Знак: проблемное поле медиаобразования. 2024. № 4 (54). С. 109–115.
eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).
Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija. 2024;4(54): 109–115.
eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).

Научная статья
УДК 81`42
DOI 10.47475/2070-0695-2024-54-4-109-115

РИТОРИЧЕСКИЙ КОД ТЕКСТОВ О СВО В РЕГИОНАЛЬНОМ МАССМЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

Елена Юрьевна Панова
Челябинский государственный университет, Россия, Челябинск
elena_panova81@mail.ru, ORCID: 0000-0001-7800-8086

Аннотация. Приоритетными в статье являются задачи 1) обоснование понятия риторического кода и комплекса риторических стратегий как инструмента аксиологического, семантического и лингвистического анализа текста, 2) рассмотрение специфики риторической репрезентации текстов, тематически и семантически касающихся темы СВО, в региональном массмедийном дискурсе. Медиатекст рассматривается как социальный и коммуникативный феномен в его текстовой репрезентации, «реагирующий» на актуальные информационные поводы и социальные запросы и транслирующий определенные установки. Для решения второй задачи в качестве эмпирического материала рассматривались публикации в газете «Южноуральская панорама» с марта по май 2024 года, ключевым аспектом выборки являлся тематический признак. Методологической основой выявления и описания риторических стратегий медиатекста является сочетание структурно-семиотического подхода к тексту, выявляющего значимо-релевантные уровни репрезентации смысла в медиатексте, и лингвистико-дискурсивного анализа, направленного на обнаружение актуальных смыслов, порожденных узуальной практикой и воплощенных в тексте. Исследование базируется на опыте предыдущих изысканий, где на основе интеграции современных теоретико-методологических подходов было проведено комплексное, системное (концептологическое, нарративное, коммуникативно-прагматическое) исследование страхов и фобий на материале СМИ, функционирующих в условиях поликультурной среды области, что позволило выявить специфику конструирования тревожно-фобического поля в дискурсе региональных массмедиа разной типологической принадлежности. Выявлено, что страхи и фобии тесно связаны с ценностными установками, комплексность их присутствия в медиатексте позволяет говорить об особом травмирующе-фобическом дискурсе в массмедиа, коррелирующем с деструктивными процессами в социальной жизни региона. Риторические стратегии нейтрализации и эскалации конфликтных смыслов и настроений присутствуют не в равных долях, что позволяет говорить о доминировании этикетно-ритуальной риторической стратегии.

Ключевые слова: риторический код, риторическая стратегия, региональный медиадискурс, идентичность, ценности, травма

Благодарности: Исследование выполнено при финансовой поддержке Фонда перспективных научных исследований ФГБОУ ВО «ЧелГУ» (№ 126-1 от 2024)

Для цитирования: Панова Е. Ю. Риторический код текстов о СВО в региональном массмедийном дискурсе // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2024. № 4 (54). С. 109–115. doi: 10.47475/2070-0695-2024-54-4-109-115

Original article

RHETORICAL CODE OF TEXTS ABOUT ‘SMO’ IN THE REGIONAL MASS MEDIA DISCOURSE

Elena Y. Panova
Chelyabinsk State University, Russia, Chelyabinsk,
elena_panova81@mail.ru, ORCID: 0000-0001-7800-8086

Abstract. The priority tasks in the article are 1) substantiation of the concept of a rhetorical code and a set of rhetorical strategies as a tool for axiological, semantic and linguistic analysis of the text, 2) consideration of the specifics of the rhetorical representation of texts thematically and semantically related to the topic of ‘SMO’ in regional mass media discourse. The media text is considered as a social and communicative phenomenon in its textual representation, “reacting” to current information occasions and social requests

and broadcasting certain attitudes. To solve the second problem, publications in the newspaper Yuzhnouralskaya Panorama from March to May 2024 were considered as empirical material, the key aspect of the sample was the thematic feature. The methodological basis for identifying and describing the rhetorical strategies of the media text is a combination of a structural-semiotic approach to the text, revealing significantly relevant levels of representation of meaning in the media text, and linguistic-discursive analysis aimed at detecting relevant meanings generated by common practice and embodied in the text. The study is based on the experience of previous research, where, based on the integration of modern theoretical and methodological approaches, a comprehensive, systematic (conceptual, narrative, communicative and pragmatic) study of fears and phobias was conducted on the material of the media operating in a multicultural environment of the region, which allowed us to identify the specifics of constructing an anxiety-phobic field in the discourse of regional mass media of different typological accessories. It is revealed that fears and phobias are closely related to value attitudes, the complexity of their presence in the media text allows us to talk about a special traumatic-phobic discourse in the media, correlating with destructive processes in the social life of the region. Rhetorical strategies for neutralizing and escalating conflicting meanings and moods are not present in equal proportions, which allows us to speak about the dominance of the etiquette-ritual rhetorical strategy.

Key words: rhetorical code, rhetorical strategy, regional media discourse, identity, values, trauma

Acknowledgments: The study was carried out with the financial support of the Foundation for Advanced Scientific Research of the Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "ChelSU" (№ 126-1 of 2024)

For citation: Panova E. Y. (2024). Rhetorical code of texts about 'SMO' in the regional mass media discourse. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija*. 4(54): 109–115. (In Russ). doi: 10.47475/2070-0695-2024-54-4-109-115

Проблема риторического кода медиатекста тесно связана с явлением риторизации современного пространства, в котором каждая сфера закрепляет свою зону влияния и получает ресурсы и инструменты взаимодействия с окружающей средой, а потому этот феномен может рассматриваться как глобальный тренд современной культуры и медиакультуры в частности (риторизация культуры (Далецкий 2012)), образования (Ворожбитова 2013)), медиапространства – можно рассматривать любые дискурсивные практики в контексте риторизации. Наряду с термином «визуальный поворот» (см. обзор вопроса: Симакова 2021), существует и «риторический поворот», подразумевающий активизацию классической риторики в ее тесном соприсутствии с неориторикой, меняющей логику отношений субъектов коммуникации (Котелевская 2016: 29). Понятие риторики существует в совершенно разных аспектах, от бытового восприятия как способа речевого взаимодействия или воздействия до понимания ее как матрицы коммуникативного присутствия субъектов сознания и речи: современный нарратив базируется на риторических приемах (Никитина 2011), актуализируется ее коммуникативно-прагматическая составляющая (Воронцова 2013: 116); рассматривается как особая дискурсивная практика или совокупность дискурсивных практик (Голоднов 2011).

Внимание к риторической организации медиатекста неизбежно приводит к задаче обнаружения дискурсивных и текстовых закономерностей, что позволяет рассуждать о риторическом коде медиатекста, который как социолингвистическая категория отражает идею тесной связанности и взаимобусловленности сферы ментально-социокультурного и текстовой репрезентации. Понятие риторический код, генетически связанный с семиотической трактовкой кода, позднее конкретизировался в трудах ученых применительно к актуальной медиапрактике (Савицкий 2016, Щербак 2002, Чепкина 2000). Э. В. Чепкина обнаруживает систему кодов журналистского дискурса и соотносит их с основными типами дискурсивных практик («практики формирования объектов, концептов, позиций субъективности в дискурсе соответственно рождают эмпирические, концептуальные и риторические коды <…> риторические коды конструируют разновидности позиций адресанта и адресата и специфические, дополнительные характеристики коммуникации» (Чепкина 2000: 86). Она же подчеркивает возможность достаточно внятного обнаружения этих кодов, поскольку считает их своеобразной «надстройкой» над системой иных кодов («риторические коды имеют гораздо больше шансов быть замеченными, потому что они часто обнажают процесс построения текста, его "сделанность"» (Чепкина 2000: 209). С нашей точки зрения, это лишний раз демонстрирует поливалентность понимания и феномена риторики, и риторического кода, о чем говорилось выше, в его узком, инструментальном, значении как ресурса обеспечения речевой практики и, напротив, широком, транстекстуальном, как матрицы коммуникации. В продолжении рассуждения о кодах речевой практики приведем и понятие речевого кода, который «обозначает исторически и конвенционально обусловленную систему лингвистических и паралингвистических знаков и правил, релевантных при трансляции и восприятии «ключевых идей» (А. Зализняк, И. Левонтина, А. Шмелев) языковой картины мира. Основой формирования такого кода выступает национальный риторический идеал, предопределяющий основные принципы и правила коммуникации, принятые тем или иным этносом в качестве ключевых» (Дускаева, Цветова 2013: 253). Крайне важным, с нашей точки зрения, здесь является указание на обусловленность речевых практик некими гораздо более объемными категориями – национальным риторическим идеалом, что, с нашей точки зрения, соотносимо с понятием риторический код. Риторический код метафорически можно рассматривать как «индивидуальный стиль» социума, взятого в конкретный исторический

отрезок, усматривая в его организации те же принципы: код демонстрирует генеральную концептуальную характеристику совокупности медиатекстов, в каждой новой дискурсивной ситуации демонстрируя локальные проявления этой генеральной закономерности. Одной из форм реализации и проявления риторического кода медиатекста является совокупность риторических стратегий, в свою очередь, детерминированных ценностными установками и в процессе создания текстов, проявляющих их.

Аксиологические параметры медиасферы неоднократно становились предметом внимания ученых, поскольку эта сфера позволяет устанавливать прямые зависимости между социально-культурной ситуацией и ее рефлексией, и, кроме того, формировать образ эпохи, потому что динамика ценностей детерминирована историческим фактором. Современная картина мира медиацентрична (еще не так давно исследователи говорили о ее литературоцентричном характере), для современной медиасистемы более чем актуальна идея интерпретации «культуры готового слова» как «порождения определенной риторической установки: свободное обращение со словом – это традиционное риторическое понимание проблемы слова вообще» (Анненкова 2011: 304). В связи с этим медиасистема очень чутко реагирует на изменения ценностного поля, сублимируя и концепируя их в медиатекстах и иных зримых форматах. Так, например, в ходе исследования категории медиамема последний рассматривался как способ визуально-семантической трансляции ценностных установок в том числе (Друкер 2022).

Между тем, в контексте нашего исследования понятие ценности коррелирует с понятием травмы, а точнее, семантическое поле, маркируемое как ценностное, чаще попадает в зону действия травмирующе-фобического дискурса. Мы сосредоточимся на ценностных параметрах социума и, соответственно, на социальных страхах, с ними связанных, что релевантно тематического сфере нашего эмпирического материала. Изменение социального статуса или состояния (или даже сама возможность такого изменения) осознается личностью как травма (исследователи расширяют функционал понятия травма от физической / психической до социальной / культурной (Штомпка 2001). И, в свою очередь, это актуализирует вопрос социальной идентичности личности, на наш взгляд, тесно связанной и с культурной идентичностью, которая рассматривается нами как комплекс социально-культурных доминант личности и рефлексии личности по поводу корреляции этих доминант с принятыми / существующими в обществе. Само наличие этих доминант концептуализирует понятие «ценности» (осознаваемой личностью), что может быть соотнесено с понятием культурного кода: сам факт его присутствия в медиапространстве константен, но варианты реализации и специфика репрезентации различны.

Опираясь на результаты ранее проведенных исследований, можно констатировать, что в условиях травмирующе-фобического дискурса массмедиа демонстрировали следующие ценностные установки: 1) *социально- и индивидуально-конструктивная* (совместное переживание травмирующих обстоятельств социальной жизни («всем миром») через «личные истории» рядовых граждан, истории повседневной жизни); 2) *властно-функционирующая и социально-регулирующая* (информирование об оперативности работы всех служб, незамедлительности и эффективности предпринимаемых мер органов власти в борьбе с совершенно различными угрозами); 3) *панически-купирующая* (предупреждение панических настроений населения через призывы общественности не поддаваться панике) (Антропова 2022). Ценностные установки определялись в ходе анализа медиатекстов, конкретнее, с помощью риторических компонентов: 1) тематический кластер, относящий тексты к той или иной категории социально-значимых проблема, 2) целеполагание текста, определяющее вектор развития авторской оценки, 3) риторический этос, формирующий образ действительность, 4) риторический пафос текста, позволяющий говорить о модальности высказывания, в ходе анализа языковых параметров текста (оценочной лексики как специфических оценочных маркеров, синтаксических и композиционных приемов, характера присутствия прецедентных единиц).

Таким образом, риторический сценарий рассматриваемой социально-культурной травмы имеет двойственный характер: на уровне аргументации – апелляция к рациональному (факты, мнения, суждения) и иррациональному (эмоционально-оценочные маркеры); на уровне смысловой организации – четкость, лаконичность, внятность сообщения и одновременно использование метафор и других средств выразительности; на уровне риторической модальности – соприсутствие в медиатексте критико-аналитического и эмоционально-личностного начал.

Важным событием современности стала специальная военная операция (СВО) – некая точка сборки социальной и культурной идентичности, ценностных установок, риторических сценариев, демонстрирующая ценностные парадигмы и риторические коды.

Медиадискурсивные технологии в эпоху социальной напряженности и в условиях ценностной ревизии, когда наблюдается колоссальное расширение сферы травмирующих факторов в общественной и культурной жизни социума, являются важным инструментом преодоления социального нигилизма, который выступает деструктивным фактором, индуцирующим напряженность информационного поля, дезорганизацию социокультурных процессов, депрессивные настроения, культурные травмы.

В этом проявляется уникальный феномен: война, конфликт, травма становятся базой производства ценностей, объединяющих социум, что важно в контексте ревизии ценностей. В текущих актуальных общественно-политических условиях, связанных с проведением специальной военной операции и реновацией гуманистических традиционных ценностей, требует рассмотрения совокупность медиадискурсивных технологий по преодолению депрессивности и упадка социальных отношений на основе интеграции общества.

Традиционно социальный кризис или культурная травма способствуют сближению людей в попытках найти общий выход.

В региональных СМИ можно выделить комплекс текстов (сверхтекст), который формируется вокруг предметно-тематического поля «военная операция» и его тематических дериватов, связанных с социально-общественными последствиями военной операции (встреча с ветеранами, материальная помощь, гуманитарные формы поддержки участников операции и их семей). Такое текстовое образование, функционирующее в дискурсе региональных СМИ, выступает символическим интегратором общества, транслирующим в виде журналистских материалов разной жанрово-стилистической природы гуманистические ценности, используя конкретные медиадискурсивные технологии (партиципарность, новая искренность и т. д.).

В настоящей работе применяется коммуникативно-прагматический подход, рассматривающий речевую репрезентацию стратегий преодоления травмирующих ситуаций через риторические коды, с целью выявления и описания на речевом уровне риторических стратегий формирования общественной интеграции в условиях ценностной ревизии военного времени (на материале текстового комплекса «военная операция» в региональных СМИ).

Материалом работы стали публикации в газете «Южноуральская панорама» с марта по декабрь 2024 года.

Первая стратегия – ***стилистически-контаминирующая***, ***стилистически-коллажирующая.*** Суть ее заключается в смешении официально-делового и публицистического стилей, что на языковом уровне демонстрирует двойственный характер анализируемого риторического сценария, используется подчеркнуто книжная лексика (*воины, рубежи, мемориал*) и «деловой» сленг (*подшефный, рабочий визит*), наблюдается стилевой коллаж. В одном медиатексте соприсутствуют разные и в стилевом плане, и в отношении формируемого модуса восприятия текста фрагменты: *Партии работают на консолидацию общества и выдвигают новые элиты, нацеленные на служение стране. Участники СВО активно включены в реализацию различных общественных проектов. <…> Сейчас жизненно важны победа над последователями нацизма и исполнителями планов уничтожения России, сохранение исторической памяти и передача ее молодежи, защита традиционных духовных ценностей, русского языка и нашей отечественной культуры.* Так, фрагменты *работают на консолидацию, выдвигают элиты* явно ориентированы на официально-деловое восприятие информации, в то время как конструкции типа *жизненно важны, исполнители планов уничтожения России* содержат оценку, направлены на публицистическое воздействие и формирование эмоционального отношения к предмету речи.

Вторая стратегия – ***эмпатично-антропоцентрическая***. Война изображается в жизни простого человека, происходит «очеловечивание» темы СВО, показывается «окопная правда», что переводит восприятие текста в общечеловеческий, бытийный план, знакомый всем: *Для нее важно поддержать супруга в миссии помощи людям: где-то пораздавать, принести еду старикам, подать, позаботиться, посострадать, поплакать вместе – людям это очень необходимо. Ей приходилось омываться холодной водой, под дождем готовить, испытывать неудобства военного времени.* Риторический код строится на передаче живой разговорной речи героя, с помощью которой авторы текстов переводят изображение войны в частную жизнь (*мама, старики, детали быта*), используются просторечия (*халява)*. Речь идет о простых и понятных каждому вещах, что формирует ощущение общих ценностей, заставляет разделять эмоцию текста.

Третья стратегия – ***прецедентная***. Используются единицы прецедентной базы для сближения СВО с реальной жизнью: *Любит с гордостью повторять, что сам из «суровых челябинских парней». Все для победы, верим, что она не за горами», – отметил глава региона.* Использование прецедентных феноменов в риторическом аспекте позволяет своеобразным способом кодировать текст, сделать его узнаваемых для «своих», таким образом отчасти решая и задачу консолидации (считывание прецедентного феномена возможно лишь носителями прецедентной базы).

Четвертая стратегия – ***конфликтно-преодолевающая.*** В текстах реализуется риторический сценарий, повествующий о возникших вопросах социальной неустроенности родственников участников СВО или их самих и оперативной помощи власти нуждающимся:

Помощи много не бывает, поддерживаю решение губернатора», – сказала в беседе с корреспондентом «Южноуральской панорамы» руководитель Комитета семей воинов Отечества Челябинской области

Надежда Солдатенкова. Она сообщила, что за время работы комитет получил более трех тысяч обращений от мам и жен военнослужащих. Чаще семьи просят ***решить вопросы*** *по выплатам или помочь по дому. «К нам обращаются родственники без вести пропавших бойцов. Кормильца нет, и семьи остаются без средств к существованию, особенно трудно приходится женщинам в декрете, и мы им помогаем», – рассказала Надежда Солдатенкова.*

Жительница Усть-Катава обратилась на прямую линию губернатора Алексея Текслера и попросила помочь подключить ее дом к интернету. Жена участника спецоперации, мама двоих детей рассказала, что местные провайдеры ***не могут решить проблему*** *уже десять лет. Глава региона поручил разобраться с этим вопросом.* ***Проблему решили быстро.*** *12 декабря первый заместитель министра информационных технологий, связи и цифрового развития Челябинской области Василий Кокорюкин сообщил, что вопрос с оператором связи проработан, дом жены участника СВО к интернету подключен.*

Более того, органы местной власти не только оперативно, эффективно, общими усилиями решают вопросы, преодолевают возникшие социальные конфликты, но и восстанавливают социальную справедливость:

Частные изобретатели и малые конструкторские бюро могут получить финансирование на разработки для специальной военной операции. В этом им поможет проект Народного фронта «Кулибин-клуб». Он не только избавит авторов от бюрократии, но и даст реальный шанс запустить изобретение в серию. На эти цели Фонд перспективных исследований готов выделить народным изобретателям от 10 до 100 миллионов. Лучшие изобретения отправят бойцам в зону проведения СВО. «Раньше все разработки ***сталкивались с некой бюрократией****. Потому что, от самой разработки до внедрения в серийное производство и поставку в минобороны проходили года. Пять лет – минимальный срок, чтобы Минобороны начинало закупать готовый продукт. Сейчас такого времени нет. События диктуют - чтобы всё было оперативно», – отметил Денис Рыжий, руководитель регионального отделения «Народного фронта».* В результате травмирующая ситуация представляется решаемой, формируется образ защитника (в лице официальной власти), риторический пафос связан с восстановлением категории справедливости в общечеловеческом плане и власти как защитника простого человека в социальном плане.

Пятая стратегия – ***исповедально-героическая***. Журналисты приводят истории-признания, в которых участники СВО совершают на первый взгляд «обычные» для военного времени действия, но в которых они предстают героями:

– Галина Андреевна, можете рассказать о подвигах наших современников?

– Мы гордимся нашими героями и восхищаемся их подвигами. В зоне СВО Максим Шоломов вместе с бойцами в течение недели отбивал атаки многократно превосходящих сил противника и удерживал важный рубеж. Противник тогда понес значительные потери в технике и живой силе. Когда боевая задача была выполнена, нашему земляку дали команду на отход, и под непрекращающимся огнем врага он выводил свое подразделение из окружения. Выстрелом из гранатомета Максиму отсекло левую руку, но он продолжил командовать эвакуацией. Герой вывел из-под огня и спас жизни десяткам российских бойцов, сам получил тяжелейшие ранения и после девяти месяцев лечения и реабилитации продолжил службу в Вооруженных силах РФ. В риторическом плане в тексте соприсутствуют личностное начало, призванное отразить внутренний мир человека, мир его чувств и эмоций, и конкретность, фактографичность информации, что и формирует исповедально-аналитический характер риторического сценария.

Шестая стратегия – ***коллективно-мемориальная***. С помощью этой стратегии подчеркивается связь поколений и времен. Риторический сценарий косвенно реализует идею консолидации общества, направлен на создание образа единого социума, разделяющего общие ценности и вместе переживающего сложные моменты:

Во время прямой линии губернатору Алексею Текслеру поступил вопрос о проведении мероприятий, приуроченных к 80-летию победы в Великой Отечественной войне. Глава региона отметил, что в течение года в каждом из муниципалитетов их будут десятки.

– Все меньше становится ветеранов Великой Отечественной войны. Важно уделить им максимальное внимание и окружить заботой. Уверен, что во всех муниципалитетах будет много сделано и пройдет большое количество мероприятий и событий, – подчеркнул Алексей Текслер. – Конечно, будем учитывать специфику сегодняшнего дня, то есть проведение СВО. Все мероприятия будем делать общими, в том числе с новыми героями – участниками специальной военной операции. Неразрывная связь поколений – самое важное для нашей страны. Каждое поколение передает следующему все то, что нашу страну сохраняет.

Таким образом, мы видим формирование особого стилистического регистра в дискурсе массмедиа о СВО, который должен сформировать, с одной стороны, «человеческий» образ войны, показать войну через простого человека, сделать ее цели более понятными, с другой стороны, включение СВО в перечень национальных событий, подобно ВОВ, для конструирования общей идентичности.

Список источников

Анненкова И. В. Риторическая модель современного медиадискурса // Русский язык и литература во времени и пространстве. XII Конгресс Международной Ассоциации преподавателей русского языка и литературы (8–12 мая 2011 года, Шанхай) / Под ред. Л. А. Вербицкой, Лю Лиминя, Е. Е. Юркова: В 2 т. Т. 2. С. 303–308.

Антропова В. В. Травмирующе-фобический дискурс в региональных СМИ: речевые стратегии репрезентации ценностей // Динамика медиасистем. 2022. Т. 2. С. 16–25.

Ворожбитова А. А. Лингвориторическое образование как инновационная педагогическая система. Принципы проектирования и опыт реализации. М. : Флинта, 2013. 312 с.

Воронцова Т. А. Риторическая культура диалогического медиадискурса // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 21 (312). С. 115–119.

Голоднов А. В. Риторический метадискурс: основания прагмалингвистического моделирования и социокультурной реализации (на материале современного немецкого языка). СПб., 2011. 345 с.

Далецкий Ч. Б. Пространство современной риторической культуры и риторизация культуры // Пространство и Время. 2012. № 2 (8). С. 45–52.

Друкер М. М., Суворова Н. А. Медиамем как средство репрезентации ценностных ориентиров в социальных медиа // Челябинский гуманитарий. 2022. № 1 (58). С. 13–21. DOI 10.47475/1999-5407-2022-10102.

Дускаева Л. Р., Цветова Н. С. Стилистический облик мононационального периодического издания // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. 2013. № 3. С. 252–258.

Котелевская В. В. Риторический проект второй половины XX – начала XXI вв // Практики и интерпретации: журнал филологических, образовательных и культурных исследований. 2016. Т. 1, № 2. С. 26–40.

Никитина Е. А. Риторические приёмы повествования (функциональный и типологический аспекты) : дисс. … канд. филол. наук. Елец, 2011. 157 с.

Савицкий В. М. Лингвокультурные коды: к обоснованию понятия // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2016. № 2. С. 55–62. DOI 10.18384/2310-712X-2016-2-55-62.

Симакова С. И. Инфографика в семиосфере журналистики. Челябинск : Челябинский государственный университет, 2021. 200 с.

Чепкина Э. В. Русский журналистский дискурс (Текстопорождающие практики и коды, 1995-2000 гг.) : дис. … д-ра филол. наук. Екатеринбург, 2001. 389 с.

Штомпка П. Культурная травма в посткоммунистическом обществе (статья вторая) // Социологические исследования. 2001. № 2. С. 3–12.

Штомпка П. Социальное изменение как травма (статья первая) // Социологические исследования. 2001. № 1. С. 6–16.

Щербак Е. В. Риторические коды коммерческой телерекламы: векторы воздействия // Trends of language cultures development through the prism of correlation between their communicative functions and cultural-historical significance / significance of personal self-expression and creative work in the course of formation of the society's cultural potential, London, 10–15 ноября 2016 года / Chief editor – Pavlov V. V. London: Международная академия наук и высшего образования, 2016. С. 36–38.

References

Annenkova, I. V. (2011). Ritoricheskaya model sovremennogo mediadiskursa [Rhetorical Model of Modern Media Discourse]. *Verbitskaya, L. A., Liminya, Lu & Yurkov, E. E. (Eds.), Russkiy yazyk i literatura vo vremeni i prostranstve. XII Kongress Mezhdunarodnoy Assotsiatsii prepodavateley russkogo yazyka i literatury (8–12 maya 2011 goda, Shankhay) / 2 vols*. Vol. 2. 303–308. (In Russ).

Antropova, V. V. (2022). Travmiruyushche-fobicheskiy diskurs v regional'nykh SMI: rechiye strategii reprezentatsii tsennostey [Traumatizing-Phobic Discourse in Regional Media: Speech Strategies of Value Representation]. *Dinamika mediasistem*, 2, 16–25. (In Russ).

Vorozhbitova, A. A. (2013). *Lingvoritoricheskoye obrazovanie kak innovatsionnaya pedagogicheskaya sistema. Printsipy proyektirovaniya i opyt realizatsii* [Linguorhetorical Education as an Innovative Pedagogical System: Principles of Design and Implementation]. Moscow: Flinta, 312 p. (In Russ).

Vorontsova, T. A. (2013). Ritoricheskaya kultura dialogicheskogo mediadiskursa [Rhetorical Culture of Dialogical Media Discourse]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, 21 (312), 115–119. (In Russ).

Golodnov, A. V. (2011). *Ritoricheskiy metadiskurs: osnovaniya pragmalingvisticheskogo modelirovaniya i sotsiokul'turnoy realizatsii (na materiale sovremennogo nemetskogo yazyka)* [Rhetorical Metadiscourse: Foundations of Pragmatic Modeling and Sociocultural Realization (Based on Modern German Language)]. St. Petersburg, 345 p. (In Russ).

Daletskiy, Ch. B. (2012). Prostranstvo sovremennoy ritoricheskoy kultury i ritorizatsiya kultury [The Space of Modern Rhetorical Culture and Rhetorization of Culture]. *Prostranstvo i Vremya*, 2 (8), 45–52. (In Russ).

Drucker, M. M. & Suvorova, N. A. (2022). Mediamem kak sredstvo reprezentatsii tsennostnykh orientirov v sotsial'nykh media [Media Memes as a Means of Representing Value Orientations in Social Media]. *Chelyabinskij gumanitarij*, 1(58), 13–21. DOI 10.47475/1999-5407-2022-10102. (In Russ).

Duskaeva, L. R. & Tsvetova, N. S. (2013). Stilisticheskiy oblik mononatsional'nogo periodicheskogo izdanija [Stylistic Appearance of a Mononational Periodical Publication]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 9. Filologiya. Vostokovedenie. Zhurnalistika*, 3, 252–258. (In Russ).

Kotelevskaya, V. V. (2016). Ritoricheskiy proekt vtoroy poloviny KhKh – nachala KhKhI vv [Rhetorical Project of the Second Half of the 20th – Early 21st Century]. *Praktiki i interpretatsii: Zhurnal filologicheskikh, obrazovatel'nykh i kul'turnykh issledovaniy*, 1 (2), 26–40. (In Russ).

Nikitina, E. A. (2011). *Ritoricheskie priemy povestvovaniya (funktsional'nyy i tipologicheskiy aspekty)* [Rhetorical Techniques of Narration (Functional and Typological Aspects)]. Yelets: 157 p. (In Russ).

Savitskiy, V. M. (2016). Lingvokul'turnye kody: k obosnovaniyu ponyatiya [Linguocultural Codes: Towards the Justification of the Concept]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Lingvistika*, 2, 55–62. DOI 10.18384/2310-712X-2016-2-55-62. (In Russ).

Simakova, S. I. (2021). *Infografika v semiosfere zhurnalistiki* [Infographics in the Semiotic Sphere of Journalism]. Chelyabinsk: Chelyabinsk State University, 200 p. (In Russ).

Chepkina, E. V. (2001). Russkiy zhurnalistskiy diskurs (Tekstoporozhdayushchie praktiki i kody, 1995-2000 gg.) [Russian Journalistic Discourse (Text-Generating Practices and Codes, 1995-2000)]. Yekaterinburg: 389 p. (In Russ).

Sztompka, P. (2001). Kul'turnaya travma v postkommunisticheskom obshchestve (stat'ya vtoraya) [Cultural Trauma in Post-Communist Society (Part Two)]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 2, 3–12. (In Russ).

Sztompka, P. (2001). Sotsial'noe izmenenie kak travma (stat'ya pervaya) [Social Change as Trauma (Part One)]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 1, 6–16. (In Russ).

Shcherbak, E. V. (2016). Ritoricheskie kody kommercheskoy telereklamy: vektory vozdeystviya [Rhetorical Codes of Commercial Television Advertising: Vectors of Impact]. *Trends of language cultures development through the prism of correlation between their communicative functions and cultural-historical significance / significance of personal self-expression and creative work in the course of formation of the society's cultural potential, London, 10–15 noyabrya 2016 goda / Chief editor – Pavlov V. V.* London: International Academy of Sciences and Higher Education, 36–38. (In Russ).

Информация об авторе

Е. Ю. Панова – кандидат филологических наук, доцент кафедры теории медиа

Information about the author

Elena Yu. Panova – Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Media Theory

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.
The author declares no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 05.10.2024; одобрена после рецензирования 12.11.2024; принята к публикации 15.11.2024.
The article was submitted 05.10.2024; approved after reviewing 12.11.2024; accepted for publication 15.11.2024.