком случае собственно лингвокультурная личность может осмысляться как личность, достигшая статуса готовности к поступку в рамках не просто языка, но языка, осмысляемого как свой. Важнейшей категорией, характеризующей лингвокультурную личность, будет самоидентификация.

Трансформационный потенциал медиатизации (выступающей, казалось бы, как простое техническое новшество) проявляется именно в разрушении границ персональности, давлении на скрытые прежде, частные, приватные стороны коммуникации. Это «прибежище индивидуальности» оказывается открытым «городу и миру», а следовательно, перестает быть таким, каким оно было прежде, в закрытых коммуникативных системах с ограниченном кругом конфидентов, которым коммуникант мог доверять как себе самому. Лингвокультурная личность, как полагает В. А. Маслова, «закрепленный в языке (преимущественно в лексике и синтаксисе) базовый национально-культурный прототип носителя определенного языка, составляющий вневременную и инвариантную часть структуры личности» [10. С. 121]. Собственно личностное начало она интерпретирует вслед за Н. Ф. Алефиренко как социализацию, описывая ее этапы или стадии (и в качестве одной из них называя осмысление культуры своего народа).

Однако в таком подходе речь идет о «подключении» языковой личности к культуре своего народа, выступающей в качестве некоего инварианта, неизменной модели. На наш взгляд, процессы медиатизации как раз направлены на этот инвариант и деформируют, реконструируют его. Основной эффект медиатизации всех сфер деятельности (включая приватное пространство личности) – перформанс, театрализирующий коммуникацию. Вынос коммуникации в пространство, потенциально открытое глазам сторонних наблюдателей («публики»), заставляет коммуницирующих участников совершать поступок постоянно, каждой своей репликой. С одной стороны, коммуникация претерпевает мощные изменения в связи со сломом границы между устной и письменной речью (и возникновением гибридов вроде «устно-письменной речи» [9] или, например, трансформации естественной письменной речи [8] в интернет-коммуникациях). С другой стороны, создается основа для театрализации повседневного дискурса (когда в качестве «аплодисментов» используются «лайки», позволяющие коммуниканту видеть эффект от своего высказывания – здесь мы тоже можем усмотреть гибридизацию, взаимоналожение межличностного и массового типов коммуникации).

Тотальная медиатизация условий коммуникации лингвокультурной личности в настоящее время чрезвычайно осложняется институциональными вторжениями в процесс коммуникации (приняты новые поправки в законодательство, предусматривающие жесткие меры против, например, репостов информации, признанной опасной для общества). Таким образом, п(р)оступком становится не только высказывание, но и поддержка чужого высказывания, а оценивание смысла высказывания потенциально превращается в

основу судебного разбирательства (тем самым становясь постоянным мотиватором внутренней цензуры как нового условия коммуникации и существования лингвокультурной личности в русскоязычном пространстве). Это наложение политического поля на коммуникационное тоже может рассматриваться как гибридизация условий существования коммуникационного пространства в условиях медиатизации (обеспечивающей не только скорость, удобство и массовость коммуникации, но и фиксирование знаков коммуникации, их хранение и транспарентность – то есть облегчение перлюстрации приватной коммуникации со стороны силовых структур). Это тоже, несомненно, оказывает определенное трансформационное воздействие на коммуникантов.

Медиаэстетика как материализация коммуникации: взаимоналожение эффектов визуального поворота и медиатизации

Наиболее значимый тренд в повседневной коммуникации (являющейся, несомненно, не столько массовой, сколько «габитусной» в том смысле, в каком это понятие использовал П. Бурдьё [14]), очевидно, ее все большая дистанцированность от «искусственной письменной речи» (по определению Н. Б. Лебедевой [8]) – как в сторону письменной естественной речи (правильнее сказать – «искусственно-естественной письменной речи»), когда коммуникант тщательно работает над своими высказываниями, придавая им «естественный» вид, мимикрируя их под «естественность»), так и в сторону изображения (определение «креолизованный текст», по Н. С. Валгиной [5], следует пересмотреть в сторону все большей «чистоты» текстовой «расы» – на смену слову приходит картинка, гифка, мем, комикс; хотя они и обычно сопровождаются словами-пояснениями, место слов становится все более второстепенным, фоновым).

Таким образом, привычное наполнение понятия «медиаэстетика» начинает все более тяготеть к понятиям, близким визуальным видам искусств. Но эта визуальность (в отличие от живописи или кино) тесно связана с семиотикой слова (а не с семиотикой образа), она тяготеет к вербальной кодификации смыслов – однако вместо слов выступают иконические знаки либо эмблематические картинки. Ценность самого изображения не может быть «оторвана» от контекста, в котором это изображение появляется. Визуальный поворот, которому уже более столетия (а по мнению М. Маклюэна, намного больше), ввел изображение в культуру на равных с текстом. Но именно в настоящее время визуализация переживает расцвет, связанный с техническими новшествами – облегчением визуализации любого высказывания и смысла, массовизацией этих новых техник, их вторжением во все сферы жизни человека.

Наиболее ярким примером выступают смайлики (эмотиконы), завоевавшие весь «устно-письменный мир». От первых простеньких кодов-изображений, построенных с помощью знаков препинания и других символов, доступных на обычной клавиатуре, смайлики прошли эволюцию до анимированных движущихся образов, разыгрывающих целые сюжеты-жесты. Разрыв «искусственной письменной речи» и интонации ощущался всегда – знаки препинания частично восполняли этот разрыв, однако для задач медиатизированного коммуникационного пространства экстравербального компонента остро не хватало. Медиатизация (в том числе доступность технического оснащения коммуникации в любое время и из любой точки) сделала возможной передачу широкого круга эмоций, то есть не только информации, но и отношения к ней.

Возможен и обратный ракурс рассмотрения: медиаэстетика строится вокруг материализованных эмоций, обретающих определенный визуальный облик. Интересно, что Оксфордский словарь назвал взрослым словом 2015 года слово *emojji*, детским словом года – *hashtag #*. В данном случае перед нами сухая статистика – частотность. Но сам перенос массового внимания в сферу медиакоммуникаций и их визуальной стороны значим.

Следует заметить, что эта новая материальность, которой подвергаются изначально нематериальные объекты, попадает и в поле зрения политики. Так, молодежное движе-

ние «Сеть» предложило приложение Руграм, оснащенное эмоджонами, включающими Путина, Кадырова, Жириновского, Кремль и т. п. – это попытка использовать стихийно складывающийся тренд в интересах конкретных политических сил [12].

Если вернуться к эмодзи и хэштэгу как победителям англоязычного «Слова года-2015», то мы увидим, что основное изменение имеет техно-эмоциональный характер. Трансформации языковой системы идут в направлении усиленной работы по генерации новых знаков (то есть изменения касаются не лексики и синтаксиса, но именно системных признаков языка). Это только тенденция, но она может рассматриваться и как возможный прогноз развития. Коммуниканты ищут способы выражения эмоций, технологии подстраиваются под этот поиск.

В. Г. Костомаров в своей научно-публицистической книге «Языковой вкус эпохи: из наблюдений над речевой практикой масс-медиа» [7], написанной по материалам прессы начала 1990-х годов, резко высказывается о работе журналистов, рекламщиков и других специалистов по медиакоммуникациям, демонстрирующим неразвитость эстетического языкового чутья, допускающим в публичной речи серьезный перекокс в сторону «пустоговорения», комикования, стремления любой ценой привлечь внимания. Ученый предлагает серьезный анализ большого языкового материала с точки зрения нормы и языкотворческих моделей, нарушающих норму: «...вкус – это, в сущности, меняющийся идеал пользования языком соответственно характеру эпохи... Вкус нередко теряет историческую обоснованность и следует конъюнктурным, случайным устремлениям. Он становится тогда дурным вкусом» [7. С. 24]. Но пафос книги В. Г. Костомарова устремлен против профессионалов публичной речи, тех, кто призван формировать языковой вкус (поскольку они «допущены» до каналов массовой коммуникации, а следовательно, ответственны за распространение той или иной стилистики). В настоящее время сами процессы медиатизации, давшие каналы массовой коммуникации в руки любому носителю языка, существенно меняют само представление о способах и путях формирования вкуса, а профессиональная коммуникация становится все более последователем «площадной речи», а не ее актором и конфигурантом. Идет совершенно иной, даже противоположный тому, что фиксировался в 90-е годы, процесс: демократизация языка институционализируется, закрепляется в письменных формах, становится не частью коммуникационного пространства, а самой языковой средой, условием обитания языковой личности, ее воздухом и пищей. В таком случае и медиаэстетика оказывается следствием этих процессов: в недрах широких масс, получивших возможность включать свой голос в хронику языка своей эпохи, формируются основные тренды развития, связанные с ментальными трансформациями и немедленно отражающиеся в языке. Речь идет не столько о «языковой моде» или языковом вкусе, сколько о чуткости носителей языка к этим ментальным трансформациям. Мы можем наблюдать здесь свойственные именно нынешнему моменты явления, определяющие черты медиаэстетики.

Прежде всего, это переход от слова к жесту, становящемуся знаком, получающему не описание, но изображение в языке. «Одноклавишность» смайлика – особое явление, позволяющее говорить об устойчивой тенденции к такой вторичной сигнификации. «Мне грустно», «я расстроен», «все плохо» и еще десятки и сотни вариантов выражения эмоции печали вмещаются в опущенные уголки губ условного лица. И так же точно радость, удовольствие, поддержка вмещаются в условную улыбку. Схематизм, тяготение к новому алфавиту высказываний, рисуночному письму – яркая черта современной коммуникации. Сама техническая возможность передачи эмоций в виде знаков может рассматриваться и как отражение крена в сторону эмоциональной коммуникации (на смену знаниевой, информационной), и как развитие визуальных техник коммуникации. Так материализуется невербальная коммуникация, если можно так выразиться, таким образом она вербализуется. В частности, для включения в список библиографии статьи на Lenta.ru, загла-

вие которой начинается с пиктограммы «эмодзи», пришлось использовать расшифровку символа на латинице, поскольку Word не распознал нужный значок («смеяться до слез»). Между тем вторжение значков и символов в язык (в том числе и в искусственную письменную речь) требует не только пересмотра нашего отношения к понятию языка, письменности, алфавитов, но и коррекции правил и требований к оформлению документов (например, библиографии). В этом можно усмотреть процесс взаимоналожения и пересечения ранее несовместимых пространств (например, научного стиля, библиографических правил, с одной стороны, и новой медиаэстетической реальности – с другой).

Второй важный элемент медиаэстетики в ее сегодняшнем состоянии – развитие самопрезентационных визуальных жанров коммуникации. В отличие от первого (материализация эмоций в коммуникативном поле) расцвет самопрезентационных визуальных жанров (инста, селфи, белфи и т. п.) отражает тенденции к индивидуализированным формам коммуникации («я в пространстве»).

В-третьих, можно указать на формирование нетикета [4] – негласных правил коммуникации, складывающихся в коммуникационных сегментах разного типа. Это фактор воздействия на медиаэстетику в ее сегодняшнем состоянии, обеспечивающий разнообразие медиаэстетических форм, а иногда их противоречивость и непересекаемость.

Закljučая эти наблюдения, можно заметить, что тенденции, наметившиеся в современном коммуникационном поле, нуждаются в серьезном осмыслении и изучении. Переход слова в предмет, материализация эмоций, формирование коммуникационных потоков по сегментированным правилам должны определять исследовательские тактики изучения этих разнонаправленных потоков в рамках национальной коммуникации, для каждого из которых нужна особая оптика рассмотрения.

Список литературы

1. Бауман, З. Текущая современность [Текст] / З. Бауман. – Санкт-Петербург: Питер, 2008.
2. Бахтин, М. М. К философии поступка [Текст] / М. М. Бахтин // Бахтин М. М. Собрание сочинений: в 7 т. Т. 1. Философская эстетика 1920-х годов. – М.: Русские словари; Языки славянской культуры, 2003. – С. 7–68.
3. Богин, Г. И. Модель языковой личности в ее отношении к разновидностям текстов: автореф. дис. ... докт. филол. наук [Текст] / Г. И. Богин. – Калинин: КГУ, 1986. – 86 с.
4. Богославцева, М. С. Изучение нетикета студентами для использования в профессионально-ориентированной иноязычной коммуникации [Текст] / М. С. Богославцева, Н. С. Сибирко // Концепт: научно-методический электронный журнал. – 2014. – Т. 26. – С. 111–115.
5. Валгина, Н. С. Теория текста [Текст] / Н. С. Валгина. – М.: Логос, 2003. – 173 с.
6. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность [Текст] / Ю. Н. Караулов. – Издание 2-е, стереотипное. – М.: Едиториал УРСС, 2002. – 264 с.
7. Костомаров, В. Г. Языковой вкус эпохи: из наблюдений над речевой практикой масс-медиа [Текст] / В. Г. Костомаров. – М.: Педагогика-Пресс, 1994. – 238 с.
8. Лебедева, Н. С. Естественная письменная русская речь как объект лингвистического исследования [Текст] / Н. С. Лебедева // Вестник Алтайского государственного педагогического университета. – 2001. – № 1–2. – С. 4–10.
9. Лутовинова, О. В. Интернет как новая «устно-письменная» система коммуникации [Текст] / О. В. Лутовинова // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2008. – Выпуск № 71. – С. 58–65.
10. Маслова, В. А. Лингвокультурология: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений [Текст] / В. А. Маслова. – 4-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 208 с.

11. Полонский, А. В. Массмедийность как качество текста современных массмедиа [Текст] / А. В. Полонский // Медиалингвистика. – 2015. – № 8. – С. 7–16.
12. Путин, Кадыров и Жириновский стали эмодзи [Электронный ресурс] // Lenta.ru. – 30 октября 2015. – URL: <https://lenta.ru/news/2015/10/30/emoji/>.
13. [emoji] стало словом 2015 года в Оксфордском словаре [Электронный ресурс] // Lenta.ru. – 17 ноября 2015. – URL: <https://lenta.ru/news/2015/11/17/emoji/>.
14. Bourdieu, P. The Field of Cultural Production [Text] / P. Bourdieu. – Cambridge: Polity, 1993.
15. Couldry, N. Special issue: Conceptualizing mediatization [Text] / Nick Couldry, Andreas Hepp // Communication Theory. – 2013. – N 23 (3). – P. 191–315.
16. Hepp, A. Cultures of Mediatization [Text] / Andreas Hepp. – Cambridge: Polity Press, 2013.
17. Hjarvard, S. Doing the right thing: Media and communication studies in a mediatized world [Text] / Stig Hjarvard // Nordicom Review. – 2012. – Supplement N 33 (1). – P. 27–34.
18. Hjarvard, S. The Mediatization of Culture and Society [Text] / Stig Hjarvard. – London: Routledge, 2013.
19. Krotz, F. The meta-process of ‘mediatization’ as a conceptual frame [Text] / Friedrich Krotz // Global Media and Communication 2007. – N 3 (3). – P. 256–260.
20. Livingstone, S. On the mediation of everything. ICA Presidential address 2008 [Text] / Sonia Livingstone // Journal of Communication. – 2009. – N 59 (1). – P. 1–18.
21. Maturana, H. R. The Tree of Knowledge: The Biological Roots of Human Understanding [Text] / Humberto R. Maturana, Francisco J. Varela. – Revised Edition. – Boston and London: Shambhala Publications, 1998 [1987]. – 269 pp.
22. Mediatization of Communication. Handbooks of Communication Science [Text]. – Vol. 21 / ed. K. Lundby. – Berlin: De Gruyter Mouton, 2014. – 738 p.
23. Mediatization: Concept, Changes, Consequences [Text] / ed. Knut Lundby. – New York: Peter Lang, 2009.
24. Mediatized Worlds: Culture and Society in a Media Age [Text] / eds. Andreas Hepp, Friedrich Krotz. – New York: Palgrave, 2013.
25. Strömbäck, J. Four phases of mediatization: an analysis of the mediatization of politics [Text] / Jesper Strömbäck // Press/Politics. – 2008. – N 13(1). – P. 228–246.

KEY FEATURES OF THE MEDIA AESTHETICS: MENTAL AND LANGUAGE TRANSFORMATION

M. V. Zagidullina

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, mzagidullina@gmail.com

The author offers an overview of general approaches to media aesthetical aspects of modern communication. The author considers the latest trends in language development within the mental and linguistic transformations of language personality occurring in a rapidly mediatization of everyday life.

Keywords: linguistic and cultural identity, mediatization, media-aesthetics, mental and linguistic transformation of the mass media, languaging, language taste of the epoch.

References

1. Bauman, Z. (2008) *Tekuchaya sovremennost'* [=Liquid modernity], Piter Publ., Sankt-Peterburg. (In Russ.).

2. Bakhtin, M. M. (2003) К философии поступка [= To the philosophy of the act], in: Bakhtin M. M. *Sobraniye sochineniy* [=Coll. works], 7 vols, vol. 1. *Filosofskaya estetika 1920-kh godov* [=Philosophic aesthetics of 1920s], Russkiye slovari; Yazyki slavyanskoy kul'tury, Moscow, pp. 7–68. (In Russ.).
3. Bogin, G. I. (1986) *Model' yazykovoy lichnosti v yeye otnoshenii k raznovidnostyam tekstov: avtoref. dis. ... dokt. filol. nauk* [=The model of the language personality and its relationship to the varieties of texts], KSU, Kalinin, 86 p. (In Russ.).
4. Bogoslavtseva, M. S. and Sibirko, N. S. (2014) *Izucheniye netiketa studentami dlya ispol'zovaniya v professional'no-oriyentirovannoy inoyazychnoy kommunikatsii* [=Study of 'netiquette' of students for use in professionally oriented foreign language communication], in: *Kontsept: nauchno-metodicheskiy elektronnyy zhurnal* [Concept: research and teaching electronic journal], no. 26, pp. 111–115. (In Russ.).
5. Valgina, N. S. (2003) *Teoriya teksta* [=Theory of text], Logos, Moscow, 173 p. (In Russ.).
6. Karaulov, Yu. N. (2002) *Russkiy yazyk i yazykovaya lichnost'* [=Russian language and language personality], ed. 2nd, stereot., Yeditorial URSS Publ., Moscow, 264 p. (In Russ.).
7. Kostomarov, V. G. (1994) *Yazykovoy vkus epokhi: iz nablyudeniy nad rechevoy praktikoy mass-media* [=Language taste of the epoch: from observations of speech practice media], Pedagogika-Press, Moscow, 238 p. (In Russ.).
8. Lebedeva, N. S. (2001) *Yestestvennaya pis'mennaya russkaya rech' kak ob'yekt lingvisticheskogo issledovaniya* [=Natural written Russian speech as an object of linguistic research], in: *Vestnik Altayskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta* [=Bulletin of the Altai State Pedagogical University], no. 1–2, pp. 4–10. (In Russ.).
9. Lutovinova, O. V. (2008) *Internet kak novaya «ustno-pis'mennaya» sistema kommunikatsii* [=Internet as a new «oral and written» communication system], in: *Izvestiya Rossiyskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A.I. Gertsena* [=Proceedings of the Russian State Pedagogical University named by A. I. Herzen], no. 71, pp. 58–65. (In Russ.).
10. Maslova, V. A. (2010) *Lingvokul'turologiya: ucheb. posobiye* [=Linguistic culturology: handbook], 4th ed., ster., Izdatel'skiy tsentr «Akademiya», Moscow, 208 p. (In Russ.).
11. Polonskiy, A. V. (2015) *Massmediynost' kak kachestvo teksta sovremennykh massmedia* [=Mass-mediality as the quality of the text of modern mass media], in: *Medialingvistika* [=Media Linguistics], no. 8, pp. 7–16. (In Russ.).
12. *Putin, Kadyrov i Zhirinovskiy stali emodzi* (2015) [=Putin and Kadyrov Zhirinovskiy became Emojis], available at: Lenta.ru, 30 Oct. 2015, <https://lenta.ru/news/2015/10/30/emoji/>, accessed 25.06.2016. (In Russ.).
13. *[emodji] stalo slovom 2015 goda v Oksfordskom slovare* (2015) [= [emodji] was the word 2015 in the Oxford dictionary] available at: Lenta.ru, 17 Nov. 2015, <https://lenta.ru/news/2015/11/17/emoji/>, accessed 25.06.2016. (In Russ.).
14. Bourdieu, P. (1993) *The Field of Cultural Production*, Polity Press, Cambridge.
15. Couldry, N. and Hepp, A. (2013) Special issue: Conceptualizing mediatization, in: *Communication Theory*, no. 23 (3), pp. 191–315.
16. Hepp, A. (2013) *Cultures of Mediatization*, Polity Press, Cambridge.
17. Hjarvard, S. (2012) *Doing the right thing: Media and communication studies in a mediatized world*, in: *Nordicom Review*, Supplement 33(1), pp. 27–34.
18. Hjarvard, S. (2013) *The Mediatization of Culture and Society*, Routledge London.
19. Krotz, F. (2007) The meta-process of 'mediatization' as a conceptual frame, in: *Global Media and Communication*, no. 3 (3), pp. 256–260.
20. Livingstone, S. (2009) *On the mediation of everything*. ICA Presidential address 2008, in: *Journal of Communication*, no. 59(1), pp. 1–18.
21. Maturana, H. R. and Varela, F. J. (1998 [1987]). *The Tree of Knowledge: The Biological Roots of Human Understanding*, revised edition, Shambhala Publications, Boston and London, 269 pp.

22. *Mediatization of Communication* (2014), handbooks of Communication Science, 21, ed. K. Lundby, De Gruyter Mouton, Berlin, 738 p.

23. *Mediatization: Concept, Changes, Consequences* (2009), ed. Knut Lundby, Peter Lang, New York.

24. *Mediatized Worlds: Culture and Society in a Media Age* (2013) Hepp, Andreas and Friedrich Krotz (eds.), Palgrave, New York.

25. Strömbäck, J. (2008) Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics, in: *Press / Politics*, no. 13(1), pp. 228–246.

Марина Викторовна Загидуллина – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры теории массовых коммуникаций, Челябинский государственный университет.

mzagidullina@gmail.com