

*На правах рукописи*

КАНЕВСКАЯ ЯНА ЕВГЕНЬЕВНА

**ПРАГМАТИКА СЛОВОУПОТРЕБЛЕНИЯ В МЕДИАТЕКСТЕ  
(НА МАТЕРИАЛЕ ЖУРНАЛОВ «ОГОНЕК» И  
«КОММЕРСАНТЬ.ВЛАСТЬ» 2000–2018 гг.)**

Специальность 10.01.10 – Журналистика

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Москва 2019

Работа выполнена на кафедре медиаречи Института массмедиа Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский государственный гуманитарный университет» (ФГБОУ ВО «РГГУ»)

Научный руководитель: **Басовская Евгения Наумовна**, доктор филологических наук, доцент; зав. кафедрой медиаречи Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский государственный гуманитарный университет».

Официальные оппоненты: **Борисова Елена Георгиевна**, доктор филологических наук, профессор; профессор кафедры германистики и лингводидактики Института иностранных языков Государственного автономного образовательного учреждения высшего образования г. Москвы «Московский городской педагогический университет» (ГАОУ ВО «МГПУ»).

**Клушина Наталья Ивановна**, доктор филологических наук, доцент; профессор кафедры стилистики русского языка Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова» (ФГБОУ ВО «МГУ»).

Ведущая организация: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Новосибирский государственный педагогический университет» (ФГБОУ ВО «НГПУ»).

Защита состоится 23 мая 2019 г. в 16.30 на заседании диссертационного совета Д 212.198.12, созданного на базе РГГУ: 125993, г. Москва, Миусская площадь, д. 6, к.7.

С диссертацией можно ознакомиться в Библиотеке РГГУ и на сайте организации по адресу: [http://www2.rsuh.ru/binary/2639368\\_69.1552550176.6416.pdf](http://www2.rsuh.ru/binary/2639368_69.1552550176.6416.pdf)

Автореферат разослан 29 марта 2019 г.

Учёный секретарь диссертационного совета

доктор ист. наук, профессор



О.И. Киянская

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Исследование посвящено прагматическому потенциалу медиатекста. Изучение этого вопроса актуально, поскольку СМИ формируют общественное мнение, ценностные установки адресатов издания, а также влияют на языковой вкус аудитории.

Прагматически заряженными, т.е. способными воздействовать на ментальную и эмоциональную сферу человека, могут оказаться единицы различных языковых уровней (морфемы, слова, словосочетания, предложения). В диссертации рассматриваются прагматические возможности слова, поскольку лексическая подсистема языка наиболее подвижна и изменчива. Слово (как и его реализация в тексте – лексико-семантический вариант) максимально тесно связано с эпохой, в которую был создан текст, с мировоззрением его адресанта и адресатов. При этом одни слова приобретают свой прагматический заряд исключительно в самом тексте (вне контекста с точки зрения прагматики они нейтральны), а другие (лексика с прагматическим компонентом в значении) имеют прагматический заряд еще до включения в текст.

Внимание автора диссертации сосредоточено на изучении слов, имеющих прагматический заряд изначально (до включения в текст): их анализ дает представление о прагматических возможностях, предоставляемых языком автору медиатекста, по самой своей природе ориентированного на целенаправленное воздействие на аудиторию.

Объектом исследования стали слова *свобода, право, справедливость, труд, богатство, собственность* и микроконтексты, содержащие данные лексические единицы. Такой выбор обоснован тем, что большим прагматическим потенциалом обладают слова, являющиеся языковым воплощением культурных концептов (лингвокультурные концепты). Прагматический потенциал реализуется при использовании слова в качестве лингвистического средства осуществления пишущим того или иного приема, той или иной стратегии речевого воздействия. Высокий прагматический

потенциал таких слов связан с тем, что они обозначают явления и процессы, значимые не только для отдельного носителя языка или определенной социальной группы, но и для общества в целом.

В работе отмечается также, что по значимости для социума и по своему прагматическому заряду лингвокультурные концепты неравноценны. Значительная их часть по своей сути является универсальными категориями культуры и философскими категориями (*время, пространство, причина, изменение, движение*). Наличие или отсутствие прагматического заряда у таких слов, как правило, обусловлено контекстом. И даже тогда, когда эти слова оказываются прагматически заряженными, их прагматический потенциал имеет универсальный, «вневременной», характер, а потому он не столь остро ощущается и не всегда намеренно используется при обращении к темам животрепещущим, злободневным.

Другая часть лингвокультурных концептов (*свобода, право, справедливость, труд, богатство, собственность*) представляет собой категории не только философские, но и социальные<sup>1</sup>. Эти лингвокультурные концепты, как правило, не универсальны, а культуроспецифичны. Большая часть таких слов изначально, до включения в текст, имеет прагматический заряд, что показано в диссертационном исследовании.

Прагматический потенциал подобных лексических единиц в медиатексте весьма велик, поскольку понятия, выраженные ими, значимы не только как «вневременные» ценности – для большинства носителей языка они актуальны «здесь и сейчас»: для нас важна не только «свобода вообще», а наша свобода, не столько «отвлеченное право», сколько наши права, не «абстрактная справедливость», а то, насколько что-либо справедливо по отношению к нам. Обращение пишущего к лексическим единицам, обозначающим социальные категории, повышает общественную значимость медиатекста и его прагматический потенциал.

---

<sup>1</sup>Деление лингвокультурных концептов на философские категории и на социальные категории встречается в работе: Гуревич А.Я. Категории средневековой культуры. – М.: Искусство, 1984. – 350 с.

Предметом исследования стали реализуемые в медиатексте прагматические возможности лингвокультурных концептов, обозначающих социальные категории.

Цель исследования: выявить особенности прагматики словоупотребления в различных современных СМИ и установить связь прагматического использования слова в медиатексте с социально-историческим контекстом.

Задачи исследования:

- На основе анализа научных трудов, посвященных прагматике, и текстов-источников выявить прагматические принципы использования слова в медиатексте.
- Дать рабочее определение понятий «прагматический заряд» и «прагматический потенциал» лексической единицы.
- С опорой на лингвистические словари проанализировать микроконтексты, содержащие слова *свобода, право, справедливость, труд, богатство, собственность*.
- Сопоставить прагматический потенциал слов *свобода, право, справедливость, труд, богатство, собственность* в различных СМИ.
- Выявить влияние прагматического компонента значения слова на функции, выполняемые словом в медиатексте.
- Определить стратегии речевого воздействия, которые реализуются в медиатексте при помощи включения в него отобранных для исследования лексических единиц.

Источники исследования – журналы «Огонек» и «Коммерсантъ.Власть» – издания сходные, но не тождественные по своим характеристикам. И «Огонек», и «Коммерсантъ.Власть» – еженедельники, т.е. по возможности отобрать новости и продумать сообщаемое журналисты обоих изданий находятся в аналогичных условиях. Оба журнала в настоящее время выпускаются Издательским домом «Коммерсантъ».

«Огонек» – российский общественно-политический и литературно-художественный иллюстрированный еженедельный журнал<sup>2</sup>. Это самый читаемый общественно-политический еженедельник в стране<sup>3</sup>. Тираж его составляет 80000 экземпляров, объем издания 40 страниц.

«Коммерсантъ.Власть» (бывший «Коммерсантъ-Weekly»<sup>4</sup>) – одно из крупнейших современных СМИ<sup>5</sup> – российский еженедельный общественно-политический и информационно-аналитический журнал<sup>6</sup>, первое независимое издание в СССР<sup>7</sup>. С ноября с 1997 года издается под нынешним названием<sup>8</sup>. Объем издания – около 60 страниц. Тираж – 60 000 экземпляров<sup>9</sup>. С 1 января 2017 года прекращен выпуск бумажной версии еженедельника, остается только онлайн-версия<sup>10</sup>.

По своей популярности выбранные для исследования журналы сопоставимы. Аудитория же рассматриваемых изданий различна. «Огонек» по преимуществу ориентируется на творческую интеллигенцию,

<sup>2</sup>Огонек // Большая Советская Энциклопедия. – М.: Советская энциклопедия, 1954. – Т. 30. – С. 505.

<sup>3</sup>Официальный сайт ИД «Коммерсантъ» // <http://kommersant.ru/about/ogoniok>

<sup>4</sup>Zasurskii I. I. Media and Power in Post-Soviet Russia. – Armonk: M. E. Sharpe, 2004. – P. 90.

<sup>5</sup>Бирагова Б. М. Современные СМИ как фактор этнокультурного взаимодействия / автореферат дис. ... кандидата политических наук: 10.01.10. – СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, 2011. – С.12.

<sup>6</sup>Зверева Е.А. Конвергентные форматы «игры с потребителем»: новые возможности трансляции контента журнальных изданий // Информационное поле современной России: практики и эффекты: Материалы XI Международной научно-практической конференции, 16–18 октября 2014 г. – Казань: Казан. ун-т, 2014. – С. 242.

<sup>7</sup>«(...) еженедельная газета «Коммерсантъ-Weekly», орган Союза объединенных кооперативов СССР, а заодно первая независимая газета, собирается стать ежедневной, то есть «Коммерсантом-Daily». См.: Руденко Д.В. Станция «Университет». – М.: Издательство Московского университета, 2011. – 272 с.

<sup>8</sup>«Коммерсантъ-Weekly», начиная с ноября 1997 года, выходит под названием «Коммерсантъ.Власть». См.: Теплова Л.А. Типология информационно-аналитических еженедельных журналов: На примере журналов «Коммерсантъ-Weekly», «Деньги», «Эксперт», «Итоги», «Профиль», «Коммерсантъ.Власть» и «Компания» / Диссертация ... кандидата филологических наук: 10.01.10. – М.: МГУ имени М.В. Ломоносова, 2002. – 185 с.

<sup>9</sup>Журнал «Коммерсантъ.Власть» // MediaAtlas.ru <http://www.media-atlas.ru/editions/?a=view&id=2486>

<sup>10</sup>«Коммерсантъ» прекратил выпуск бумажных версий еженедельников «Деньги» и «Власть». Сообщение ТАСС от 9 января 2017 г. // <http://tass.ru/obschestvo/3928026>

«Коммерсантъ.Власть» – на руководителей финансовой сферы<sup>11</sup>. Но оба журнала – это издания для современного человека, которому интересно жить в изменяющемся обществе<sup>12</sup>.

В тематике изучаемых изданий есть и сходство (общественно-политическая тематика), и различие. В «Огоньке» ярко выражено литературно-художественное начало, в журнале «Коммерсантъ.Власть» отчетливо представлена экономическая и социально-политическая аналитика.

Материалы, опубликованные в изданиях, написаны в соответствии с нормами литературного языка, при этом стиль публикаций различен, что связано прежде всего с различиями в тематике и в целевой аудитории.

Хронологические рамки исследования ограничены периодом 2000–2018 гг. Выбор такого временного интервала обусловлен тем, что в 2000 году первый президент России Б.Н. Ельцин покинул свой пост, а исполняющим обязанности президента стал В.В. Путин.

Поскольку выбранные для исследования слова (*свобода, право, справедливость, труд, богатство, собственность*) называют важнейшие социальные категории, были основания предполагать, что на протяжении рассматриваемого временного периода отношение к этим понятиям могло изменяться в большей или в меньшей степени – в зависимости от политической и экономической ситуацией в стране, а значит, могли изменяться и прагматические свойства данных слов в медиатексте.

Чтобы иметь возможность сравнивать данные разных исторических периодов, анализируемый материал был условно разделен по пятилетиям: 2000 – 2005 гг., 2006 – 2010 гг., 2011 – 2015 гг. и 2016 – 2018 гг., при этом последний период не является целым пятилетием.

---

<sup>11</sup>См.: Корсунская М.В. Динамика взаимодействия СМИ и аудитории : Контент-анализ российской прессы в экстремальной ситуации / диссертация ... кандидата социологических наук: 22.00.04. – М.: ИС РАН, 2006. – 178 с.

<sup>12</sup>Официальный сайт ИД «Коммерсантъ» // <http://kommersant.ru/about/ogoniok>

Каждый анализируемый период включает в себя важные политические и экономические события. В течение первого (2000 – 2005 гг.) дважды избирается президент России, и каждый раз лидером становится В.В. Путин. Кроме того, проводятся выборы в Государственную Думу Федерального Собрания РФ.

В рамках второго анализируемого периода (в 2008 году) произошла смена власти – президентом РФ был выбран Д.А. Медведев, а Председателем Правительства назначен В.В. Путин. В этот период (в 2009 г.) в Чеченской республике был отменен режим контртеррористической операции. В Хабаровске состоялся саммит Россия – ЕС, в Санкт-Петербурге прошел Международный экономический форум, а в Екатеринбурге – саммит Шанхайской организации сотрудничества (ШОС). В ноябре 2009 г. президентами России, Беларуси и Казахстана подписано соглашение о начале функционирования Таможенного союза трех стран.

Третий анализируемый период (2011 – 2015 гг.) ознаменован тем, что в 2012 г. в России проходят президентские выборы, лидером государства вновь становится В.В. Путин, а Председателем Правительства – Д.А. Медведев. В 2012 г. продолжаются массовые акции протеста, которые начались еще в конце 2011 г. после выборов в Государственную Думу, звучат требования реформы политической системы, проведения досрочных парламентских и президентских выборов (итоги декабрьских и мартовских выборов оппозиционеры сочли нелегитимными), освобождения политических заключенных. В 2013 г. вступил в силу закон, согласно которому госслужащие и депутаты должны были избавиться от зарубежных активов. В итоге целый ряд парламентариев-миллиардеров покинул свои места. Важнейшим событием 2014 г. является вхождение Крыма в Российскую Федерацию. Кроме того, в этом году произошла смена власти и силовая спецоперация на Украине, состоялись Олимпийские игры в Сочи, случилось стремительное падение рубля, закрытие проекта «Южный поток». Главной темой в 2015 г. стала борьба с международным терроризмом. Россия открыла



новый фронт борьбы с «Исламским государством» (арабское название ДАИШ), которое, запрещено в ряде стран, в том числе и в России, а также с другими экстремистскими организациями.

В течение последнего анализируемого периода (2016 – 2018 гг.) повышается заработная плата работников бюджетного сектора. Государство предлагает все новые меры по поддержке рождаемости, президент предлагает продлить программу по выплате материнского капитала. В 2017 г. был зафиксирован рекордный в истории России показатель средней продолжительности жизни – 72,6 года. В 2018 г. в России проходят очередные выборы президента, и вновь лидером государства становится В.В. Путин. В этом же году закончено строительство Крымского моста. В России проходит Чемпионат мира по футболу 2018. В целом в рассматриваемый период наблюдается преемственность политического курса РФ.

Для исследования методом случайной выборки отбирались по два номера в месяц каждого из анализируемых изданий. Таким образом, всего было отобрано 360 номеров журнала «Коммерсантъ.Власть» и 360 номеров журнала «Огонек».

Теоретической базой диссертационного исследования стали труды:

- по общему языкознанию («Семантические универсалии и описание языков» А. Вежбицкой, «Основы общего языкознания» и «Язык и метод. К современной философии языка» Ю.С. Степанова, «О различии строения человеческих языков и его влиянии на духовное развитие человеческого рода» В. Гумбольдт, «Прологомены к теории языка» Л. Ельмслева, «Избранные труды по языкознанию и культурологии» Э. Сепира, «Общая лингвистика» Э. Бенвениста, «Язык» Л. Блумфильда, «Избранные труды по общему языкознанию» И.А. Бодуэна де Куртене, «Труды по языкознанию» Ф. де Соссюра);
- по стилистике («Проблемы русской стилистики» В.В. Виноградова, «Закономерности стилистического использования языковых единиц» Т.Г. Винокур, «Очерки по стилистике русского языка» А.Н. Гвоздева,

«Стилистика русского языка» И.Б. Голуб, «Французская стилистика» Ш. Балли, «Стилистика публицистического текста» Н.И. Клушиной);

- по лингвистической семантике («Лексическая семантика. Синонимические средства языка» Ю.Д. Апресяна, «Лингвистическая семантика» И.М. Кобозевой, «Семантика» М.А. Крөгнауза, «Взаимодействие лексической и синтаксической семантики в русском художественном тексте: межуровневые контакты и механизмы аномальных трансформаций при порождении языковой игры» М.Ф. Шацкой);

- по лингвистической прагматике («Лексико-фразеологические инновации в публицистике конца XX – начала XXI века: семантика, стилистика, прагматика» М.А. Москвиной, «В поисках прагматики (проблема субъекта)» Ю.С. Степанова, «Типы коммуникативной информации для толкового словаря» Ю.Д. Апресяна, «Эмотивно-оценочный дискурс: когнитивный и прагматический аспекты» Т.А. Трипольской, «Высказывание и его соотнесенность с действительностью» Е.В. Падучевой, «О границах и содержании прагматики» Т.В. Булыгиной, «Прагматическая структура высказывания» И.П. Сусова, «Истоки, проблемы и категории прагматики» Н.Д. Арутюновой, «Языковой круг: личность, концепт, дискурс» В.И. Карасика, «Очерки по прагматике русского языка» М.А. Шелякина, «Введение в прагмалингвистику» А.Ю. Масто́ва, «Прагмалингвистические особенности построения политического дискурса» А.В. Шевчука, «Начала прагматизма» Ч.С. Пирса, «Истоки, проблемы и категории прагматики» Н.Д. Арутюновой, Е.В. Падучевой; а также

- по семиотике («Основание теории знаков» Ч.У. Морриса), логике («Логика и речевое общение» Г.П. Грайса), по теории журналистики («Основы творческой деятельности журналиста» Г.В. Лазутиной) и др.

- по прагматике медиатекста («Реальность массмедиа» Н. Лумана, «Аспекты речевого воздействия в новостях СМИ» А.А. Негрышева, «Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ:

современная английская медиаречь» Т.Г. Добросклонской, «Речевое воздействие» О.С. Иссерс).

Новизна работы связана с тем, что рассматривается новый и новейший лингвистический материал (публикации с 2000 по 2018 год), но не исчерпывается этим. Лингвистических исследований, посвященных прагматике словоупотребления слов *свобода, право, справедливость, труд, богатство, собственность* в современных СМИ, обнаружено не было.

Гипотезой исследования стало следующее положение:

Слова, обозначающие важнейшие социальные категории, являются прагматически заряженными, они могут эффективно использоваться автором медиатекста в рамках различных стратегий речевого воздействия на аудиторию.

Положения, выносимые на защиту:

1. Ряд слов современного русского языка имеет прагматический заряд еще до включения в текст.
2. Слово, не имеющее прагматического заряда изначально, может его приобрести в контексте, а слово, имеющее изначально прагматический заряд, может в контексте его утратить.
3. Прагматически заряженное слово – средство реализации стратегии речевого воздействия.
4. Прагматический заряд исследуемых слов сосредоточен в их корне.
5. Прагматический потенциал слов не одинаков, большой прагматический потенциал имеют «социально значимые слова», обозначающие социальные категории, т.е. указывающие не на отвлеченные философские ценности, а на то, что для среднестатистического носителя языка значимо «здесь и сейчас».
6. Прагматический потенциал рассматриваемых в диссертационном исследовании слов может обострить социальную значимость и

воздействующую силу медиатекста (при этом он использован журналистами не в полной мере).

Методологической основой исследования явился системный подход к изучению фактов языка и речи.

Основные методы исследования:

- методы эмпирического исследования: сравнение, наблюдение, эксперимент (в т.ч. метод лингвистического эксперимента и метод стилистического эксперимента), метод словарных дефиниций, сравнительно-сопоставительный метод, лингвистический анализ, контент анализ, рамочный анализ, частотный анализ, описательный метод;
- методы теоретического познания: гипотетико-дедуктивный, переход от абстрактного к конкретному;
- общелогические методы: анализ, синтез, абстрагирование, обобщение, индукция, дедукция, классификация, проведение аналогии.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка источников и литературы, приложений.

## **КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

Во введении обосновывается актуальность темы, определяются объект, предмет, цели и задачи исследования, указываются его методы и методологическая база, раскрываются научная новизна, теоретическая значимость и практическая ценность работы, формулируются положения, выносимые на защиту.

В первой главе – «Прагматические принципы словоупотребления в публицистическом тексте» – проводится анализ литературы, служащей теоретико-методологической базой исследования, уточняются теоретические положения, терминология.

В параграфе 1.1 рассматриваются различные трактовки понятия *прагматика*. В качестве рабочего взято определение Ю.Д. Апресяна:

«закрепленное в языковой единице (лексеме, аффиксе, граммеме, синтаксической конструкции) отношение говорящего: 1) к действительности, 2) к содержанию сообщения, 3) к адресату».

Среди множества дефиниций прагматики выделяют «контекстноцентричные», согласно которым прагматика исследует языковые факты с точки зрения их контекстной обусловленности, или, в целом, отношение значения и контекста<sup>13,14,15,16</sup>. Многие определения прагматики в русле данного подхода отталкиваются от определения семантики и стремятся к разграничению этих двух научных дисциплин. Делается это по линии различения буквального значения (значения предложения) и смысла высказывания<sup>17,18,19</sup>.

Одни лингвисты видят задачу прагматики в том, чтобы выявить правила употребления языковых и речевых единиц и адекватного истолкования смысла, сторонники другого подхода исходят из того, что прагматика – это аспект речевого произведения, направленный на оказание воздействия на адресата, которое, в отличие от понимания воздействия в теории речевых актов, заключается во внедрении в сознание адресата нужных автору мыслей, прежде всего эмоционально-оценочного характера. Прагматическое исследование в этом случае предполагает изучение

---

<sup>13</sup>Dijk T.A. van. Text and Context. Explorations in the Semantics and Pragmatics. – London: Longman, 1977. – P. 205.

<sup>14</sup>Katz J.J., Langedoen D.T. Pragmatics and presupposition // Language. – Baltimore, 1976. – Vol. 52. – №1. – P. 10.

<sup>15</sup>Levinson S.C. Pragmatics. – Cambridge: Cambridge University Press, 1983.

<sup>16</sup>Кифер Ф. О роли прагматики в лингвистическом описании // Новое в зарубежной лингвистике: Лингвистическая прагматика. – М.: Прогресс, 1985. – Вып. 16. – С. 333–348.

<sup>17</sup>Демьянков В.З. Прагматические основы интерпретации высказывания // Известия АН СССР. Серия литературы и языка. – М., 1981. – Т. 40. – № 4. – С. 375.

<sup>18</sup>Levinson S.C. Pragmatics. – Cambridge: Cambridge University Press, 1983.

<sup>19</sup>Leech G.N. Principles of pragmatics. – London and New York: Longman, 1983. – P. 14.

механизма такого речевого воздействия и выделение из набора языковых элементов речевого произведения собственно воздействующих средств<sup>20,21</sup>.

Современная прагматика предлагает «рассматривать текст как действие, которое выполняет определенные функции (сообщать, воздействовать и т.д.) в контексте набора определенных «экстралингвистических факторов».<sup>22</sup> При этом выбор того, воздействие каких именно экстралингвистических факторов следует учитывать (и каким именно образом), остается на усмотрение исследователя. Тем не менее, при изучении прагматики публицистического текста это положение оказывается особенно значимым, поскольку публицистический текст по сути является формирующим мировидение «посредником» между внеязыковой реальностью и адресатами текста.

В самостоятельную область прагматических исследований оформляются исследования речевого воздействия, слово реализует свои прагматические возможности тогда, когда оказывается включенным в какую-либо стратегию и тактику.

В параграфе 1.2 рассматриваются прагматические принципы выбора слова в медиатексте.

Автор публицистического текста для решения своих прагматических задач обращается к словам, при помощи которых можно выстроить определенную тактику, реализующую некоторую стратегию речевого воздействия.

Прагматические принципы выбора слова в публицистическом тексте недостаточно изучены. В диссертации выявлены прагматические принципы выбора слова, характерные для современного публицистического текста.

---

<sup>20</sup>Сусов И.П. Прагматическая структура высказывания // Языковое общение и его единицы. – Калинин, 1986. – С. 11.

<sup>21</sup>Степанов Ю.С. В поисках прагматики (Проблема субъекта) // Известия АН СССР /Серия литературы и языка, 1981. – Т. 40. – № 4. – С. 325.

<sup>22</sup>Строкова Ю.А. Тексты телевизионных новостных передач: лингвопрагматический анализ (на примере программ телеканалов «Первый», «Россия-1», НТВ, «Евроњьюс»): Дис. ... канд. филол. наук. – Москва, 2015. – 180 с.

Учитывались прежде всего следующие моменты:

- имеет ли рассматриваемое слово прагматический заряд до включения в текст;
- присутствует ли в лексическом значении слова (как единицы языка и как единицы речи) экспрессивный компонент значения;
- присутствует ли в лексическом значении слова (как единицы языка и как единицы речи) оценочный компонент значения;
- включает ли слово описываемое явление действительности в некую ценностную шкалу;
- какие функции выполняет рассматриваемое слово в тексте (какова практическая функция слова-знака);
- для реализации каких стратегий и тактик речевого воздействия используется анализируемое слово (как связано слово с «фактором адресата»).

В параграфе 1.3 исследуется использование в медиатексте слов с прагматическим компонентом значения.

Одна из гипотез исследования сводилась к тому, что некоторые слова еще до включения в текст имеют прагматический заряд (прагматический компонент значения), т.е. потенциально обладают способностью воздействовать на адресата сообщения, оценивая то или иное явление действительности и/или включая его в определенную ценностную шкалу, существующую в сознании носителей языка. Наличие у слова прагматического заряда до включения в текст связывается в диссертации со следующими факторами: наличием в значении слова оценочной составляющей, наличием в значении слова экспрессивного компонента значения и наличием в значении слова соотнесенности обозначенной реалии с системой ценностей носителей данного языка.

Отобранные для исследования слова – *свобода, право, справедливость, труд, богатство, собственность* – являются культуроспецифичными лингвокультурными концептами, обозначающими важнейшие социальные

категории, и, соответственно, прагматически заряженными лексическими единицами. Прагматические компоненты значения, прагматический заряд слова помогают автору текста посредством данного слова внедрять в сознание адресата определенные поведенческие установки и мысли эмоционально-оценочного характера.

В корпусе текстов, отобранном для исследования, данные слова встречаются регулярно. Они не имеют экспрессивных приставок и экспрессивных суффиксов, следовательно, их прагматический заряд сосредоточен в корне. В рассматриваемом корпусе текстов также регулярно встречаются и слова, однокоренные с рассматриваемыми; они также (благодаря общему корню) имеют прагматический заряд. Их использование (вследствие наличия смысловой связи между однокоренными словами) усиливает прагматический потенциал отобранных для исследования слов.

Все отобранные для исследования слова (или в целом, или в большинстве своих значений) являются абстрактными существительными, и в силу такой абстрактности лексического значения их использование может быть ограниченным в текстах конкретной (например, социально-бытовой) тематики; но о важности понятий, обозначенных данными словами, свидетельствует использование однокоренных слов. Применение слов с прагматическим компонентом значения – важнейший прагматический принцип выбора слова в публицистическом тексте.

Параграф 1.4 посвящен лексической сочетаемости как средству реализации прагматического потенциала слов в медиатексте.

Окружающие слово лексические единицы могут как усилить, так и ослабить его прагматические свойства. При включении в текст, являясь орудием реализации прагматического замысла автора, слово может полно реализовывать свой прагматический заряд (оказывать сильное воздействие на аудиторию СМИ). Такое слово обладает в тексте высоким прагматическим потенциалом. Слово может реализовывать свой прагматический потенциал не в полной мере (если ассоциативные связи, которые оно способно иметь с



другими социально значимыми словами, не поддерживаются в медиапространстве, если слово используется редко, если используются только периферийные смыслы и т.п.).

Под *прагматическим потенциалом* понимается контекстуально обусловленная (имеется в виду социокультурный контекст) возможность слова реализовывать свой прагматический заряд. А *прагматический аспект сочетаемости* слов толкуется как связи, в которые вступает слово при реализации стратегии и тактики речевого воздействия. Эти контакты слова, скорее всего, основаны на его связи с внеязыковой действительностью – с внешним миром и с множеством его образов в сознании (концептов и концептуальных сетей) – в определенном социоэтнокультурном контексте<sup>23</sup>.

Прагматический замысел автора текста связан с реализацией одной из коммуникативных стратегий, к которым обращается журналист, передавая своей аудитории информацию. Пишущий ставит перед собой определенную цель – воздействие на получателя сообщения. Для достижения этой цели журналист тщательно продумывает свое речевое поведение, создает план подачи информации, а значит, выбирает определенную коммуникативную стратегию (стратегию речевого воздействия) и затем следует ей. Выбор той или иной стратегии зависит в первую очередь от поставленных журналистом задач, а также от особенностей коммуникативной ситуации.

Речевая стратегия представляет собой общий план, или «вектор» речевого поведения, выражающийся в выборе системы продуманных говорящим / пишущим поэтапных речевых действий.

В данной работе рассматриваются только вербальные способы реализации коммуникативных стратегий, изучение невербальных средств воздействия журналиста на аудиторию выходит за рамки исследования. Кроме того, анализируются только контексты, содержащие слова *свобода, право, справедливость, труд, богатство, собственность*. Выявление той

---

<sup>23</sup>Сусов И.П. Семантика и прагматика предложения. – Калинин: КГУ, 1980. – С.10.

или иной стратегии происходит на основе анализа прагматического аспекта сочетаемости отобранных для исследования слов.

В научных трудах по теории и практике журналистики выделяют следующие коммуникативные стратегии: *доказывание (аргументация), убеждение, внушение, стратегия акцентирования и замалчивания, выборочное (в т.ч. одностороннее) информирование, дискредитация, подчинение, приказ, просьба, уговаривание.*

Коммуникативные стратегии реализуются через определенную тактику речевого воздействия, предполагающую либо прием, либо совокупность приемов. И.П. Сковородников определяет понятие «тактика» следующим образом: «Речевая или (коммуникативная) тактика – это конкретный речевой ход (шаг, поворот, этап) в процессе осуществления речевой стратегии; речевое действие (речевой акт или совокупность нескольких речевых актов), соответствующее тому или иному этапу в реализации речевой стратегии и направленное на решение частной коммуникативной задачи этого этапа»<sup>24</sup>. «Тактика призвана обеспечить осуществление избранной коммуникативной стратегии и развертывание избранного жанра»<sup>25</sup>. Каждая коммуникативная стратегия характеризуется определенным набором речевых тактик.

Таким образом, журналист для реализации своих прагматических задач обращается к определенным стратегиям речевого воздействия, которые реализует посредством одной или нескольких тактик, основанных на выборе слов с прагматическим компонентом значения и такой их сочетаемости, которая позволит реализовать прагматический заряд слова.

**Вторая глава** – «Прагматика словоупотребления в журнале «Огонек» – посвящена изучению прагматических возможностей слов *свобода* (параграф 2.1), *право* (параграф 2.2), *справедливость* (параграф 2.3), *труд*

---

<sup>24</sup>Сорокина О.Н. Коммуникативные стратегии как ведущий прием формирования стереотипов в СМИ / О.Н. Сорокина; Сибирский гос. Аэрокосмический ун-т. М.Ф. Решетнева – Красноярск. – С. 57.

<sup>25</sup>Там же. – С. 58.

(параграф 2.4), *богатство* (параграф 2.5), *собственность* (параграф 2.6) в публикациях журнала «Огонек» 2000 – 2018 гг.

В начале каждого параграфа описывается лексическая сочетаемость анализируемого слова, поскольку именно лексическая сочетаемость является средством реализации прагматического потенциала слов в медиатексте. Рассматриваются факторы, указывающие на то, в какой мере в исследуемом корпусе текстов реализованы прагматические возможности слова. Анализировалась частотность слова. Высокая частотность являлась доказательством того, что прагматические возможности слова реализованы. Невысокая частотность слова при реализации прагматических задач журналиста сама по себе не свидетельствует ни о том, что обозначенное словом понятие не было значимым в жизни страны, ни о низких прагматических возможностях слова, поскольку прагматические возможности слова (как и его лексическое значение) сосредоточены в корне и. могли поддерживаться высокочастотным использованием однокоренных слов. Поэтому была подсчитана и частотность словообразовательного гнезда (данные представлены в приложении). Выявлялись стратегии речевого воздействия, при осуществлении которых журналист использовал исследуемые слова.

Прагматические возможности слов в рассмотренный период (2000 – 2018 гг.) в публикациях журнала «Огонек» проявлялись в разной мере. Это было связано и с изменениями в политической ситуации в стране.

В период 2000 – 2005 гг. самыми частотными (из отобранных для исследования слов) при реализации прагматического замысла журналиста были слова *свобода*, *право*, *труд*, при этом слово *свобода* использовалось почти в два раза чаще, чем слово *право*; слова *богатство* и *собственность* в рассматриваемом корпусе текстов встречались реже, самую низкую частотность имело слово *справедливость*.

Самым высокочастотным было словообразовательное гнездо существительного *труд*; высокочастотными были словообразовательные гнезда слов *свобода* и *право*.

Высокая частотность слов *свобода*, *право*, *труд* связана и с экстралингвистическими факторами. В 2000 – 2005 гг. переосмысливался опыт свободы, полученный во время перестройки. В 2000 году начали создаваться федеральные округа, в связи с чем вопрос свободы также являлся актуальным (В.В. Путин, ставший в 2000 г. президентом страны, назначал представителя, контролирующего исполнительную власть в регионах). В связи с этим фактом особенно значимыми становились и вопросы права. Проблемы международного права были важны и потому, что повышалась роль России на международной арене.

В 2000 – 2005 гг. в публикациях «Огонька» слова *свобода*, *право*, *труд* реализовали свой прагматический потенциал.

Высокочастотным было и словообразовательное гнездо слова *богатство*, что свидетельствует об актуальности данного понятия. Но само слово *богатство* свои прагматические возможности реализовало не в полной мере.

Невысокой частотностью в данный период обладали словообразовательные гнезда слов *собственность* и *справедливость*, это указывает на то, что эти вопросы в исследуемом корпусе текстов освещались нечасто. В данный период государственная собственность становилась коллективной и частной, продолжали формироваться рыночные отношения. Слова *собственность* и *справедливость*, хотя и использовались журналистами для реализации стратегий речевого воздействия, свой прагматический потенциал из-за невысокой частоты употребления реализовали не полностью.

В 2006 – 2010 гг. в публикациях журнала «Огонек» высокой частотой употребления обладали слова *труд*, *свобода*, *право*. Актуальность правовых вопросов и вопросов свободы была связана и с тем, что Д.А. Медведев

подписал закон об увеличении срока полномочий президента, что, по оценкам политологов, воспринималось неоднозначно: для одних это было символом стабильности, другие это воспринимали как отказ от свободных выборов. Вопрос права был актуален и в связи с лишением должностных лиц возможности использования служебных полномочий и прав в угоду личной выгоде. Вопросы международного права актуальны, т.к. повышается роль России на международной арене. В публикациях данного периода журналистам удалось реализовать прагматические возможности слов *право*, *свобода*, *труд*.

Прагматические возможности слов *справедливость* и *богатство* (его словообразовательное гнездо было самым частотным) в данный период были реализованы не в полной мере, слово *собственность* обнаружено не было, его словообразовательное гнездо имело (по сравнению с частотностью словообразовательных гнезд других отобранных для исследования слов) самую низкую частотность. Вероятно, невысокая частотность слова *богатство* связана с тем, что 2008 г. начался мировой экономический кризис, имевший негативные последствия и для России.

В 2011 – 2015 гг. в публикациях журнала «Огонек» высокой частотностью обладали слова *право*, *свобода*, *труд*, несмотря на то, что слово *свобода* в данный период встречалось в три раза реже, чем с 2000 по 2005 г. (это указывает на то, что в данный период вопросы свободы стали менее популярны, чем в начале века). В этот период был издан ряд антикоррупционных указов, что сделало вопросы права еще более актуальными. В марте 2013 года было учреждено звание Герой труда, что подчеркивало социальную значимость труда.

Слова *справедливость*, *собственность*, *богатство* имели невысокую частоту употребления, их прагматический потенциал был реализован не полностью. Словообразовательное гнездо слова *справедливость* имело высокую частотность (второе после словообразовательного гнезда слова

свобода). В 2014 году в состав России вошел Крым, и это событие не могло не рассматриваться через призму понятия «справедливость».

В 2016 – 2018 гг. в публикациях журнала «Огонек» высокой частотностью (из слов, отобранных для исследования) обладало только слово *труд*, а также его словообразовательное гнездо. Это слово реализовало свой прагматический потенциал в полной мере. Высокая частотность словообразовательных гнезд слов *свобода*, *справедливость*, *право*, *собственность* свидетельствовала о социальной значимости данных понятий, но прагматический потенциал слов *свобода*, *справедливость*, *право*, *собственность* был реализован журналистами не в полной мере. Слово *богатство*, как и его словообразовательное гнездо, имело низкую частотность, оно редко использовалось журналистами для решения прагматических задач.

В рассматриваемое корпусе текстов анализируемые слова были использованы журналистами для реализации таких стратегий речевого воздействия, как доказывание, убеждение, внушение. Прагматически нейтральных контекстов с данными словами обнаружено не было. Это свидетельствует о том, что прагматические возможности отобранных для исследования слов регулярно используются журналистами для решения прагматических задач. Установить какую-либо зависимость между периодом и выбором стратегии речевого воздействия или между семантикой слова и выбором стратегии речевого воздействия не удалось. По-видимому, выбор стратегии речевого воздействия связан прежде всего не с прагматическими возможностями слова, не с задачами, которые ставит перед собой издание, не с особенностями исторического периода, а с личностью журналиста.

В **третьей главе** – «Прагматика словоупотребления в журнале «Коммерсантъ.Власть»» – проводится анализ прагматических свойств анализируемых слов в публикациях журнала «Коммерсантъ.Власть» 2000 – 2018 гг.

В параграфе 3.1 характеризуется прагматика употребления слова «свобода», в параграфе 3.2 – слова «право», в параграфе 3.3 – «справедливость», в параграфе 3.4 описывается прагматика слова «труд», в параграфе 3.5 – «богатство», в параграфе 3.6 – «собственность».

В период 2000 – 2005 гг. самым частотным оказалось слово *право*, слова *свобода* и *труд* имели относительно высокую частота употребления (по сравнению с частотностью других слов, отобранных для исследования). Высокочастотными были и словообразовательные гнезда данных слов. Такая частотность связана и с экстралингвистическими факторами, о которых упоминалось в выводах первой главы (переосмысление роли свободы в истории России времен перестройки; меры, принимаемые президентом для стабилизации экономики страны осмысливались через призму понятий *право*, *свобода*, *труд*; укрепление роли России на международной арене также способствовало актуализации правовых вопросов).

Слова *богатство* и *собственность*, как и их словообразовательные гнезда, имели невысокую частоту употребления.

Слово *справедливость* обнаружено не было. Его словообразовательное гнездо отличались самой низкой частотой употребления.

В период 2006 – 2010 гг. высокочастотным было слово *право*. Относительно высокую частоту употребления имело слово *свобода*. Их словообразовательные гнезда также отличались высокой частотностью. Это связано с особенностями политической жизни страны, с принятием закона об увеличении срока полномочий президента, который осмысливались через призму понятий *право* (право на стабильность жизни в стране / право на свободные выборы), *свобода* (в т.ч. свобода выборов). Правовые вопросы были актуальны и в связи с принятием в 2008 г. закона «О противодействии коррупции».

Высокой частотностью обладало словообразовательное гнездо слова *труд* (возможно, кризис заставил активизировать трудовую деятельность, включая деловую активность бизнесменов), но само слово *труд* имело

невысокую частотность, и его прагматические возможности не были реализованы в полной мере, как и прагматические возможности других отобранных для исследования слов.

В период 2011 – 2015 гг. высокочастотными были слова *право* и *свобода*, а также слово *труд* и словообразовательные гнезда этих слов. Высокая частотность слова *право* связана и с изданием антикоррупционных указов, резкое увеличение частотность словообразовательного гнезд слова *труд* связано с установлением приоритета труда в т.ч. посредством учреждения (в 2013 г.) звания «Герой труда».

Слово *богатство* в данный период отсутствовало, частотность его словообразовательного гнезда была невысока (относительно частотность словообразовательных гнезд других слов, отобранных для исследования), его прагматические свойства не были использованы журналистами.

Прагматические свойства слов *собственность* и *справедливость* не использовались журналистами в полной мере, хотя наличие словообразовательных гнезд этих слов в исследуемом корпусе текстов свидетельствует о том, что данные понятия были представлены в публикациях.

В период 2011 – 2015 гг. высокочастотным было слово *право*, а также слово *труд*, которое встречалось в четыре раза реже, чем слово *право*.

Слова *свобода*, *богатство*, *собственность* имели невысокую частоту употребления, слово *справедливость* отсутствовало, его словообразовательное гнездо имело низкую частоту употребления.

Все отобранные для исследования слова использовались с целью реализации той или иной стратегии речевого воздействия (в рассматриваемом корпусе текстов были представлены стратегии доказывание, убеждение, внушение), и это свидетельствует о том, что журналисты использовали в той или иной степени прагматические возможности отобранных для исследования слов.



Слова *свобода, право, труд* в 2000 – 2018 гг. использовались для реализации всех обнаруженных видов стратегий речевого воздействия (доказывание, убеждение, внушение); слово *собственность* редко использовалось для реализации стратегии доказывание, слово *справедливость* для реализации стратегии доказывание не использовалось, слово *богатство* было использовано только для реализации стратегии убеждение.

Вероятно, в журнале «Коммерсантъ.Власть» выбор стратегии речевого воздействия не связан с личностью журналиста (возможно, он связан со значением слова, с отношением к понятию, обозначенному данным словом, с редакционной политикой).

В рассмотренном корпусе текстов слова *право, свобода, труд* в большей мере реализовали свои прагматические возможности, чем слова *справедливость, собственность, богатство*.

**В заключении** подводятся итоги диссертационного исследования и намечаются перспективы дальнейшей разработки его положений.

Основные выводы исследования:

1. Одни слова приобретают свой прагматический заряд исключительно в самом тексте (вне контекста с точки зрения прагматики они нейтральны), а другие имеют прагматический заряд еще до включения в текст.

2. Особыми прагматическими возможностями обладают слова *свобода, право, справедливость, труд, богатство, собственность* и подобные, которые являются языковым воплощением лингвокультурных концептов, обозначающих социальные категории. Как правило, такие лингвокультурные концепты культуроспецифичны, а слова, их называющие, как показало данное исследование, в большей части своих значений имеют прагматический заряд изначально, до включения в текст. Прагматический потенциал подобных лексических единиц в журналистском тексте весьма велик, поскольку понятия, выраженные ими, актуальны для большинства носителей языка.

3. Прагматика медиатекста – междисциплинарная область, значимая как для теории, так и практики журналистики. Это обусловлено тем, что публицистический текст обладает рядом присущих только ему прагматических свойств: автор журналистского материала выступает от своего имени, выражая прямо собственное мнение в отношении социально значимых явлений.

4. Прагматические принципы выбора слова журналистом заключаются в том, что слово должно:

- 1) четко и однозначно отразить авторскую позицию по тому или иному вопросу,
- 2) идентифицировать сообщаемое как истинное или ложное,
- 3) способствовать действительности журналистского текста,
- 4) соответствовать социокультурному уровню аудитории издания.

5. Под *прагматическим зарядом* слова понимается изначальный прагматический компонент значения, который может быть связан с наличием оценочной и / или экспрессивной составляющей, а также указания на нечто ценностно значимое для аудитории СМИ. Под *прагматическим потенциалом* понимается возможность слова реализовывать прагматический заряд в контексте.

6. Все выбранные для исследования слова почти во всех значениях являются прагматически заряженными. Лишь немногие значения этих лексем прагматически нейтральны, но благодаря смысловой связи с другими значениями они также могли приобретать прагматический заряд в тексте. Такие слова привлекают внимание читательской аудитории, поэтому журналисты используют данные слова для решения прагматических задач.

7. В ряде рассмотренных примеров о больших прагматических возможностях слова свидетельствовало его включение в название политических организаций, политических движений, в название средства массовой информации, вынесение слова в заголовок публикации. Во всех рассмотренных контекстах отобранные для исследования слова

использовались для реализации стратегий речевого воздействия, что свидетельствовало о прагматических возможностях данных слов. В исследуемом корпусе текстов журналисты обращались к следующим стратегиям речевого воздействия: доказывание, внушение, убеждение.

8. Подсчет частоты словоупотребления, которая влияет на прагматические свойства имеющего прагматический заряд слова (чем выше частотность, тем большими прагматическими возможностями обладает слово), показал, что в журнале «Огонек» на каждые 100 слов приходилось 4 – 5 прагматически заряженных словоформ тех слов, которые были отобраны для исследования. В журнале «Коммерсантъ.Власть» на каждые 100 слов приходилось 3 – 4 прагматически заряженных словоформы.

9. Прагматический заряд анализируемого корпуса текстов достаточно высок, в частности – благодаря отобранным для исследования лексическим единицам. В рассматриваемом корпусе текстов были обнаружены и иные прагматически заряженные слова, анализ которых выходил за рамки данного исследования.

10. При реализации прагматических задач к отобранным для исследования словам журналисты «Огонька» обращались чаще, чем журналисты издания «Коммерсантъ.Власть». Это связано со спецификой изданий: «Огонек» является общественно-политическим и литературно-художественным изданием, «Коммерсантъ.Власть» – общественно-политическим и информационно-аналитическим. В журнале «Огонек» частотность слова в большей мере зависит от исторического периода и особенностей политической ситуации, чем в журнале «Коммерсантъ.Власть».

11. В журнале «Коммерсантъ.Власть» в каждом из рассмотренных пятилетий самым частотным было слово *право*. При этом его частотность оставалась практически неизменной, что дало возможность предположить, что освещение действительности через призму правовых аспектов – один из принципов редакционной политики данного издания. В журнале «Огонек»

самыми частотными оказывались разные слова (в 2000–2005 гг. – *свобода*, в 2006–2010 гг. – *труд*, в 2011–2015 гг. – *право*, в 2016–2018 гг. – *труд*). Это дает основания предположить наличие зависимости между политико-экономической ситуацией и выбором средства речевого воздействия (вероятно, редакционная политика данного издания является более гибкой, чем редакционная политика журнала «Коммерсантъ.Власть»).

12. В журнале «Огонек» выбор стратегий речевого воздействия являлся менее постоянным, чем в журнале «Коммерсантъ.Власть», в котором преобладает использование всех трех стратегий: доказывания, убеждения и внушения (исключение составило слово *собственность*, которое было использовано только для реализации стратегии убеждения).

13. В журнале «Коммерсантъ.Власть» важная роль отводилась и стратегии доказывания (в «Огоньке», как правило, основной стратегией являлись либо убеждение, либо внушение).

14. Использование лексем с прагматическим компонентом значения – важнейший принцип выбора слова в публицистическом тексте.

15. Отсутствие анализируемого слова в текстах того или иного периода само по себе не свидетельствует о низком прагматическом потенциале лексемы. На прагматические возможности лексической единицы может указывать высокая частотность однокоренных слов, поскольку прагматический заряд исследуемых слов сосредоточен в их корне.

16. В целом в рассмотренных изданиях частота употребления отобранных для анализа слов на протяжении 18 лет снижается, а частота употребления однокоренных слов растет.

17. Прагматический замысел автора медиатекста связан с реализацией одной из коммуникативных стратегий. Если прагматически заряженное слово участвует в реализации стратегий речевого воздействия, можно с уверенностью говорить о том, что оно имеет высокий прагматический потенциал.

С учетом того, что к числу важных задач журналиста относится формирование нравственных ценностей, перспективы данного диссертационного исследования связаны с изысканиями в области аксиологии медиадискурса, которые активно проводятся сегодня в рамках теории журналистики и медиалингвистики.

#### АПРОБАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ

Основные положения диссертации представлены в научных статьях, опубликованных в журналах, входящих в Перечень рецензируемых научных изданий ВАК.

Список работ в рецензируемых научных изданиях, опубликованных по теме диссертации:

1. *Каневская Я.Е.* Прагматический аспект новостных репортажей (на материале Первого канала и канала «Интер» // Вестник РГГУ. – 2014. – Сер. «Филологические науки». – №12 (134). – С.231–240;
2. *Каневская Я.Е.* Прагматический потенциал отрицательных конструкций в публицистическом тексте (на материале журнала «Коммерсантъ.Власть») // Вестник РГГУ. – 2015. – Сер. «История. Филология. Культурология. Востоковедение». – №4. – С.117–122;
3. *Каневская Я.Е.* Прагматический потенциал вопросительных конструкций в заголовке публицистического текста (на материале интернет-СМИ) // Вестник РГГУ. – 2016. – Сер. «История. Филология. Культурология. Востоковедение». – №4 (13). – С.148–154;
4. *Каневская Я.Е.* Прагматика употребления слова «труд» в журнале «Коммерсантъ.Власть» // Вестник РГГУ. – 2018. – Сер. «История. Филология. Культурология. Востоковедение». – №1 (34). – С.134–138;
5. *О.М. Афанасьева, Каневская Я.Е.* Реализация прагматических свойств языковых единиц в медиатексте: подходы к изучению // Вестник РГГУ. – 2018. – Сер. «История. Филология. Культурология. Востоковедение». – №11 (44). – С.133–142.