

УЎК (УДК, UDC): 070.41  
DOI: 10.36078/ 1570170073

## ПОЗИЦИЯ АВТОРА В МЕДИАКОНТЕКСТЕ



**Назира Курбановна ТАШПУЛАТОВА**

Кандидат филологических наук, доцент

Заведующий кафедрой

Университет журналистики и массовых коммуникаций  
Узбекистана

Ташкент, Узбекистан

[naziraqurbonnaziraqurbon@list.ru](mailto:naziraqurbonnaziraqurbon@list.ru)

### Аннотация

Данная статья посвящена одному из основных компонентов журналистского произведения — авторской позиции, ее роли и значению в медиатексте. Цель статьи — определить значение понятия на основе анализа российских, зарубежных и узбекских исследований. Используются теоретические методы: анализ, сравнение, сопоставление и др. Результаты исследования показывают, что представленные в научной литературе подходы к определению понятия «позиция» разнообразны, но их объединяет понимание того, что позиция автора является основой журналистского произведения.

**Ключевые слова:** позиция; точка зрения; мнение; текст; медиаконтекст; стиль; журналистское произведение; рассуждение; идея; мировоззрение; аспект.

## МЕДИАКОНТЕКСТДА ЖУРНАЛИСТ ПОЗИЦИЯСИ

**Назира Қурбановна ТОШПЎЛАТОВА**

Филология фанлари номзоди, доцент

Ўзбекистон журналистика ва оммавий  
коммуникациялар университети

Тошкент, Ўзбекистон

[naziraqurbon@list.ru](mailto:naziraqurbon@list.ru)

### Аннотация

Мазкур мақола журналистик материалнинг муҳим белгилари бири — медиатекстда муаллиф ёндашувнинг ўрни ва аҳамиятига бағишланади. Мақоланинг мақсади — Россия, хорижий ва Ўзбекистонда мавжуд тадқиқотларини ўрганиш ва таҳлил қилиш орқали ушбу тушунчанинг моҳиятига ойдинлик киритишдир. Бунда назарий методлардан: таҳлил, қислаш, солиштириш каби методлардан фойдаланилади. Тадқиқот натижалари тақдим этилган илмий адабиётларда “позиция” тушунчасига ёндашув кенг ва турли туман эканлиги, уларни бирлаштирувчи муҳим белги бу — муаллиф ёндашуви журналистик асарнинг энг муҳим белгиларидан эканлигига ойдинлик киритади.

**Калит сўзлар:** позиция; нуқтаи назар; фикр; матн; медиаконтент; услуб; журналистик асар; мнение; текст; медиаконтекст; стильмулоҳаза; ғоя; дунёқараш; аспект.

## THE POSITION OF THE AUTHOR IN MEDIAKONTEKST

**Nazira Kurbanovna TASHPULATOVA**

Candidate of Philology, Associate Professor

Head of the Department

Journalism and Mass Communications University of Uzbekistan

Tashkent, Uzbekistan

[naziraqurbon@list.ru](mailto:naziraqurbon@list.ru)

### Abstract

This scientific article is dedicated to clarify the role and value of “point of view” of the author in the media text, which is considered as one of the most important components of journalistic composition. The goal of writing of this article is the identification of the meaning of “point of view” of author and the value of its usage according to scientific conclusions of Russian and foreign researchers. It’s noticed that this given scientific problem is the object of investigation of such sciences as philosophy, political science, psychology, sociology, philology. During the creation of the article such theoretic methods as analysis, comparison, collation, logical approach were used. According to research the conception of “point of view” in different scientific sources are interpreted differently.

In the basis of reaserches and analyzes, we have concluded, that the only aspect which unite all scientific definitions listed above is the point of view of the author, as the basis of journalistic composition and in our opinion, the “point of view” is the system of author’s thoughts in the relation to concrete reality.

**Keywords:** point of view; opinion; text; media context; style; journalistic work; reasoning; position; outlook; aspect.

**Введение.** Когда речь идет о композиции журналистского произведения, основное внимание уделяется его сути, тексту, а не структуре текста. В этом плане основными теоретическими задачами журналистики в обеспечении сущности журналистского произведения являются определение места и значения таких понятий, как событийность, тема, факт, идея, выражение, авторское «я», а также позиция и отношение автора, которые считаются основными компонентами медиатекста. Целью данной научной статьи выбрано исследование именно понятия «позиция автора» из всех названных компонентов.

В ряде научных публикаций репрезентируется образ автора, связывающий воедино разнородные элементы произведения. Так, рассуждая о социокультурных моделях журналистики, известный ростовский профессор Е.А. Корнилов утверждал, что образ автора «выраженный или в форме непосредственных заявлений — “я видел...”, “я слышал...”, “я подумал...” и т.п., или же “растворенный” в системе рассуждений является мощным

катализатором восприятия заложенной в тексте информации, поскольку создает ситуацию диалога» (16, 37).

Новая языковая реальность усиливает внимание к медиатекстам, определяет необходимость новых подходов к их изучению. Сегодня появляются работы, посвященные трансформации медиатекстов под влиянием культурологических и технологических факторов, среди которых выделяются труды ведущих медиалингвистов (Т. Г. Добросклонская, Л. Р. Дускаева, М. Ю. Казак, С. G. Christians, Т. L. Glasser, D. McQuail, K. Nordenstreng). В условиях появления альтернативной журналистики, блогеров в зону активизации подпадают дискуссии о сохранении авторской журналистики. Журналист Игорь Яковенко в заголовок своей статьи выносит утверждение: «Авторская журналистика не умрет под давлением новых цифровых технологий» (28).

Белорусская научная школа медиалингвистики сосредотачивается на изучении идиостиля, который не только влияет «на формирование информационного поля языковой личности», но и адаптируется «под ее информационное поле в процессе деятельности» (2; 3). Исследователями анализируется идиостиль ведущих российских журналистов М. Ростовского («МК»), В. Костикова («АиФ»), Л. Радзиховского («РГ») и Ю. Калининой («МК») (15), его специфика в конкретной их реализации. Ученые утверждают, что «нельзя повторить текстовый облик человека, как и его ДНК-образ. Под медиалингвистическим микроскопом исследователь способен рассмотреть и социальный знак, и текстовый маркер журналиста» (10, 7).

Представители петербургской школы медиалингвистов рассуждают об авторском уровне эстетического конструирования медиатекста, связанного с речевой компетентностью адресанта. Журналистика приобретает выраженные авторские черты, «где явно присутствует говорящий, который думает, рассуждает, анализирует, обобщает и делится своим мнением с аудиторией. Он индивидуален, персонифицирован, и его мнение — одно из многих. Актуальность такого мнения во многом зависит от коммуникативных качеств сообщаемого» (27).

В совершенствовании теории, касающейся журналистики, в последнее время все больший акцент делается на такие понятия, как «журналистика мнений» или «авторская журналистика». Их актуальность особенно растет в условиях быстрого развития гражданской журналистики. Так означают ли

эти понятия одно и то же или же все-таки отличаются? На чем основывается их схожесть? На наш взгляд, для определения роли позиции в медиатексте необходимо вначале ответить на эти вопросы.

В статье используются теоретические **методы**: анализ, сравнение, сопоставление и др.

**Результаты.** Большинство исследователей сходятся во мнении, что журналистика мнений и авторская журналистика – это одно и то же. Например, российский журналист Игорь Яковенко считает, что «авторская журналистика – это есть журналистика мнений, или наоборот». В качестве основных признаков авторской (журналистики мнений) он выделяет следующее:

- 1) Четкая позиция, точка зрения журналиста отражается в его статье;
- 2) Журналистский материал служит для выражения идеи автора;
- 3) Сохранение авторского стиля;
- 4) Использование автором своего стиля в рабочем процессе;
- 5) Недопущение скрытого влияния на сознание аудитории, принуждения (28).

Если внимательно проанализировать названные признаки, то можно отметить, что второй пункт относится к мастерству журналиста, третий — его стилю, четвертый — профессионализму, пятый — психологии. Лишь первый пункт — выражение позиции журналиста — относится именно к композиции и тексту журналистского произведения. Это означает, что идейная и авторская журналистика – не совсем одинаковые понятия. Автор исследует, освещает те факты и доказательства, свидетелем которых стал сам, добыл их. Иногда его личное мнение может быть лишним или же он прислушивается к мнению окружающих. А журналистика мнения иная. Здесь основная идея та, которая выстраивается на основе взглядов, принципов и тенденций, сформированных у общества по отношению к конкретному событию, ситуации, процессу. Если существует понятие идеи в медиатексте, то может ли идея существовать без позиции, личного мнения журналиста? Для этого в первую очередь нужно разобраться в сути самого понятия «позиция».

В «Толковом словаре русского языка» под ред. Ефремовой «позиции» дается следующее определение: 4. перен. Точка зрения, отношение к чему-л., определяющие характер действия, поведения (9).

Слово «позиция» в таком же значении широко используется в узбекском литературном языке, а также в журналистских материалах. Несмотря на это, у него нет окончательного описания, четкого научного значения. В источниках, которые мы изучили, даются его синонимы или сведения о его общей сути. В «Словаре медиа и коммуникации» (*Dictionary of media and communications*) (30) нет сведений о слове «позиция», но толкуются такие понятия, как «идея» («*opinion*»), «идея автора» («*author theory*»), «концепция» («*concept*»). В «Словаре терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности» А.В. Федорова отсутствует толкование «позиции» (26, 64).

Известные ученые Г. В. Лейбниц, У. Джеймс, П. А. Флоренский, П. Валери (20) изучали «позицию» как философскую категорию и приближали ее к понятиям «точка зрения», «мировоззрение», «отношение», «аспект», «перспективы». Они отмечали, что позиция помогает анализировать событие, избежать предположительных обсуждений, способствует поиску оригинального решения проблемы. Исходя из мнений вышесказанных исследователей, можно сделать вывод, что с помощью понятия «позиция» можно выявить принципы выражения мысли, составления текста. А этими вопросами занимается такая наука, как нарратология. Кроме того, исследование способа выражения позиции автора также считается задачей этой науки.

«Большой энциклопедический словарь» (4) под мировоззрением предлагает понимать «систему взглядов на мир и место в нём человека, отношение человека к окружающей его действительности и к самому себе, а также обусловленные этими взглядами основные жизненные позиции людей, их идеалы, убеждения, принципы познания их деятельности, ценностные ориентации». Под позицией — «устойчивую, внутренне осознанную систему отношений к обществу, к другим людям и к самой себе, она связана органически с её ценностной системой и является одним из её элементов». «Позиция — это структурно-личностное образование, которое отражает характер взаимоотношений личности и общества, определяет социальную активность личности и её направленность на общественно значимые цели» (Большая Советская Энциклопедия, 1975).

Социологический энциклопедический словарь даёт следующее определение позиции: «Позиция, мнение по какому-либо вопросу, определённая оценка факта, события; устойчивая система отношений

человека к действительности, проявляющаяся в соответствующем поведении и поступках» (21, 403).

В «Поэтике композиции» Б.А. Успенского дается описание «позиции», но конкретного *определения нет* (24).

Исследователь Б.О. Корман в своей работе «Изучение текста художественного произведения» (14) объясняет термин «позиция» понятиями «отношение», «точка зрения». Ю. М. Лотман считает «позицию» близкой по значению к термину «ракурс», который используется в изобразительном искусстве и кино. Лотман описывает ее в качестве «системы отношения автора к объекту и его взглядов» (18, 149). Определение «позиция» можно встретить в книге известного лингвиста Б. А. Успенского «Семиотика искусства». Он пишет, что «основа каждого художественного, научного и творческого произведения — позиция автора» (25).

Наша цель — изучить композиционные возможности медиаконтекста в отражении позиции автора и определить их типологию. Хотя до сегодняшнего дня в рамках других отраслей искусства и науки композиционные возможности уже изучались, особенно в близкой к журналистике лингвистике и литературе существуют такие исследования. Но аспекты, связанные с выражением позиции автора в медиатексте, в узбекской журналистике еще не изучены.

В журналистском произведении позиция журналиста связывается с субъективизмом, то есть с личностью автора. В частности, Д. Мэррилл, который проводил исследования по этой теме, говорит следующее: «Субъективизм — это отражение в статье личного мнения и взглядов журналиста» (8, 181). Специалист в области СМИ М.Н. Ким отмечает идею в качестве одного из трех основных компонентов произведения (факт, идея, тема) (12; 13). Также автор книги «Литературное редактирование» К.М. Накорякова в качестве важного способа выражения темы отмечает размышления автора (19).

Такой вывод исследователя, безусловно, основан на конкретных источниках или исследованиях, но эти взгляды можно еще обсудить, оспорить. Например, Х. Н. Дустмухаммедов утверждает следующее: «В некоторых статьях позиция публициста явно бросается в глаза, а в некоторых можно увидеть обратное. Часто встречаются статьи, где автор остался в тени темы, его позиция, авторское «я» и факт испарились на фоне приведенных цифр и прочих сведений. С одной стороны, одной из причин этого можно

назвать неопытность автора, с другой стороны, это можно связать со стилем публициста. Некоторые из них пишут резко, другие же — очень разъясняюще, у некоторых отмечается критический дух, а у других можно увидеть сатиру или же бросается в глаза развернутая аналитика. Поэтому к этой теме нужно относиться исходя из личности и стиля автора» (17).

В «Словаре основных понятий и терминов», подготовленном факультетом журналистики Воронежского государственного университета (23), авторская журналистика описывается следующим образом: «Все материалы, где отражены личность журналиста и его авторское “я” есть авторская журналистика». На наш взгляд, это тоже неточная формулировка. Если принимать эту теорию как правильную, то получается, что каждое медиапроизведение — это плод творчества автора. Раз есть категория творчества, то, естественно, в нем всегда будет присутствовать личное отношение автора и его «я».

Таким образом, во всех нами изученных источниках позиция автора используется в качестве синонима таких понятий, как идея, размышление, отношение, вывод. Но эти термины в узбекском медиатексте не изучались системно и не толковались. Поэтому мы рассмотрим каждый из них по отдельности.

В «Толковом словаре русского языка» **о мнении** говорится следующее: «Суждение, выражающее оценку кого-, чего-л, отношение к кому-, чему-л, взгляд на кого-, что-л.». Здесь стоит отметить, что в журналистике феномен мнения больше всего изучался среди названных выше понятий (9).

В учебнике «Теория и практика массовой коммуникации» М.Н. Кима в качестве основных компонентов статьи названы факт, мнение и авторская концепция (13, 68.) Известный русский журналист В. Аграновский считает мнение основой журналистского произведения. На западе формулой хорошей статьи считается «факт+мнение» (1). Но, как мы убедились выше, существуют и другие компоненты (рассуждение, отношение, вывод и др.), которые выполняют схожие с мнением функции, но при этом нельзя отрицать, что между ними есть различия. Многие исследования объединили эти компоненты под категорией «мнение». На наш взгляд, мнение — это изначально существовавший взгляд автора на событие. Если эти взгляды будут развиты в статье, логически продолжены, завершены или интерпретированы в других формах, то в рамках композиции журналистское произведение начнет выполнять новые функции, то есть мнение

автоматически перерастет в рассуждение, вывод, отношение и др. Значит, в теории журналистики существует необходимость в изучении категории «мнение» и «позиция автора», выделении из них других идейных компонентов.

В «Толковом словаре русского языка» **о рассуждении** говорится, что это действие по глаголу *рассуждать*, т.е. «мыслить, строить умозаключения» (9).

Филолог К. М. Накорякова в своей книге «Литературное редактирование» считает рассуждение отдельным видом толкования мнений автора. Специалист приводит следующую формулу конструктивного рассуждения: основное мнение+вывод (19). То есть нужно развить идею автора и в конце текста сделать заключение. Значит, рассуждение – это развитие авторского мнения, выражение логической непосредственности и завершение журналистского материала конкретным выводом. В этом плане, на наш взгляд, мнение основывается на нескольких рассуждениях. Ведь для выражения какого-либо вывода автор должен проводить несколько взглядов, исходя из своей идеи, должен определить их последовательность. Раз так, рассуждение – это развернутое изложение и логическое развитие, позволяющее прийти к определенному выводу в рамках идеи и композиции журналистского произведения.

В «Толковом словаре русского языка» **об отношении** говорится следующее: «Взгляд на что-л., восприятие, понимание чего-л.». Один из видных исследователей в теории журналистики А.А. Тертычный в книге «Жанры периодической печати» пишет о предмете статьи следующее: одна из важных задач журналиста – уместный комментарий или воздержание от него по отношению к предмету (реальности, ситуации, личности). По мнению А.А. Тертычного, отношение — это выражение мнения о соответствии конкретного предмета или события на потребности, интересы и требования общества. Значит, отношение — это тоже позиция. Но если обратиться к вышеприведенному определению мнения, то это заранее существовавший вывод, приговор автора. А отношение — это подход автора или оценка ситуации, возникшие в ходе анализа реальности, ситуации, предмета или личности (9, 141).

«**Вывод** — логический результат выдвинутого мнения или рассуждения». Исследователь Орловского государственного университета А.Л. Дмитровский в исследованиях, посвященных видам композиции в



медиа­тек­сте, от­ме­ча­ет вы­вод в ка­че­стве важ­но­го ус­ло­вия ус­пеш­но­го ана­ли­за (5). Значит, вы­вод так­же близок ко вто­рой стихии жур­на­ли­сти­ки — м­не­нию. Но «вы­вод — это не м­не­ние». На­об­о­рот, вы­вод — это за­вер­ше­ние м­не­ния. В кон­це ста­тьи да­е­ся за­вер­шен­ный и и­то­го­вый вы­вод жур­на­ли­ст­ско­го про­из­ве­де­ния. Вы­вод — об­об­ще­ние всех м­не­ний и рас­суж­де­ний с це­лью при­хо­да к од­но­му за­к­лю­че­нию.

Значит, не­с­мот­ря на то что рас­суж­де­ние, от­но­ше­ние и вы­вод — до­воль­но схо­жие по­ня­тия по сло­вар­но­му значе­нию, они все же оста­ют­ся смеж­ны­ми ком­по­нен­та­ми, вхо­дя­щи­ми в со­став ме­ди­а­тек­ста. Они фор­ми­ру­ют со­став ме­ди­а­тек­ста и ре­аль­но уча­ст­вуют в ос­ве­ще­нии дей­ст­ви­тель­но­сти. А точка зре­ния ав­то­ра не яв­ля­ет­ся со­став­ной ча­стью ста­тьи. Это от­ра­же­ние ми­ро­воз­зре­ния, прин­ци­па, фак­то­ров и по­зи­ции жур­на­ли­ста по от­но­ше­нию к ре­аль­но­сти, ос­но­ван­ные на от­но­ше­нии и м­не­нии. Точка зре­ния может вли­ять на кон­цеп­цию ме­ди­а­тек­ста, но не яв­ля­ет­ся ком­по­зи­ци­он­ным при­зна­ком. Извест­ный уз­бек­ский пи­са­тель и пу­бли­цист Х. Ду­ст­му­хам­ме­дов да­ет «точке зре­ния» сле­ду­ю­щее оп­ре­де­ле­ние: «Од­но из пер­вых ус­ло­вий художественной пу­бли­ци­сти­ки – это точка зре­ния ав­то­ра. В каж­дом пу­бли­ци­стическом про­из­ве­де­нии долж­ны явно бросать­ся в глаза по­зи­ция ав­то­ра, его ав­тор­ское «я» по от­но­ше­нию к про­б­ле­ме, во­об­ще, про­ис­хо­дя­щим во­круг со­бы­ти­ям, м­не­нию об­щественности». Иначе говоря, если не бу­дет тол­ко­вой по­зи­ции, м­не­ния ав­то­ра, его не­льзя на­звать со­сто­яв­шим­ся пу­бли­ци­стом, а его ра­боту – пу­бли­ци­стическим про­из­ве­де­нием» (17).

По­сколь­ку вы­ше­на­зван­ные ком­по­нен­ты со­став­ля­ют ос­но­ву тех­ники соз­да­ния ме­ди­а­тек­ста, воз­ни­ка­ет во­прос: по ка­ко­му прин­ци­пу в под­го­тов­лен­ном ма­те­ри­але жур­на­ли­ст вы­би­ра­ет м­не­ние и фак­ты? Ес­те­ст­вен­но, в ста­тьи долж­на быть не­кая оп­ор­ная идея, ко­то­рая оп­ре­де­лит даль­ней­шее рас­суж­де­ние и при­ро­ду под­хо­да. Эту за­да­чу вы­пол­ня­ет точка зре­ния.

**За­к­лю­че­ние.** В ка­че­стве вы­во­да можно ска­зать, что каж­дый ком­по­нен­т в ме­ди­а­тек­сте служ­ит от­ра­же­нию кон­крет­ной точки зре­ния ав­то­ра. В этом смы­сле не­льзя путать по­ня­тие «точка зре­ния» с идеей или темой жур­на­ли­ст­ско­го про­из­ве­де­ния. Те­ма — это то, о чем хо­чет пи­сать ав­тор. Идея — это то, что он хо­чет ска­зать в рам­ках этой те­мы. А точка зре­ния — это м­не­ние ав­то­ра об этой те­ме. То есть точка зре­ния — это система м­не­ний, рас­суж­де­ний, от­но­ше­ний и взгля­дов ав­то­ра по ос­ве­ща­е­мой те­ме. Значит, точка зре­ния — это ос­но­ва жур­на­ли­ст­ско­го про­из­ве­де­ния.

### ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Аграновский В. Вторая древнейшая: беседы о журналистике. — М.: Вагриус, 1999. — 189 с.
2. Блотнова Н. С., Болотнов А. В. Когнитивный стиль языковой личности в структуре модели идиостиля: к постановке проблемы // Сибир. филол. журн. 2012. № 4. — С. 187–193.
3. Болотнов А. В. Текстовая деятельность как отражение коммуникативного и когнитивного стилей информационно-медийной языковой личности. — Томск: Изд-во Томского ЦНТИ, 2015. — 274 с.
4. Большой энциклопедический словарь. Режим доступа: <https://gufo.me/dict/bes/МИРОВОЗЗРЕНИЕ> (дата обращения 2018).
5. Дмитриевский А.Л. Виды композиций в журналистском тексте // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки 2001. — С.189–197.
6. Добросклонская Т. Г. Роль СМИ в динамике языковых процессов // Вестн. Моск. унта. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2005. №3. — С. 38–54.
7. Дускаева Л. Р. Медиалингвистика в России: лингвопраксиологическая доминанта // Медиалингвистика: [междунар. науч. журн.] 2014. Вып. 1. — С. 5–15.
8. Дэниис С., Мэррилл Дж. Беседы о масс-медиа. — М., 1997. — 383 с.
9. Евгеньева А.П. Толковый словарь русского языка (МАС). Режим доступа: // <http://rus-yaz.niv.ru/doc/small-academic-vocabulary/>
10. Ивченко В. И. Медиалингвистика в Беларуси: условия формирования и особенности развития // Медиалингвистика. 2017. № 2. — С. 7–17.
11. Казак М. Ю. Медиаатекст как открытый тип текста // Стилистика сегодня и завтра: медиаатекст в прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах: доклады междунар. науч. конф. — М.: МедиаМир, 2010. С. 87–94.
12. Ким М.Н. Основы творческой деятельности журналиста: учебник для вузов. — СПб.: Питер, 2016. — С.178–224.
13. Ким М.Н. Теория и практика массовой информации. Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. — СПб.: Питер, 2017. — 304 с.
14. Корман Б.О. Итоги и перспективы изучения проблемы автора // Страницы истории русской литературы / под ред. Д.Ф. Маркова. — М.: Наука, 1971. — С. 199–207.
15. Кормилицына М. А., Сиротина О. Б. Идиостиль журналиста. Статья первая // Медиалингвистика. 2014. № 2 (5). — С. 40–48. — URL: <https://medialing.ru/idiostil-zhurnalista-statya-pervaya/> (дата обращения: 25.09.2019).
16. Корнилов Е. А. Социокультурные модели журналистики [Текст]: пособ. — Ростов н/Д, 1998. № 3. — С.36–38.
17. Литература и искусство Узбекистана («Ўзбекистон адабиёти ва санъати»), 2010, №17.
18. Лотман Ю.М. Текст в тексте // Лотман Ю.М. Избр. ст.: в 3 т. — Таллинн: Александра, 1992. Т. 1. — С. 148–160.
19. Накорякова К. М. Литературное редактирование. — М.: ИКАР, 2004. — 432 с.
20. Новая философская энциклопедия / под ред. В. С. Стёпина. 2-е изд., испр. и допол. В 4х тт. — М.: Мысль, 2010.
21. Социологический энциклопедический словарь. — М.: ред.-коорд. акад. РАН Г.В. Осипов. — М.: Норма-Инфра-М, 1998. — 488 с.

22. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: учеб. пособие. — М.: Аспект Пресс, 2000. — 310 с.
23. Тулупов В.А. Уроки журналистики для начинающих // Словарь понятий и терминов. — Воронеж: ВГУ, 2019. — 15 с.
24. Успенский Б. А. Поэтика композиции. — СПб.: Азбука, 2000. — 348 с.
25. Успенский Б. А. Семиотика искусства. — М.: Школа «Языки русской культуры», июль 1995. — 360 с.
26. Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. — М: МОО «Информация для всех». 2014. — 64 с.
27. Цветова Н. С. Медiatekst в свете практической эстетики // Медиалингвистика. 2017. № 4 (19). С. 18–26. URL: <https://medialing.ru/mediatekst-v-svete-prakticheskoy-ehstetiki/> (дата обращения: 19.09.2019).
28. Яковенко И. Авторская журналистика не умрет под давлением новых цифровых технологий. Режим доступа: <http://mediakritika.by/article/3631/igor-yakovenko-avtorskaya-zhurnalistika-ne-umret-pod-davleniem-novyh-cifrovyyh>
29. Christians C.G., Glasser T.L., McQuail D., Nordenstreng K. et. al. (2009) Normative Theories of the Media: Journalism in Democratic Societies. History of Communication Series. Urbana: University of Illinois Press.
30. Dictionary of Media and Communications@ by Marcel Danesi. Режим доступа: <https://www.amazon.com/Marcel-Danesi/dp/8182744067>, дата обращения 26.06.2018)

## REFERENCES

1. Agranovskij V. (1999) *Vtoraya drevnejshaya: besedy o zhurnalistike*. М.: Vagrius.
2. Blotnova N. S., Bolotnov A. V. (2012) Kognitivnyj stil' yazykovoj lichnosti v strukture modeli idioshtilya: k postanovke problemy // *Sibir. filol. zhurn.* № 4, pp. 187–193.
3. Bolotnov A. V. (2015) *Tekstovaya deyatel'nost' kak otrazhenie kommunikativnogo i kognitivnogo stilej informacionno-medijnoj yazykovoj lichnosti*. Tomsk: Izd-vo Tomskogo CNTI.
4. Bol'shoj ehnciklopedicheskij slovar'. Rezhim dostupa: <https://gufo.me/dict/bes/MIROVOZZRENIE> (data obrashcheniya 2018).
5. Dmitrovskij A.L. (2001) Vidy kompozicij v zhurnalistskom tekste // *Uchenye zapiski Orlovskogo gosudarstvennogo universiteta*. Seriya: Gumanitarnye i social'nye nauki 2001, pp.189–197.
6. Dobrosklonskaya T. G. (2005) Rol' SMI v dinamike yazykovyh processov // *Vestn. Mosk. univer.* Ser. 19. Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikaciya.. No 3, pp. 38–54.
7. Duskaeva L. R.(2014) Medialingvistika v Rossii: lingvopraksiologicheskaya dominanta // *Medialingvistika: [mezhdunar. nauch. zhurn.]* 2014. V. 1. pp. 5–15.
8. Dehniis S., Mehrriil D. (1997). *Beseda o mass media*. Moscow.
9. Evgen'eva A.P. *Tolkovyj slovar' russkogo jazyka (MAS)*. Rezhim dostupa: // <http://rus-yaz.niv.ru/doc/small-academic-vocabulary/>
10. Ivchenkov V. I. *Medialingvistika v Belarusi: usloviya formirovaniya i osobennosti razvitiya*/ 2017. № 2, pp.77- 89.
11. Kazak M. YU. Mediatekst kak otkrytyj tip teksta // *Stilistika segodnya i zavtra: mediatekst v pragmaticheskom, ritoricheskom i lingvokul'torologicheskom aspektah: doklady mezhdunar. nauch. konf.* Moscow, MediaMir, 2010, pp. 87–94.

12. Kim M.N. (2016) *Osnovy tvorcheskoj deyatel'nosti zhurnalista: uchebnik dlya vuzov*. SPb.: Piter, pp.178–224.
13. Kim M.N. 2017 *Teoriya i praktika massovoj informacii*. uchebnik dlya vuzov. Standart tret'ego pokoleniya. SPb.: Piter.
14. Korman B.O. Itogi i perspektivy izucheniya problemy avtora // *Stranicy istorii russkoj literatury* / pod red. D.F. Markova. Moscow: Nauka, 1971.
15. Kormilicyna A. , Sirotinina O. B. (2017) Ideostil' zhurnalista // *Medialingvistika*. 2017. № 2.
16. Kornilov E. A. (1998). Sociokul'turnye modeli zhurnalistiki [Tekst]. Rostov n/D, № 3. pp.36–38.
17. Lotman Y. U. (1992) *Tekst v tekste* // Lotman YU. Moscow. Izbr. st.: v 3 t. Tallinn: Aleksandra, T. 1, pp. 148–160.
18. Nakoryakova K. M. (2004) *Literaturnoe redaktirovanie*. Moscow: IKAR.
19. *Novaya filosofskaya ehnciklopediya* / pod red. V. S. Styopina. 2-e izd., ispr. i dopol. Moscow: Mysl', 2010.
20. *Sociologicheskij ehnciklopedicheskij slovar* (1998). Moscow.: red.-koord. akad. RAN G.V. Osipov. M.: Norma-Infra-M.
21. Tertychnyj A.A. *Hanry periodicheskoy pechati: ucheb. posobie*. M.: Aspekt Press, 2000. s.141.
22. Tulupov V.A. (2005) Uroki zhurnalistiki dlya nachinayushchih // *Slovar' ponyatij i terminov*. Voronezh: VGU/
23. Uspenskij B.A. *Poetika kompozicii*. SPb.: Azbuka, 2000.
24. Uspenskij B.A. (1995) *Semiotika iskusstva*. Moscow: SHkola «YAzyki russkoj kul'tury», iyul' 1995.
25. Fedorov A.V. *Slovar' terminov po mediaobrazovaniyu, mediapedagogike, mediagramotnosti, mediakompetentnosti*. M: MOO «Informaciya dlya vsekh». 2014.
26. Tolkovyy slovar' uzbekskogo yazyka. 5 tt. 3-j tom. (Ўzbek tilining izoxli lu'fati. 5-zhildli. Uchinchi zhild. Toshkent: Ўzbekiston millij ehnciklopediyasi) Tashkent, Nacional'naya ehnciklopediya Uzbekistana 2007. 687 s. (na uzb. yaz.).
27. Christians C.G., Glasser T.L., McQuail D., Nordenstreng K. et. al. (2009) *Normative Theories of the Media: Journalism in Democratic Societies*. History of Communication Series. Urbana: University of Illinois Press.
28. Dictionary of Media and Communications by Marcel Danesi. Rezhim dostupa:
29. <https://www.amazon.com/...Marcel-Danesi/dp/8182744067>, data obrashcheniya 26.06.2018)
30. Gazeta «Uzbekiston adabiyoti va san"ati» «Literatura i iskusstvo Uzbekistana». 2010. №17.
31. [/uz.wikipedia.org/w/index.php?search=nuqtai+nazar&title=Maxsus:Search&profile=default&fulltext=1&searchTok](http://uz.wikipedia.org/w/index.php?search=nuqtai+nazar&title=Maxsus:Search&profile=default&fulltext=1&searchTok)
32. <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=4395&level1=main&level2=articles>