

А. В. Болотнов

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ВОЛНЫ И ИХ ТИПЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ: К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ

В качестве нового понятия современной информационно-медийной парадигмы рассматриваются информационные волны. Среди типов информационных волн выделены сильные и слабые по степени и силе воздействия на общество; длинные и короткие по продолжительности общественного интереса к информационному поводу, стимулирующему информационные волны. По форме и характеру распространения информационных волн (особенностям реализации их компонентов в глобальном коммуникативном пространстве) дифференцируются такие виды информационных волн, как кумулятивный резонанс; каскад; воронка; призма. Описаны особенности каждого вида. Предложенная теория информационных волн отражает сложившуюся систему коммуникации в медиaprостранстве, характеризует современный этап существования медиа; объясняет закономерности существования информационных поводов; отражает влияние СМИ и Интернета как канала и пространства коммуникации на сознание индивида и общества.

Ключевые слова: *медиадискурс, информационные волны, информационное эхо, типы информационных волн.*

В условиях современного информационного общества в эпоху глобализации и новых информационных технологий возникает необходимость в исследовании новой медийной реальности и связанных с ней изменений массового сознания. Наблюдается «бурное развитие информационных технологий, которые стали средством не только отражения, но и преобразования мира» [1, с. 42]. Ученые отмечают способность массмедиа быть «безальтернативным механизмом формирования оперируемых обществом значений и смыслов» [2, с. 190], указывают на то, что «личность, живущая в информационную эпоху, постоянно находится под давлением потоков информации, которыми полно медиaprостранство» [3, с. 216], подчеркивают: «Медиа-реальность (особенно в компьютерной сети) все более вытесняет другие виды реальности, в которых существуют наши современники» [4, с. 229]. Все это определяет необходимость изучения новых тенденций в медиакommunikации и их последствий в оценочных и прогностических целях.

В связи с новым вектором научных исследований в русистике и формированием новой информационно-медийной парадигмы (см. о ней в работах [5–7]) возникает необходимость в уточнении понятийно-терминологического аппарата. В задачи данной статьи входит определение такого понятия, как информационные волны, и описание их типов. Данное понятие связано с понятием «информационное эхо». Под информационным эхом авторами понимаются отголоски новостного сообщения, события, ставшего информационным поводом для последующих реакций, которые могут быть посвящены другой теме, другой проблематике, но базируются на данном информационном поводе (см.: [8]).

Как уже отмечалось ранее, для информационного эха характерны: 1) наличие источника – исходного текста; 2) наличие информационного повода; 3) наличие причинно-следственных связей с

ним; 4) диффузия смыслов, оценок, форматов, отражающих прямо или косвенно реакцию на него. При этом важны профессиональная принадлежность информационно-медийной личности (см. о ней [9]) автора первичного и последующих текстов, его выбор и готовность нести ответственность за свою реакцию на информационный повод. Для информационно-медийной личности журналиста, например, характерна фактографичность, структурирование информации с учетом профессиональных задач, формата общения, аудитории. В создании информационного эха важны познавательная активность личности, его картина мира, система ценностей, принципы, характерные для нее способы действия.

Информационное эхо является отражением интертекстуальности, характерной для многих текстов, но проявляющейся в разных типах текстов по-разному, рассматриваемой в медиатексте как одна из его типологических черт (см., например, работы [10, 11] и др.). По мнению В. Ф. Петренко, медиатексты существуют «в перекличке с другими текстами, даже если последние явно не цитируются» [12, с. 170]. С этим связаны выделенные А. В. Полонским характерные для массмедийного текста принципы тиражирования и повторения [2, с. 195]. О роли канала связи, формата в медиакommunikации и медиальности как когнитивном феномене писала В. Е. Чернявская [13]. Исследователи указывают на создание гипертекстов в массмедиа, отмечая их особенность: «Любой материал вливается в общее информационное пространство, с одной стороны. А с другой – включает в себя наработки предыдущих авторов» [14, с. 113].

Информационное эхо диалектически связано с понятием «информационная волна», так как оно рождается на основе информационных волн и само порождает новые информационные волны. Это обусловлено тем, что на их основе появляются но-

вые информационные поводы, происходит лавина реакций, возникает общественный интерес и внимание к ним и к информационному поводу. Например, до событий на Украине в отношениях России и Запада не было причин для реального конфликта. Украинские события поменяли информационные поводы и информационно-новостную риторику.

Особенности информационного повода определяют информационное эхо, которое стимулирует новые информационные волны: каскад медиациций, оценок, интерпретаций, нагнетающих медийные эффекты. В их основе обычно лежит масштабное общественно значимое событие (например, война в Ираке, события на Украине, трагедия с малазийским самолетом и т. д.). Когда происходит подключение целевой аудитории к СМИ, которые затрагивают ее интересы, возникает пик этой информационной волны, общественный интерес в данном случае объединяется с интересами журналистов и работает на решение общей проблемы. Если нет ответной реакции, нет волны. Информационные волны зависят от масштаба новости, которая может иметь локальный или глобальный характер, появляются волны при наличии медиациций в разных СМИ (блогах, комментариях, аналитических статьях и т. д.). Пока новость есть в медиапотоке, волна существует, если ее нет, она затухает. Информационные волны могут быть стихийными и направляемыми на основе подбора фактов в рамках определенных целей (например, манипулятивных или альтруистических). Совокупность этих волн представляет многоголосие, полифонию, каскады и течения в потоках информации.

Информационные волны отражают, таким образом, динамику информационного пространства Интернета, их появление связано с проявлением феноменов сознательного и бессознательного, с отражением структуры повестки дня. Информационной волне предшествует объединение общественно значимых тенденций в одну точку.

Остановимся на типах информационных волн.

1. Среди типов информационных волн можно выделить сильные и слабые по степени воздействия на общество с учетом разного уровня (международного, федерального, регионального, муниципального и др.), опираясь не только на повышенную эмоциональную тональность реакций в медиасреде относительно актуального для общества информационного повода, но и на практическую реакцию общественных структур, от которых зависит принятие практических решений, связанных с данным информационным поводом, разными общественными институтами. Например, к сильным информационным поводам можно отнести Минские соглашения руководителей четырех государств о мирном урегулировании ситуации на юго-востоке Украины [15].

2. Информационные волны можно дифференцировать на длинные и короткие по признаку продолжительности их существования в медиaprостранстве, связанного с продолжительностью общественного интереса к источнику – информационному поводу, важному для общества. Критерием оценки информационной волны в этом случае может быть число медиациций и упоминаний в СМИ. Например, украинские события на майдане в феврале 2014 года, вызвавшие государственный переворот, по-прежнему в центре внимания различных медиа, по-прежнему стимулируют информационные волны разного типа. Локальное же событие как информационный повод может недолго оставаться в центре общественного внимания (ср. проблему с уборкой снега в Томске [16]).

3. По форме и характеру распространения информационных волн (особенностям реализации их компонентов в глобальном коммуникативном пространстве) можно условно и метафорически выделить такие виды информационных волн, как: кумулятивный резонанс; каскад; воронка; призма. Рассмотрим их подробнее.

3.1. Некоторые информационные волны принимают форму кумулятивного резонанса знаний об информационном поводе: общественное внимание приковывается к нему, происходит постепенное наращивание и углубление сведений о данном информационном поводе. Информация о событии наплаывается, обогащается, при этом ее воздействие на общество усиливается. Так, события на Украине за прошедший год в медиaprостранстве обрастают новыми подробностями, углубляется представление общества о том, что там происходит, усиливается общественный резонанс в мире. Кумулятивный резонанс становится фактом истории.

3.2. Иногда информационная волна приобретает форму каскада. При этом линейно, мгновенно, как пожар, в массмедиа распространяется информация о чем-либо, а обратная связь либо отсутствует, либо является менее существенной с точки зрения процессов глобализации в обществе. Например, смерть пенсионерки-блокадницы в Санкт-Петербурге вызвала большой, но непродолжительный общественный резонанс [17], который вскоре угас.

Еще одним примером может быть вначале сильная, но не очень продолжительная реакция в медиaprостранстве на такой информационный повод, как смерть туриста в аэропорту Домодедово после возвращения из отпуска в Испании [18].

3.3. Для такого типа информационных волн, как воронка, характерно возобновление общественного интереса к давно существующему информационному поводу, который стал или забываться, или воспринимается как относительно старый. При этом в меняющихся социально-политических условиях в

обществе в нем открываются новые возможности, новые аспекты интерпретации, он начинает поглощать все прочее, усиливая медиацитируемость и общественное внимание. Например, гражданская война на Украине как информационный повод для освещения нового витка в характере отношений между Россией, Европой и США.

По времени информационные волны, организованные по типу воронки, имеют самый долгоиграющий эффект, когда идет неослабевающий общественный запрос на данный информационный повод. Это относится к военным конфликтам или стихийным бедствиям, имеющим большой общественный резонанс, часто сопровождаемый страхом. К такому типу информационных волн можно отнести длительное освещение событий, происходящих на Украине. Воронка как тип информационной волны означает поэтапное развитие, наращивание сюжетов, событий, возрастание связанной с ними общественной активности, выход на международный уровень, обострение всех проблемных точек и появление явного конфликта интересов участников. Происходит втягивание в это информационное пространство все новых и новых участников, расширение области их влияния и взаимодействия.

3.4. Следует отметить еще один тип информационных волн, который по форме реализации в массмедиа условно и метафорически можно соотнести с призмой. Для этого типа информационных волн характерны: 1) значительное личное наполнение в интерпретации информационного повода благодаря особенностям медиаперсоны, которая авторитетна, имеет кредит доверия; 2) многократность отражений информационного повода с разных позиций на основе субъективизма источников информации или информационно-медийной личности. Сравним в качестве примера разную личную реакцию Г. Мирского [19], К. Собчак [20], А. Голубева [21] на один актуальный для мирового

сообщества информационный повод – расстрел в Париже журналистов «Шарли Эбдо».

К такому типу информационных волн можно отнести освещение Минских соглашений руководителей четырех государств по ситуации на юго-востоке Украины. В международном плане данные договоренности имели эффект призмы: участвующие стороны дали собственную повестку дня и свою картину событий. При этом очевидно: чем больше сторон участвовало бы в информационном поводе, тем больше был бы эффект призмы: в этом случае лабиринт интерпретаций исходного события может только расширяться.

Таким образом, информационные волны, формирующие информационное эхо, имеют разный характер, силу воздействия на общественное сознание, длительность и форму распространения в медиапространстве. Теория информационных волн, во-первых, отражает сложившуюся систему коммуникации в медиапространстве, современный этап существования медиа. Во-вторых, объясняет закономерности существования информационных поводов. В-третьих, отражает влияние СМИ и Интернета как канала и пространства коммуникации на сознание индивида и общества.

Дальнейшее изучение данных явлений в современной медиасфере представляет интерес для теории речевого воздействия, коммуникативной стилистики текста, медиалингвистики, которая в аспекте профессиональной речевой деятельности журналистов может быть «научной дисциплиной, в полной мере направленной на изучение закономерностей функционирования языка в разных ситуациях профессионального медийного общения и на описание правил эффективного профессионального речевого поведения» [22, с. 11].

Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта № 15-04-00216.

Список литературы

1. Бушев А. Б. Компетентность русской языковой личности профессионального переводчика в новых электронных фактурах речи // Стилистика сегодня и завтра: медиатекст в прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах: докл. Междунар. науч. конф. М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2010. С. 37–43.
2. Полонский А. В. Современный массмедийный текст и его параметры // Стилистика сегодня и завтра: материалы конф. Ч. 1. М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2014. С. 190–197.
3. Курган К. С. Медиатекст как механизм формирования медиакультуры языковой личности // Речевая коммуникация в современной России: материалы III Междунар. конф. (Омск, 27–30 июня 2013 г.): в 2 т. Т.1 / под ред. О. С. Иссерс. Омск: Изд-во Ом. гос. ун-та, 2013. С. 216–222.
4. Карасик В.И. Коммуникативная тональность медиадискурса // Дискурс и стиль: теоретические и прикладные аспекты / под ред. Г. Я. Солганика, Н. И. Клушиной, Н. В. Смирновой. М.: Флинта: Наука, 2014. С. 218–230.
5. Чернявская В.Е. «Когнитивное в формате»: о формировании медиальной парадигмы в лингвистике // Стилистика сегодня и завтра: материалы конф. Ч. 1. М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2014. С. 242–248.
6. Болотнов А. В. О новом векторе научной парадигмы в русистике // Canadian Journal of Science, Education and Culture. 2014. № 2 (6), July – December, vol. II. P. 1075–1083.
7. Болотнов А. В. О некоторых ключевых понятиях формирующейся информационно-медийной парадигмы в русистике // Вопросы когнитивной лингвистики. 2015. Вып. 1 (042). С. 111–116.

8. Болотнов А. В. Информационные волны и информационное эхо в современном медиадискурсе // Медиалингвистика. Вып. 4. Профессиональная речевая коммуникация в массмедиа: сб. статей / под ред. Л. Р. Дускаевой, отв. ред. Н. С. Цветова. СПб.: СПб. гос. ун-т, Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций, 2015. С. 155–157.
9. Болотнов А. В. О некоторых особенностях современной информационно-медийной личности // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (TSPU Bulletin). 2014. Вып. 2 (143). С. 52–55.
10. Чернявская В. Е. Интертекстуальность и интердискурсивность // Текст – дискурс – стиль. Коммуникации в экономике. СПб., 2003.
11. Казак М. Ю. Медиаатекст как открытый тип текста // Стилистика сегодня и завтра: медиаатекст в прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах: докл. Междунар. науч. конф. М.: Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2010. С. 87–94.
12. Петренко В. Ф. Психосемантика массовых коммуникаций // Язык средств массовой информации. М., 2008. С. 170–182.
13. Чернявская В. Е. Текст в медиальном пространстве. М.: УРСС ЛИБРОКОМ, 2013.
14. Николаева А. В. Особенности журналистского текста на современном этапе // Труды кафедры стилистики русского языка. Вып. четвертый. Медиастилистика. М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2013. С. 108–115.
15. Полный текст Минских соглашений // РИА Новости. 05.4.2015. URL: <http://ria.ru/world/20150212/1047311428.html> (дата обращения: 25.03.2015).
16. Мэр Томска прервал отпуск, чтобы решить проблему уборки снега. 26.01.2015 // Российское Информационное агентство ФедералПрес. URL: http://fedpress.ru/news/polit_vlast/news_polit/1422253862-mer-tomska-prerval-otpusk-chtoby-reshit-problemu-uborki-snega (дата обращения: 15.03.2015).
17. После смерти блокадницы директору «Магнита» предъявили обвинение. URL: <http://lenta.ru/news/2015/02/13/magnit/> (дата обращения: 15.03.2015).
18. Lufthansa отменила рейс Франкфурт – Самара из-за смерти пассажира. URL: <http://www.tourister.ru/world/europe/russia/city/samara/news/6676> (дата обращения: 15.03.2015).
19. Мирский Г. Я – Шарли! Я – Венедиктов! // URL: http://www.echo.msk.ru/blog/georgy_mirsky/1471664-echo/ (дата обращения: 12.01.2015).
20. Собчак К. Какую статью УК нарушил Венедиктов? // URL: <http://www.echo.msk.ru/blog/sobchak/1470896-echo/> (дата обращения: 12.01.2015).
21. Голубев А. Я не Шарли. // URL: http://www.echo.msk.ru/blog/al_golubev/1470918-echo/ (дата обращения: 15.03.2015).
22. Дускаева Л. Р. Медиалингвистика в России: лингвопраксиологическая доминанта // Медиалингвистика. 2014. Вып. 1. С. 5–15.

Болотнов А. В., кандидат филологических наук, доцент, докторант.

Томский государственный педагогический университет.

Ул. Киевская, 60, Томск, Россия, 634061.

E-mail: nsb@tspu.edu.ru

Материал поступил в редакцию 20.04.2015.

A. V. Bolotnov

INFORMATIONAL WAVES AND THEIR TYPES IN UP-TO-DATE MEDIA DISCOURSE: STATEMENT OF THE PROBLEM

The article deals with informational waves as a new notion of up-to-date informational and media paradigm. We picked out some types of informational waves, such as strong and weak in accordance with degree and force of influence on society; long and short according to duration of social interest to informational occasion, which stimulates informational waves. In accordance with form and character of informational waves' spreading (peculiarities of their components' realization in global communicative sphere) we distinguish such types of informational waves as cumulative resonance; cascade; funnel; prism.

We described peculiarities of every type. The suggested author's theory of informational waves reflects existing system of communication in media sphere, defines up-to-date period of media existence; explains objective laws of the existence of information events; reflects that mass media and Internet as a channel and field of communication influence person's mind and society.

Key words: *media discourse, informational waves, informational echo, types of informational waves.*

References

1. Bushev A. B. *Kompetentsiya russkoy yazykovoy lichnosti professional'nogo perevodchika v novykh elektronnykh fakturakh rechi* [Competence of Russian language personality of professional translator in new on-line speech texture]. *Stilistika segodnya i zavtra: mediatekst v praagmaticheskom, ritoricheskom i lingvokulturologicheskom aspektakh: dokl. mezhdunar. nauch. konf.* [Stylistics today and tomorrow: media text in pragmatic, rhetorical and linguocultural aspects. Reports of International scientific conference]. Moscow, Fakul'tet zhurnalistik MGU im. M. V. Lomonosova Publ., 2010. Pp. 37–43 (in Russian).
2. Polonskiy A. V. *Sovremennyy mediynnyy tekst i ego parametry* [Up-to-date mass media text and its characteristics]. *Stilistika segodnya i zavtra: materialy konf. Ch. 1* [Stylistics today and tomorrow. Materials of conference. Part 1]. Moscow, Fakul'tet zhurnalistik MGU im. M. V. Lomonosova Publ., 2014. Pp. 190–197 (in Russian).
3. Kurgan K. S. *Mediatekst kak mekhanizm formirovaniya mediakul'tury yazykovoy lichnosti* [Media text as a work of media culture of language personality formation]. *Rechevaya kommunikatsiya v sovremennoy Rossii: materialy III Mezhdunar. Konf.* (Omsk, 27–30 iyunya 2013 g.) [Speech

- communication in up-to-date Russia: materials of III International conference (Omsk, 27–30 June 2013)): in 2 vol. Vol. 1. Ed. O. S. Issyers. Omsk, Omsk State Univ. Publ., 2013. Pp. 216–222 (in Russian).
4. Karasik V. I. *Kommunikativnaya tonal'nost' mediadiskursa* [Communicative tonality of media discourse]. Diskurs I stil': teoreticheskie i prikladnye aspekty [Discourse and style: theoretical and applied aspects: coll. monography]. Ed. G. Y. Solganika, N. I. Klushinoy, N. V. Smirnovoy. Moscow, Flinta Publ., Nauka Publ., 2014. Pp. 218–230 (in Russian).
 5. Chernyavskaya V. Y. "Kognitivnoe v formate": o formirovanii medial'noy paradigmy v lingvistike ["Cognitive in format": media paradigm formation in linguistics]. *Stilistika segodnya I zavtra. Materialy konferentsii. Ch. 1.* [Stylistics today and tomorrow. Materials of conference. P. 1.]. Moscow, Fakul'tet zhurnalistiki MGU im. M. V. Lomonosova Publ., 2014. Pp. 242–248 (in Russian).
 6. Bolotnov A. V. O novom vektore nauchnoy paradigmy v rusistike [About new vector of scientific paradigm in Rusistics]. *Canadian Journal of Science and Education*, 2014, no. 2 (6), (July – December), vol. II, pp. 1075–1083 (in Russian).
 7. Bolotnov A. V. O nekotorykh klyuchevykh ponyatiyakh formiruyushchey informatsionno-mediynoy paradigmy v rusistike [Some key concepts of emerging information and media paradigm in Russian studies]. *Voprosy kognitivnoy lingvistiki – Questions of cognitive linguistics*, 2015, no. 1 (042), pp. 111–116 (in Russian).
 8. Bolotnov A. V. Informatsionnye volny i informatsionnoye ekho v sovremennom mediadiskurse [Informational echo and informational waves in up-to-date media discourse]. *Medialingvistika. Vyp. 4. Professional'naya rechevaya kommunikatsiya v massmedia: sb. statey* [Media linguistics. No. 4. Professional speech communication in mass media: collected articles]. Ed. L. R. Duskaeva, ed. N. S. Tsvetova. St. Petersburg, SPb. Gos. In-t Publ., Vyssh. shk. zhurn. i mass. kommunikatsiy Publ., 2015. Pp. 155–157 (in Russian).
 9. Bolotnov A. V. O nekotorykh osobennostyakh sovremennoy informatsionno-mediynoy lichnosti [Certain peculiarities of modern informational-media personality]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – TSPU Bulletin*, 2014, no. 2 (143), pp. 52–55 (in Russian).
 10. Chernyavskaya V. E. Intertekstual'nost' i interdiskursivnost' [Intertextuality and interdiscursiveness]. *Tekst – diskurs – stil'. Kommunikatsii v ekonomike* [Text – Discourse – Style. Communication in economics]. St. Petersburg, 2003. Pp. 23–42 (in Russian).
 11. Kazak M. Yu. Mediatekst kak otkrytyy tip teksta [Media text as an open type of text]. *Stilistika segodnya I zavtra: mediatekst v pragmaticheskom, ritoticheskom I lingvokul'turologicheskom aspektakh: dokl. Mezhdunar. nauch. konf.* [Stylistics today and tomorrow: media text in pragmatic, rhetorical and linguocultural aspects. Reports of International scientific conference]. Moscow, Fakul'tet zhurnalistiki MGU im. M. V. Lomonosova Publ., 2010. Pp. 87–94 (in Russian).
 12. Petrenko V. F. Psikhosemantika massovykh kommunikatsiy [Psychosemantics of mass communication]. *Yazyk sredstv massovoy informatsii – Language of mass media*. Moscow, 2008. Pp. 170–182 (in Russian).
 13. Chernyavskaya V. E. *Tekst v medial'nom prostranstve* [Text in media sphere]. Moscow, URSS LIBROKOM Publ., 2013 (in Russian).
 14. Nikolaeva A. V. *Osobennosti zhurnalistskogo teksta na sovremennom etape* [Peculiarities of journalistic text at the present point of time]. Trudy kafedry stilistiki russkogo yazyka. Vyp. 4. Mediastilistika [Proceeding of stylistics of the Russian language department. No. 4. Media linguistics]. Moscow, Fakul'tet zhurnalistiki MGU im. M. V. Lomonosova Publ., 2013. Pp. 108–115 (in Russian).
 15. *Polnyy tekst minskikh soglasheniy* [Complete text of Minsk conventions]. RIA Novosti [RIA-news]. URL: <http://ria.ru/world/20150212/1047311428.html> (accessed 25 March 2015) (in Russian).
 16. *Mer Tomsk preval otpusk, chtoby reshit' problemu uborki snega* [Mayor of Tomsk broke off vacation in order to handle with snow cleaning]. Rossiyskoye informatsionnoye agenstvo FederalPres [Russian Informational Agency FederalPress]. URL: http://fedpress.ru/news/polit_vlast/news_polit/1422253862-mer-tomsk-preval-otpusk-chtoby-reshit-problemu-uborki-snega (accessed 15 March 2015) (in Russian).
 17. *Posle smerti blokadnitsy direktoru «Magnita» predyavili obvineniye* [After survivor of siege's death director of "Magnit" was arraigned]. URL: <http://lenta.ru/news/2015/02/13/magnit/> (accessed 15 March 2015) (in Russian).
 18. *Lufthansa otmenila reys Frankfurt – Samara iz-za smerti passazhira* [Lufthansa cancelled flight Frankfurt – Samara because of passenger's death]. URL: <http://www.tourister.ru/world/europe/russia/city/samara/news/6676> (accessed 15 March 2015) (in Russian).
 19. *Ya – Sharii! Ya – Venediktov!* [Mirskiy G. Ya. Ya – Sharii! Ya – Venediktov!]. URL: http://www.echo.msk.ru/blog/georgiy_mirsky/1471664-echo/ (accessed 12 January 2015) (in Russian).
 20. *Kakuyu stat'yu UK naryshil Venediktov?* [Sobchak K. What the article of UK was broken by Venediktov?]. URL: <http://www.echo.msk.ru/blog/sobchak/1470896-echo/> (accessed 12 January 2015) (in Russian).
 21. *Golubev A. Ya. Ya ne Sharii!* [I'm not Sharii]. URL: http://www.echo.msk.ru/blog/al_golubev/1470918-echo/ (accessed 15 March 2015) (in Russian).
 22. Duskaeva L. R. Medialingvistika v Rossii: lingvopraksilogicheskaya dominanta [Media linguistics in Russia: linguopraxeological dominant]. *Medialingvistika. Mezhdunar. nauch. zhurn – Media linguistics. International scientific journal*, 2014, no. 1, pp. 5–15 (in Russian).

Bolotnov A. V.

Tomsk State Pedagogical University.

Ul. Kievskaya, 60, Tomsk, Russia, 634061.

E-mail: nsb@tspu.edu.ru