

ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЯЗЫКОВОЙ МЕДИАЛИЧНОСТИ

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

Рассматриваются проблемы становления профессиональной языковой личности студента направления «Журналистика» в контексте современной образовательной парадигмы. Вектор формирования подобной языковой личности обусловлен неориторической концепцией, в свете которой риторизация образования представляется процессом, адекватным современной культурологической и социальной реальности. Тенденции современного медиапространства, с одной стороны, рискованны для формирования эталонной языковой личности, с другой – обнаруживают значительный потенциал.

Ключевые слова: медиаобразование, журналистика, высшее профессиональное образование, эталонная языковая личность, неориторика.

В рамках круглого стола «Media Linguistics: research trends and educational paradigms» на прошедшей в октябре конференции «Linguistic, Educational and Intercultural Research 2017» (Вильнюс, Вильнюсский университет, Литва) среди прочих актуальных проблем была затронута тема потребностей и запросов участников современного образовательного процесса: образовательная услуга (именно эти понятие адекватно и корректно отражает суть вещей) должна быть прежде всего ориентирована на удовлетворение потребностей заказчика этой услуги (студента), а не на обеспечение кадровых планов работодателей – ситуация социального заказа трансформировалась в концепцию индивидуального личностного роста и развития, о чем свидетельствует, в том числе, и все чаще наблюдаемая тенденция выстраивания индивидуальной образовательной траектории. Тем не менее, работодатели все же формулируют свое представление об образе выпускника: он не должен быть ремесленником – технологически-форматные навыки работы в медиаиндустрии приобретаются достаточно оперативно, – интересна и конкурентоспособна всесторонне развитая интеллектуальная личность с прочной культурологической и эмпирической базой. Антропологический вектор современной культурной парадигмы логично и непротиворечиво обуславливает это внимание к личности, а учитывая специфику гуманитарной предметной области – работу с медиадискурсом в широком смысле, – еще больше актуализирует.

Если признать формирование такого типа личности важнейшей задачей каждого курса в цикле подготовки будущего выпускника направления «Журналистика», то языковые курсы могут встроиться в эту систему следующим образом. В целом формирование идеальной языковой личности рассматривается рядом ученых как «адекватный стратегический приоритет нового этапа образовательной политики», а риторизация образования представляется «следствием и одновременно необходимым условием утверждения в нем гуманистической парадигмы, гарантией полноценно демократических общественных отношений» [7. С. 32]. Огромное значение для понимания специфики формирования и функционирования современной языковой личности дает неориторика – направление, не столько реанимирующее и возвращающее классический риторический канон, сколько переосмысляющее его как культурологические и философские основания современного речемыслительного пространства: исследователи говорят о риторическом идеале (А. А. Ворожбитова, А. К. Михальская, И. Ю. Чистякова), о риторизации культуры (Ч. Б. Далецкий, О. И. Марченко), образования (А. А. Волков, С. В. Воробьева, А. А. Ворожбитова, Б. С. Гершунский, Е. В. Клюев, М. Р. Львов, А. К. Михальская, А. А. Мурашов, А. В. Юрьева и др.), медиадискурса (А. В. Аненкова, А. Б. Бушев, Е. Н. Ремчукова и др.). Рассуждая о риторическом проекте рубеже XX–XXI веков и отмечая большую цельность и последовательность его реализации на Западе, В. В. Котелевская, тем не менее, подчеркивает актуальность, необходимость и значимость

внедрения в современную образовательную парадигму «комплексного коммуникативного курса, охватывающего жанроведческие теории, практику публичных выступлений, искусство убеждать, проблемы взаимоотношений между людьми и информацией, прикладной психологии, проблемы языкового представления знаний <...>. Этот курс представляется синтезом старой и новой риторики с акцентом на использование новых коммуникативных технологий. <...> Риторика концептуализируется <...> как западный культурный проект, претендующий на роль описательной системы вторичных знаковых систем, т. е. на роль метаязыка» [8].

Кроме того, при выстраивании образовательной концепции формирования личности, в том числе и языковой, будущего журналиста, надо принимать во внимание трансформационные процессы в современной культуре: «Русская культура перестала быть литературцентричной и перешла в разряд культуры медиацентричной. СМИ <...> формируют в сознании адресата собственную картину мира, или медиакартину мира. Ее основополагающие черты – разрозненность, фрагментарность, дискретность. Осмысление этой фрагментарности возможно только в сопоставлении с Целым в рамках риторического методологического подхода» [2].

В аспекте риторического знания языковая личность рассматривается в целом ряде работ: «Языковая личность и проявляется своим языковым поведением в тех жанрах, которым она обучена. Все исследования по лингводидактике имеют практическую риторическую направленность: выработку знания и понимания, способности оценить объем информации, работать с вероятностной информацией и опираться на множественность логик, не поддаваться внушению, освобождающему от критической оценки информации. Сегодня довольно остро стоит задача массового обучения наиболее эффективным речевым действиям. В этой связи существенна риторика, так как она является безусловным ядром речемыслительных действий» [5]. Фундаментальные основы понимания языковой личности представлены в исследованиях Ю. Н. Караулова (см., например, его работы «Предисловие. Русская языковая личность и задачи ее изучения» (1989), «Русский язык и языковая личность» (1987)), различные аспекты типологизация и функционирования языковой личности не раз становились предметом рефлексии научной мысли и достаточно отшлифованы современной гуманитаристикой. В процессе обучения студентов-журналистов актуализировано представление о профессиональной языковой медиальности – действенном образце для подражания и факторе влияния. Л. В. Ухова отмечает, что «уже на начальном этапе создания текста языковая личность, пытаясь облечь свою мысль в определенную форму (словесную, невербальную и т. п.), отбирает средства и организует их так, как того требует, с одной стороны, ее индивидуальность, с другой – нормы и традиции поведения. Таким образом, предпочитаемые личностью средства и приемы оказываются формой эксплицирования знаний этой личности о мире и культуре, об обществе и своем месте в нем» [14]. А. Б. Бушев, рассуждая о процессе влияния масс-медийного дискурса на языковую личность, подчеркивает, что «язык СМИ, как умный слуга глупого хозяина, отражает этическое состояние общества. В нем могут быть видны неэтичные мысли, пропаганда как тип дискурса, язык вражды, язык, проливающий свет на образ говорящего (использование мата, жаргона, характерные для постмодернизма явления иронии, интертекстуальности, разговорности и языковой игры)» [6. С. 32]. Несмотря на то, что в приведенном высказывании соплагаются, на наш взгляд, явления совершенно разной «этиологии» – явление демократизации языка в его девиантно-сниженном полюсе и интертекстуальность как форма диалогового взаимодействия культур и типов мышления, в главном все же приходится согласиться: задача сильной уверенной языковой личности – уметь противостоять этим вызовам, адекватно и корректно выстраивать собственную тактику работы со смысловым полем медиатекста. Упоминание о языковой игре позволяет сфокусироваться на проблеме особого типа языковой медиальности – креативной медиальности, особенно актуально звучащей в ситуации «сотрудничества» традиционных и социальных медиа: возможна параллель с речевореческим моментом рубежа XIX–XX веков – лингвокреативная потребность, всегда связанная с преодолением шаблонного мышления, обусловила в начале XX века множество стилевых миров, в начале XXI – феномен массового авторства.

Опыт определения такого типа личности дает следующие результаты. С. М. Антонова выводит понимание креативности как творческих способностей индивида, характеризующихся готовностью к порождению принципиально новых и необычных идей, которые отклоняются от традиционных схем мышления: «креативная языковая личность – точка пересечения четырех

магистральных направлений в развитии современного знания о Homo loquens и Homo Sapiens: риторики, когнитивистики, лингвоперсоналогии и коммуникативистики» [4]. Н. Н. Панченко и Н. К. Эгамова говорят о создании дополнительной остроумной дискурсивной личности, основным механизмом этого процесса является блендинг. В продолжение этой мысли приведем точку зрения Е. И. Куманицыной: «лингвокреативные потенции языковой личности как создателя форм языковой игры <...> ранее проявлялись исключительно в целях усиления экспрессивности публичного общения и в художественно обусловленных намерениях, а на рубеже тысячелетий приемы языковой игры используются как средство воздействия на социум через масс-медиа, провоцируя нетривиальное дискурсивное поведение». Е. Н. Ремчукова [12] видит в креативных механизмах (прежде всего в заголовочных комплексах и на лексическом уровне организации текста), с одной стороны, прием речевого воздействия, с другой – стилистический прием, что является средством репрезентации креативной медиальности. Интересна с этой точки зрения выстраиваемая «цепочка» медиатизации: с одной стороны, функционирующая в медиасистеме медиальность является агентом (фактором, каналом) медиатизации потребителя информации и в то же время вектором профессионального самоопределения студента, что также является медиатизационным процессом. Студент факультета журналистики является точкой пересечения и преломления медиатизационных потоков: он их воспринимает и в «бытовом», и в профессиональном планах с тем, чтобы впоследствии самому активно участвовать в этом процессе.

Итак, формирование самостоятельной развитой языковой личности – задача общекультурологическая и дополнительно профессионально мотивированная, и этот процесс в значительной степени может быть обеспечен языковыми курсами – «Техника редактирования журналистских текстов», «Риторика в работе журналиста», «Спичрайтинг». Не вдаваясь в частные подробности рабочих программ данных дисциплин, наметим содержательные линии и логические связи. Традиционно существует некое противопоставление риторики и стилистики, понимание их взаимоотношений как базы и надстройки (то же самое, например, наблюдается и в отношении нормативных аспектов языковой системы и стилистики, что в корне неверно, так как стилистическая система не есть «продолжение» учения о языковой системе, а необходимый параметр ее существования, своего рода матрица для всех элементов). Аналогичны структурные отношения риторики и стилистики: риторическая ситуация должна рассматриваться как оптика, вектор восприятия стилистического решения. Созвучие этому находим в работах И. В. Аненковой: «...“примирение” всех противопоставлений риторического и стилистического <...> в современной коммуникативной ситуации все-таки возможно. Тем более что именно в медиадискурсе сегодня формируются все те стандарты, которые в известной мере можно соотносить с риторическими моделями риторического канона. Например, прецедентность и игра с ней сегодня должны рассматриваться уже не только (и не столько!) как стилистический прием, но и как риторическое моделирование медийной коммуникации, как путь, по которому адресанты журналистского текста идут не всегда осознанно, почти автоматически. Фактически, это формирование новой речевой поведенческой нормы в медиакоммуникации, а вслед за ней – и в коммуникации повседневной. То есть сегодня язык СМИ, медиадискурс выполняет роль (или функцию), подобную той, которую некогда в русской культуре выполняла литература, – роль источника языковой нормы» [3. С. 45–46].

Классические еще со времен античности категории этоса, пафоса и логоса не утратили своей актуальности и в настоящее время, но понимание их адаптировано к условиям изменившейся культурной и социальной парадигмы. Если попытаться сопоставить их с логикой образовательного процесса в журналистике, можно предложить следующие соотношения:

Дисциплина	Тип деятельности	Категория	Определение в свете неориторики (по И. В. Аненковой [2])
Техника редактирования журналистских текстов	Инструментальный	Логос	«...воплощается в основных стратегиях дискурсивной деятельности средств массовой информации»
Риторика в работе журналиста	Ценностно- и смыслоопределяющий	Пафос	«...воплощается в генеральной перлюкутивной идее медиатекстов <...> <i>риторической модальности</i> »

Спичрайтинг	Рефлексивно-деятельный	Этос	«...речевая деятельность журналиста, причем как отдельной личности, так и <...> “совокупного образа ратора”. Сегодня этот образ <i>протеистичен</i> ».
-------------	------------------------	------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Данное соотношение выделяет ведущий тип деятельности, не исключая одновременное формирование и поддержку других. Очевидно, что первоочередной задачей становится формирование реакции узнавания и отрицания «не-нормы», навык дифференцирования речевого нарушения и речевого приема, что чрезвычайно важно и значимо сегодня. И. В. Анненкова предлагает рассматривать специфику интерпретации культуры готового слова («риторического типа культуры, когда слово является живым носителем культурной традиции и всех важных смыслов и содержаний этой традиции») в условиях неоэпохи: «травестирование <...> смыслов и традиций. <...> тоже порождение определенной риторической установки: свободное обращение со словом это традиционное риторическое понимание проблемы слова вообще» [2].

Важным является введение термина «креатема» (Т. А. Гридина, Н. А. Купина [10]): она включает преднамеренно отобранные (1), преобразованные (2), изобретенные (3) средства, нацеленные на создание стилистического эффекта и связанного с последним эмоционально-эстетического впечатления. Понятия креативного и культурного оказываются тесно связаны в понимании лингводидактики: «Глобальным контекстом порождения и понимания текста выступает культура как гетерогенное явление <...> особо остро стоит проблема создания дидактических приемов, поощряющих обучающихся к созданию первичных текстов, то есть текстов, в которых риторический алгоритм представлен во всей полноте, когда автор “изобретая”, “распределяя”, “оязыковляя” смыслы, выходит на уровень языковой игры. Только такой подход к обучению языку, родному и иностранному, может обеспечить последовательное развитие обучающегося как семиотической личности» [1].

Н. А. Купиной же принадлежит введение в обиход термина «культурема»: «языковая единица, семантика которой соотнесена с ценностным объектом и лишена политических наращений и вкраплений» [10]. Для медиатекста культуремой прежде всего является прецедентный текст, причем включение интертекста в авторский текст без связи с изложением С. И. Сметанина [13] относит к распространенным коммуникативным ошибкам. Безусловно, относительность знания в целом не позволяет говорить о возможности целостного и полного формирования компетенции обнаружения, корректной интерпретации в чужом тексте и включения в собственный всех возможных культурем, но понимание необходимости этого должно стать одним из факторов формирования личности студента. Кроме того, разговор о креативном в языке как инструменте и способе презентации творческого потенциала личности немислим без учета возможных этических ошибок в тексте, связанных, прежде всего, с глубоким и обширным ассоциативным полем языка.

Когда инструментальная база сформирована, можно говорить о конструировании и определении аксиологической составляющей языковой личности с помощью обращения к риторической модальности текста и попытке проанализировать образ ратора, близкий студенту в ценностно-смысловом плане. При этом образ ратора не позиционируется как однозначно воспринимаемый эталонный образец (что позволяет предвосхитить проблему вторичности и подражания), а подвергается комплексной оценке с точки зрения содержания и исполнения. И, наконец, на завершающей стадии целесообразно говорить об уровне презентации сформированной языковой личности, способной к рефлексии и самостоятельному выбору стратегии соотнесения предметно-логического мира текста с модусными характеристиками и аксиологическими ориентирами.

Таким образом, тенденции современного медиапространства – активизация лингвокреативного начала, культурологический феномен массового авторства, усиление процесса медиатизации общества и др. – безусловно, создают рискогенные факторы формирования эталонной языковой личности, но в то же время обнаруживает концептуально новые и перспективные потенциал. Понимание этих процессов позволит осуществить корреляцию образовательного процесса и запросов современности.

Список литературы

1. Анисимова, А. Т. Риторика и лингвистика текста [Электронный ресурс] / А. Т. Анисимова // Проблемы лингвистики и коммуникации. Научный вестник Южного института менеджмента. – 2016. – № 2. – URL: cyberleninka.ru/article/n/ritorika-i-lingvistika-teksta (дата обращения: 21.09.2017).
2. Анненкова, И. В. Риторическая модель современного медиадискурса [Электронный ресурс] / И. В. Анненкова. – URL: http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1357770312_5759.pdf (дата обращения: 13.08.2017)
3. Анненкова, И. В. Стилистика VS. риторика: две парадигмы изучения медиатекста [Электронный ресурс] / И. В. Анненкова // Медиатекст как полиинтегиональная система: сборник статей. – СПб., 2012. – С. 40–46. – URL: http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1350844183_58.pdf (дата обращения: 13.08.2017).
4. Антонова, С. М. Креативная языковая личность [Электронный ресурс] / С. М. Антонова // Стратегия современного высшего образования: проблемы, концепция, технология в зеркале русского языка / Институт социологии РАН (Москва): материалы конференции «Образование и общество» (Москва, 20–22 октября 2009 г.). – URL: <http://elib.grsu.by/katalog/183827-423505.pdf> (дата обращения: 04.02.2017).
5. Бушев, А. Б. Неориторика и понимание медиатекстов в Интернете [Электронный ресурс] / А. Б. Бушев // Медиаобразование. – 2008. – № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neoritorika-i-ponimanie-mediatekstov-v-internete> (дата обращения: 15.07.2017).
6. Бушев, А. Б. Языковая личность и тексты масс-медиа [Текст] / А. Б. Бушев // Русская филология: Вестник Харьковского национального педагогического университета имени Г. С. Сковороды. – 2016. – № 1 (56). – С. 28–34.
7. Ворожбитова, А. А. Лингвориторическое образование как инновационная педагогическая система (принципы проектирования и опыт реализации): монография [Текст] / А. А. Ворожбитова. – М.: Флинта: Наука, 2013. – 312 с.
8. Котелевская, В. В. Риторический проект второй половины XX – начала XXI вв. [Электронный ресурс] / В. В. Котелевская // Практики и интерпретации. – 2016. – Т. 1 (2). – URL: <http://pi-journal.com/index.php/pii/article/view/23> (дата обращения: 30.10.2017).
9. Куманицина, Е. И. Лингвокреативный аспект англоязычной массовой коммуникации: языковая игра в британских и североамериканских масс-медиа: автореф. дисс. ... канд. филол. наук [Электронный ресурс] / Е. И. Куманицина. – Волгоград, 2006. – URL: <http://cheloveknauka.com/lingvokreativnyy-aspekt-angloyazychnoy-massovoy-kommunikatsii-yazykovaya-igra-v-britanskikh-i-severoamerikanskih-mass-medi#ixzz4e47ESccN> (дата обращения: 21.08.2017)
10. Купина, Н. А. Креативная стилистика и практическая филология [Текст] / Н. А. Купина. – Екатеринбург, 2014.
11. Панченко, Н. Н. Сущность лингвистической креативности журналиста: удвоение дискурсивной личности [Текст] / Н. Н. Панченко, Н. К. Эгамова // Magister Dixit. – 2014. – № 2 (14).
12. Ремчукова, Е. Н. Массовый лингвокреатив: преодоление стандарта [Текст] / Е. Н. Ремчукова // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2013. – № 2. – С. 83–90.
13. Сметанина, С. И. Редактирование текстов массовой коммуникации [Текст] / С. И. Сметанина. – СПб., 2003.
14. Ухова, Л. В. Модель описания языковой личности медиаперсоны [Электронный ресурс] / Л. В. Ухова // Научный результат: сетевой журнал. – Серия «Вопросы теоретической и прикладной лингвистики». – 2016. – Т. 2, № 1(7). – С. 65–71. – URL: <http://research-result.ru/media/linguistics/2016/1/ling11.pdf> (дата обращения: 21.08.2017).

THE PROBLEM OF FORMATION OF PROFESSIONAL LANGUAGE MEDIALIST

Panova E. Y., Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, elena_panova81@mail.ru

Discusses the problems of formation of professional language personality of a student of the direction “Journalism” in the context of modern educational paradigm. The vector form of such a language

personality is due to neo-rhetorical concept in the light of which rioritize education is seen as a process relevant to the current cultural and social reality. Trends in modern media, on the one hand, are the risks to generate the reference of linguistic identity, on the other, reveal a considerable potential.

Keywords: media education, journalism, higher education, reference language personality, neo-rhetoric.

References

1. Anisimova, A. T. (2016), “Ritorika i lingvistika teksta” [=Rhetoric and text linguistics], in: *Problemy lingvistiki i komunikacii. Nauchnyj vestnik Juzhnogo instituta menedzhmenta* [=Problems of linguistics and communication. Scientific Bulletin of the South Institute of management], no. 2, available at: cyberleninka.ru/article/n/ritorika-i-lingvistika-teksta, accessed 21.09.2017. (In Russ.).
2. Annenkova, I. V. *Ritoricheskaja model' sovremennogo mediadiskursa* [=Rhetorical model of a modern media discourse], available at: http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1357770312_5759.pdf, accessed 13.08.2017. (In Russ.).
3. Annenkova, I. V. (2012), “Stilistika VS. ritorika: dve paradigmy izuchenija mediateksta” [=Stylistics VS. rhetoric: two paradigms of the study of the mass media], in: *Mediatekst kak poliintecional'naja sistema: sbornik statej* [=Media text as politeconomia system: a collection of articles], SPb., 2012, pp. 40–46. Available at: http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1350844183_58.pdf, accessed: 13.08.2017. (In Russ.).
4. Antonova, S. M. “Kreativnaja jazykovaja lichnost'” [=Creative language personality], in: *Strategija sovremennogo vysshego obrazovanija: problemy, koncepcija, tehnologija v zerkale russkogo jazyka* [=Strategy of modern higher education: problems, concept, technology in the mirror of Russian language], Institut sociologii RAN (Moskva): materialy konferencii «Obrazovanie i obshhestvo» (Moskva, 20–22 oktjabrja 2009 g.). Available at: <http://elib.grsu.by/katalog/183827-423505.pdf>, accessed: 20.05.2017. (In Russ.).
5. Bushev, A. B. (2008), “Neoritorika i ponimanie mediatekstov v Internete” [=Neo-rhetoric and understanding of media texts on the Internet], in: *Mediaobrazovanie* [=Media education], no. 3, available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/neoritorika-i-ponimanie-mediatekstov-v-internete>, accessed: 15.07.2017. (In Russ.).
6. Bushev, A. B. (2016), “Jazykovaja lichnost' i teksty mass-media” [=Language identity and the texts of the mass media], in: *Russkaja filologija: Vestnik Har'kovskogo nacional'nogo pedagogicheskogo universiteta imeni G.S. Skovorody* [=Russian Philology: Bulletin of Kharkov national pedagogical University named after G. S. Skovoroda], no. 1 (56), pp. 28–34. (In Russ.).
7. Vorozhbitova, A. A. (2013), *Lingvoritoricheskoe obrazovanie kak innovacionnaja pedagogicheskaja sistema (principy proektirovanija i opyt realizacii): monografija* [=Linguarethorical education as an innovative pedagogical system (design principles and implementation experience): monograph], Moscow, Flinta, Nauka, 312 p. (In Russ.).
8. Kotelevskaja, V. V. (2016), “Ritoricheskij proekt vtoroj poloviny XX – nachala XXI vv.” [=Rhetorical project in the second half of XX – beginning of XXI century], in: *Praktiki i interpretacii* [=Practice and interpretation], Vol. 1 (2), available at: <http://pi-journal.com/index.php/pii/article/view/23>, accessed: 30.10.2017. (In Russ.).
9. Kumanicina, E. I. (2006), *Lingvokreativnyj aspekt anglojazyčnoj massovoj komunikacii: jazykovaja igra v britanskih i severoamerikanskih mass-media* [=Linguistic and creative aspect of the English-speaking mass communication: a language game in the British and North American media], Volgograd, available at: <http://cheloveknauka.com/lingvokreativnyy-aspekt-angloyazychnoy-massovoy-kommunikatsii-yazykovaya-igra-v-britanskih-i-severoamerikanskih-mass-medi#ixzz4e47ESccN>, accessed: 21.08.2017. (In Russ.).
10. Kupina, N. A. (2014), *Kreativnaja stilistika i prakticheskaja filologija* [=Creative style and practical pedagogy], Ekaterinburg. (In Russ.).
11. Panchenko, N. N., Jegamova N. K. (2014), “Sushhnost' lingvisticheskoy kreativnosti zhurnalista: udvoenie diskursivnoj lichnosti” [=The essence of linguistic creativity of the journalist: the discursive doubling of the person], in: *Magister Dixit* [=Magister Dixit], no. 2 (14). (In Russ.).

12. Remchukova, E. N. (2013), “Massovyj lingvokreativ: preodolenie standart” [=Mass linguality: bridging the Standart], in: *Vestnik RUDN. Serija: Teorija jazyka. Semiotika. Semantika* [=Vestnik RUDN. Series: Theory of language. Semiotics. Semantic], no. 2, pp. 83–90. (In Russ.).

13. Smetanina, S. I. (2003), *Redaktirovanie tekstov massovoj kommunikacii* [=Editing of texts of mass communication], SPb. (In Russ.).

14. Uhova, L. V. (2016), “Model’ opisaniya jazykovoj lichnosti mediapersony” [=Model description of the language personality media persons], in: *Nauchnyj rezul’tat: setevoj zhurnal. Serija «Voprosy teoreticheskoj i prikladnoj lingvistiki»* [=Scientific result: an online journal. Series «problems of theoretical and applied linguistics»], Vol. 2, no. 1 (7), pp. 65–71, available at: <http://research-result.ru/media/linguistics/2016/1/ling11.pdf>, accessed 21.08.2017. (In Russ.).

Панова Елена Юрьевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций, Челябинский государственный университет, Челябинск.

elena_panova81@mail.ru