

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ

УДК 811.161.1'42:811.161.1'38

ББК III141.12-51+III141.12-55

DOI 10.26170/1999-2629_2021_01_01

ГСНТИ 16.21.27

Код ВАК 10.02.19

Н. Б. Руженцева

Уральский государственный педагогический университет, Екатеринбург, Россия

ORCID ID: —

Н. Н. Кошарова

Южно-Уральский гос. ун-т (национальный исследовательский ун-т), Челябинск, Россия

ORCID ID: 0000-0001-8861-0353

E-mail: verbalis@mail.ru; nkoshka@rambler.ru.

Фидбэки в дискурсе печатных СМИ

АННОТАЦИЯ. Статья посвящена феномену фидбэка, или обратной связи, которая входит в число аксиологических приоритетов любой сферы человеческой деятельности иreprезентируется в различных типах дискурса, в том числе дискурса печатных СМИ. На материале публикаций известных журналистов А. Угланова и А. Чуйкова («Аргументы недели», 2019—2020 гг.) авторы статьи исследуют феномен фидбэка и как результат — внешнюю и внутреннюю реакцию на проблемы, поднимаемые печатными СМИ, и как процесс, в итоге которого стимул-раздражитель активизирует читательский ответ. Репертуар реакций, связанных с конкретным текстом, можно дифференцировать, выделив внешние и внутритекстовые. К первым относятся действия или высказывания третьих лиц в ответ на публикацию. Ко вторым относятся внутритекстовые ответы-реакции на цитаты (чужие высказывания). Кроме того, возможны автореакции и додуманные реакции в пародийной форме. Основными формами введения реакций в текст публикации являются прямая, косвенная и несобственно-прямая речь. В свою очередь, средства и способы активизации фидбэка можно дифференцировать с выделением лексических, синтаксических и текстовых раздражителей-стимулов, провоцирующих внешний или внутренний ответ. К лексическим средствам относятся ярлыки, просторечие и грубое просторечие, жаргон и сленг, а также метаоператоры, тяготеющие к семантическому полю «речь» и активизирующие ответ реципиента. К синтаксическим способам формирования читательской реакции относятся разные виды вопросов, и в первую очередь — открытый вопрос, объективизация и дубитация, а также сермоцинация — стилистическая фигура, восходящая к эристическому диалогу. К текстовым способам активизации читательской реакции можно, по мнению авторов статьи, отнести моделирование эмоциогенных ситуаций, введение квазиоппонента и использование ай-стопперов — нестандартных средств привлечения внимания и одновременно активизации читательской реакции. Сказанное может свидетельствовать о таком специфическом признаке современного публицистического текста, как высокая реактивность, предполагающая и ответ на «чужой голос», и авторскую стимуляцию фидбэков.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: политический дискурс; журналистика; медиадискурс; медиатексты; СМИ; средства массовой информации; язык СМИ; языковые средства; российские СМИ; фидбэк; феномен фидбэка; обратная связь; лексические средства; синтаксические средства; текстовые средства формирования стимула.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ: Руженцева Наталья Борисовна, доктор филологических наук, профессор кафедры межкультурной коммуникации, риторики и русского как иностранного, Уральский государственный педагогический университет; 620017, Россия, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, к. 285; e-mail: verbalis@mail.ru.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ: Кошарова Наталья Николаевна, доктор филологических наук, профессор кафедры «Международные отношения, политология и регионоведение», Институт лингвистики и международных коммуникаций, Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет); 454000, Россия, г. Челябинск, главпочтamt, до востребования; e-mail: nkoshka@rambler.ru.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Руженцева, Н. Б. Фидбэки в дискурсе печатных СМИ / Н. Б. Руженцева, Н. Н. Кошарова // Политическая лингвистика. — 2021. — № 1 (85). — С. 10-20. — DOI 10.12345/1999-2629_2021_01_01.

БЛАГОДАРНОСТИ. Работа выполнена с поддержкой гранта РФФИ № 19-012-00465/19 «Лингвополитическая персонология: дискурсивный поворот».

Одним из основополагающих принципов развития языка является стремление говорящих к экономии речевых усилий. Согласно этому принципу, в русский язык прочно вошел термин **фидбэк**, под которым понимается **обратная связь**. В Кембриджском словаре находим следующее определение слова **feedback**: *information or statements of opinion*

about something, such as a new product, that can tell you if it is successful or liked [Cambridge Dictionary www] — выражение мнения о чем-либо (например, новом продукте), что является успешным или любимым (здесь и далее перевод наш. — Н. Р., Н. К.).

Современное общество, которое можно характеризовать как общество потребления,

© Руженцева Н. Б., Кошарова Н. Н., 2021

формирует и транслирует определенный набор ценностей, среди которых обратная связь занимает одно из центральных мест. Фидбэк (обратная связь) входит в число аксиологических приоритетов любой сферы человеческой деятельности и репрезентируется в различных типах дискурса: экономическом, политическом, педагогическом, научном, художественном, а также в дискурсе новой чувствительности и др. В настоящее время принято говорить и о более глобальном феномене, а именно о культуре обратной связи.

Фидбэк выполняет важную роль и в медицинской сфере, о чем пишет В. И. Казаков: «Как уже было сказано, фидбэк, или обратная связь, — это реакция на отзывы о клинике. Если отклик позитивный, вы можете поблагодарить пациента и пригласить его вновь воспользоваться услугами вашей клиники» [Казаков 2017: 62—63].

Безусловно, фидбэк играет важную роль и в образовании, которое в последнее время стало рассматриваться в качестве сферы услуг. В учебном процессе фидбэк является важным компонентом учебного занятия и представляет собой «передачу информации между взаимодействующими участниками педагогического процесса на основе причинно-следственной детерминации действия каждого из них» [Касаткин 2002: 31]. К. С. Борзова говорит о возможности использования информационных и коммуникационных технологий как инструмента фидбэка: «ИКТ делают возможным получение новой информации, налаживают фидбэк со студентами, способствуют в формировании новых способов коммуникации, учат критическому мышлению» [Борзова 2018: 175].

В рамках дискурса новой чувствительности фидбэк — это не только контакт с другими и получение обратной связи от них, но и «субъективное восприятие, далее контакт с собственным телом на сознательном и бессознательном уровнях» [Завалишина 2015: 121]. Л. В. Завалишина оперирует термином *фидбэк-культура* и выделяет несколько ее правил: сначала озвучивать удавшиеся моменты, а только затем негативные; ссылаться на конкретные детали; предлагать свой фидбэк, а не навязывать его и др. [Завалишина 2013: 36]. Выделенные правила могут и должны быть соблюдены, когда фидбэк отложен во времени и на расстоянии: «Данная работа — своего рода „реплика в диалоге“, фидбэк на научную дискуссию, которая состоялась в первом номере за 2017 г. „Вестника“ между У. М. Бахтиреевой, О. А. Валиковой и Ж. Кинг и была посвящена важной проблеме современности — транслингвизму в широком

смысле этого понятия» [Дианова 2017: 521].

Материал данной статьи — тексты печатных СМИ — предполагает понимание фидбэка именно как обратной связи. «Обратная связь — это вербальные и невербальные сообщения, которые человек намеренно или ненамеренно посыпает на сообщения другого» [Куницына, Казаринова, Погольша 2001: 90]. Феномен ответной реакции на сообщения, которые служат своеобразными речевыми раздражителями, хорошо известен еще с советских времен. Такой реакцией были письма читателей, фидбэки же имели многоступенчатый характер, ср.: «„Написать в газету“ — это настолько обычно, естественно, массово, что без такой возможности человек не представляет нормальной жизни. Например, редакция „Правды“ в среднем получает 1300 читательских писем в день — около 500 тысяч в год; редакция „Пионерская правда“ — более 200 тысяч детских писем в год.

Над каждым письмом работают сотрудники и активисты редакции. Присланные сигналы проверяются, многие поставленные в них проблемы решаются в рабочем порядке, по некоторым пишутся статьи, очерки, фельетоны, а значительная часть редактируется и помещается в газете. Среди читателей формируется широкий актив внештатных корреспондентов» [Васильева 1982: 13].

В настоящее время ответная реакция переместилась в электронные СМИ.

Фидбэк является целью и инструментом многих интернет-пользователей: «Пробиться можно разными способами: будь то амплуа видео-ревьюера или же блоггера. Свою популярность они приобретают именно за счет откликов других людей на их действия, т. е. получают так называемый фидбэк» [Карпова 2014: 114]. В интернет-пространстве фидбэк важен и в таком новом жанре виртуальной реальности, как сетература, что подчеркивают в своей работе И. Н. Гуцко и Ю. В. Лис: «Опубликовав свое произведение на просторах Сети, автор в большинстве случаев получает так называемый фидбэк (feedback) — комментарии или отзывы на работу. Как правило, именно фидбэк служит для автора стимулом к литературному самосовершенствованию» [Гуцко, Лис 2016: 58].

Основной формой фидбэка является комментарий, имеющий двухступенчатую структуру (текст комментария к сообщению + реакция в виде лайков/дизлайков), ср.:

<https://lenta.ru/news/2020/12/05/isk>

LENTA.ru

5 декабря 2020

Сообщение

Штаб Трампа подал иск об аннулирова-

нии результатов выборов в Джордии
Штаб действующего американского лидера Дональда Трампа подал иск с требованием признать недействительными результаты президентских выборов США в штате Джордия. Об этом сообщается в Twitter-аккаунте (Twitter account) штаба главы Белого дома. <...>

Комментарии читателей

5 декабря 2020

Игорек Икс:

Бешеный Трамп!!!

0

Andruxa Xron:

Рыжего уже жалко становится

0

Генри Киссинджер:

Похоже, что это только начало. Посмотрев обзор манипуляций у Саши из Флориды поразился масштабами фальсификации выборов в США

—6

Фидбэк может иметь и многоступенчатый характер в виде ответа на комментарий и лайков/дизлайков на него, ср.:

Барс Барсук (отвечает Генри Киссинджеру):

Если бы у Трампа было хоть одно популярное СМИ, то в Америке бы уже полыхал грандиозный скандал. Но увы, все СМИ принадлежат демократам. Народ просто вообще не в теме о масштабах аферы.

+3

Однако, в отличие от электронной коммуникации, возможности получения ответной реакции в дискурсе печатных СМИ в настоящее время сократились. Число писем в редакцию резко уменьшилось, институт внештатных корреспондентов, сформированный из читательского актива, во многом потерял свое значение с развитием блогинга. В связи с этим фидбэки переместились в сферу порождения публицистического текста. Поэтому целью данной статьи является характеристика реактивности современного публицистического текста в двух основных аспектах: а) выявление и типологизация реакций в современных публицистических текстах; б) выявление и характеристика речевых раздражителей — стимулов, активизирующих читательские реакции и формирующих «установку на ответ»: «В слове говорящего всегда есть момент обращения к слушателю, установка на его ответ» [Бахтин 1996: 209]. «Установку на ответ, возражение, немедленную реакцию» М. М. Бахтин отмечал еще в художественной литературе и публицистике XIX века [Там же: 211]. Со своей стороны мы попытались достичь указанной выше цели на материале публикаций двух известных российских журналистов А. Угланова и А. Чуйкова (газета «Аргу-

менты недели» за 2019—2020 гг.). Материал позволяет нам понимать фидбэк в публицистических текстах комплексно (с позиций восприятия и порождения текста): и как реакцию на проблемы, поднимаемые в конкретном публицистическом тексте, и как стимул-раздражитель, используемый для активизации реакции реципиентов.

Представим типологию реакций.

1. ВНЕШНИЕ РЕАКЦИИ

Читательские письма в газету

• Внешняя (определенная) реакция на публикацию:

АН заступались (за один из научных институтов. — Н. Р., Н. К.) как могли. И эти материалы регулярно появлялись на сайте института. Но однажды мы коснулись святого — крайне отрицательно отзывались о „международном сотрудничестве“ в том безобразном виде, в котором оно прижилось на Руси. И тут не выдержали не киты, а научный планктон института, некоторые молодые ученые. Написали казаки султану-директору, что статьи АН могут поссорить их с министерством и даже хуже, с западными „коллегами“. И тогда совсем ни конференций, ни статей, ни грантиков западных, ни пробирок чужеземных. Как жить? Как жить? И снял султан-директор статьи хулиганные и запретил печатать новые (А. Чуйков. АН № 22 (738), 11 ноября 2020).

• Внешняя (неопределенная) реакция на неформальные вопросы / запросы газеты:

Когда АН неформально задавали вопрос „как такое возможно?“ чиновникам Миннауки, лицам из РАН и прочим причастным, то никто не взял на себя ответственность за окончательное „добро“. В Миннауки валили все на академию: „Их затея!“ В академии загадочно говорили о заранее составленных планах экспедиций, которые утверждает Миннауки. В „конторе глубокого бурения“ источник утверждал, что они только согласовывали списки министерства. Вояки, над лодками которых плавали натовские „ученые“, развели руками: „Не наша компетенция“ (Там же).

• Внешняя реакция, публикуемая одновременно со статьей.

Это мнение третьих лиц или ссылка на презентативные источники в виде комментариев к основной проблеме публикации, ср.:

ЗАГОЛОВОК: Как обрусевший немец из Казахстана изменил смысл российских наук и образования

КОММЕНТАРИИ-РЕАКЦИИ:

— Аргумент директора Центра стратегических исследований Михаила Бочарова.

- Аргумент академика Бетелина.
- Аргумент цифр: «Нужен нам берег турецкий!» (А. Чуйков. АН № 26 (720), 08.07.2020).

2. ВНУТРИТЕКСТОВЫЕ (АВТОРСКИЕ) РЕАКЦИИ НА ЦИТАТЫ

- Реакция (иронический ответ автора) на цитату-афоризм:

„Хочешь завоевать народ — воспитай его детей“. То есть сделай такую систему образования и науки, чтобы дети врага поколение за поколением становились не сильнее и умнее, а глупее и инфантильнее. Подменяй моральные ценности, как шулер подменяет карту. Приучай, что черное — это белое и правильное, а настояще белое — тьфу, бяка, брось немедленно, проклятый „совок“ (Там же).

- Реакция (негативно-оценочный ответ автора) на цитату-загадку, суть которой — «порождение вопроса и поддержание ответа на него» [Майданова 2009: 195]:

Давайте вначале сыграем в игру. Она будет называться „Чья это цитата?“. Первая: „Человека нужно учить лишь самому необходимому. Все остальное будет ему только мешать“. Вторая: „Одна из моих личных целей — убить экзамены. Я надеюсь, что на это уйдут не десятилетия“. Третья: „Ни один учитель не должен приходить к ним и тащить в школу их детей. Если (они) научатся читать и писать, нам это только повредит...“ <...>

Правильный ответ. Первая и третья — конечно, Адольф Гитлер. Вторая — российский государственный деятель, банкир, ответственный за искусственный интеллект и современные методы обучения для российских детей, тоже немец, как говорят, обруссевший и родом из Казахстана, — Герман Оскарович Греф (А Чуйков. АН № 26 (720), 08.07.2020).

- Реакция на цитату, использованную как контекст самодискредитации:

– И напоследок еще одна цитата от... Германа Грефа: „Я вам хочу сказать, что вы говорите страшные вещи вообще-то. Вы предлагаете передать власть фактически в руки населения. Если каждый человек сможет участвовать напрямую в управлении, что же мы науправляем? Как только все люди поймут основу своего „Я“, самоидентифицируются, управлять, то есть манипулировать ими, будет чрезвычайно тяжело. Люди не хотят быть манипулируемыми, когда они имеют знания. Так как в таком обществе жить?“ Если это не фашизм, то что это? (Там же);

– Вот что он (ректор НИУ ВШЭ Кузьми-

нов) говорит в программном интервью: „Сегодня 2870 выпускников школы не осваивают базовых знаний и умений минимум по одному предмету, а 1870 — по двум и больше“. То есть 20 лет экспериментов с системой образования дали отрицательный результат, — констатирует академик Бетелин. По-моему, такое возможно только в африканской стране! Почти четверть века они изгалились над важнейшим государственным институтом, превратили его во что-то непотребное, но будут изгаливаться и дальше, да еще бы желательно, чтобы за это и деньги платили. Такова мысль этих экспериментаторов (Там же).

3. АВТОРЕАКЦИИ

– Зачем считать землю в чужом кармане? А вот зачем... (А. Чуйков. АН № 49 (743). 16.12.2020);

– ...Весь мир переходит на цифровую платформу, поэтому и Россия обязана следовать этому же курсу. Почему обязана? Кто так решил? Обязана, и точка (А. Чуйков. АН № 21 (715). 03.06.2020).

4. РЕАКЦИЯ В РАМКАХ ИНТЕРВЬЮ

А. Угланов: Чубайс почему до сих пор держится? Его будут когда-нибудь выгнать или он вечный?

М. Делягин: Чубайса выгнать нельзя. Чубайс может только сидеть. Или в большом кабинете, или в чуть меньшем (А. Угланов. АН № 3 (697), 2020).

В текстах А. Чуйкова широко используется прием домысливания реакций и их пародийное, ироническое представление:

– „Кто виноват?“ — вкрадчиво спросил президент. „Виноваты все, кроме нас!“ — находчиво откликнулся премьер. „Что делать? Что делать?“ — в унисон запели названные виновными главы Минэкономразвития, Минсельхоза, Минпромторга. „Исправим! Исправим!“ — отшумели вице-премьеры и ФАС (А. Чуйков. АН № 49 (743), 16.12.2020);

– Если до пожилого Байдена дойдет, как легко он может взять нас за горло одной только угрозой ввести санкции против офшоров... связанных с нашим сельским хозяйством, то это будет аллес капут всем нашим продбезопасности и проднезависимости. Вы, конечно, сбежите через Внуково-3, а нам вместо „ножек Буша“ будут присыпать „ляжки Байдена“ (Там же).

Основными формами введения реакций в текст публикаций являются прямая, косвенная и несобственно-прямая речь. Последняя «сообщает чужое высказывание от

лица автора, передающего чужую речь, но с точки зрения персонажа, чьи мысли, размышления передаются» [Фещенко 2004: 49]. Ср. сочетание прямой, косвенной и несобственно-прямой речи как форм текстового представления реакций на скандал, спровоцированный газетой «Guardian»:

Виновных нет, зато есть скандал. Прямо с борта научного судна „Мстислав Келдыш“ Орджан Густафсон из Стокгольмского университета позвонил в английскую газету „Guardian“ по спутниковому телефону и рассказал, что в Арктике тикает метановая бомба, которая не просто взорвется, но и чуть не приведет к вселенской парниковой катастрофе... Скандал с „Guardian“ постарались замять. Мол, ошибочка вышла. Мы на самом деле климат изучаем, святое дело делаем... Но агентство „обс“ (одна бабка сказала) распространило новость, не дав при этом никаких цифр, что в Арктику рванули теплые воды Атлантики... Климат земли под угрозой! Виноваты, естественно, Россия и лично Путин. Вот какую важную миссию делают шведско-нотовско-российские экспедиции. А вы придираетесь! Не вдаваясь в научные подробности, по мнению экспертов, несут эти господа-товарищи полную ахинею. — ...Ни каких взрывов метановых бомб или катастроф быть не может. Мы в сентябре были в Арктике с аппаратом Пикарро (А. Чуйков. АН № 44 (738), 11.11.2020).

СРЕДСТВА И СПОСОБЫ АКТИВИЗАЦИИ ФИДБЭКА

Перейдем к средствам и способам активизации фидбэка как читательской реакции.

Средства и способы формирования в тексте «установки на ответ», т. е. читательской реакции на высказывание автора, можно, с нашей точки зрения, дифференцировать с выделением лексических, синтаксических и текстовых и идентифицировать как реактивные стимулы (раздражающие адресата, провоцирующие ответ).

К лексическим средствам относятся, впервые, **ярлыки**, ср. мнение М. Кронгауза: «Для языка пропаганды очень важно апеллировать к эмоциям, а не к разуму. Поэтому идет поиск ярлычков в истории, которые сами по себе могут вызвать отрицательную эмоцию. Есть люди, которые не разделяют взгляды власти. Но если мы навешиваем некий ярлык на них, вызывающий определенную негативную реакцию, это действует сильнее, чем просто назвать их оппонентами» [Кронгауз [www](#)]. Этот способ формирования «установки на ответ» очень характерен для публикаций

А. Угланова:

— А они уже знали, как унизовили нашу страну **допинговые гномы ВАДА** и выступили в роли **комодских ящеров** (А. Угланов. АН № 49 (603), 18—24.09.2019);

— Надо же, какого уровня цинизм сидит в этих **крокодилах** — предлагать западным банкирам грабить наших бизнесменов (А. Угланов. АН № 46 (690), 27.11.2019);

— ...президент не замечает свою „арбузную корку — горе-премьера Медведева“ (А. Угланов. АН № 36 (680), 18—24.09.2019);

— **Крестный отец** всех этих голиковых, силуановых и орешкиных — А. Б. Чубайс (А. Угланов. Там же);

— Эти люди, придя в министерскую власть, заполнили клеточки в министерствах никому не известными **пройдохами**, часто из комсомольских работников, кто принял нещадно грабить всех, что плохо лежало. Эта публика, словно **саранча**, принялась приватизировать российскую нефтянку, металлургию, оборонку... **Бестолочи без технического образования** убивали фабрики и заводы ради куска земли и поддержанного Мерседеса... А сейчас, посмотрите, кто считается лидерами нынешнего протеста. Вновь юристы, журналисты и вообще **незнамо кто**. Все по отдельности очень милые и искренние в своем протесте личности. Но, как и в начале бандитских 90-х, в своем обозе они привезут во власть **новых жуликов и проходивцев**... Если нынешний протест все же продавит власть, как это случилось в 1990, то одних **гуманитариев** сменят другие... Россия становится страной, где **пилигримы**, пришедшие из Питера, считают себя **вечными придворными вельможами** (А. Угланов. АН № 31 (675), 14.09.2019).

Во-вторых, к лексическим средствам относятся другие языковые раздражители, вызывающие ответную реакцию, ср. выводы О. С. Иссерса, полученные экспериментальным путем: «Ответы на вопрос о негативных тенденциях современной речи показали, что наиболее „раздражающей“ характеристикой является активное использование заимствований, которые регулярно обозначаются как „новомодные“. Основанием для негативной оценки стало также использование „сокращенных слов“. Нарушение языковых норм вызывает неприятие у четверти информантов. Жаргон и сленг воспринимаются как отрицательные характеристики современных дискурсивных практик примерно 10 % опрошенных» [Иссерс 2019: 27].

Со своей стороны мы считаем, что наиболее частотными языковыми раздражи-

телями в публицистическом тексте являются просторечие и грубое просторечие, жаргон и сленг, ср.:

— ...Им, **простите, по барабану** как проблемы российского народа, так и грозный вид Михаила Мишустина (А. Чуйков. АН № 49 (743), 16.12.2020);

— **Дебилизм** вышел на уровень элитной журналистики (А. Угланов. АН №3 (697), 29.12.2020);

— В космос послали **железяку, спалив** в чьих-то интересах миллиарды рублей (А. Угланов. АН № 36 (680), 18—24.09.2019);

— С ним кто-то визгливо спорил, и эту **хрень** были вынуждены смотреть иностранные гости из 34 стран мира (А. Угланов. Там же);

— Сам Чубайс **хвастает** своим **братьям** на новогодних пьянках, что у него много денег — очень много денег (А. Угланов. АН № 7 (701), 26.02.2020);

— Пока трогали только мелочь, **крупняк** не трогали (А. Угланов. АН № 14 (798), 15.04.2020);

— Если у тебя в кармане лежит „**капуста**“ так называемая, ты можешь кому-то дать и в конверте (А. Угланов. АН № 3 (607), 29.01.2020).

В публицистике А. Угланова и А. Чуйкова за 2019—2020 гг. используются и такие раздражители, как просторечные и грубо-просторечные, готовые, трансформированные и индивидуально-авторские (созданные по языковым моделям) фразеологические обороты: лепить схематоз, понты корявые, ответят за базар, заткнули рот, наложил лапу, ворует не по чину, пускать «американских козлов в наш огород», пинок под зад — ср., например:

— По требованию конгрессмена Трамп **выставил** на всеобщее обозрение содержание этого разговора, где Зеленский подлецо унижал европейских лидеров и **вылизывал** Трампу все, что **только можно** (А. Угланов. АН № 38 (682), 02—08.10.2020);

— Пока люди по своим квартирам в режиме изоляции **наматывали сопли на кулак**, через Думу и Сенат протащили законы, которые ставят цифровой крест на останках нашей независимости и личной жизни (А. Чуйков. АН № 21 (715), 03.05.2020).

В-третьих, к лексическим средствам, провоцирующим реакцию адресата, относятся, на наш взгляд, средства «наведения мысли на резкость», и прежде всего **метаоператоры**.

Под «наведением на резкость» в узком смысле понимается метаязыковая рефлексия: «Метаязыковая рефлексия зачастую это

попытка „навести на резкость“ собственную мысль, собственное чувствование жизни, собственную ее (жизни) оценку» [Садова 2019: 129]. В свою очередь, «выделяя формальные показатели метаязыкового контекста, исследователи подчеркивают, что все они содержательно тяготеют к семантическому полю говорения, речевого действия, и в самом широком смысле — к полю „слово“. И. Т. Вепрева называет эти формальные маркеры дискурсивными маркерами, или метаоператорами» [Вепрева 2005: 89; цит. по: Садова 2018]. С нашей точки зрения, именно принадлежность метаоператоров к «семантическому полю говорения, речевого действия» активизирует мыслительную деятельность адресата тем, что диалогизирует монолог и детерминирует ответную реакцию (сказанное слово предполагает ответную реплику):

— Но допустит ли это Путин и его ближайшее окружение? Допустит ли своих „американских партнеров“, как он их всегда называет, а если **просто и по-русски** — козлов в огород — до глобальных сведений о финансовых проводках? (А. Угланов. АН № 38 (682), 02—08.10.2019);

— Похоже, в Кремле скоро пожалеют о том, что президентом США стал Дональд Трамп. Сначала он предал своих европейских партнеров, вернее, „кинул“, **если выражаться правильным языком** (А. Угланов. Там же);

— Вообще это интервью похоже на само-приговор по обвинению в госизмене. Например, **глава, прости господи, „высшей школы“** формирует принципиальные задачи, которые должно решать образование в России (А. Чуйков. АН № 26 (720), 08.07. 2020);

— Вместо компенсаций **власть** с точностью до наоборот активно обирает посаженное население за нарушение режима „заключения“, грабит, **простите**, штрафует за нарушение содержания режима в домашней клетке (А. Чуйков. АН № 21 (715), 03.2020).

Со своей стороны мы считаем, что функцию метаоператоров могут выполнять и иные речевые средства, прежде всего средства формирования иронического эффекта посредством «несовпадения мыслимого и созерцаемого» [Зарецкая 1998: 407]:

И последний на сегодня вопрос. **Радостный и позитивный. Медведев — сокол наш ясный** — заявил, что скоро мы перейдем на четырехдневную рабочую неделю (А. Угланов. АН № 33 (677), 26.08 — 04.09.2020).

Метаоператоры могут сочетаться и с другими средствами активизации читательской

реакции, например с открытым вопросом:

Понятно же, что ни первая, ни вторая, ни самая такая задача не может быть решена в рамках образовательной системы, настроенной на „базовые механизмы и ценности, присущие рыночной экономике“. **А проще говоря**, в рамках глобального рынка, в котором нам отведена роль сырьевого приданка... **А зачем бензоколонке грамотные люди?** (А. Чуйков. АН № 26 (729), 08.07.2020).

В-четвертых, активизация читательской реакции может быть достигнута и таким приемом, как **декодирование дисфемизмов и эвфемизмов**:

— А значит, финансовый блок правительства и в самом деле находится на службе у „**мировой закулисы**“. Вернее — на службе у наших „**американских партнеров**“ (А. Угланов. АН № 14 (708), 15.04.2020);

— Последнее время среди членов правительства, особенно экономического блока, стало модно участвовать в разных форумах, где они сидят „**на панелях**“. Откуда в этих людях, которые называют себя „**панельными персонами**“, такое мелкое самосознание?.. В российском понимании **работать на панели — это удел уличной проститутки** (А. Угланов. АН № 39 (693), 09.10.2019).

Перейдем к синтаксическим способам формирования читательской реакции. В текстах А. Угланова и А. Чуйкова с этой целью наиболее часто употребляются приемы стилистического синтаксиса: вопросы и вопросительные конструкции, а также сермоцинации.

Из арсенала вопросительных конструкций большим реактивным потенциалом обладает **открытый вопрос** (читателям или даже представителям власти). «Открытый вопрос провоцирует читателя на ответ — в виде письма в редакцию или публичного выражения своего, а точнее, подготовленного газетой мнения. Высокая эмотивность вопросов вызывает столь же эмоциональную ответную реакцию» [Платонова, Виноградов 1998: 266]:

— Но Путин-то его чего терпит, этого Мутко? (А. Угланов. АН № 49 (693), 18—24.12.2019);

— Где Минины и Пожарские, которые должны выйти из глубины народа и прогнать этих бесов, превративших страну в полуколонию? (А. Угланов. АН № 39 (683), 09.10.2019);

— Вопрос президенту: „Что можно было купить на 2803 рубля в 2017 году, чтобы прожить целый месяц и не сдохнуть? А что можно купить сегодня, в 2020-м?“ (А. Чуйков. АН № 49 (743), 16.12.2020).

Реактивным стимулом является также **объективизация** — вопрос, на который ав-

тор отвечает сам:

Что изменилось? Воров стало меньше? Наоборот — больше, и наглость их зашкаливает (А. Угланов. АН № 7 (701), 26.02.2020).

Однако самым сильным реактивным потенциалом, на наш взгляд, обладает такая разновидность вопросов, как **дубитация** — ряд вопросов к воображаемому собеседнику, служащих для постановки проблемы. «Дубитация — это и своего рода план дальнейшего изложения, и способ установить контакт с читателем. Вопрос всегда обращен к собеседнику и требует от него ответной реакции» [Платонова, Виноградов 1998: 265], ср.:

Какой же была на самом деле роль в допинговом скандале вселенского масштаба этого простого парня (В. Мутко. — Н. Р., Н. К.) — моториста речных буксиров, дошедшего до „инженера-моториста судовых машин“? За что ему, бывшему морячуку с Невы, не имеющему к спорту никакого отношения, Международный олимпийский комитет впервые в истории пожизненно запретил присутствовать на любых Олимпиадах? (А. Угланов. АН № 49 (603), 2019).

Особенно действенной является финальная **дубитация**, когда вопросы расположены в сильной позиции текста и поэтому дольше задерживаются в памяти читателя, активизируя его критическое мышление:

Интересно, когда в последний раз норвеги или шведы брали российских ученых с российским же современным оборудованием, разрешением брать образцы донных осадков и проводить суперэкспертизы прямо на борту их научного судна, отправляя результаты напрямую в ГРУ Генштаба? А может, финны брали? Греки? „Заклятые друзья“ из Литвы? Франции? Италии? Кто еще из стран НАТО был на Келдыше? Откуда такой жест доброй воли? Что в ответ? (А. Чуйков. АН № 44 (738), 11.11.2020).

Сермоцинация — фигура, известная еще с античных времен, которая представляет собой „**прямую речь**“ в ткани устной монологической речи (выступления), но не любую, а выдуманную, додуманную или в обработанной форме восстановленную самим оратором... Кроме голоса самого ритора, в его речи начинают звучать другие голоса, выступающие с других позиций; рассуждение превращается в обсуждение» [Михальская 1996: 242]. В настоящее время сермоцинацию как средство создания эристического диалога широко используется и в письменной публицистической речи:

Если вы таки думаете, что мудрые „родители“ страны этого не понимают, то

вы глубоко заблуждаетсясь. Незаконно объявленную Всемирной организацией здравоохранения пандемию к-вируса каждая страна использовала к вящей собственной выгоде (А. Чуйков. АН № 21 (715), 03.06. 2020).

Эффект сермоцинацио может быть усилен и модальной рамкой высказывания (вероятностного или категорического):

17 декабря 2020 г. на прямой линии, совмещенной с пресс-конференцией (или наоборот?), у Владимира Путина **наверняка запланированно спросят: „Доколе?“** Ответ президента пока неизвестен почтенной публике, но **вряд ли прозвучат прямые слова**, что грош цена нашей так называемой продовольственной независимости и безопасности, пока государство позволяет иностранцам контролировать этот стратегический рынок. **Скорее всего, мы услышим версию о том, что все недобросовестные производители пытаются привести внутренние цены к мировым, а продавцы беззастенчиво пользуются пандемией.** Но все правительство объединенным фронтом выйдет на субботник по борьбе с ростом цен (А. Чуйков. АН № 49 (743), 16.12.2020).

Силлепсис — «любое риторически обусловленное нарушение правил согласования морфем или синтагм» [Дюбуа 1986: 143], ср.:

— Как, когда они **так доженились до мышей?** (А. Чуйков. АН № 44 (738), 11.11.2020);

— **Пандемия, пандемия, а я маленький та-кой!** (А. Чуйков. АН № 21 (715), 03.06.2020).

Силлепсис как разновидность алогизма намеренно ломает нормативную логическую структуру текста, отчего и является достаточно сильным раздражителем.

К текстовым способам активизации читательской реакции относятся такие стимуляторы, как моделирование эмоциогенных ситуаций, введение квазиоппонента, а также использование ай-стопперов.

1. **Моделирование эмоциогенных ситуаций** берет начало в художественной литературе: «Эмоциональный момент вложен в произведение, а не привносится читателем» [Томашевский 1999: 179]. Распространнейшим способом такого моделирования является прием конвергенции. «Один и тот же мотив, одно и то же настроение или чувство передается обычно параллельно несколькими средствами, если оно имеет большое значение для целого. Такая избыточность усиливает и концентрирует впечатление и называется конвергенцией» [Арнольд 1981: 35].

В свою очередь, сильное впечатление является раздражителем, способным вызвать ответную реакцию. В публицистике исследуемых авторов на коротком отрезке

текста чаще всего сходятся такие средства негативной оценки, как ярлыки, просторечие, жаргонизмы и негативно-оценочная лексика:

— Он **сначала в правительстве работал, потом долго был „серым кардиналом“ в экономике, „на отстое“ у президента — советником.** Он автор нацпроектов вместе с Кудриным, **щемил** олигархов, хотел **отжать** у них сверхприбыли — примерно полтриллиона рублей на нацпроекты. Они все время против него **пыхтели.** И вдруг из „серого кардинала“ превращается в **белого** (А. Угланов. АН № 3 (697), 29.01.2020);

— Мы, например, на своих плечах принесли во власть Егора Гайдара, Чубайса и всю так называемую **„семибанкирщину“**. А революционеры — кто **помер давно в нищете**, кто-то продолжает **биться с ветряными мельницами**, как Лев Пономарев. У тебя нет чувства повторения событий 30-летней давности? И кого нынешние оппозиционеры **принесут во власть на своих плечах?** (А. Угланов. АН № 33 (677), 28.08.2019);

— Все эти колобродовы, мутко и медведевы были в день приговора ВАДА в Москве, когда Путин улетел в Париж на встречу „нормандской четверки“ по Украине. Представляете — ему вести переговоры с **удавами, пираньями и тарантулами**, а ему приходит новость, что наших спортсменов **выгнали взашей с Олимпиады** (А. Угланов. АН № 49 (693), 18—24.12.2019).

2. Введение **квазиоппонента**, который, усложняя субъектную организацию текста, провоцирует дополнительную реакцию не только на точку зрения автора, но и на иные:

— Зачем-то **подкованный читатель** спросит: „А как же страшилка насчет искусственного интеллекта, который будет управлять вначале столичным, а затем и федеральным офисным планктоном? Жуткие заголовки типа „Москвичей отадут в жертву ИИ?“ (А. Чуйков. АН № 21 (715), 03.06.2020);

— „Бред и чепуха! — воскликнет в этом месте **простой российский гражданин Сергей Юрьевич Беляков**, который любит разговаривать с телевизором. — Зачем им знать обо мне? Тем более они наши враги, а посكونные и домотканые сервера хранятся на родимой земле-матушке. Ни шагу байту и биту за кордон. Так когда-то говорил Заратустра, так сейчас говорит канал ‘Россия’“ (Там же);

— Есть программы „Сколтех“ и высшей школы экономики, которые вместе с РАНХ г-на **Мая** выступают главными апологетами следования курсу „всего цивилизован-

ного мира во главе с США... *Сообщество «мяу» и их последователи* преподносят цифровизацию как некое благо, как неизбежный и прогрессивный путь развития человечества. Самое загадочное, что, когда их спрашивают: „Откуда вы это взяли?“, звучит ответ: „Это все знают! Это истина!“ Значит: „шагай, ослик, за морковкой!“ (А. Чуйков. АН № 21 (715), 03.06.2020).

3. Ай-стопперы — нестандартные средства привлечения внимания и одновременно активизации читательской реакции:

— Себя они также называют ведущим экспортером зерновых из нашей страны. **Бинго!** На неизвестно кому в реальности принадлежащих российских землях выращиваются в том числе и пшеница, ячмень, кукуруза. А хранится и транспортируется транснационалами (А. Чуйков. АН № 49 (743), 16.12.2020);

— Вторая задача: „совершение технологического прорыва“ — вообще за гранью! Это не развитие своих исследований и разработок, а обучение студентов, „способных отбирать и развивать передовые технологии с глобального рынка“. **Следите за руками наперсточников** — не сделать свое, а развить чужое (А. Чуйков. АН № 26 (720), 08.07.2020);

— Все это по приказу суверенного Российского государства добровольно-принудительно сдаем в МФЦ в госучреждениях, в загсах, на сайте госуслуг, в социальных сетях, магазинах и банках, на транспорте, при регистрации поездок, при переписях населения и т. д. **Везде! Все! Всегда!** (А. Чуйков. АН № 21 (715), 03.06. 2020).

Другие текстовые стимулы читательской реакции встречаются у этих авторов реже. К ним можно отнести стимул-загадку, стимул читательского ожидания, намеки и некоторые иные приемы текстообразования, ср., например:

• **Стимул-загадка:** С землей же все страньше и страньше (А. Чуйков. АН № 49 (743), 16.12.2020).

• **Стимул — читательское ожидание:** Та самая ВШЭ, которая была создана, что не скрывается, на гранты Всемирного банка. Вам до сих пор смешно? **Скоро обхочется!** (А. Чуйков. АН № 21 (715), 03.06. 2020).

• **Стимул — намек на тайну**, которая скоро будет раскрыта: **Приоткрыть занавес над византийскими тайнами Кремля** главному редактору „АН“ Андрею Угланову поможет экономист и политолог Михаил Делягин (А. Угланов. АН № 3 (697), 29.01. 2020).

В настоящее время можно говорить о целом ряде динамических процессов, связанных с текстообразованием в публицисти-

ке. Это аксиологическая многовекторность и расширение жанрового корпуса, появление большого количества модификаций той или иной канонической формы. Это стремительный переход от линейного текста к дискретному как отражение клипового мышления. Это резкое увеличение манипулятивного компонента и интертекстуальности текстовой ткани. К указанным процессам относится и высокая степень реактивности текста, предполагающая стимуляцию фидбэков. Думается, что дальнейшее исследование динамических процессов в современной публицистике позволит обобщить ее стилеобразующие черты, как это было сделано для СМИ советского периода, а также для СМИ перестроенной и постперестроенной эпохи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арнольд, И. В. Стилистика современного английского языка / А. В. Арнольд. — Ленинград : Просвещение, 1981. — 295 с. — Текст : непосредственный.
2. Бахтин, М. М. Из архивных записок к «Проблеме речевых жанров» // Собр. соч. В 7 т. Т. 5 / М. М. Бахтин. — Москва : Русские словари, 1996. — С. 207—286. — Текст : непосредственный.
3. Борзова, К. С. Внедрение интернет-сервисов в современный урок иностранного языка / К. С. Борзова. — Текст : непосредственный // Учитель создает нацию : сборник материалов III Междунар. науч.-практ. конф. — Грозный : Чечен. гос. пед. ун-т, 2018. — С. 174—179.
4. Васильева, А. Н. Газетно-публицистический стиль речи / А. Н. Васильева. — Москва : Русский язык, 1982. — 198 с. — Текст : непосредственный.
5. Вепрева, И. Т. Метаязыковая рефлексия в функционально-типологическом освещении : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Вепрева И. Т. — Екатеринбург, 2003. — 45 с. — Текст : непосредственный.
6. Гуцко, И. Н. Плюсы и минусы сетевартиры / И. Н. Гуцко, Ю. В. Лис. — Текст : непосредственный // Языковые процессы в эпоху глобализации : материалы междунар. науч. семинара. — Москва : Моск. пед. гос. ун-т, 2016. — С. 57—60.
7. Дианова, Л. П. Культура в транспозиции: отзыв на статью У. М. Бахтиреевой, О. А. Валиковой и Ж. Кинг «Транслингвизм: коммуникативный мост или „культурная бомба“?» / Л. П. Дианова. — Текст : непосредственный // Вестник РУДН. Сер.: Вопросы образования: языки и специальность. — 2017. — Т. 14. — № 3. — С. 521—525.
8. Дюбуа, Ж. Общая риторика / Ж. Дюбуа. — Москва : Прогресс, 1986. — Текст : непосредственный.
9. Завалишина, Л. В. Основные признаки эффективного преподавания в педагогике ФРГ / Л. В. Завалишина. — Текст : непосредственный // Наука и школа. — 2013. — № 5. — С. 34—37.
10. Завалишина, Л. В. Практическая реализация телесных компетенций в коммуникативной педагогике ФРГ / Л. В. Завалишина. — Текст : непосредственный // Наука и школа. — 2015. — № 6. — С. 120—125.
11. Зарецкая, Е. Н. Риторика: теория и практика речевой коммуникации / Е. Н. Зарецкая. — Москва : Дело, 1998. — 480 с. — Текст : непосредственный.
12. Иссерс, О. С. Ценностные оценки молодежи в оценке современной речи / О. С. Иссерс. — Текст : непосредственный // Аксиологические аспекты современных филологических исследований. — Екатеринбург : УрФУ, 2019. — С. 26—27.
13. Казаков, В. И. Управление репутацией стоматологической клиники / В. И. Казаков. — Текст : непосредственный // Dental Magazine. — 2017. — № 5 (161). — С. 62—64.
14. Карпова, М. А. Фидбэк как цель и инструмент воплощения целей интернет-пользователя / М. А. Карпова. — Текст :

- непосредственный // Международный журнал экспериментального образования. — Москва : Науч.-изд. центр Академии естествознания, 2014. — № 6-2. — С. 114.
15. Касаткин, С. Ф. Техника обратной связи в аудитории / С. Ф. Касаткин. — Текст : непосредственный // Новые знания. — Москва : Общество «Знание», 2002. — № 4. — С. 31—35.
16. Кронгауз, М. Слова ненависти заменяют аргументы / М. Кронгауз. — URL: <https://maxpark.com/community/5652/content/3129729>. — Текст : электронный.
17. Куницына, В. Н. Межличностное общение / В. Н. Куницына, Н. В. Казаринова, В. М. Погольша. — Санкт-Петербург : Питер, 2001. — 544 с. — Текст : непосредственный.
18. Майданова, Л. М. Средства выразительного письма / Л. М. Майданова. — Екатеринбург : Гуманитарный ун-т, 2009. — 284 с. — Текст : непосредственный.
19. Михальская, А. К. Основы риторики: мысль и слово / А. К. Михальская. — Москва : Просвещение, 1996. — 416 с. — Текст : непосредственный.
20. Садова, Т. С. Метаязыковая рефлексия современных российских СМИ: по-русски говоря / Т. С. Садова. — Текст : непосредственный // Русистика в XXI веке: тенденции и направления развития. — Ереван : ЕГУ, 2019. — С. 128—132.
21. Томашевский, Б. В. Теория литературы. Поэтика / Б. В. Томашевский. — Москва : Аспект-Пресс, 1999. — 334 с. — Текст : непосредственный.
22. Cambridge Dictionary. — URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (date of access: 01.12.2020). — Text : electronic.

N. B. Ruzhentseva

Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia

ORCID ID: 

N. N. Koshkarova

South-Ural State University, Chelyabinsk, Russia

ORCID ID: 0000-0001-8861-0353 

E-mail: verbalis@mail.ru; nkoshka@rambler.ru.

Feedbacks in Print Media Discourse

ABSTRACT. The article deals with the phenomenon of feedback which is one of the axiological priorities of any sphere of human activity and is represented in various types of discourse, including print media discourse. Based on the materials of the publications by well-known journalists A. Uglanov and A. Chuykov (“Argumenty Nedeli” 2019-2020), the authors of the article explore the phenomenon of feedback and, as a result, reveal the exotextual and endotextual reactions to the problems raised by the print media also as a process which finally activates the readers’ response. The repertoire of responses associated with a certain text can be differentiated by singling out endotextual and exotextual ones. The former include actions or utterances of third parties in response to the publication. The latter embrace endotextual answers-responses to quotations (other person’s utterances). In addition, we can come across autoresponses and fictitious responses in the form of parody. The main forms of introduction of responses into the text of a publication are direct, reported and free indirect speech. In their turn, the means and ways of feedback activation can be differentiated by singling out lexical, syntactical and textual stimuli provoking endotextual or exotextual response. The lexical means include labels, low colloquialisms and vulgarisms, jargonisms and slangisms, as well as meta-operators tending to the semantic field “speech” and activating a response of the recipient. The syntactic ways of formation of the readers’ response incorporate various kinds of questions and, first of all, open question, objectivization and dubitation, as well as sermocination – a figure of style originating from heuristic dialogue. According to the authors of the article, the textual ways of the readers’ response activation may comprise modeling emotiogenic situations, introduction of quasi-opponent and use of eye stoppers – non-standard means attracting attention and simultaneously activating the readers’ response. All this shows that the modern publicistic text possesses such a specific feature as high reactivity, presupposing both response to “another person’s voice” and the author’s stimulation of feedbacks.

KEYWORDS: political discourse; journalism; media linguistics; media discourse; media texts; mass media; mass media language; linguistic means; Russian mass media; feedback; feedback phenomenon; lexical means; syntactic means; textual means of stimulus formation.

AUTHOR’S INFORMATION: Ruzhentseva Natal’ya Borisovna, Doctor of Philology, Professor of Department of Intercultural Communication, Rhetoric and Russian as a Foreign Language, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.

AUTHOR’S INFORMATION: Koshkarova Natal’ya Nikolaevna, Doctor of Philology, Professor of Department of International Relations, Political Sciences and Regional Studies, Institute of Linguistics and International Relations, South-Ural State University, Chelyabinsk, Russia.

FOR CITATION: Ruzhentseva, N. B. Feedbacks in Print Media Discourse / N. B. Ruzhentseva, N. N. Koshkarova // Political Linguistics. — 2021. — No 1 (85). — P. 10-20. — DOI 10.12345/1999-2629_2021_01_01.

ACKNOWLEDGMENTS. Research is accomplished with financial support of the Russian Foundation for Basic Research (RFBR) Grant № 19-012-00465/19 “Linguopolitical Personology: A Discursive Turn”.

REFERENCES

1. Arnol'd, I. V. Stylistics of the Modern English Language / A. V. Arnol'd. — Leningrad : Education, 1981. — 295 p. — Text : unmediated. [Stilistika sovremennoego angliyskogo yazyka / A. V. Arnol'd. — Leningrad : Prosvetshchenie, 1981. — 295 s. — Tekst : neposredstvennyj]. — (In Rus.)
2. Bakhtin, M. M. From Archival Notes to the “Problem of Speech Genres” // Works. In 7 volumes. Vol. 5 / M. M. Bakhtin. — Moscow : Russian Dictionaries, 1996. — P. 207—286. — Text : unmediated. [Iz arkhivnykh zapisok k «Probleme rechevykh zhanrov» // Sibr. soch. V 7 t. T. 5 / M. M. Bakhtin. — Moskva : Russkie slovari, 1996. — S. 207—286. — Tekst : neposredstvennyj]. — (In Rus.)
3. Borzova, K. S. Implementation of Internet Services in a Modern Foreign Language Lesson / K. S. Borzova. — Text : unmediated // Teacher Creates a Nation: Collection of Materials of III Intern. scientific-practical conf. — Grozny : Chechnya State Ped. Univ., 2018. — P. 174—179. [Vnedrenie internet-servisov v sovremennoy urok inostrannogo yazyka / K. S. Borzova. — Tekst : neposredstvennyj // Uchitel' sozdaet natsiyu : sbornik materialov III Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. — Groznyy : Chechen. gos. ped. un-t, 2018. — S. 174—179]. — (In Rus.)
4. Vasilieva, A. N. Newspaper-publicistic Style of Speech / A. N. Vasilieva. — Moscow : Russian Language, 1982. — 198 p. — Text : unmediated. [Gazetno-publitsisticheskiy stil' rechi / A. N. Vasil'eva. — Moskva : Russkiy yazyk, 1982. — 198 s. — Tekst : neposredstvennyj]. — (In Rus.)
5. Vepreva, I. T. Metalanguage Reflection in Functional-typological Aspect : synopsis of doctoral thesis ... of Dr. of Philol. sciences / Vepreva I. T. — Ekaterinburg, 2003. — 45 p. — Text : unmediated. [Metayazykovaya refleksiya v funktsional'no-typologicheskem osveshchenii : avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk / Vepreva I. T. — Ekaterinburg, 2003. — 45 s. — Tekst : neposredstvennyj]. — (In Rus.)
6. Gutsko, I. N. Pros and Cons of Net-literature / I. N. Gutsko, Yu. V. Lis. — Text : unmediated // Language Processes in the Era of Globalization: Materials of the International Scientific Seminar. — Moscow : Mosk. Ped. State Univ., 2016. — P. 57—60. [Plyusy i minusy seteratury / I. N. Gutsko, Yu. V. Lis. — Tekst : neposredstvennyj // Yazykovye protsessy v epokhu globalizatsii : materialy mezhdunar. nauch. seminara. — Moskva : Mosk. ped. gos. un-t, 2016. — S. 57—60]. — (In Rus.)
7. Dianova, L. P. Culture in Transposition: a Response to the Article by U. M. Bakhtikireeva, O. A. Valikova and J. King “Translingualism: a Communicative Bridge or a ‘Cultural Bomb’?” / L. P. Dianova. — Text : unmediated // Bulletin of RUDN. Ser.: Educational issues: languages and specialty. — 2017. — Vol. 14. — No. 3. — P. 521—525. [Kul'tura v transpozitsii: otzyv na stat'yu U. M. Bakhtikireevoy, O. A. Valikovoy i Zh. King «Translingvism: kommunikativnyy most ili „kul'turnaya bomba“?» / L. P. Dianova. — Tekst : neposredstvennyj // Vestnik RUDN. Ser.: Voprosy obrazovaniya: yazyki i spetsial'nost'. — 2017. — T. 14. — № 3. — S. 521—525]. — (In Rus.)
8. Dyubua, Zh. General Rhetoric / J. Dubois. — Moscow : Progress, 1986. — Text : unmediated. [Obshchaya ritorika / Zh. Dyubua. — Moskva : Progress, 1986. — Tekst : neposredstvennyj]. — (In Rus.)
9. Zavalishina, L. V. The Main Features of Effective Teaching in Pedagogy in Germany / L. V. Zavalishina. — Text : unmediated // Science and School. — 2013. — No. 5. — P. 34—37. [Osnovnye priznaki effektivnogo prepodavaniya v pedagogike FRG / L. V. Zavalishina. — Tekst : neposredstvennyj // Nauka i shkola. — 2013. — № 5. — S. 34—37]. — (In Rus.)
10. Zavalishina, L. V. Practical Implementation of Bodily Competencies in Communicative Pedagogy in Germany / L. V. Zavalishina. — Text : unmediated // Science and School. — 2015. — No. 6. — P. 120—125. [Prakticheskaya realizatsiya telesnykh kompetentsiy v kommunikativnoy pedagogike FRG / L. V. Zavalishina. — Tekst : neposredstvennyj // Nauka i shkola. — 2015. — № 6. — S. 120—125]. — (In Rus.)
11. Zaretskaya, E. N. Rhetoric: Theory and Practice of Speech Communication / E. N. Zaretskaya. — Moscow : Delo, 1998. — 480 p. — Text : unmediated. [Ritorika: teoriya i praktika rechevoy kommunikatsii / E. N. Zaretskaya. — Moskva : Delo, 1998. — 480 s. — Tekst : neposredstvennyj]. — (In Rus.)
12. Issers, O. S. Valuable Assessments of Youth in the Assessment of Modern Speech / O. S. Issers. — Text : unmediated // Axiological Aspects of Modern Philological Research. — Ekaterinburg : UrFU, 2019. — P. 26—27. [Tsennostnye otsenki molodezhi v otsenke sovremennoy rechi / O. S. Issers. — Tekst : neposredstvennyj // Aksiologicheskie aspekty sovremennoy filologicheskikh issledovanii. — Ekaterinburg : UrFU, 2019. — S. 26—27]. — (In Rus.)
13. Kazakov, V. I. Reputation Management of a Dental Clinic / V. I. Kazakov. — Text : unmediated // Dental Magazine. — 2017. — № 5 (161). — P. 62—64. [Upravlenie reputatsiei stomatologicheskoy kliniki / V. I. Kazakov. — Tekst : neposredstvennyj // Dental Magazine. — 2017. — № 5 (161). — S. 62—64]. — (In Rus.)
14. Karpova, M. A. Fidback as a Goal and Tool for Implementing the Goals of an Internet User / M. A. Karpova. — Text : unmediated // International Journal of Experimental Education. — Moscow : Scientific-ed. Center of the Academy of Natural Sciences, 2014. — № 6-2. — P. 114. [Fidbek kak tsel' i instrument voploscheniya tseley internet-pol'zovatelya / M. A. Karpova. — Tekst : neposredstvennyj // Mezhdunarodnyy zhurnal eksperimental'nogo obrazovaniya. — Moskva : Nauch.-izd. tsentr Akademii estestvoznaniya, 2014. — № 6-2. — S. 114]. — (In Rus.)
15. Kasatkin, S. F. Feedback Technique in the Audience / S. F. Kasatkin. — Text : unmediated // New Knowledge. — Moscow : Society “Knowledge”, 2002. — No. 4. — P. 31—35. [Tekhnika obratnoy svyazi v auditorii / S. F. Kasatkin. — Tekst : neposredstvennyj // Novye znaniya. — Moskva : Obshchestvo «Znanie», 2002. — № 4. — S. 31—35]. — (In Rus.)
16. Krongauz, M. Words of Hatred Replace Arguments / M. Krongauz. [Slova nenavisti заменяют аргументы / M. Krongauz]. — URL: <https://maxpark.com/community/5652/content/3129729>. — Text : electronic.
17. Kunitsyna, V. N. Interpersonal Communication / V. N. Kunitsyna, N. V. Kazarinova, V. M. Pogolsha. — St. Petersburg : Peter, 2001. — 544 p. — Text : unmediated. [Mezhlichnostnoe obshchenie / V. N. Kunitsyna, N. V. Kazarinova, V. M. Pogol'sha. — Sankt-Peterburg : Peter, 2001. — 544 s. — Tekst : neposredstvennyj]. — (In Rus.)
18. Maydanova, L. M. Means of Expressive Writing / L. M. Maydanova. — Ekaterinburg : Humanitarian University, 2009. — 284 p. — Text : unmediated. [Sredstva vyrazitel'nogo pis'ma / L. M. Maydanova. — Ekaterinburg : Gumanitarnyy un-t, 2009. — 284 s. — Tekst : neposredstvennyj]. — (In Rus.)
19. Mikhal'skaya, A. K. Foundations of Rhetoric: Thought and Word / A. K. Mikhal'skaya. — Moscow : Education, 1996. — 416 p. — Text : unmediated. [Osnovy ritoriki: mys' i slovo / A. K. Mikhal'skaya. — Moskva : Prosvetshchenie, 1996. — 416 s. — Tekst : neposredstvennyj]. — (In Rus.)
20. Sadova, T. S. Metalanguage Reflection of Modern Russian Media: Speaking Russian / T. S. Sadova. — Text : unmediated // Russian Studies in the XXI century: trends and directions of development. — Yerevan : YSU, 2019. — P. 128—132. [Metayazykovaya refleksiya sovremennoy rossiyskikh SMI: po-russki govorya / T. S. Sadova. — Tekst : neposredstvennyj // Rusistika v KhKhi veke: tendentsii i napravleniya razvitiya. — Erevan : EGU, 2019. — S. 128—132]. — (In Rus.)
21. Tomashevskiy, B. V. Theory of Literature. Poetics / B. V. Tomashevskiy. — Moscow : Aspekt-Press, 1999. — 334 p. — Text : unmediated. [Teoriya literatury. Poetika / B. V. Tomashevskiy. — Moskva : Aspekt-Press, 1999. — 334 s. — Tekst : neposredstvennyj]. — (In Rus.)
22. Cambridge Dictionary. — URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (date of access: 01.12.2020). — Text : electronic.