

Язык СМИ

УДК 070.41

DOI: 10.28995/2686-7249-2020-6-124-136

Медиастилистика, интернет-стилистика, постстилистика: о новых подходах к языку СМИ

Евгения Н. Басовская

*Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, Россия, jeni_ba@mail.ru*

Аннотация. Статья посвящена актуальным проблемам таксономии современной стилистики. Сопоставляются позиции ряда российских и зарубежных ученых, анализирующих направление эволюции стилистики в условиях постоянного расширения пространства интернет-коммуникации. Ставится вопрос о формировании новых научных направлений – медиастилистики и интернет-стилистики. С опорой на новейший эмпирический материал автор подтверждает существование медиатекста как особого предмета исследования в рамках медиастилистики. Перспективы развития интернет-стилистики как самостоятельной научной дисциплины ставятся под сомнение в связи с разнородностью интернет-коммуникации и воспроизведением в ее контенте явлений, подлежащих анализу в рамках функциональной стилистики.

Ключевые слова: функциональная стилистика, медиастилистика, интернет-стилистика, медиатекст, публицистический стиль

Для цитирования: Басовская Е.Н. Медиастилистика, интернет-стилистика, постстилистика: о новых подходах к языку СМИ // Вестник РГГУ. Серия «Литературоведение. Языкознание. Культурология». 2020. № 6. С. 124–136. DOI: 10.28995/2686-7249-2020-6-124-136

Media stylistics, Internet stylistics, poststylistics. New approaches to the media language

Evgeniya N. Basovskaya

*Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia,
jeni_ba@mail.ru*

Abstract. The article is devoted to topical issues of taxonomy of modern stylistics. It compares the positions of a number of Russian and foreign scientists who analyze the direction of the stylistics evolution in the condi-

© Басовская Е.Н., 2020

tions of constant expansion of the Internet communication space. The author raises a question about the formation of new scientific directions – the media stylistics and Internet stylistics. Based on the latest empirical material, the author confirms the existence of the media text as a special subject of research within the framework of media stylistics. The prospects for the development of Internet stylistics as an independent scientific discipline are called into question due to the heterogeneity of Internet communication and its reproduction within phenomena that are subject to analysis in the framework of functional stylistics.

Keywords: functional stylistics, media stylistics, Internet stylistics, media text, journalistic style

For citation: Basovskaya, E.N. (2020), “Media stylistics, Internet stylistics, poststylistics. New approaches to the media language”, *RSUH/RGGU Bulletin. “Literary Theory. Linguistics. Cultural Studies” Series*, no. 6, pp. 124–136, DOI: 10.28995/2686-7249-2020-6-124-136

Изменения в коммуникации, ставшие следствием технологической революции конца XX – начала XXI в., уже несколько десятилетий находятся в центре внимания исследователей. По словам Н.Б. Мечковской, «Интернет буквально на глазах становится коммуникативно-информационной средой обитания человечества», а «языковые особенности сетевой коммуникации, проникающие в общенародную речь, представляют наибольший лингвистический интерес... как явление широкого распространения» [Мечковская 2009, с. 484–485].

Языку и стилю интернет-общения, а также влиянию Сети на национальные языки (в частности – русский) посвящены книги и статьи О.С. Иссерс, Н.И. Клушиной, Д. Кристела, Г.Н. Трофимовой, Б. Тошовича, Л.Ю. Щипициной и других авторов. В трудах ученых многократно отмечается, что Интернет, с одной стороны, ярко отражает важнейшие тенденции развития языка [Современный русский язык в интернете 2014, с. 7], с другой – сам в значительной степени определяет направление лингвистической эволюции [Трофимова 2011, с. 42–43].

Интернет-среда стимулирует, как указывают исследователи, изменения на всех уровнях языка – от фонетики до грамматики. Затрагивают эволюционные процессы и область стилистики. Стилистические явления, характерные для сетевой коммуникации, зафиксированы в общих работах о языке Интернета и небольшом числе специальных публикаций. В литературе проанализированы такие черты интернет-дискурса, как экспансия англицизмов и жаргонизмов [Мечковская 2009, с. 486], использование стилистически

сниженных усеченных и других искаженных форм слов [Современный русский язык в интернете 2014, с. 33–34; Усачева 2012, с. 35], инверсия, воспроизводящая «стиль живого и непринужденного разговора» [Современный русский язык в интернете 2014, с. 89], эпатажное обыгрывание прецедентных высказываний, усиливающая апеллятивную силу заголовка, многочисленные нарушения речевых норм, в том числе – для решения коммуникативных задач [Современный русский язык в интернете 2014, с. 94; Мозговая 2018, с. 374], комбинирование кодифицированной книжно-письменной речи с некодифицированной разговорной, демократизация публичного общения [Мечковская 2009, с. 487; Abusa'aleek 2015], использование смайлов и других графических средств для компенсации маркеров экспрессии, применяемых в устной речи [Щипцина 2017, с. 188].

Несколько иначе подходят к стилистической стороне интернет-общения отдельные зарубежные специалисты. Это обусловлено различиями в узуальном применении термина «стилистика» и его производных. В англоязычной лингвистике «стилистика» – это прежде всего область творчества и экспрессии, граничащая скорее с риторикой, нежели с культурой речи. Поэтому вполне закономерно, что один из основателей интернет-лингвистики, Д. Кристел, рассуждая о «стилистической перспективе» новой коммуникационной среды, говорит о том, что глобальная Сеть «развивает новые виды речевого творчества, особенно литературного». В качестве примера исследователь приводит организованный британской газетой «Гардиан» поэтический конкурс, в рамках которого требовалось отправлять текстовые сообщения объемом не более 160 знаков, а также блогосферу – «письменный язык в его наиболее “обнаженной” форме – без вмешательства корректоров, редакторов, соредакторов и всех прочих, кто хватает нашу письменную энергию и стандартизирует ее, часто до уровня немощи» [Crystal 2005].

Возвращаясь к русскоязычным публикациям, отметим, что авторы большей части работ, затрагивающих стилистический аспект интернет-коммуникации, пользуются для его анализа традиционной терминологией функциональной стилистики («разговорный стиль», «книжные стили», «стилистическая окраска» и т. д.). Наш взгляд, старый инструментарий сохраняет при этом высокую эффективность, позволяя зафиксировать важнейшие особенности размещенных в Сети текстов.

Однако, по мнению некоторых специалистов, изучение принципиально новых феноменов требует принципиально новых подходов, методик и номинаций. Сомнения в жизнеспособности функциональной стилистики в условиях информационного общества одним

из первых высказал польский лингвист Ст. Гайда: «Изменения в самой лексико-стилевой действительности, а также в ее новых исследовательских подходах затуманили/деформировали этот образ, он уже не является достаточно адекватным. Система функциональных стилей подвергается перестройке, изменяются сами стили и отношения между ними. Новомедиальная цифровая революция и введение Интернета оказали радикальное влияние на человеческую коммуникацию, а также на отношения между устной, письменной и цифровой формами (познавательной реакцией стало, в частности, формирование медиалингвистики). Место стабильной стилевой системы с четкими внутренними границами сегодня занимает динамичное дискурсивное пространство» [Гайда 2015, с. 18].

Статья Ст. Гайды свидетельствует о начавшихся в мировой филологии поисках «новой стилистики», или «постстилистики», этот термин, пусть пока и не вошедший в широкое употребление (его прообраз содержится в названии сборника: Постклассическая стилистика 2008), легко встает в ряд таких модных номинаций, как «постиндустриальное общество», «постнаука», «постправда» и др.

Наиболее последователен в решении вопроса о кардинальном обновлении стилистики как науки австрийский лингвист Б. Тошович, указывающий в программной монографии «Интернет-стилистика»:

Настало время переориентации стилистики, ее ревитализации и, в определенном смысле, реинкарнации (оживления) в духе нового времени, новых методов исследования, новых потребностей и возможностей. Смена парадигмы является нормальным и необходимым феноменом в процессе развития любой научной дисциплины... Необходимо максимально сосредоточиться на изучении новых коммуникативных пространств, которые порождают свежий и богатый стилистический материал. Особенно важно дать толчок новой дисциплине – интернет-стиликтике, учитывая центральные понятия стилистики... [Тошович 2016, с. 9].

Необходимость формирования новой лингвистической дисциплины – интернет-стиликтики – Б. Тошович обосновывает тем, что традиционная стилистика и Интернет противоположным образом подходят к избыточности:

...Стилистика ориентирована на снижение порога повторяемости языковых единиц, в то время как интернет требует увеличения плотности ключевых слов в целях индексации, проводимой роботами. В то время как в классической стиликтике одни из основных требований 1) избегать лишних слов, стараться не повторять одни и те же едини-

цы, 2) бороться против неосознанного нагромождения одинаковых слов и выражений, 3) не использовать то, что не несет никакой (новой) семантической информации... в оформлении сайтов происходит совсем другое: для того, чтобы текст был максимально замеченным, надо сделать так, чтобы поисковые машины (роботы) нашли как можно больше ключевых слов... Такие требования нарушают один из основных стилистических принципов – избавляться от лишнего и создавать разнообразие [Тошович 2016, с. 39].

Соглашаясь с Б. Тошовичем в тезисе о необходимости стилистического анализа новейшего сетевого материала, мы не можем разделить его представлений о противоположности стилистических и интернет-коммуникационных установок. Нам представляется, что ученый проводит излишне широкое обобщение, приписывая стилистике в целом устремленность к речевому разнообразию.

Классическая российская стилистика признает существование функциональных стилей, тяготеющих к стратегии речевого клиширования и ориентированных на нормативную повторяемость вербальных средств. Это в наибольшей степени характерно для официально-делового стиля и проявляется в определенной степени в стилях научном, публицистическом и разговорном. В сущности, только язык художественной литературы, причем лишь на конкретных этапах его развития, постулирует словесное разнообразие в качестве безусловной ценности.

Спорным видится нам и положение о зависимости всего интернет-дискурса от принципа узнаваемости ключевых слов. Данный подход, безусловно, существует в поисковых системах и отдельных областях Интернета, нацеленных на повышение рейтинга и продажи. Однако вряд ли было бы правильно приписывать те же качества многим другим сегментам интернет-среды, таким, например, как частная электронная переписка или сетевая литература.

Более взвешенной представляется нам позиция Н.И. Клушиной, которая, отмечая многочисленные достоинства во многом революционной книги Б. Тошовича, с большей определенностью, чем автор монографии «Интернет-стилистика», говорит об отсутствии особого функционального интернет-стиля и подчеркивает, что «в интернет-пространстве “клонировются” все пять функциональных стилей современного русского литературного языка» [Клушина 2016, с. 112].

Н.И. Клушина оперирует термином «медиастилистика», считая предметом этой научной дисциплины медиастиль – «медийный вариант литературного языка» [Клушина 2018, с. 65]. Такое решение проблемы «перформатирования» функционально-стилистическо-

го подхода к массовой коммуникации мы считаем конструктивным и в целом принимаем предложенную автором концепцию. Однако нам представляется более корректным – с учетом значительного объема нелитературных средств, используемых в текстах СМИ, – определение медиастила как «медийного варианта национального языка».

Разъясняя природу медиатекста учащимся, Н.И. Клушина и А.В. Николаева связывают его стилистическое своеобразие с тремя важнейшими параметрами: принадлежностью к сфере массовой коммуникации, «реализацией... интенции информирования, убеждения и/или развлечения массовой аудитории» и «технологическими особенностями медийной платформы» [Клушина, Николаева 2019, с. 15]. Не ставя под сомнение ни один из перечисленных аспектов, следует тем не менее отметить, что лишь последний отличает медиатекст от журналистского текста докомпьютерной эпохи.

Есть и еще один дискуссионный вопрос. Н.И. Клушина солидарна с Б. Тошовичем в том, что «исключительно те лингвистические феномены, которые порождены интернет-средой, могут относиться к интернет-стиликтике» [Клушина 2016, с. 113]. На наш взгляд, данное положение дает основания для дискуссии. Понятно стремление Б. Тошовича и его последователей провести четкую границу между «первичными» (возникшими в сетевой среде) и «вторичными» (перемещенными в Сеть из офлайн-пространства) интернет-текстами и сосредоточить внимание на первых. Но насколько выполнима эта задача?

Б. Тошович признает, что при переходе из офлайна в онлайн материалы могут подвергнуться качественной переработке, оказаться включенными в гипертекст [Тошович 2016, с. 52]. В данном случае мы внесли бы одно важное уточнение: это не «может произойти», а с неизбежностью происходит. Так, сама монография «Интернет-стилистика», размещенная на сайте крупного онлайн-магазина, сопровождается не только аннотацией (что типично и для бумажного формата), но и бесплатным фрагментом для чтения, читательскими комментариями, отсылкой к другим книгам автора и тегами, позволяющими перейти в разделы «культура речи», «лингвистика», «лингвокультурология», «стилистика», «стиликтический анализ». Мы разделяем представление П.В. Морослина о том, что «даже если печатный текст в абсолютно идентичном виде попадает в Интернет, то он все-таки приобретает особые характеристики...» [Морослин 2009, с. 12]. Система гипертекстовых связей, возникающих при публикации в Интернете, создает, как мы писали ранее [Басовская 2020], дискурсивную глубину, отличающую медиатекст от его офлайн-прообраза.

Мы полагаем, что принципиальная разница между текстом в Сети и вне ее не является стилистической. Воспроизводя систему стилей национального языка, которую, на наш взгляд, пока нет оснований объявлять полностью устаревшей, Интернет создает новые эффекты, определяемые виртуальностью, мультимедийностью и активизацией гипертекстовых связей. В отдельных случаях интернет-формат может требовать использования специальных стилистических ходов и вести таким образом к трансформации исходного текста.

Ярким примером подобных преобразований может служить озаглавливание материалов, размещенных в печатной и онлайн-версиях газеты «МК». При сравнении 10 публикаций в бумажном выпуске и на сайте обнаруживается точное повторение лишь одного заголовка. Остальные девять подверглись существенной трансформации¹:

<i>Заголовки в печатном выпуске газеты</i>	<i>Заголовки на сайте газеты</i>
ОСТАЛСЯ БЕЗ ИЗМЕНЕНИЙ	
Зерно приравнивали к оружию. Американцы боятся, что Россия перекроет пшеничный вентиль	Зерно приравнивали к оружию. Американцы боятся, что Россия перекроет пшеничный вентиль
ИЗМЕНЕН ПОРЯДОК ПРЕДЛОЖЕНИЙ	
«Признать останки – значит вызвать бурю среди этой публики». Бывший следователь по «царскому делу» рассказал о его политической подоплеке	Бывший следователь по «царскому делу» рассказал о его политической подоплеке «Признать останки – значит вызвать бурю среди этой публики»
СУЩЕСТВЕННО ИЗМЕНЕНЫ	
Антирекорд по антидоходам XXI века	Реальные доходы населения <u>рухнули</u> до уровня 90-х Установлен антирекорд XXI века по <u>падению уровня жизни россиян</u>

¹Московский комсомолец. 2020. № 151. 20 июля; МКРУ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mk.ru/> (дата обращения 21 июля 2020). Подчеркнуто мной. – *Евг. Б.*

Окончание

<i>Заголовки в печатном выпуске газеты</i>	<i>Заголовки на сайте газеты</i>
На врачей повесили 10 живых душ. И одну мертвую	Дом подозреваемого в <u>торговле</u> суррогатными <u>детьми</u> обыскали: «Моих детей увезли»
Ирония судьбы, или поколение исторического беспамятства	Как вести диалог с двадцатилетними: не заставшие «веселые» 90-е Поколение исторического беспамятства
У Путина повторился исторический шанс	Историческому шансу Путина помешала <u>нищета</u> населения Исчезновение денег, рабочие бунты, сексуально-революционный <u>скандал</u> и другие события недели
Рубль утонет в дешевой нефти Курс «деревянного» готов снова обвалиться	Второй с конца: рубль занял предпоследнее место среди развивающихся валют планеты Котировки российских денежных знаков продолжают терять позиции на мировом финансовом рынке
Криминал шаговой доступности. Почему Северное Измайлово назвали самым опасным районом Москвы	Эксперты объяснили, почему Северное Измайлово назвали самым опасным районом Москвы «Для <u>воров</u> идеально подходят измайловские пятиэтажки»
Унесенные морем. Как потомок декабриста князя Трубецкого обрел свою русскую любовь	Потомок князя Трубецкого обрел счастье в Крыму Он женился на девушке из города, где была <u>расстреляна</u> царская семья
«Семейное гнездо не должно пустовать». Когда девятеро по лавкам	Мать девяти приемных детей: «Это уже становится <u>зависимостью</u> » Сработал синдром <u>опустевшего гнезда</u>

Сравнение заголовков показывает, что представленные в интернет-версии газеты оказываются несколько длиннее, что позволяет им быть более информативными. В ряде заголовков онлайн-публикаций используется большее количество экспрессивных слов, в том числе с негативной коннотацией, которые обладают высоким аттрактивным потенциалом (в некоторых работах такие средства

именуются «вербальными сенсациями») [Чобанян 2015; Якунин 2019, с. 78]. Конструкции «доходы рухнули», «падение уровня жизни россиян», «нищета населения», «торговля детьми», «сексуальный скандал» и тому подобные привлекают внимание и вызывают у среднего читателя болезненное любопытство. Их применение в заголовках повышает «кликабельность», коммерчески значимую для интернет-СМИ и онлайн-версий традиционных изданий.

Таким образом, определенная специфика медиатекста по сравнению с офлайн-вариантом, безусловно, существует. Но, на наш взгляд, мы имеем дело не с особой «интернет-стилистикой», а с использованием стилистических потенций языка и речи в конкретной коммуникативной ситуации, в данном случае – в массовой интернет-коммуникации.

В исторической перспективе влияние Сети, вероятно, продолжит способствовать постепенной трансформации функциональных стилей, но не их разрушению. В частности, исследователи уже сегодня сходятся на том, что существовавший в советский период публицистический стиль русского литературного языка в новейшее время утратил целостность [см., например: Системные изменения... 2011, с. 75–76]. Можно говорить о том, что в современных СМИ выделяются весьма различные по содержательным и формальным характеристикам подстили. Т.Г. Добросклонская, опираясь на англоязычный эмпирический материал, подразделяет медиатексты на новости, информационно-аналитические материалы, рекламу и features (публицистику) [Добросклонская 2008, с. 59]. В русскоязычной журналистике наиболее отчетливо противопоставлены подстили собственно публицистический (аналитический) и новостной (информационный). Безусловно, обладает рядом особенностей и язык рекламы. При этом важно подчеркнуть, что подобная диверсификация характерна как для новых (сетевых) медиа, так и для традиционных – печатных и эфирных.

Таким образом, из числа терминов, претендующих сегодня на право обозначения нового исследовательского направления и – более того – постулирования новых принципов подхода к изучению языка массовой коммуникации, мы с уверенностью выбираем вариант «медиастистика». У данной научной дисциплины есть собственный предмет изучения, поскольку медиатекст, несомненно, характеризуется рядом стилистических особенностей, порождаемых самой его природой. Что касается «интернет-стилистики», то она представляет собой, на наш взгляд, не что иное, как стилистический анализ колоссального массива разнообразных текстов, размещенных в интернет-среде, и использует при этом

инструментарий функциональной и практической стилистики. Наконец, говорить о наступлении эпохи «постстилистики», вероятно, еще рано, потому что аналитические ресурсы классической стилистики на сегодня далеко не исчерпаны.

Литература

- Басовская 2020 – *Басовская Е.Н.* Дискурсивная глубина как типологический признак медиатекста // Научный журнал «Дискурс-Пи». 2020. № 1 (38). С. 21–33.
- Гайда Ст. 2015 – *Гайда Ст.* Актуальные задачи стилистики // Актуальные проблемы стилистики. Ежегодный международный научный журнал. 2015. № 1. С. 11–21.
- Добросклонская 2008 – *Добросклонская Т.Г.* Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М.: Флинта: Наука, 2008.
- Клушина 2016 – *Клушина Н.И.* Интернет-коммуникация и ее эффекты [Dia Internet-kommunikation und ihre Effekte] // Interaktion von Internet und Stilistik, Internet und Stil / В. Ošović, A. Wonisch (hrsg.) Graz: Institut für Slawistik der Karl-Franzens-Universität, 2016. С. 111–116.
- Клушина 2018 – *Клушина Н.И.* Медиастилистика: Монография. М.: Флинта, 2018.
- Клушина, Николаева 2019 – *Клушина Н.И., Николаева А.В.* Стилистика интернет-текста: Учебник. М.: Эдитус, 2019.
- Мечковская 2009 – *Мечковская Н.Б.* История языка и история коммуникации. От клинописи до Интернета. Курс лекций по общему языкознанию. М.: Флинта; Наука, 2009.
- Мозговая 2018 – *Мозговая А.О.* Лексико-стилистические особенности интернет-коммуникации (на примере немецкоязычного интернет-сервиса Instagram) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2018. № 6 (84). Ч. 2. С. 374–378.
- Морослин 2009 – *Морослин П.В.* Язык Интернета как объект лингвистических исследований // Вестник Российского университета дружбы народов. 2009. № 3. С. 10–17.
- Новые медиа 2019 – Новые медиа в России. Активные процессы в языке и коммуникации: новая дискурсивная реальность как объект лингвистического наблюдения, новые медиа в технологиях рекламы и PR, старые жанры в новой рамке, новые медиа как пространство социальных коммуникаций (Твиттер, ВКонтакте, ПостНаука, Naked Science, Infuture) / Отв. ред. О.С. Иссерс. 2-е изд., суц. доп. М.: ЛЕНИНД, 2019.
- Постклассическая стилистика 2008 – Постклассическая стилистика и дискурсивный анализ текста: Материалы межкафедрального круглого стола (кафедра стилистики английского языка). 14 декабря 2006 г. Вып. 1 Минск: МГЛУ, 2008.
- Системные изменения... 2011 – Системные изменения в массовых коммуникациях и медиатекст: Сб. науч. ст. М.: Изд-во РГСУ, 2011.

- Современный русский язык в интернете 2014 – Современный русский язык в интернете / Ред. Я.Э. Ахапкина, Е.В. Рахилина. М.: Языки славянской культуры, 2014.
- Тошович 2016 – *Тошович Б.* Интернет-стилистика: Монография. 3-е изд., стер. М.: Флинта; Наука, 2016.
- Трофимова 2011 – *Трофимова Г.Н.* Языковой вкус интернет-эпохи в России. Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты: Монография. 2-е изд., испр. и доп. М.: РУДН, 2011.
- Усачева 2012 – *Усачева О.Ю.* Процессы в коммуникации и речи как следствие информационно-технических инноваций // Вестник ЦМО МГУ. 2012. № 4. Лингвистика. С. 33–36.
- Чобанян 2015 – *Чобанян К.В.* Языковые средства и приемы привлечения внимания зрителей телевизионных новостей (на материале шапок и шпигелей телеканала Си-эн-эн) [Электронный ресурс] // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2015. № 3. URL: <https://vestnik.journ.msu.ru/upload/iblock/f72/2015-3-41-50.pdf> (дата обращения 21 июля 2020).
- Щипицина 2017 – *Щипицина Л.Ю.* Компьютерно-опосредованная коммуникация. Лингвистический аспект анализа. М.: КРАСАНД, 2017.
- Якунин 2019 – *Якунин С.А.* Лингвистические средства ведения информационной войны // Политическая лингвистика. 2019. № 3 (75). С. 77–82.
- Abusa'aleek 2015 – *Abusa'aleek A.O.* Internet Linguistics: A Linguistic Analysis of Electronic Discourse as a New Variety of Language [Электронный ресурс] // International Journal of English Linguistics. 2015. № 5. URL: https://www.researchgate.net/publication/271763446_Internet_Linguistics_A_Linguistic_Analysis_of_Electronic_Discourse_as_a_New_Variety_of_Language (дата обращения 21 июля 2020).
- Crystal 2005 – *Crystal D.* The Scope of Internet Linguistics. 2005 [Электронный ресурс] // *David Crystal*. URL: <http://www.davidcrystal.com/?id=4193&fromsearch=true#iosfirsthighlight> (дата обращения 21 июля 2020).

References

- Abusa'aleek, A.O. (2015), "Internet Linguistics. A Linguistic Analysis of Electronic Discourse as a New Variety of Language", *International Journal of English Linguistics*, no. 5, [Online], URL: https://www.researchgate.net/publication/271763446_Internet_Linguistics_A_Linguistic_Analysis_of_Electronic_Discourse_as_a_New_Variety_of_Language (Accessed 21 July 2020).
- Akhapkina, Ya.E. and Rakhilina, E.V., ed. (2014), *Sovremennyyi russkii yazyk v internete* [Modern Russian on the Internet], *Yazyki slavyanskoi kul'tury*, Moscow, Russia.
- Basovskaya, E.N. (2020), "Discursive depth as a typological feature of the media text", *Diskurs-Pi*, no. 1 (38), pp. 21-33.
- Chobanyan, K.V. (2015), "Language tools and techniques for attracting the attention of the TV news viewers (based on the material of CNN's caps and spiegels)", *Vestnik*

- Moskovskogo universiteta. S. 10. Journalism*, no. 3, [Online], available at: <https://vestnik.journ.msu.ru/upload/iblock/f72/2015-3-41-50.pdf> (Accessed 21 July 2020).
- Crystal, D. (2005), "The scope of Internet Linguistics", *David Crystal*, [Online], available at: <http://www.davidcrystal.com/?id=4193&fromsearch=true#iosfirsthighlight> (Accessed 21 July 2020).
- Dobrosklonskaya, T.G. (2008), *Medialingvistika: sistemnyi podhod k izucheniyu yazyka SMI* [Media linguistics. A systematic approach to learning the media language], Flinta: Nauka, Moscow, Russia.
- Gaida, St. (2015), "Current tasks of stylistics", *Aktual'nye problemy stilistiki. Ezhegodnyi mezhdunarodnyi nauchnyi zhurnal*, no. 1, pp. 11-21.
- Issers, O.S., ed. (2019), *Novye media v Rossii. Aktivnye protsessy v yazyke i kommunikatsii: novaya diskursivnaya real'nost' kak o"ekt lingvisticheskogo nablyudeniya, novye media v tekhnologiyakh reklamy i PR, starye zhanry v novoi ramke, novye media kak prostranstvo sotsial'nykh kommunikatsii (Twitter, VKontakte, PostNauka, Naked Science, Infuture)* [New media in Russia. Active processes in the language and communication. New discursive reality as an object of linguistic observation, new media in the advertising and PR technologies, old genres in a new frame, new media as a space for social communications (Twitter, VKontakte, PostNauka, Naked Science, Infuture)], LENIND, Moscow, Russia.
- Klushina, N.I. (2016), "Internet-kommunikatsiya i ee efekty" [Internet communication and its effects], *Interaktion von Internet und Stilistik, Internet und Stil*, pp. 111-116, Institut für Slawistik der Karl-Franzens-Universität, Graz, Austria.
- Klushina, N.I. (2018), *Mediastilistika* [Media stylistics], Flinta, Moscow, Russia.
- Klushina, N.I. and Nikolaeva, A.V. (2019), *Stilistika internet-teksta* [The style of internet text], Editus, Moscow, Russia.
- Mechkovskaya, N.B. (2009), *Istoriya yazyka i istoriya kommunikacii. Ot klinopisi do Interneta. Kurs lektzii po obshchemu yazykoznaniiyu* [History of language and history of communication. From cuneiform to the Internet. Course of lectures on general linguistics], Flinta: Nauka, Moscow, Russia.
- Moroslin, P.V. (2009), "Internet language as an object of linguistic research", *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov*, no. 3, pp. 10-17.
- Mozgovaya, A.O. (2018), "Lexical and stylistic features of Internet communication (on the example of the German-language Internet service Instagram)", *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, no. 6 (84), part. 2, pp. 374-378.
- Postklassicheskaya stilistika (2008), *Postklassicheskaya stilistika i diskursivnyi analiz teksta. Materialy mezhkafedral'nogo kruglogo stola (kafedra stilistiki angliiskogo yazyka)* [Post-classical stylistics and discursive analysis of the text. Proceedings of the interdepartmental round-table conference (The department of the English language Stylistics)], MGLU, Minsk, Belarus.
- Shchipicina, L.Yu. (2017), *Komp'yuterno-oposredovannaya kommunikatsiya. Lingvisticheskii aspekt analiza* [Computer-mediated communication. The linguistic aspect of the analysis], KRASANG, Moscow, Russia.

- Sistemnye izmeneniya (2011), *Sistemnye izmeneniya v massovykh kommunikatsiyakh i mediatekst. Sbornik nauchnykh statei* [System changes in mass communications and media text. Collection of articles], Izdatel'stvo RGSU, Moscow, Russia.
- Toshovich, B. (2016), *Internet-stilistika* [Internet stylistics], Flinta: Nauka, Moscow, Russia.
- Trofimova, G.N. (2011), *Yazykovoi vkus internet-epohi v Rossii. Funktsionirovanie russkogo yazyka v Internete: kontseptual'no-sushchnostnye dominanty. Monografiya. 2-e izd., ispr. i dop.* [Language taste of the Internet age in Russia. The functioning of the Russian language on the Internet. Conceptual and essential dominants. Monograph. 2nd ed., rev. and enl.], RUDN, Moscow, Russia.
- Usacheva, O.Yu. (2012), "Processes in communication and speech as a result of the information technology innovations", *Vestnik CMO MGU*, no. 4 Lingvistika, pp. 33-36.
- Yakunin, S.A. (2019), "Linguistic means of information warfare", *Politicheskaya lingvistika*, no. 3 (75), pp. 77-82.

Информация об авторе

Евгения Н. Басовская, доктор филологических наук, доцент, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия; 125993, Россия, Москва, Миусская пл., д. 6; jeni_ba@mail.ru

Information about the author

Evgeniya N. Basovskaya, Dr. of Sci. (Philology), associate professor, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; bld. 6, Miusskaya Sq., Moscow, Russia, 125993; jeni_ba@mail.ru