

## ДИСКУРСИВНАЯ ГЛУБИНА КАК ТИПОЛОГИЧЕСКИЙ ПРИЗНАК МЕДИАТЕКСТА



### Басовская Евгения Наумовна,

Российский государственный гуманитарный университет,  
доктор филологических наук, доцент,  
Москва, Россия,  
ORCID: 0000-0002-6867-9326,  
E-mail: jeni\_ba@mail.ru

*Статья поступила в редакцию 19.01.2020, принята к публикации 13.03.2020*

**Для цитирования:** Басовская Е.Н. Дискурсивная глубина как типологический признак медиатекста // Научный журнал «Дискурс-Пи». 2020. № 1 (38). С. 21–33. doi: 10.24411/1817-9568-2020-10102

### Аннотация

Цель статьи – анализ одной из типологических характеристик медиатекста – дискурсивной глубины, определяемой наличием комментариев к интернет-публикации. Введение в научный оборот нового термина, его толкование и предложенная автором концепция медиатекста определяют новизну исследования. По мнению автора, возникающий в результате комментирования макротекст, который может постоянно дополняться, обладает свойствами дискурса: это не статичное, а динамичное образование, находящееся в постоянном развитии.

Используя традиционные методы лингвостилистического анализа, автор статьи с опорой на обширный эмпирический материал (публикации на сайтах различной тематики: Booking.com, «Эхо Москвы», «Аргументы и факты», «Канобу») выделяет на основании форматно-тематического принципа три типа медиадискурса – порождаемые публикациями на бытовые, общественно-политические и культурные темы, – и рассматривает важнейшие стилевые черты каждого из них. В статье отмечается, что минимальная дискурсивная глубина свойственна материалам бытового характера, максимальная – публикациям, посвященным произведениям литературы и искусства. При этом публикации с низким показателем дискурсивной глубины

© Басовская Е.Н., 2020



нередко представляют собой квазидialog, в рамках которого в ответных репликах игнорируется содержание инициальных, а дискурсивно глубокие – диалог реальный.

Исследователь выдвигает тезис о том, что по мере увеличения дискурсивной глубины интернет-публикации ее понятийное содержание размывается и постепенно заменяется эмоциональным – преимущественно пейоративным полем. По мнению автора статьи, данное качество современного медиадискурса имеет как положительные, так и отрицательные черты: в отдельных случаях свободный выплеск агрессии позволяет снять психологическое напряжение, однако в целом данная тональность дискуссии провоцирует дисгармоничную коммуникацию и является социально конфликтогенным фактором.

Ключевые слова:

медиа́текст, медиадискурс, дискурсивная глубина, диалог, квазидialog, вербальная агрессия, дисгармоничная коммуникация.

---

UDC 81'38

DOI: 10.24411/1817-9568-2020-10102

## DISCURSIVE DEPTH AS A TYPOLOGICAL FEATURE OF MEDIA TEXT

**Basovskaya Evgeniya Naumovna,**

Russian State University for the Humanities,  
Doctor of Philology, associate Professor,  
Moscow, Russia,  
ORCID: 0000-0002-6867-9326,  
E-mail: jeni\_ba@mail.ru

*Article received on January 19, 2020, accepted on March 13, 2020*

---

**To cite this article:** Basovskaya E.N. (2020). Diskursivnaya glubina kak tipologicheskij priznak mediateksta [Discursive depth as a typological feature of media text]. *Scientific Journal "Discourse-P"*, 1(38), 21-33. doi: 10.24411/1817-9568-2020-10102

---

Abstract

The purpose of the article is to analyze one of the typological characteristics of the media text – the discursive depth determined as the presence of comments to the Internet publication. The introduction of a new term into scientific circulation, its interpretation and the concept of media text proposed by the author determine the novelty of the research. According to the author, the macro text resulting from commenting, which can be constantly supplemented, has the properties of discourse: it is not a static, but a dynamic formation that exists in constant development.

Using traditional methods of linguistic-stylistic analysis, founded on extensive empirical material (publications on sites of various subjects: Booking.com “Echo of Moscow”, “Arguments and facts”, “Kanobu”), the author of the article identifies on the basis of the format-thematic principle three types of media discourse: generated by publications on every day, socio-political and cultural topics – and considers the most important stylistic features of each of them. The article notes that the minimum discursive depth is typical for everyday materials, the maximum – for publications devoted to works of literature and art. At the same time, publications with a low index of discursive depth often represent a quasi-dialogue, in which the content of the initial responses are ignored, and the discursively deep ones – the real dialogue.

The researcher puts forward the thesis that as the discursive depth of Internet publication increases, its conceptual content is blurred and gradually replaced by an emotional – mainly pejorative background. According to the author of the article, this quality of modern media discourse has both positive and negative features: in some cases, a free outburst of aggression can relieve psychological stress, but in general, this tone of the discussion provokes disharmonious communication and functions as a social conflict factor.

Keywords:

media text, media discourse, discursive depth, dialogue, quasi-dialogue, verbal aggression, disharmonious communication.

---

## Введение

Исследование медиаречи представляет собой одну из форм самоанализа информационного общества. Современный человек, имеющий благодаря развитым технологиям беспрецедентно широкий доступ в коммуникационное пространство, практически не разделяет общение межличностное и публичное. Он открывает свою частную жизнь широкой аудитории и видит на одной компьютерной вкладке сведения из жизни близких друзей и всего человечества. По этой причине именно медиадискурс в широком понимании данного термина – как дискурс публичной коммуникации – становится одним из самых показательных явлений цивилизации начала XXI века. Такое положение дел позволяет говорить об **актуальности** изучения различных аспектов функционирования медиадискурса.

В последние десятилетия опубликовано значительное число научных трудов, посвященных языку, дискурсу, стилю медиа (терминология в этой области пока не устоялась, и для одних и тех же объектов используются разные обозначения). Отдельные стороны рассматриваемого явления описаны достаточно подробно. Исследователи медиаречи отмечают такие ее характеристики, как поликодовость, интертекстуальность, диалогичность, экспансию разговорности, высокую степень ироничности и вербальной агрессии, активное использование приемов языковой игры и ряд других (Дускаева, 2018; Коньков, Потсар, Сметанина, 2004; Мельник, 2012; Сметанина, 2012; Luginbühl, 2015 и др.).

В то же время отраженные в литературе представления о феномене медиадискурса весьма противоречивы. В частности, А. А. Кибрик (2011) вообще ста-

вит под сомнение правомерность терминов «язык СМИ», «медийный дискурс» и подобных. В работах этого автора подчеркивается, что на сегодня не выявлено «ясных критериев, демонстрирующих отличие данного типа от других» (с. 85). По мысли А. А. Кибрика, корректно говорить лишь об особенностях отдельных медийных жанров, а не дискурса СМИ в целом (с. 83).

Подобной точки зрения придерживаются и авторы коллективной монографии «Системные изменения в массовых коммуникациях и медиатекст»: «...Публицистический стиль, утратив идеологический и агитационный пафос, растворяется в рекламе, просторечии, общем жаргоне, деловой документации или научном (научно-популярном) изложении. Все то, что обеспечивало его целостность (единая идеология, цензура и автоцензура, строгая система жанров) в настоящее время не существует» (Пильгун, 2011, с. 75–76).

Оттолкнувшись от сформулированного А. А. Кибриком вопроса о наличии общего начала, интегрирующего разнотипные речевые произведения в медийный дискурс, мы определили **цель исследования**. Она заключается в том, чтобы на основе анализа разнотипных медиатекстов выявить их общие черты, позволяющие констатировать относительное единство медийного дискурса. По нашему предположению, такого рода характеристиками медиатекста являются поликодовость и интерактивность. Рассмотрение первой из двух названных категорий остается за рамками данной статьи. Вторая составляет **предмет** проведенного исследования.

На значимость такого качества медиатекста, как интерактивность, указывают в частности, Дж. Брайант и С. Томпсон (2004). По их словам, сегодня «односторонняя массовая коммуникация уступает дорогу транзактной медийной коммуникации» (с. 411). М. Талбот (Talbot, 2007) же говорит о «мощи и гегемонии, связанных с диалогичностью медиадискурса» (с. 74). С опорой на работы предшественников, неоднократно отмечавших потенциальную диалогичность публицистического текста и реализованную интерактивность медийного, мы сформулировали **гипотезу** исследования: одна из важнейших специфических черт медиадискурса, отличающих его от традиционного (досетевого) публицистического текста, – это наличие комментариев – речевых реакций на высказывание, которые составляют вместе с ним гипертекст, не ограниченный во времени и пространстве.

**Эмпирическим материалом** для анализа стали размещенные в Интернете тексты различных форматов: журналистские публикации общественно-политической и культурной тематики, а также написанные непрофессионалами отзывы, полезные советы и рецепты. Все эти публикации рассматривались с точки зрения наличия, количества и стилистики пользовательских комментариев, их взаимодействия с исходным текстом.

## Результаты исследования

При сопоставлении сетевых материалов между текстами обнаруживается дифференциация, определяемая признаком не столько жанровым (на который указывает А. А. Кибрик), сколько форматно-тематическим. Нам близок подход к классификации дискурсов, представленный в монографии

Н. Фэркло (Fairclough, 1995). По его словам, типы дискурса часто включают в себя два или несколько жанров; жанры и дискурсы бывают как совместимы, так и несовместимы. Каждый тип дискурса объединяет, по мысли Н. Фэркло, различные жанры, стили, модусы и «голоса» (это метафорическое обозначение автор использует, говоря об индивидуальных стилях) (с. 76–77).

Характер медиадискурса задается экстралингвистическим явлением – стимулом к началу речевой коммуникации. Мы выделили три основных типа таких стимулов. Им соответствуют различные тексты-реакции первого, второго и последующих уровней. Результаты анализа представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Типология жанров медиадискурса

Экстралингвистическое явление – стимул	Инициальный текст (уровень 1)	Текст-реакция (уровень 2)	Текст – вторичная реакция (уровни 3 и последующие)
Явление в сфере услуг и торговли	Пользовательский отзыв	Реплика поставщика услуг/товаров	Ответная реплика пользователя или другого читателя
Общественно-политическое событие	Журналистский новостной или аналитический материал	Комментарий читателя	Ответная реплика журналиста или комментарий другого читателя
Культурное событие, произведение искусства	Профессиональная рецензия или отзыв читателя/слушателя/зрителя	Комментарий читателя	Ответная реплика рецензента или комментарий другого читателя

Анализ материалов сайтов, посвященных магазинам, точкам общественного питания, гостиницам, кулинарии, показывают, что их средняя дискурсивная глубина невелика. Клиентский отзыв или остается без комментария, или сопровождается одной ответной репликой представителя той организации, которой была дана оценка. Это может быть благодарность за внимание, приглашение к дальнейшему взаимодействию, реже – возражение на замечание. Сама организация подобных сайтов обычно не предполагает продолжения диалога и подключения к нему других лиц. При размещении в Интернете рецептов и других полезных советов, исходящих от частных лиц, тексты могут сопровождаться откликами других посетителей сайта, но и в этом случае почти никогда не разворачивается долгая дискуссия с большим числом участников.

Тем не менее, даже при незначительной дискурсивной глубине, публикации на бытовые темы обладают признаками открытого, незавершенного, продолжающего функционировать и после постановки последней точки медиатекста. Рассмотрим на отдельном примере характерные черты этого типа дискурса.

На сайте Booking.com, представляющем собой гостиничный агрегатор и аккумулирующем клиентские отзывы, появляется запись: «Понравилось

все, но есть пожелания. В номере 4110 скрипучий пол, когда идешь к кровати, то без стука не пройдешь, можно ребенка разбудить! Нужно менять обязательно. С одной стороны матраса скрипело жутко. В 4-ом корпусе не было горки для поднятия коляски. Было бы хорошо одноразовые тапочки в номер. Бассейн большой прохладный, а маленький, который теплый, слишком маленький. Перила вход в главный корпус не предусмотрены для детишек, а стоило бы...» (Парк-отель Звенигород, 2019) (Сохранены стилистика и пунктуация оригинала – Е. Б.). Мы видим, что несмотря на общее позитивное впечатление от отеля, гости высказали ряд конкретных замечаний.

Ниже следует ответ администрации отеля: «Уважаемая Виктория. Благодарим вас за то, что уделили время поделиться впечатлением о проведенном отдыхе... Мы ценим Ваше мнение и будем рады, если Вы найдете возможным вновь посетить наш отель. С уважением, заместитель генерального директора по сервису...» (Парк-отель Звенигород, 2019) (Сохранены стилистика и пунктуация оригинала. Подчеркнуто нами – Е. Б.).

Данный мини-диалог представляется нам весьма показательным для современного медиадискурса с нескольких точек зрения. Прежде всего обращает на себя внимание акт квазикоммуникации: реплика, являющаяся по формальным признакам ответной, не содержит ответа ни на одну из претензий и ни на одно из предложений туристов. Администрация отеля как будто не замечает их указания на скрип пола, недостатки матраса, отсутствие перил и так далее.

Можно было бы предположить, что авторам отзывов сотрудники гостиницы рассылают стандартные ответы, но факты этого не подтверждают. Другому гостю, отметившему проблемы с питьевой водой в корпусах, тот же представитель администрации отвечает: «Уважаемый Александр, Позвольте поблагодарить Вас за выбор... а так же за Ваш положительный отзыв о нём. Мы искренне рады, что Вы посетили наш отель и по достоинству оценили его уровень и расположение. Ждем Вас снова, и надеемся, что подарим только положительные эмоции и яркие впечатления от отдыха!» (Парк-отель Звенигород, 2019) (Сохранены стилистика и пунктуация оригинала. Подчеркнуто нами – Е. Б.).

Это, несомненно, другой текст, но используется та же речевая тактика ухода от обсуждения негативных моментов и переключения внимания потенциальных читателей на положительные аспекты отзыва.

Вторая показательная характеристика ответных реплик администрации отеля – сочетание подчеркнутой (иногда гипертрофированной) вежливости с элементарной неграмотностью. Заместитель генерального директора обращается к гостям по именам, пишет местоимения «вы» и «ваш» с большой буквы – и при этом допускает грубые стилистические, орфографические и пунктуационные ошибки: использует конструкции «уделить время поделиться», «проведенный отдых», «найти возможным», ставит запятую между однородными сказуемыми, соединенным одиночным союзом «и», пишет союз «также» раздельно, а слово «позвольте» – с прописной буквы после запятой. Столь небрежное отношение к оформлению текста ставит под сомнение то внимательное и почтительное отношение к адресату, которое призваны продемонстрировать речевые формулы вежливости. Таким образом, перед нами пример квазидиалогического

и квазивежливого общения, типичного для некоторых вариантов современного медиадискурса.

Другой его тип представлен публикациями СМИ на общественно-политические темы и сопровождающими их читательскими комментариями. Такому дискурсу свойственна бóльшая глубина: вызвавший интерес у посетителей сайта материал сопровождается несколькими комментариями, причем их авторы вступают в диалог не только с исходным текстом, но и друг с другом. Поскольку участники дискуссии высказываются анонимно, многие из них не соблюдают правил речевого этикета, выходят за рамки литературного языка, что ведет к значительному повышению уровня вербальной агрессии. Проанализируем отдельный пример.

На сайте радиостанции «Эхо Москвы» 27 августа 2019 г. был размещен пост директора Департамента информации и печати МИД России Марии Захаровой «Не либерализм, а крокодилизм» – о противоречиях внутри «большой семерки» и о сомнительном характере либеральных ценностей входящих в нее государств. Меньше чем через неделю публикация сопровождалась уже 371 комментарием. В одном из них говорилось: «Эх, не пускают Машку в Европу... Печалька...». За репликой последовал ответ: «Дурик. Машка как третьего дня вернулась из Монте Карло. А до этого была в Нице и на Мальте. За новостями следи. Первый комментатор отозвался на замечание: «Деточка, она хоть на Статую Свободы может влезть, слетав в Штаты за казенные бабки, но все равно останется для местных парией». Второй участник продолжил диалог: «Это ты кому «деточка» говоришь? Мне 76-летнему старцу на счету которого десятки либеральных скальпов» (Захарова, 2019) (Сохранены стилистика, орфография и пунктуация оригинала. Подчеркнуто нами – Е.Б.).

В данном случае признаки квазидialogа отсутствуют. Осуществляется полноценное речевое взаимодействие: собеседники реагируют и на содержание, и на форму высказывания оппонента. Нам не раз приходилось слышать замечание о том, что подобный обмен репликами в Интернете якобы нельзя расценивать как реальный диалог, поскольку на сайтах могут работать специальные сотрудники, публикующие провокативные высказывания с целью инициировать обсуждение того или иного вопроса. Это, несомненно, так, но, на наш взгляд, наличие инициальной реплики – провокации не отменяет сказанного ранее. Кем бы и с какой целью ни был опубликован первый (или любой последующий) комментарий, в дальнейшем спор развивается спонтанно, по законам диалога (точнее – полилога).

К числу характерных черт этого типа дискурса относятся, как уже было сказано, высокий уровень речевой агрессии (ты-формы, инвективы, ирония и сарказм и т.п.), а также значительное стилевое разнообразие. Участники дискуссии, не будучи представителями какой-либо одной социальной группы, привносят в диалог черты своих языковых личностей. Одни из них грамотны, другие – нет, одни используют языковую игру и апеллируют к большому числу прецедентных текстов, другие высказываются прямо и так далее.

В рассматриваемом примере первый комментатор прибегает к аллюзии: «...не пускают Машку в Европу» (отсылка к реплике из пьесы К.А. Тренёва

«Любовь Яровая» «Пустите, пустите Дуньку в Европу!» (Тренёв, 1978, с. 81)). По мнению ряда специалистов, термин «дискурсивная глубина» следует применять именно к подобным проявлениям интертекстуальности<sup>1</sup>. Мы, однако, не можем с этим согласиться. Несомненно, медиатекст содержит большое число аллюзий и реминисценций, опирается на систему прецедентных феноменов (подробнее об этом см. Казак, 2010; Vočák, 2017). Но, на наш взгляд, следует различать *глубину текстовую*, определяемую сопряженностью данного словесного произведения с другими, существующими независимо от него, и *глубину дискурсивную*, возникающую при достраивании исходного текста другими, им порожденными и его продолжающими.

Значительной дискурсивной глубиной обладают и интернет-публикации на темы литературы и искусства – профессиональные рецензии и любительские отзывы.

Нам уже приходилось ранее писать о сетевой рецензии как макротексте и присущей ей тотальной диалогичности: она существует в неизбежном коммуникативном взаимодействии с оцениваемым произведением, а при интернет-публикации – с комментариями читателей (Басовская, 2019, с. 24).

Медиадискурс о литературе и искусстве имеет две основные разновидности. Специфика первой заключается, по нашим наблюдениям, в относительно большом объеме реплик-реакций, имеющих тенденцию перерастать в альтернативные отзывы об обсуждаемом художественном произведении.

Так, один из комментаторов рецензии А. Сидорчика на фильм «Т-34» на сайте издания «Аргументы и факты» создает фактически собственную короткую рецензию, которая почти не имеет точек пересечения с исходной профессиональной: «Я посмотрел фильм 3 числа. Фильм мне очень понравился. Сюжет захватывает, фильм смотрится на одном дыхании. Фильм так-же понравился всем моим друзьям и знакомым, кто на него ходил. Конечно, есть кинематографические допуски – например, танки ездят в бою медленной кучей. Но таких «допусков» в голливудских фильмах еще больше. Там «бесконечные» магазины в пистолетах, упавшие с обрыва машины взрываются так, как будто возят внутри ящики со снарядами и взрывчаткой, и т. д. Меня удивляют многочисленные язвительные отзывы на фильм. И то не так, и это не эдак. Но я хочу, чтобы таких фильмов было как можно больше. Дети должны знать настоящих героев, а не Бамблби и других человек-пауков. Приходишь под настроение в кинотеатр – а там смотреть нечего – одна туфта от марвелы. Супергерои тем, кто помладше, вампиры тем, кто постарше...» (Сидорчик, 2019) (Сохранены стилистика и орфография оригинала. – Е. Б.).

Второй подтип характеризуется потерей/подменой тезиса и перерастанием диалога о рецензируемом объекте в агрессивную полемику на другую, чаще всего политическую тему. Поскольку рецензент и некоторые комментаторы неизбежно расходятся в оценках, между ними нередко возникает конфликтный

<sup>1</sup> Данное замечание было сделано проф. Е. Г. Борисовой в устной форме в ходе обсуждения нашего доклада на конференции «Ялтинский дискурсологический кружок: конвенции и перспективы» в сентябре 2019 г.

диалог. При негативном отзыве об отрицательной рецензии возникает «удвоенный негатив», а рецензия как макротекст формирует своего рода «поле пейоративности», внутри которого участники диалога обмениваются инвективами уже вне прямой связи с изначально рассматривавшимся художественным явлением.

Например, обсуждение рецензии Э. Голубева на фильм «Текст» на сайте «Канобу» движется по следующей схеме. Критик упоминает о том, что исполнитель главной роли А. Петров – «наш Том Круз. Уж очень серьезно они оба к себе относятся». Этот тезис ни в коей мере не является ключевым для статьи, основной пафос которой направлен против режиссуры К. Шипенко и его авторской позиции. По словам Э. Голубева, «полное отрицание трендов, моды, социальных изменений – главная проблема фильма». Но комментаторы не обращают внимания на главную мысль рецензии и сначала детально обсуждают А. Петрова и допустимость проведения аналогии между ним и Т. Крузом, а затем – незаконные методы, используемые силовыми структурами и российское антинаркотическое законодательство.

При этом стилистика диалога балансирует на грани разговорности и грубого просторечия; общую тональность задают реплики «да я сам офигел, просто ж...у рвет, берет количеством, боюсь скоро у себя в сортире увижу его отражение»; «почему этот бездарь снимается так часто?»; «Как можно всерьез сравнивать Круза и это смазливое чмо???»; «И к чему ты мне это написал? Я отвечаю парню сверху. Типо у нас других актеров нет, возможно Петрова продвигает папик, или его домохозяйки очень любят...»; «Представления о тупых миллениалах» знатно Канобке кровь попортили, аж голубка Эдика... подрядили потявкать» (Голубев, 2019) и так далее. Участники беседы оскорбляют актера, критика и друг друга, что, вероятно, и является самоцелью – по крайней мере для части посетителей сайта.

Все это позволяет констатировать, что современная интернет-рецензия является жанром письменной агональной коммуникации. Формируемое ею поле пейоративности имеет как позитивные, так и негативные последствия. С одной стороны, и само рецензирование, и комментирование публикации функционируют как форма психологической разрядки. С другой – формируется традиция дисгармоничного общения, аудитория приучается к отсутствию этических ограничений и непропорционально мощному выбросу отрицательных эмоций как реакции на любой, даже мелкий раздражитель.

В целом же обнаруживается определенная корреляция между дискурсивной глубиной и степенью вербальной агрессии. С наращиванием глубины и, соответственно, удалением от инициального текста понятийное содержание диалога размывается, а эмоциональное наполнение, напротив, увеличивается. На «больших глубинах» в ряде случаев вообще невозможно установить, что положило начало потоку брани. В данном случае трудно удержаться от развития метафоры и не сказать, что дискурсивная глубина «засасывает» коммуникантов.

## **Заключение**

Проведенное исследование подтверждает нашу гипотезу и дает основания заявить о существовании, как минимум, одной характеристики современного

медиатекста, являющейся если не универсальной, то весьма широко представленной в публикациях различных жанров. Мы условно обозначаем данное свойство словосочетанием «дискурсивная глубина». Каждая реплика комментатора может рассматриваться «ступенью», а движение по «ступеням» углубляет, на наш взгляд, исходный текст как содержательно, так и стилистически.

Как показывает изученный материал, средняя дискурсивная глубина варьируется в зависимости от предмета обсуждения и типа публикации. Так, размещенные в сети отзывы о ресторанах, отелях и других подобных объектах, рецепты и полезные советы чаще всего сопровождаются комментарием первого или первого и второго уровня (реакция администрации объекта на отзыв, пользовательская оценка рецепта и т. п. плюс ответное замечание).

В то же время аналитические материалы, такие как политический комментарий или рецензия на художественное произведение, нередко стимулируют развернутую дискуссию. Их глубина может составлять 5–10 уровней.

Возвращаясь к идее А. А. Кибрика рассматривать не язык СМИ в целом, а подязыки конкретных жанров, следует отметить, что данная задача существенно затрудняется усиливающимся размыванием жанровых границ и трансформацией жанров СМИ в постжанры медиа. В частности, сегодня вряд ли возможно проведение четкой границы между профессиональной рецензией и любительским отзывом, и одной из причин этого, безусловно, является включение в гипертекст рецензии многочисленных пользовательских комментариев.

Дискурсивная глубина может присутствовать и у традиционного публицистического текста, если, например, публикация статьи в газете сопровождается подборкой читательских писем, касающихся того же вопроса. Однако принципиальная разница между классической системой средств массовой информации и современным медиапространством заключается в том, что сегодняшний медиатекст изначально рассчитан на комментирование, данный процесс технически обеспечен (и максимально облегчен для пользователя). Совместная публикация текста, комментария к нему, а также комментариев к комментариям в сочетании с возможностью продолжать диалог практически бесконечно создает феномен многоступенчатого, углубленного текста с открытой процессуальностью, то есть собственно медийного дискурса.

---

#### Список литературы

1. Басовская, Е. Н. (2019). Категория диалогичности в современном медиатексте (на материале кинорецензий). *Филология в XXI веке*, 1, 23–28.
2. Брайант, Дж., Томпсон, С. (2004). *Основы воздействия СМИ*. Москва, Санкт-Петербург, Киев: Издательский дом «Вильямс».
3. Голубев, Э. (2019, 18 октября). Петров-хипстер, Басти и виртуальный секс. Каким получился «Текст» по Дмитрию Глуховскому. *Канобу*. Взято 9 января 2020, с <https://kanobu.ru/articles/petrov-hipster-basta-i-virtualnyij-seks-kakim-poluchilsya-tekst-po-dmitriyu-gluhovskomu-374553/>
4. Дускаева, Л. Р. (Ред.). (2018). *Медиалингвистика в терминах и понятиях. Словарь-справочник*. М.: ФЛИНТА.

5. Елистратов, В. (2017, 2 июня). Оставленные: обзор фильма «Нелюбовь» Андрея Звягинцева. *DTF*. Взято 29 июня 2019, с <https://dtf.ru/cinema/7047-ostavlennyye-obzor-filma-nelyubov-andreya-zvyaginцева>
6. Захарова, М. (2019, 27 августа). Не либерализм, а крокодилизм. *Эхо Москвы*. Взято 9 января 2020, с <https://echo.msk.ru/blog/mzakharova/2490083-echo/comments.html#comments>
7. Казак, М. Ю. (2010). Интертекстуальные модели медиатекстов. В А. П. Короченский, М. Ю. Казак (Ред.), *Журналистика и медиаобразование. Сб. тр. IV Междунар. науч. – практ. конф. (Белгород, 22–24 сент. 2010 г.)* (с. 347–354). Белгород: Изд-во «БелГУ».
8. Кибрик, А. А. (2011). Дискурсивная таксономия и медийный дискурс. В М. Н. Володина (Ред.), *Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке* (с. 79–85). М.: Академический Проект.
9. Коньков, В. И., Потсар, А. Н., Сметанина, С. И. (2004). Язык СМИ: современное состояние и тенденции развития. В *Современная русская речь: состояние и функционирования. Сборник аналитических материалов* (с. 67–81). СПб.: Филол. Ф-т СПбГУ.
10. Мельник, Г. С. (2012). Современный медиатекст: исследовательские подходы. В *Медиатекст как предмет исследования* (с. 6–8). СПб.: Санкт-Петербургский институт гуманитарного образования.
11. Парк-отель Звенигород (2019, 22 августа, 31 августа). Взято 9 января 2020, с [https://www.booking.com/hotel/ru/heliopark-talasso.ru.html?aid=397643;label=yan104jc-1FCAEoggl46AdIM1gDaMIBiAEBmAEhuAEXyAEM2AEB6AEB-AEMiAIBqAIDuALyodvwBcACAQ;sid=ea6d654a992ceafe47c8d0255532c3e6;all\\_sr\\_blocks=47627910\\_237510495\\_0\\_85\\_0;checkin=2020-02-01;checkout=2020-02-02;dest\\_id=-3048691;dest\\_type=city;dist=0;group\\_adults=2;group\\_children=0;hapos=1;highlighted\\_blocks=47627910\\_237510495\\_0\\_85\\_0;hpos=1;no\\_rooms=1;room1=A%2CA;sb\\_price\\_type=total;sr\\_order=popularity;sr\\_pri\\_blocks=47627910\\_237510495\\_0\\_85\\_0\\_\\_663000;sreporch=1578553614;srpvid=182e3207021300f7;type=total;ucfs=1&#tab-reviews](https://www.booking.com/hotel/ru/heliopark-talasso.ru.html?aid=397643;label=yan104jc-1FCAEoggl46AdIM1gDaMIBiAEBmAEhuAEXyAEM2AEB6AEB-AEMiAIBqAIDuALyodvwBcACAQ;sid=ea6d654a992ceafe47c8d0255532c3e6;all_sr_blocks=47627910_237510495_0_85_0;checkin=2020-02-01;checkout=2020-02-02;dest_id=-3048691;dest_type=city;dist=0;group_adults=2;group_children=0;hapos=1;highlighted_blocks=47627910_237510495_0_85_0;hpos=1;no_rooms=1;room1=A%2CA;sb_price_type=total;sr_order=popularity;sr_pri_blocks=47627910_237510495_0_85_0__663000;sreporch=1578553614;srpvid=182e3207021300f7;type=total;ucfs=1&#tab-reviews)
12. Пильгун М. А. (Ред.). (2011). *Системные изменения в массовых коммуникациях и медиатекст. Сборник научных статей*. Науч. ред. М.: Изд-во Российского гос. социального ун-та.
13. Сидорчик, А. (2019, 9 января). Неуловимые танкисты. Плюсы и минусы картины «Т-34». *Аргументы и факты*. Взято 20 января 2019, с [https://aif.ru/culture/movie/neulovimye\\_tankisty\\_plyusy\\_i\\_minusy\\_kartiny\\_t-34](https://aif.ru/culture/movie/neulovimye_tankisty_plyusy_i_minusy_kartiny_t-34)
14. Сметанина, С. И. (2012). Журналистский текст в мультимедийном пространстве. В *Медиатекст как предмет исследования* (с. 11–12). СПб.: Санкт-Петербургский институт гуманитарного образования.
15. Тренёв, К. А. (1978). *Любовь Яровая*. Л.: Лениздат.
16. Vočák, M. (2017). Media Texts as the Crossroads without a Final Approval (On the Notion of “Purposeless Intertextuality” in the Popular Media Texts). *Jazyk a kultúra*, 29–30(8), 8–17.
17. Fairclough, N. (1995). *Media-Discourse*. London: Bloomsbury Academic.
18. Luginbühl, M. (2015). Media Linguistics: On Mediality and Culturality. *10 plus 1: Living Linguistics*, 1, 9–26.

19. Talbot, M. (2007). *Media Discourse: Representation and Interaction*. Edinburgh University Press.

---

## References

1. Basovskaya, E.N. (2019). Kategoriya dialogichnosti v sovremennom mediatekste (na material kinorecenzij) [Category of dialogicality in modern media text (based on film reviews)]. *Philology in the XXI century*, 1, 23–28.
2. Bočák, M. (2017). Media Texts as the Crossroads without a Final Approval (On the Notion of “Purposeless Intertextuality” in the Popular Media Texts). *Jazyk a kultúra*, 29–30(8), 8–17.
3. Bryant, J., & Thompson, S. (2004). *Fundamentals of media effects*. Moscow, Saint Petersburg, Kiev: Publishing house “Vil’yame”.
4. Duskaeva, L.R. (Ed.). (2018). *Medialingvistika v terminah I ponyatijah. Slovar’-spravochnik* [Media linguistics in terms and concepts. Dictionary-reference]. Moscow: Flinta.
5. Elistratov, V. (2017, June 2). Ostavlennye: obzor fil’ma “Nelyubov” Andrey Zvyaginceva [Left: Review of the film “Nelyubov” by Andrey Zvyagintsev]. *DTF*. Retrieved June 26, 2019, from <https://dtf.ru/cinema/7047-ostavlennye-obzor-filma-nelyubov-andreya-zvyaginceva>
6. Fairclough, N. (1995). *Media-Discourse*. London: Bloomsbury Academic.
7. Golubev, E. (2019, October 18). Petrov-hipster, Basta i virtual’nyj seks. Kakim poluchilsya “Tekst” po Dmitriyu Gluhovskomu. [Petrov-hipster, Basta and virtual sex. What is the film “Text” based on the book by Dmitry Glukhovskiy]. *Kanobu*. Retrieved January 9, 2020, from <https://kanobu.ru/articles/petrov-hipster-basta-i-virtualnyij-seks-kakim-poluchilsya-tekst-po-dmitriyu-gluhovskomu-374553/>
8. Kazak, M. Yu. (2010). Intertekstual’nye modeli mediatekstov [Intertextual models of media texts]. In *Zhurnalistika i mediaobrazovanie* [Journalism and media education] (pp. 347–354). Belgorod: BelGU.
9. Kibrik, A. A. (2011). Diskursivnaya taksonomiya i medijnyj diskurs [The taxonomy of discourse and media discourse]. In *Yazyk i diskurs sredstv massovoj informacii v XXI veke* [Language and discourse of mass media in the XXI century] (pp. 79–85). Moscow: Akademicheskij Proekt.
10. Kon’kov, V.I., Potsar, A.N., & Smetanina, S.I. (2004). Yazyk SMI: sovremennoe sostoyanie i tendencii razvitiya [The language of mass media: current state and development trends]. In *Sovremennaya russkaya rech’: sostoyanie i funkcionirovaniya* [Modern Russian speech: state and functioning] (pp. 67–81). Saint Petersburg: Faculty of Philology of Saint Petersburg University.
11. Luginbühl, M. (2015). Media Linguistics: On Mediality and Culturality. *10 plus 1: Living Linguistics*, 1, 9–26.
12. Mel’nik, G. & S. (2012). Sovremennyy mediatekst: issledovatel’skie podhody [Modern media text: research approaches]. In *Mediatekst kak predmet issledovaniya* [Media text as a subject of research] (pp. 6–8). Saint Petersburg: Saint Petersburg Institute of Humanities education.
13. Park Hotel Zvenigorod (2019, August, 22, August 31). Retrieved January 9,

2020, from [https://www.booking.com/hotel/ru/heliopark-talasso.ru.html?aid=397643;label=yan104jc-1FCAEoggI46AdIM1gDaMIBiAEBmAehuAEXyAEM2AEB6AEB-AEMiAIBqAIDuALyodvwBcACAQ;sid=ea6d654a992ceafe47c8d0255532c3e6;all\\_sr\\_blocks=47627910\\_237510495\\_0\\_85\\_0;checkin=2020-02-01;checkout=2020-02-02;dest\\_id=-3048691;dest\\_type=city;dist=0;group\\_adults=2;group\\_children=0;hapos=1;highlighted\\_blocks=47627910\\_237510495\\_0\\_85\\_0;hpos=1;no\\_rooms=1;room1=A%2CA;sb\\_price\\_type=total;sr\\_order=popularity;sr\\_pri\\_blocks=47627910\\_237510495\\_0\\_85\\_0\\_\\_663000;sreepoch=1578553614;srpvid=182e3207021300f7;type=total;ucfs=1&#tab-reviews](https://www.booking.com/hotel/ru/heliopark-talasso.ru.html?aid=397643;label=yan104jc-1FCAEoggI46AdIM1gDaMIBiAEBmAehuAEXyAEM2AEB6AEB-AEMiAIBqAIDuALyodvwBcACAQ;sid=ea6d654a992ceafe47c8d0255532c3e6;all_sr_blocks=47627910_237510495_0_85_0;checkin=2020-02-01;checkout=2020-02-02;dest_id=-3048691;dest_type=city;dist=0;group_adults=2;group_children=0;hapos=1;highlighted_blocks=47627910_237510495_0_85_0;hpos=1;no_rooms=1;room1=A%2CA;sb_price_type=total;sr_order=popularity;sr_pri_blocks=47627910_237510495_0_85_0__663000;sreepoch=1578553614;srpvid=182e3207021300f7;type=total;ucfs=1&#tab-reviews)

14. Pilgun, M. (Ed.) (2011). *Sistemnye izmeneniya v massovyh kommunikacijah i mediatekst* [System changes in mass communications and media text]. Moscow: Publishing house of the Russian State Social University.

15. Sidorchik, A. (2019, January 9). Neulovimye tankisty. Plyusy i minusy kartiny “T-34”. [Elusive tankers. Pros and cons of the film “T-34”]. *Argumenty i fakty*. Retrieved January 20, 2019, from [https://aif.ru/culture/movie/neulovimye\\_tankisty\\_plyusy\\_i\\_minusy\\_kartiny\\_t-34](https://aif.ru/culture/movie/neulovimye_tankisty_plyusy_i_minusy_kartiny_t-34)

16. Smetanina, S. I. (2012). Zhurnalistskij tekst v mul'timedijnom prostranstve [Journalistic text in multimedia space]. In *Mediatekst kak predmet issledovaniya* [Media text as a subject of research] (pp. 11–12). Saint Petersburg: Saint Petersburg Institute of Humanities Education.

17. Talbot, M. (2007). *Media Discourse: Representation and Interaction*. Edinburgh University Press.

18. Trenyov, K. A. (1978). *Lyubov' Yarovaya*. Leningrad: Lenizdat.

19. Zaxarova, M. (2019, August 27). Ne liberalizm, a krokodilizm [Not liberalism, but crocodilism]. *E'xo Moskvu*. Retrieved January 9, 2020, from <https://echo.msk.ru/blog/mzakarova/2490083-echo/comments.html#comments>