медиакоммуникациядағы сөздің күші (әсері) және оның соңғы өнімі – медиамәтін туралы ғылым деген анықтама беріледі. Риторикалық коммуникацияны құрайтын компоненттерге тоқталады. Сонымен қатар мақалада сөйлеу әрекетіндегі негізгі мәселе – тыңдаушыны иландыру, дәлелді сөйлеу мәселесі және риторикалық түрде ұйымдастырылған медиамәтіннің анықтаушы факторлары туралы айтылады. Мақала авторлары медиамәтінінің әсер ету күші ақпараттың маңыздылығында ғана емес, оны беру тәсілінде деп есептейді. Мақалада бұқаралық ақпарат құралдарындағы сөйлеудің риторикалық сипаты мен медиадискурстағы оқырманды иландыру тәсілдері талданады. Медиакоммуникацияның тағы бір аспектісі - коммуниканттардың әлеуметтік мінез-құлық ерекшеліктерін көрсететін әлеуметтік фон немесе әлеуметтік стилистика мәселесіне басты назар аударылады. Зерттеу барысында теориялық материалды жинақтау, зерделеу және жүйелеу талдаудың әдістері қолданылды. Тәжірибелік материалды талдау үшін: медиапроцесті модельдеудің сипаттамалық тәсілі, медиамәтінді риторикалық және лингвистикалық талдау, салыстырмалы талдау және т.б. әдістер қолданылды. Қорыта келгенде мақалада қазіргі медиамәтіндердің стилистикалық және лингвистикалық көрінісі талданып, медимәтіндердегі сөйлеудің риторикалық сипаты айқындалады.