



ЖУРНАЛИСТИКА

Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2025. Т. 25, вып. 1. С. 110–116

Izvestiya of Saratov University. Philology. Journalism, 2025, vol. 25, iss. 1, pp. 110–116

<https://bonjour.sgu.ru>

<https://doi.org/10.18500/1817-7115-2025-25-1-110-116>

EDN: XQROPF

Научная статья

УДК 070:811.161.1'271

Культура речи журналиста в эпоху медиатизации коммуникации

А. В. Дегальцева✉, М. А. Кормилицына

Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, Россия, 410012, г. Саратов, ул. Астраханская, д. 83

Дегальцева Анна Владимировна, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка, речевой коммуникации и русского как иностранного, deganna@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3791-9777>

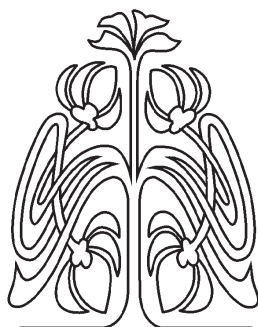
Кормилицына Маргарита Анатольевна, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка, речевой коммуникации и русского как иностранного, margarita-kormil@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3841-3647>

Аннотация. В современном обществе активно протекает процесс медиатизации культуры. Сегодня СМИ оказывают существенное влияние на гражданскую позицию, взгляды и уровень речевой культуры и коммуникативного поведения населения. Профессия журналиста является одной из важных и ответственных профессий. Именно потому журналист обязан транслировать хорошую речь: правильную, уместную, логичную, выразительную. К сожалению, речь работников современных СМИ далека от эталона. Она наводнена речевыми, грамматическими и стилистическими ошибками и неточностями. Невольное повторение таких ошибок и неудачных словоупотреблений может обеднять речь и приводить к коммуникативным рискам. Наблюдения показывают, что современные медиа тиражируют модные в разговорной речи и массовой культуре слова, конструкции, способы речевого взаимодействия, которые далеко не всегда являются нормативными с точки зрения литературного языка. В массмедийной культуре, особенно в блогосфере, наблюдаются детабуирование тем, ранее считавшихся запретными для публичной коммуникации, и речевая агрессия. Журналисты всё реже уделяют внимание форме выражения мысли, в связи с чем некоторые лексемы в СМИ ненормативно расширяют сочетаемость возможности и изменяют свою семантику. Глобализация коммуникации приводит к чрезмерному и неуместному использованию англицизмов в СМИ. В связи с изменениями в системе ценностей российского общества массмедиа всё чаще цитируют рекламу, популярные зарубежные фильмы и сериалы. Сегодня журналисты реже обращаются к академическим словарям и справочникам, ориентируясь при выборе языкового варианта на речь населения. Медиатизация культуры приводит к тому, что у носителей языка размываются представления о хорошей речи, риторическом идеале, традиционных ценностях, снижается уровень языковой рефлексии.

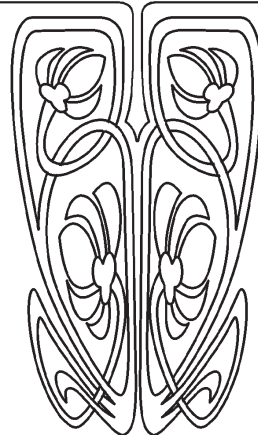
Ключевые слова: культура речи журналиста, речевая культура в СМИ, хорошая речь, медиатизация культуры, лингвоэкология

Для цитирования: Дегальцева А. В., Кормилицына М. А. Культура речи журналиста в эпоху медиатизации коммуникации // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2025. Т. 25, вып. 1. С. 110–116. <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2025-25-1-110-116>, EDN: XQROPF

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)



НАУЧНЫЙ
ОТДЕЛ





Article

The culture of journalists' speech in the period of mediatization of communication

A. V. Degaltseva ✉, **M. A. Kormilitsyna**

Saratov State University, 83 Astrakhanskaya St., Saratov 410012, Russia

Anna V. Degaltseva, deganna@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3791-9777>

Margarita A. Kormilitsyna, margarita-kormil@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3841-3647>

Abstract. The process of mediatization of culture is actively taking place in modern society. Today, the media have a significant impact on the civic position, views and level of speech culture and communicative behavior of the population. The profession of a journalist is one of the most important and responsible professions. That is why a journalist has to convey a good speech: correct, appropriate, logical, expressive. Unfortunately, the speech of modern media workers is far from the standard. It is replete with speech, grammatical and stylistic errors and inaccuracies. The unintentional replication of such errors and unfortunate word usage can impoverish speech and lead to communicative risks. Observations show that modern media actively repeat words, constructions, and ways of speech interaction that are fashionable in colloquial speech and popular culture, which are often far from the norm from the perspective of the literary language. In mass media culture, especially in the blogosphere, speech aggression and detabooing of topics that were previously considered forbidden for public communication can be observed. Journalists are paying less attention to the form of thought expression, and therefore some lexemes in the media are abnormally expanding their compatibility and changing their semantics. The globalization of communication leads to excessive and inappropriate use of English loan words in the media. Due to changes in the value system of the Russian society, the mass media are increasingly quoting advertisements, popular foreign films and TV series. Journalists are less likely to turn to academic dictionaries and reference books, focusing on the speech of the population while selecting a speech variant. The mediatization of culture leads to the fact that native speakers have blurred ideas about good speech, rhetorical ideal, traditional values, and the level of linguistic reflection decreases.

Keywords: culture of a journalist's speech, speech culture in media, good speech, mediatization of culture, linguoecology

For citation: Degaltseva A. V., Kormilitsyna M. A. The culture of journalists' speech in the period of mediatization of communication. *Izvestiya of Saratov University. Philology. Journalism*, 2025, vol. 25, iss. 1, pp. 110–116 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2025-25-1-110-116>, EDN: XQROPF

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

В современном обществе СМИ выступают в качестве одного из важнейших социальных институтов, формирующих общественные взгляды и языковые вкусы людей. Журналистская деятельность определяет нормы речевого и социокультурного поведения, которые внедряются в массовое сознание и становятся доминирующими в общественных отношениях. Сама профессия журналиста обязывает его сохранять и распространять хорошую речь с использованием русского литературного языка, являющегося государственным языком РФ. Это требование отражено в «Законе о СМИ». Именно поэтому журналист должен обладать высоким уровнем общей и речевой культуры.

Понятие «культура речи» включает в себя нормативный, коммуникативный и этический аспекты [1]. Известный советский лингвист Б. Н. Головин сформулировал качества, которыми должна обладать хорошая речь. Среди них он называет правильность, точность, чистоту, ясность, логичность, богатство, выразительность и уместность [2]. В известной и часто цитируемой коллективной монографии саратовских ученых «Хорошая речь» к важным критериям такой речи отнесена и коммуникативная целесообразность, под которой понимается со-

ответствие речи ситуации и задачам общения, стилю и жанру, учёт особенностей адресата [3]. Учёные установили, что созданию благоприятного коммуникативного климата способствует выполнение участниками социального взаимодействия общекультурных конвенций, хорошо известных ещё в Античности, но сформулированных в качестве особых принципов кооперации и вежливости в XX в. [4, 5].

В информационном обществе, феноменом которого признается медиатизация культуры, оказываются важными такие прикладные области знания, как лингвоэкология, коммуникативистика, риторика. По справедливому замечанию Т. В. Шмелёвой, современные медиа «из институции, отражающей жизнь, становятся фактором, определяющим существенные моменты жизни общества и современной личности» [6, с. 145].

В условиях медиатизации культуры общества формируется массовая речевая культура «как некий популярный способ общения, используемый множеством людей независимо от их статуса и социальной роли как в публичном общении, так и в повседневной жизни» [7, с. 179].

Цель данной работы – исследование речевой культуры журналистов современных медиаизданий и прогнозирование её влияния



на речь носителей русского языка. Материалом служат публикации прессы («Известий», «Московского комсомольца» (МК), «Комсомольской правды» («КП»), «Парламентской газеты» (ПГ), «Коммерсанта») и новостных электронных порталов (lenta.ru, «РБК», «РИА Новости», «Пресса России» и др.) за 2015–2024 гг. Исследование базируется на применении описательного и интерпретативного методов, а также компонентов дискурсивного анализа.

Наблюдения показывают, что влияние спонтанной устной речи на прессу значительно усиливается [8]. Одной из стилистических примет современных СМИ является ироническая тональность, основанная на смешении «низкого» и «высокого», литературного и нелитературного в медиатексте: *Пой-баба. В прокат выходит блестящая комедия Стивена Фрирза «Примадонна»* (Коммерсант, 12.10.2018); *Пожилый мужик <...> сиганул с Банковского моста в канал Грибоедова. Петербургские пользователи соцсетей живо обсуждают нырок полуголого пенсионера в студёные осенние воды канала Грибоедова* (МК в Санкт-Петербурге, 05.11.2021).

Современные медиа распространяют модные в массовой культуре слова и конструкции, свойственные живой непринуждённой речи и далеко не всегда являющиеся нормативными в литературном языке: *Осмысленная архитектура – это про здоровье живущих в ней* (КП, 22.09.2023); *«Движение первых» – это про коллектив* (Известия, 19.05.2023); *Находиться в «Полюсе» можно до самого поздна* (КП, 28.11.2018); *Также достаточно много преступлений по незаконному обороту оружия* (МК, 01.05.2019); *Достаточно много аварий происходит по вине пешеходов* (КП, 24.12.2021); *НХЛ не зависит от ИИХФ (международной хоккейной федерации) от слова «совсем»* (Известия, 04.09.2023); *Крайний раз, в феврале этого года, партию покинула депутат БГД Кристина Юстус <...>* (МК, 30.03.2021); *Свой крайний поединок Стерлинг провёл в этом году на турнире UFC 250* (КП, 07.03.2021).

Из молодёжной речи в медиaprостранство (даже прессу) проникают жаргонизмы: *Хайп на костях* (МК, 13.05.2021); *Кстати, про мультики... это какая-то жесьть. Особенный треш – это про маленьких пони* (КП, 03.03.2019). Среди таких жаргонизмов активно функционируют и десемантизированные элементы, например наречия *тупо* и *реально*: *Россия каждый год создаёт 70 млн тонн отходов. 90% из них тупо*

вываливается на свалках и там гниёт, тлеет, горит (МК, 05.12.2018); *Какое-то время его использовали как тюрьму, потом он так тупо и стоял в Бискайском заливе* (КП, 03.04.2015); *Можно ли реально заработать в сетевом маркетинге?* (КП, 02.02.2021); *<...> они реально очень вкусные* (КП, 20.09.2018).

Современные журналисты всё меньше заботятся о форме выражения мысли. В связи с этим в СМИ некоторые слова ненормативно расширяют свои семантические и сочетаемостные возможности. Так, наречие *вприкуску* употребляется в значении ‘закусывая чем-либо’ и даже ‘запивая чем-либо’: *Грибное варенье хорошо идёт как вприкуску с чаем, так и может выступить в роли оригинального соуса к мясу* (МК, 09.07.2022); *А когда пьёшь на веранде чай с богородской травой вприкуску с райским медком – хмелеешь* (КП, 01.09.2018). Можно привести и другие примеры нарушений норм лексической сочетаемости и иных лексических ошибок в СМИ: *Проход <...> люто мечтает разбогатеть* (КП, 15.03.2021); *<...> представители каких профессий считаются самыми отъявленными трудоголиками – в материале «Известий»* (Известия, 21.07.2024); *Лавров отметил, если президенты видят, что есть вопросы для обсуждения, то время не играет значения* (РИА Новости, 07.07.2017); *Это хорошее заживляющее средство, но сам по себе хитозан достаточно плохо останавливает кровь* (Известия, 12.04.2014); *<...> в Челябинске 15-летний школьник по описанным выше причинам насмерть зарезал мать* (ПГ, 15.09.2021). Встречаются в прессе и случаи нарушения грамматических норм: *На церемонии вручения генеральских погонов президент Беларуси сделал важные заявления* (КП, 27.07.2023); *Это неожиданное и быстрое перестроение русских кораблей вызвало замешательство среди турков* (ПГ, 19.07.2019); *Половина болгаров поддерживают политику России* (КП, 02.08.2022); *Лишь отдельные делегации оказались не готовы к предметному разговору, большинство поддержали наше предложение* (Известия 20.11.2017).

Особенно много лексических и грамматических ошибок, стилистических погрешностей встречается в электронных СМИ: *Воронеж: коммунальщики о общественный транспорт накрылись сугробами* (прессароссии.рф, 15.12.2023); *За мордобой виновный заплатит 30 тысяч рублей морального вреда* (<https://www.sutynews.ru>, 30.11.2022); *Соответственно, данное постановление применительно по отношению к домам,*



в которых нет общедомовых счётчиков (<https://kam-news.ru/za-chej-schyot-budet-poverka.html>).

Н. Д. Бессарабова с сожалением отмечает, что среди ценностей, транслируемых современными СМИ, прочно укоренились пошлость, демагогия и бюрократизм, что, по её мнению, должно стать предметом пристального внимания лингвистики [9]. Под влиянием медиа наблюдаются случаи детабуирования тем, которые ранее считались недопустимыми в публичной коммуникации. Это явление встречается не только в личных блогах медийных личностей и различных ток-шоу, но и в прессе. Духовная составляющая жизни человека замещается телесной. На намеренном нарушении принципов вежливости и кооперативности строится ряд современных телешоу и передач на различных видеоплатформах. Такие медиапродукты (иначе их назвать сложно) удовлетворяют интересам невзыскательных зрителей, привлекая их внимание демонстрацией конфликтов, речевой агрессии, смакованием низменных тем и непристойностей. Подобные ток-шоу приносят большую прибыль их организаторам и ведущим. Безусловно, у зрителя, имеющего чёткое представление о духовных ценностях и границах дозволенного, такие передачи вызывают отторжение. Например, в сети часто обсуждают агрессивное поведение ведущего передачи «Мужское / Женское» Александра Гордона, который позволял себе оскорбительные высказывания в адрес гостей программы. Идеи современных прибыльных видеопроектов нередко строятся на высмеивании и унижении личности, которая получает свою «минуту славы» и/или денежное вознаграждение за участие в скандальном шоу. Речевая агрессия присутствует и во многих политических телепередачах, герои которых стремятся как можно чаще перебивать и оскорблять своих оппонентов, при этом постоянно повышая голос или срываясь на крик.

Учёные отмечают усиление процесса эмоциональной негативации в современной русской речи [10]. Трудно не согласиться с В. И. Коньковым, утверждающим, что «не без влияния агрессивной публичной речи всё более агрессивным становится и наше бытовое речевое поведение» [11, с. 106]. Подтверждением этого могут служить записки с угрозами и оскорблениями, которые оставляют друг другу соседи в российских многоквартирных домах: *Родителям малолетнего художника, который рисует в*

лифте! Учитывая стоимость квартир в нашем доме, удивительно, что вы не нашли средств приобрести своему чаду мольберт и краски. Не размножайтесь больше, пожалуйста! Полная фигня у вас получается!

По мнению исследователей, распространение речевой агрессии в современной обиходно-бытовой и даже в официальной бизнес-коммуникации объясняется социокультурным неблагополучием современной жизни, восприятием информации как предмета товарно-денежных отношений, влиянием на сознание современных людей философии и стилистики постмодерна с его размыванием ценностных ориентиров, идей об относительности истины и плюрализме мнений [9, 12].

Нередким в современных СМИ является нарушение этических норм, связанное с иронизированием над трагическими событиями. Чёрный юмор как постмодернистский приём демонстрации относительности общечеловеческих ценностей активно используется в СМИ. В прессе этот приём чаще всего применяется в сильной позиции текста – заголовке – для привлечения внимания адресата: *Вышедший из «сухого закона» житель Бурятии пошел на «мокрое» дело* (МК, 15.12.2021) – об убийстве жителем Бурятии своей соседки; *Свою первую жертву с продуктовой фамилией Печёнкин Кузиков убил и съел в ноябре 1992 года* (МК, 30.11.2021); *Суп из Эдика, холодец из Саши* (АиФ, 05.04.2024) – название статьи о жертвах петербургского людоеда.

Как отмечают Ю. М. Лотман и Б. А. Успенский, «смена культур (в частности, в эпохи социальных катаклизмов) сопровождается обычно резким повышением семиотичности поведения» [13, с. 485]. В условиях глобализации коммуникации в медиа чрезмерно и часто неуместно используются англицизмы, в том числе написанные латиницей: *Россияне выбирают all inclusive* (Известия, 10.03.2017); *<...> почему эта выставка из разряда must see?* (lenta.ru, 28.10.2019); *Вещи красного цвета must-have в гардеробе* (КП, 05.09.2023); *Event-индустрия просит уточнить: как можно и нельзя проводить мероприятия* (журнал «РБК», 20.09.2020). Это негативное явление неоднократно отмечалось О. Б. Сиротининой, считающей, что без знания английского языка в его современном состоянии сегодня невозможно читать даже газеты [14, 15]. Наблюдения показывают, что не все носители русского языка положительно



относятся к буму заимствований. В качестве примера приведём обсуждение хлынувшего в нашу речь потока англицизмов в социальной сети «ВКонтакте» (с сохранением авторских орфографии и пунктуации): *Откуда у детей возьмётся патриотизм, если они русских слов не знают? Патриоты Европы* (https://vk.com/wall-87721351_4374617); *Язык – это зеркало духовной жизни народа! Наш народ сейчас болен, соответственно и язык болен. Исцелится народ – исцелится и язык!*; *Заимствования – это жестокая человеческая лень, один из видов греха* (https://vk.com/topic-3151467_7138294?offset=60). Конечно, журналисты не должны чрезмерно «увлекаться» англицизмами, ведь это засоряет их речь и вызывает неприятие у потенциальной аудитории.

В связи с отмечаемым многими учёными снижением уровня культуры российского общества и изменениями в системе его ценностей среди прецедентных феноменов в современных СМИ всё чаще используются цитаты из популярных зарубежных фильмов, сериалов, книг («Игра престолов», «Ходячие мертвецы», «Гарри Поттер», «Матрица» и др.) или рекламы: *Зима близко: Ванга предсказала новую холодную войну России и США* (МК, 13.07.2022); *Теперь Добби свободен: защитник «Урала» объявил об уходе сценой из «Гарри Поттера»* (КП, 27.05.2020); *Проснись, Нео! Ты увяз в матрице!* (МК, 20.08.2020.); *Не тариф, а тарифище: МТС выставил новосибирцам многомиллионные счета* (МК, 19.09.2020). Отсылки к богатому русскому культурному наследию (классической литературе, цитатам великих деятелей искусства и др.) используются в СМИ всё реже, поскольку не всегда узнаются современными носителями языка. Если же и употребляются, то обычно в таких контекстах, где приобретают ироническое или пренебрежительно-уничтожительное звучание: *Вор – это звучит гордо* (МК, 29.01.2010); *Дым Отечества: в регионах разгораются природные пожары* (Известия, 24.04.2020); *Прикусите великий и могучий* (МК, 13.08.2013); *Я памятник себе воздвиг слегка нелепый: самые безумные творения скульпторов по всему миру* (МК, 14.07.2022).

В эпоху медиатизации и глобализации культуры наблюдается «свобода слова без ответственности» за него [16, с. 101], размывание представлений о хорошей речи и риторическом идеале, трансформация традиционных для русской культуры ценностей, снижение языковой

рефлексии. Именно поэтому сегодня журналисты должны особенно внимательно относиться к чистоте и правильности своей речи, ведь на них лежит ответственность за сохранение русского литературного языка. Можно согласиться, что «определённое настроение общества, изменившаяся его структура, новая модель поведения людей, иной общественный вкус и мода ведут к сознательному видоизменению литературно-языковых норм и ослаблению их системы в целом. Ищутся языковые варианты, которые были бы противопоставлены кодифицированным, кажущимся тусклыми, нормам литературного выражения...» [17, с. 23].

В XXI в. узуальные нормы активных пользователей языком начали влиять на выбор вариантов для закрепления в словарях и справочниках. Так, допустимым стало произношение *феномён* (о человеке) и *дóговор* [18]. Следует заметить, однако, что работники СМИ нередко проявляют нетерпимое отношение к вариативности и сложности речевых явлений, отражённых в словарях. Так, принимая участие в обсуждении «Большого орфоэпического словаря русского языка» [18], диктор Павел Конышев характеризует его как «самый неправильный словарь для практической работы! Ещё и неудобный, громоздкий!». Он утверждает следующее: «В работе диктора категорически не допускается вариантов произношения. А где простому народу услышать правильную русскую речь? Только не вздумайте говорить о свободе выбора!))» (https://vk.com/wall-123473090_3304). Конечно, если сами работники СМИ открыто выражают такое отношение к академическим словарям и их рекомендациям, то и ждать другой реакции от населения не стоит.

В № 13 газеты «Аргументы и факты» за 2024 г. была опубликована статья журналиста Т. Улановой «“Ивонная и ихняя”. Анна Шатилова рассказала о том, как уродуют русский язык и можно ли это остановить». Материал представляет собой размышления А. Шатиловой, которая больше 60 лет была ведущей важнейших новостных программ, о культуре речи современных дикторов. Она с сожалением отмечает: «Теперь мы читаем не книги, а интернет, пишем не письма, а эсэмэски – сокращая слова и игнорируя знаки препинания. Такой нынче темпоритм. Но глумиться над русским языком нельзя». Она рассказывает об ударениях, словах и выражениях, которые недопустимы в эфире, да и вообще в речи. А. Шатилова приводит мас-



су примеров нарушений норм русского языка современными журналистами и корреспондентами: *это говорит об ихней неграмотности; инцендент; это может занять больше время; приехали с Саратова, с Пензы; передайте своим тренерам; я встаю сильно заранее; вы увидите это чуть-чуть попозже; она страшно красивая; самолёт разбился благодаря работе диспетчера; ко́лосс на глиняных ногах* и др.

Тем не менее, в последние годы лингвоэкологическая ситуация в СМИ существенно улучшается, причём благодаря не только правовому регулированию журналистской деятельности, но и «духовному оздоровлению общества» [12, с. 78]. В современных медиа работает много профессиональных журналистов, обладающих высокой коммуникативной компетентностью. Среди них – не только работники канала «Культура» или журналисты «Литературной газеты», но и работники массовой прессы, например, обозреватель газеты «Московский комсомолец» Дмитрий Попов. Стиль его статей и колонки «Неделя с Дм. Поповым» гармонично сочетает в себе черты разных жанров (эссе, прогноза, совета и др.) и стилей (публицистического, художественного, обиходно-бытового). Д. Попов умело использует метакомментарий как важнейшее средство адресации речи, эффективно пользуется средствами имплицитной передачи информации (иронией, прецедентными феноменами и др.). Анкетирование учителей-словесников г. Омска, проведённое О. С. Иссерс, показало, что среди наших современников, по мнению информантов, носителями высокой речевой культуры являются в том числе и журналисты, дикторы, телеведущие (В. Познер, Е. Андреева, Д. Дибров, Д. Златопольская, А. Малахов и др.). В то же время исследование О. С. Иссерс свидетельствует о размытости речевого идеала в массовом сознании носителей русского языка [7].

Итак, наблюдения показывают, что уровень речевой культуры журналистов массовых изданий (особенно региональных) далёк от высокого. В их публикациях встречаются нарушения лексических, стилистических, этических норм, они ориентируются на ценности массовой культуры, отвечающие потребностям невзыскательной аудитории. В СМИ наблюдаются обеднение и огрубление речи, засорение её англицизмами, снижение внимания к форме выражения мысли. Несомненно, на изменения речевых норм влияет доступность интерактив-

ных СМИ, а также приход в журналистскую профессию большого количества людей, не обладающих высоким уровнем языковой компетентности. К сожалению, сегодня свобода мнений нередко подменяется свободой слова без ответственности за его влияние на общественное сознание. Задача журналиста состоит в том, чтобы совершенствовать речь населения, прививать аудитории языковой вкус, сокращать количество «пользователей» языком и расширять круг носителей языка, владеющих его нормами и правилами.

Список литературы

1. *Ширяев Е. Н.* Современная теоретическая концепция культуры речи // *Культура русской речи : учебник для вузов* / под ред. Л. К. Граудиной, Е. Н. Ширяева. М. : Норма, 2000. С. 12–24.
2. *Головин Б. Н.* Как говорить правильно: Заметки о культуре русской речи. М. : Высшая школа, 1988. 160 с.
3. *Хорошая речь* / под ред. М. А. Кормилицыной, О. Б. Сиротининой. Изд. 2-е., испр. М. : ЛКИ, 2007. 320 с.
4. *Грайс Г. П.* Логика и речевое общение // *Новое в зарубежной лингвистике*. Вып. XVI. Лингвистическая прагматика / под общ. ред. Е. В. Падучевой. М. : Прогресс, 1985. С. 217–287.
5. *Leech G. N.* Principles of Pragmatics. London ; New York : Longman, 1983. 250 p.
6. *Шмелёва Т. В.* Медиатизация как феномен современной культуры и объект исследования // *Вестник Новгородского государственного университета* Серия: Гуманитарные науки. 2015. № 7 (90). С. 145–148.
7. *Иссерс О. С.* Массовая речевая культура в аспекте медиатизации социальных коммуникаций // *Вестник НГУ. Серия: История, филология*. 2019. Т. 18, № 6: Журналистика. С. 177–187. <https://doi.org/10.25205/1818-7919-2019-18-6-177-187>
8. *Коньков В. И., Соломкина Т. А.* Коммуникативный статус профессиональной журналистской речи в русскоязычной медийной среде // *Русистика*. 2021. Т. 19, № 4. С. 419–435. <https://doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-4-419-435>
9. *Бессарабова Н. Д.* Лингвоэтика, или еще раз об этическом аспекте культуры речи современных СМИ и рекламы // *Журналистика и культура русской речи*. 2011. № 2 (58). С. 54–63.
10. *Сковородников А. П.* О сверхсильной речевой агрессии и ее модальном антиподе // *Политическая лингвистика*. 2019. № 3 (75). С. 12–21. <https://doi.org/10.26170/pl19-03-01>, EDN: VTТАРТ
11. *Коньков В. И.* Актуальные проблемы культуры речи в СМИ // *Записки Горного института*. 2005. № 2. С. 105–107.



12. Хорошунова И. В. Лингвоэтические девиации современных СМИ // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2020. № 2. С. 75–78.
13. Лотман Ю. М., Успенский Б. А. О семиотическом механизме культуры // Лотман Ю. М. Семиосфера. СПб. : Искусство-СПб, 2000. С. 485–504.
14. Сиротинина О. Б. Состояние русской речи // Экология языка и коммуникативная практика. 2019. № 4, ч. 2. С. 112. <https://doi.org/10.17516/2311-3499-095>, EDN: DZROYZ
15. Дегальцева А. В., Сиротинина О. Б. К проблеме изменения норм современного русского языка // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2022. Т. 22, вып. 4. С. 368–376. <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2022-22-4-368-376>, EDN: VUIWGO
16. Анненкова И. В. Язык современных СМИ как система интерпретации в контексте русской культуры (попытка риторического осмысления) // Язык современной публицистики : сб. ст. / сост. Г. Я. Солганик. М. : Флинта ; Наука, 2005. С. 99–114. EDN: GJKOVH
17. Костомаров В. Г., Бурвикова Н. Д. Карнавализация как характеристика современного состояния русского языка: лингвометодический аспект // Функциональная семантика языка, семиотика знаковых систем и методы их изучения : междунар. конф. : тезисы докл. : в 2 ч. / отв. ред. Л. А. Новиков. М. : Изд-во РУДН, 1997. Ч. 1. С. 23–24. EDN: XLQQZL
18. Каленчук М. Л., Касаткин Л. Л., Касаткина Р. Ф. Большой орфоэпический словарь русского языка. Литературное произношение и ударение начала XXI века: норма и её варианты. Изд. 2-е, испр. и доп. М. : АСТ-Пресс, 2017. 1024 с. (Фундаментальные словари).

Поступила в редакцию 28.07.2024; одобрена после рецензирования 29.08.2024;
принята к публикации 14.11.2024; опубликована 28.02.2025
The article was submitted 28.07.2024; approved after reviewing 29.08.2024;
accepted for publication 14.11.2024; published 28.02.2025