

Риторика публицистического текста: опыт сопоставительного анализа терминологий

Rhetoric of Publicist Texts: an Experiment of Comparative Analysis of Terminologies

DOI: 10.12737/21432

Получено: 12 сентября 2016 г. / Одобрено: 17 сентября 2016 г. / Опубликовано: 17 февраля 2017 г.



А.Ю. Широких

Канд. филол. наук, доцент,
Финансовый университет при Правительстве РФ,
Россия, 125993, Москва, Ленинградский проспект, 49,
e-mail: ashirokih@mail.ru

A.Yu. Shirokikh

Ph.D. in Philology, Docent,
Financial University under the Government of the RF,
49, Leningradskiy Prospect, Moscow, 125993, Russia,
e-mail: ashirokih@mail.ru

Аннотация

В статье проводится анализ речевых средств информационного воздействия, используемых в печатных текстах средств массовой информации, на фонологическом, лексическом и грамматическом (морфология и синтаксис) уровне. Автор проводит параллель между античными названиями риторических приемов и современными лингвистическими терминами, употребляемыми для обозначения речевых средств информационного воздействия. Элементы речевого воздействия, такие как аргументация, мораль и эмоциональный посыл, исследуются в их вербальном выражении, на различных уровнях языковых структур. Исследуемые фонетические, морфологические, лексические и синтаксические структуры соотнесены с их функциями в публицистическом тексте, замыслом автора статьи, имплицитной социокультурной информацией и их предполагаемым интерпретационным эффектом. Преемственность лингвистических традиций рассматривается как основа успешности языкового анализа изучаемых явлений текстов массовой информации.

Ключевые слова: риторика, фонология, морфология, лексика, синтаксис, речевое воздействие, экспрессия.

Abstract

The article looks upon phonological, lexical and grammar (morphological and syntactic) means of informational impact, used in mass media texts. The author draws a parallel between rhetoric devices and modern linguistic terms for speech patterns. Elements of speech impact, such as argumentation, moral and emotional appeal are studied in their verbal expression on different language levels. The phonological, morphological, lexical and syntactic structures are corresponded to their functions in publicist texts, the idea of the author behind the text, implicit social cultural information and the expected interpretational effect. Continuity of linguistic traditions is seen as the basis of successful language analysis of mass media discourse.

Keywords: rhetoric, phonology, morphology, lexis, syntax, speech impact, expression.

Риторика известна с древнейших времен как искусство воздействия на сознание народных масс. Воздействие, по словам О.Я. Гойхмана, «понимается в лингвопрактике как управление человеческим поведением посредством речевой информации», имеет целью «моделирование поведения собеседника в желаемом для говорящего направлении и коррекцию модели мира слушателя» [1, с. 12]. В Древней Греции риторика служила политическим целям, средством принятия судебных решений и развития философской мысли. Ритор был гражданином, который выступал в суде и на политических собраниях и был экспертом в так называемом *logôntechne*, искусстве аргументации и словесном артистизме [5, с. 207].

Любой текст обладает своей собственной, неповторимой риторикой. Риторика — это те речевые компоненты, которые помогают создать смысл, организовать знание и заставить слушателей или читателей предпринять задуманные оратором действия.

В классической риторике выделялось три основных компонента убеждения — логос (*logos*), этос (*ethos*), патос (*pathos*, пафос), где логос — попытка убедить через аргументы логики, этос — использование моральных принципов, идей о добре и зле с целью оказания морального воздействия на аудиторию, и патос — эмоциональный призыв. Все три

компонента риторического воздействия выражаются посредством языка, т.е. посредством выбора интонации, слов и порядка их расположения в предложении.

Несмотря на «древность» вышеперечисленных понятий, актуальность их использования в различных речевых жанрах не потеряна с веками. Так, говоря о языке СМИ, многие утверждают, что «создатели текстов СМИ (осознанно или неосознанно) избирают средства и способы вербализации, которые в наибольшей степени соответствуют тому взгляду на событие, который журналист хочет сформировать у аудитории» [3, с. 16].

Любой текст диалогичен по своей природе, так как предполагает не только автора, но и реципиента сообщения. В случае текстов массовой информации реципиент — многоплановое явление. С одной стороны, восприятие текста всегда индивидуально, а с другой стороны, так как публицистический текст должен оказывать влияние на умы народных масс, он может быть не единожды интерпретирован. Вот почему исследователи, в частности Т.Г. Добросклонская, говорят о «диапазоне интерпретации» новостного текста, т.е. о спектре различий — языковых, социокультурных и идеологических [2, с. 10]. Диалогизация публицистического текста заключается в использо-

вании различных апелляционных способов воздействия, которые в значительной степени соответствуют известным с древнейших времен риторическим приемам.

Риторические приемы представлены на уровне фонологии, морфологии, синтаксиса и прагматики.

Так, на уровне фонологии аллитерация (повторение согласных звуков) широко используется как прием эмоционального воздействия, средство создания «эмоционального напряжения» в тексте: *...a deep-rooted anxiety over linguistic decay and decline* [10].

Или фигура умолчания, известная как апозеопезис, с точки зрения фонетического оформления речи является паузой в звучании, а с точки зрения грамматики — это уточняющая конструкция, основная функция которой — логическое выделение определенного смыслового ядра в предложении: *The nod to Asterix — the diminutive comic-s tripherow hopunches above his weight thanks to his cunning and occasional wigs of magic potion — is highly significant* [10].

Лексико-морфологический уровень риторических приемов широко представлен продуктивными и непродуктивными способами словообразования. Продуктивные способы словообразования могут быть более частотны в публицистических текстах — так, даже на материале одной статьи *These cret of their success* [8] можно выделить лишь один пример словосложения, непродуктивного способа словообразования — *flexicurity* (*The Danish system of flexicurity puts too much emphasis on security and note nough on flexibility*), и шесть примеров продуктивного словообразования (словосложения и аффиксации): *cradle-to-grave welfare services; free-marketers; pro-government explanation; pro-business reforms; to mistake Nordic niceness for soft headedness*. Очевидно, что непродуктивный способ словообразования имеет больший эмоциональный эффект и более интенсивную смысловую составляющую.

Интересно, что для некоторых непродуктивных способов словообразования по-прежнему используются их «античные» имена — холофраза, однословное предложение, напоминающее вставную синтаксическую конструкцию, примечательной чертой которой является экономия языковых средств, так необходимая в ограниченном печатном пространстве газетной статьи — например, *theso-bad-it's-really-very-bad* «comedy». Или инфиксы, в терминологии древнегреческой риторики «тмезис», слова или даже фразы, включенные в основу определяемого слова, создающие определенную стилистическую, разговорную окраску: *fan-bloody-tastic* (*Fantastic*).

Продуктивные способы словообразования могут быть элементами экспрессивных синтаксических конструкций, например, в составе параллельных конструкций, синтаксически одинаково выстроенных

элементов предложения, создающих эмоциональное напряжение и структурирующих высказывание. Их аппеллятивная функция позволяет привлечь внимание читателя к определенным смысловым элементам текста: *It is a grave error to mistake Nordic niceness for soft headedness*. Или: *But free-marketers have poked holes in the pro-government explanation and offered a powerful alternative. In the period from 1870 to 1970 the Nordic countries were among the world's fastest-growing countries, thanks to a series of pro-business reforms...*

В исторической ретроспективе интересно рассмотреть те языковые единицы, значения которых уже зафиксированы в словарях, однако реципиент сообщения все еще ощущает своеобразие и метафору их значения. Например, в словосочетании *the social ills that plague America*, где *ills* — существительное, образованное путем конверсии с точки зрения морфологии и путем метафорического переноса с точки зрения прагматики. Процент слов, имеющих одинаковую форму для существительных и глаголов, например *plague*, высок. С одной стороны, словообразовательная модель конверсии «существительное — глагол» узуальна, но для вдумчивого читателя подобные слова по-прежнему сохраняют свою «инновационную» привлекательность. Денотативная семантика, несомненно, первична — глагол *plague* в значении «беспокоить, досаждают» в контексте *the social ills that plague America*. Однако и коннотативная семантика, стертая метафора, наблюдается в значении слова.

Метафора — один из наиболее продуктивных способов словообразования. Вторичность номинации, семантическая двуплановость и наличие общих смысловых компонентов в основных и переносных значениях составляют основания для герменевтического анализа этого явления, а оценочность и образность метафоры — основа его стилистической значимости. Метафора основана на ассоциативном мышлении. Значимость ассоциативного мышления была отмечена еще Зигмундом Фрейдом, который применял ассоциации в своих методах психотерапии. Общеизвестна роль ассоциаций при запоминании — накопление знаний в данном случае идет путем «сцепления» новой и старой информации. Эти черты ассоциативного мышления позволяют использовать метафору как средство воздействия в языке СМИ. Метафора имеет также и функцию компрессии информации, так как первичное значение слова не исчезает полностью, лишь стирается, а новое значение выступает на первый план. В условиях сжатости газетного текста важно вместить много информации в ограниченный объем статьи. Эффективность метафоры как инструмента языкового отражения действительности была доказана с помощью эксперимента, проведенного на материале русского публицистического ди-

скурса. Подсчитывалась относительная частота употребления метафор и параметр креативности по определенной формуле на материалах газет за 1998 г. А.Н. Баранов пришел к выводу, что «исследование динамики параметров креативности метафор и относительной частоты их употребления может не только диагностировать кризис, но и делать краткосрочный прогноз его развития» [3, с. 36].

Остается спорным вопрос о разграничении идиоматических выражений и метафор. Очевидно одно: идиомы — это метафорические переносы в плане этимологии. Идиомы провоцируют образование новых метафор, например: *One temptation is to pull back from anything that might smack of provocation: the Russian bear is growling; let's see how we can quieten it down, goes that line of thinking.* В данном контексте *Russian bear* (Россия) — идиома, зафиксированная во многих словарях, вызывает целый ряд ассоциаций — *growling* (рычит), *quieten it down* (успокоить), *to pull back* (отступить).

Метафора и сравнение образуются путем одинаковых когнитивных проекций — ассоциативное мышление является их основой. Однако, если в случае метафорического переноса мы говорим об имплицитно заложенных смыслах и даже неологизмах в языке, то сравнение представляет собой более конвенциональный способ экспрессии. Сравнение может быть выражено словосочетанием, а иногда и целым предложением:

Inside the paper (and in French), the editorialists urged their compatriots to «stop behaving like the last representatives of a besieged Gaulish village». The nod to Asterix — the diminutive comic-strip hero who punches above his weight thanks to his cunning and occasional swigs of magic potion — is highly significant [10].

Морфология изучает не только способы словообразования, но и функционирование частей речи в тексте. Так, известно, что артикль *the* используется перед именами собственными, обозначающими страны и штаты (части этих стран). Исключения составляют существительные, в имени которых либо имеются, либо подразумеваются имена нарицательные, такие как *republic* (республика), *state* (государство) — *the People's Republic of China* (Китайская Народная Республика), но *China* (Китай). В контексте современной политической ситуации интересно привести пример: *That would explain why the war in the Donbass has somewhat calmed down in recent weeks [9]. The Donbass* употребляется с определенным артиклем и интерпретируем как признание независимости республики европейскими СМИ.

Говоря об уровне лексики, следует отметить использование разностилевой лексики для создания имплицитных смыслов и, соответственно,

компрессии информации и эмоционального воздействия.

Представляется, что использование книжных, устаревших слов или заимствований, а также прецедентных феноменов сродни цитированию как одному из экономичных способов оказания эмоционального воздействия, известному с древнейших времен. Основная функция цитирования — это разделение ответственности за сказанные слова, призыв к авторитетному мнению, имплицитно провозглашающего точку зрения автора текста. Интересно, что согласно этимологическим словарям, «цитата» происходит от латинского глагола *citare* — «приводить в движение, потрясать», которое восходит к праиндоевропейскому *keie* — «двигать». Очевидно, что еще древние греки осознавали значимость использования чужой речи, «заимствованных» слов и фраз для риторического воздействия на аудиторию. По сути, устаревшая лексика — это то же заимствование, исторический экскурс в другую эпоху, вызывающий определенные ассоциации и дающий ссылку на авторитет предшествующих текстов и основания полагать, что ничто не ново в этом мире. Устаревшая, книжная лексика — также один из приемов семантической экспрессии, создания «образа» в тексте:

For decades, France has identified with the plucky denizens of Asterix's village...

Asterix's first outing (in a long-defunct magazine called Pilote) occurred in 1959...

This may be due to the fact that French is treated as a top-down affair, policed by the state: an affaire d'état, if you will.

«Long live free Quebec! Long live French Canada! And long live France!» declaimed de Gaulle... [10].

Стилистическая контаминация, т.е. использование лексики разных стилей речи или даже иноязычных слов или заимствований, также способ ссылки на опыт других культур, явление, контрастирующие культурные особенности наций, с одной стороны, а с другой стороны, феномен процессов глобализации. Так, автор статьи *The French Protect Their Language Like the British Protect Their Currency [10]* использует французские слова для создания противопоставления, определенной антитезы, выраженной иноязычной лексикой:

*...many young French speakers today should suddenly switch to English when writing a **mél** or **courriel** (if you'll pardon my French) to a friend.*

Прецедентные феномены — это ссылки на известные события, пословицы, поговорки, цитаты, имена, крылатые слова, политические лозунги, высказывания известных людей. «Пантеон» представлений, связанных с прецедентными феноменами, формирует ядерную часть системы эталонов нацио-

нальной культуры, задавая определенную парадигму социального поведения» [3, с. 35]. Д.Б. Гудков также выделяет прецедентный текст, прецедентное высказывание, прецедентное имя, прецедентную ситуацию. «Цитирующий» характер прецедентных феноменов выражен также графически, часто используются кавычки, однако ссылки на источник информации не приводятся, так как предполагается «универсальный» характер знаний об этой ситуации. Так, в статье *The French Protect Their Language Like the British Protect Their Currency* мы насчитываем 10 прецедентных имен, включающих имена писателей, философов, политических деятелей Франции, названия организаций, прецедентные высказывания — *five Proust specialists sitting around a table*, и ссылки на прецедентные ситуации — *French nationalism, De Gaulle's inflammatory 1967 speech*. Интересно, что у древних римлян было другое название для прецедентных феноменов — *сентенция*, т.е. краткое изречение, как правило, из античных источников. В настоящее время слово *сентенция* употребляется как нравоучительное изречение.

Риторика как искусство красноречия занимается построением высказывания через аргументацию, призыв к моральным ценностям и эмоциональный посыл. Первый компонент этого триединства, т.е. аргументационные техники речи, требует определенного порядка построения высказывания. Слово *синтаксис* происходит от греческого *syntaxis*, где *syn* значит «вместе», а *taxis* происходит от *tassein*, что значит «организовывать, упорядочивать, выстраивать». В Древнем Риме слово использовалось также как искусство военного построения. Риторика синтаксических явлений — это вводные и вставные конструкции, обращения, цитирование, эллиптические конструкции, инверсия, изменение структуры коммуникативных видов предложений, параллелизм, включая такие стилистические средства, как антитеза, анафора, эпифора, градация и композиционный стык.

Вводные и вставные конструкции, в частности различного рода уточнения, наиболее распространены в газетных текстах. Суть явления вводных и вставных конструкций заключается в нарушении линейных синтаксических связей и экспликации таких прагматических функций, как, например, реферативная функция — ссылка на факты, мнения экспертов, прецедентные феномены, что позволяет автору текста выразить свою точку зрения, снять ответственность за свои слова или подтвердить правильность своего суждения. Например:

Mrs Merkel obsesses about the views of her voters — reportedly commissioning over 600 opinion polls between 2009 and 2013 — and treats these as revealed truth [6].

Другая функция вставных конструкций — это уточнение или экземплификация. Вставные конструкции способствуют компрессии речевого сообщения. В ограниченном пространстве публицистического текста, особенно в жанрах новостных сообщений, вставные конструкции особенно полезны, так как позволяют кратко изложить «предысторию» вопроса, круг лиц или явлений, принципиально важных для раскрытия темы:

In Germany, one of the few big rich-world countries still without a national wage floor, the incoming coalition government has just agreed on an across-the-board hourly minimum of \$11.50 from 2015.

Calpers, the Californian giant that administers thousands of public pension plans, will find it harder to argue that bankrupt cities must meet their pension payments in full and on time.

In a competitive market anything that artificially raises prices of labour will curb demand for it, and the first to lose their jobs will be the least skilled — the people intervention is supposed to help.

America's federal minimum wage, at 38% of median income, is one of the rich world's lowest.

Theory and practice suggest two lessons for governments contemplating setting or changing minimum wages. The first is to ensure that the level is pretty low — say, less than 50% of the median, with lower levels for less productive people such as the young and long-term unemployed [11].

Еще одна функция вставных конструкций — это дебилиративность суждения. Она позволяет выявить личностное начало в речи, «лицо» автора текста.

What to do? Bagehot submits that Mr Cameron should follow the example of Angela Merkel. His circumstances, it is true, are other than those of the german chancellor [6].

Virtual reality flopped in the 1990s. This time it's different — apparently [7].

Вставные конструкции могут быть представлены пунктуационным выделением однородных членов предложения, что создает эмфатический, усилительный эффект, как в следующих примерах:

This has suffered in the wake of their blotched — and sporadic — efforts to stop shares from sagging.

Money sloshing out of emerging markets may try to find its way to American consumers, leading to rising household borrowing and dangerous — and familiar — distortions in the economy [7].

В древней риторике также существовали термины, обозначающие различного рода вставки, уточняющие элементы предложения, например, аппозиция (*appositio*, буквально — «наложение») или парантеза (*parenthesis*, буквально — «отступление»). В настоящее время это лингвистические термины, применяющиеся для обозначения синтаксически независимых частей предложения.

Возвращаясь к вопросу о цитировании, следует отметить, что любая цитата — это синтаксически оформленное высказывание. Цитаты могут быть оформлены как прямая речь (источник может быть указан в том же предложении или найден в контексте статьи), как самостоятельные высказывания, включая эпиграфы, или включены в собственный текст автора как фрагменты (часто без ссылки на источник, что рассматривается как общеизвестная истина или факт).

Bart Mosly, co-president of Trident Municipal Research, said the ruling was broadly in line with market expectations. Detroit's problems, said Mr Mosly, "raised everyone's awareness that it is important to deal with these issues sooner rather than later."

Initially, house prices and sales rose together. But according to a recent report by the Centre for Real Estate Theory and Practice at Arizona State University, they have started to diverge. ... Since July the Greater Phoenix market has "cooled dramatically", thanks to a steep fall in demand.

In Britain, which has had a minimum wage since 1999, the opposition Labour Party is keen to cajole firms into "voluntarily" paying higher "living wages" [11].

Очевиден пограничный характер цитирования и вставных конструкций в их реферативной функции. Например:

Germany risks breaking the rule. Its proposed level is, by one calculation, 62% of the median wage [11].

Синтаксический параллелизм представлен одинаковым синтаксическим построением соседних предложений или отрезков речи. Здесь следует выделить стилистические приемы, такие как анафора (одинаковое начало предложения), эпифора (одинаковые концовки), антитеза (противопоставление), градация (нарастание смысловой напряженности посредством использования однородных членов предложения или структурно однотипных предложений (*climax*), а также при помощи повторения одних и тех же слов (*epizeuxis*) или словосочетаний (*conduplicatio*)), использование синонимов как однородных членов предложения (*scesisnomaton*) и композиционные стыки (повторение одинаковых конструкций в конце одного и начале следующего предложения, разделенные (*epanaplesis, diacope, symploce*) и т.д.). Подобные стилистически маркированные конструкции служат для создания эмоционального напряжения, а их аппелятивная функция позволяет привлечь внимание читателя к определенным смысловым элементам текста.

The party wants to make state-owned firms more efficient, but not to expose them to the full blast of competition. It would like to give the yuan more freedom, but frets that a weakening currency will spur capital flight. It thinks local governments should be more disciplined but, motivated by

the need for growth, funnels credit their way [7]. (антитеза и градация)

That is why Milton Friedman called minimum wages a form of discrimination against the low-skilled; and it is why he saw topping up the incomes of the working poor with public subsidies as a far more sensible means of alleviating poverty [11]. (анафора)

But politicians have recently sought their scapegoats more widely, from energy companies to technology giants, and the charges have broadened from tax avoidance to being the begetters of inequality. And this rhetoric is being followed up by action — especially when it comes to taxes and red tape [11]. (эпифора)

High tax rates and complex regulations create an arms race in which companies lobby politicians for the best deals and the most successful businesses may not be the ones with the best products but the ones with the best political connections [11]. (антитеза и композиционный стык)

Like sudden money, sudden power begets squabbles about how it should be used... [11]. (композиционный стык)

Эллиптические конструкции (опущение подлежащего или сказуемого) или односоставные предложения (опущение второстепенных членов предложения) придают оттенок разговорности и эмоциональности высказываниям. Эллипсис стимулирует интерпретационные и когнитивные процессы восприятия. Логические пропуски в смысле эллиптических предложений в исследованных текстах, как правило, восстанавливаются из предшествующего предложения на основе синтагматических связей (анафора, на языке древней риторики):

If residential construction turns down, where else will growth come from? Corporate America seems to be hunkering down and curbing capital spending. Exports? Maybe. Higher consumption? Probably not while housing is losing momentum [4].

The catch-phrase went down so well that Mr Osbourn has repeated it in other speeches. It has been turned into a T-shirt — yours for \$16 in the Conservative Party's online shop [6].

Возможно восстановление пропущенных элементов из последующего контекста (катафора):

Getting divorced? Going to the doctor? Flushing a loo? If so, you are increasingly likely to receive a bill from the government [7].

Много примеров, когда смысловые элементы эллиптических конструкций восстанавливаются на основе парадигматических связей, контекст в данном случае не важен для восстановления смысла:

Worse, plans for reforms may fall victim to the government's fear of giving markets free reign.

With luck, signs of a weaker housing market will concentrate minds in Washington, DC as the next decision over the debt ceiling approaches.

And one day — sooner or later — a revived opposition, electable and ambitious, will appear over the chest of that hill. Better be ready [7].

Следующий тип синтаксических конструкций, позволяющих создать экспрессию в публицистическом тексте — это различные коммуникативные виды предложений: риторические вопросы, восклицания, повелительные предложения.

Вопросительная форма предложения в частности и риторический вопрос в особенности — излюбленный стилистический прием в публицистике. Формы риторических вопросительных предложений разнообразны — общие, специальные, разделительные вопросы используются повсеместно:

Television ads are still great for reaching big audiences with simple messages. Print ads can lend brands an air of credibility (we would say that, wouldn't we?)

Where Detroit has gone, will others follow?

How much ought the West to fear the self-styled "caliphate"?

Will this slowdown have effect on builders?

Does the prime minister prefer talk over deeds? [7]

Риторические вопросы часто представляют собой эллиптические конструкции: *What to do? But what then? Clarity or chaos?*

В целом, несмотря на то, что риторический вопрос обладает большой эмфатической силой в речи, а также служит средством организации текста — употребление риторических вопросов в начале абзацев, частотность этого коммуникативного типа предложения в сравнении с другими синтаксическими приемами стилистики ниже.

Функция косвенных вопросов в публицистическом тексте — введение темы высказывания. Они употребляются как «лиды», подзаголовки, разъясняющие тему статьи, или в начале абзаца.

A new paper asks why some Tanzanian farmers are more selfish than others.

In the fourth of our series of articles on scientific mysteries we ask why, a mere 542 m years ago, animal life suddenly took off [7].

Другой синтаксический прием риторики, известный с древнейших времен, — это инверсия. Инверсия подлежащего и вспомогательного глагола — наиболее употребительная структура:

Nor do high margin tax rates necessarily translate into a high tax take; in 2012, Ireland, with its 12.5% rate, received a higher proportion of GDP in profit taxes than France...

Were that to happen, this week has underlined how little room western policymakers have to stimulate their economies [7].

В заключение хотелось бы вспомнить идиому — *a person without kinorkith* (Иван, не помнящий родства). С одной стороны, лингвистика сделала огромный скачок вперед, позволяя на современном этапе анализировать речевые структуры с точки зрения их внутренних глубинных связей, а с другой стороны, все, что мы изучаем сегодня, известно было еще в древнем мире как риторика, наука красноречия, со своими законами построения, любовью к слову и звуку. Логос, этос и пафос как прагматические компоненты высказывания имеют стратегическую роль в осуществлении коммуникативного плана автора текста.

Литература

1. Гойхман О.Я. Профессиональное речевое взаимодействие: стратегии и роли [Текст] / О.Я. Гойхман // НИР. Современная коммуникативистика. — 2015. — Вып. 6. — С. 12–16.
2. Добросклонская Т.Г. Информационная модель как инструмент анализа новостного дискурса [Текст] / Т.Г. Добросклонская // НИР. Современная коммуникативистика. — 2016. — Вып. 1. — С. 7–12.
3. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: учеб. пособие / Отв. ред. М.Н. Володина. М.: Изд-во МГУ, 2003. [Электронный ресурс]. — URL: <http://evartist.narod.ru/text12/09.htm> (дата обращения: 11.08.2016).
4. Financial times. Kate Barker Interview [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.ft.com/cms/s/5c43c9be-64ec-11df-aa4d-00144feab49a> (дата обращения: 18.08.2016).
5. Mogens H.H. The Athenian Democracy in the Age of Demosthenes. Oxford: Blackwell, 1991. P. 308.
6. The Economist. Bagehot. The state craft of Davela Merkeron [Электронный ресурс]. URL: <http://www.economist.com/news/britain/21662575-what-angela-merkel-teaches-david-cameron-about-political-hegemony-statecraft-davela> (дата обращения: 11.08.2016).
7. The Economist. The Great Fall of China. Print Edition. September 2015.
8. The Economist. The secret of their success [Электронный ресурс]. URL: <http://www.economist.com/news/special-report/21570835-nordic-countries-are-probably-best-governed-world-secret-their> (дата обращения: 11.08.2016).
9. The Guardian. Nougayrède N. He once called the US a wolf — now it is Putin who's on the prowl [Электронный ресурс]. URL: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2015/oct/02/putin-us-wolf-europe-syria-ukraine-deal-russians> (дата обращения: 11.08.2016).
10. The Guardian. The French Protect Their Language Like the British Protect Their Currency [Электронный ресурс]. URL: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2013/may/23/language-french-identity> (дата обращения: 18.08.2016)
11. The Guardian. The Wages Floor [Электронный ресурс]. URL: <http://www.theguardian.com/politics/2013/dec/08/autumn-statement-cost-of-living-crisis-wages> (дата обращения: 18.08.2016).

References

1. Goykhman O.Ya. Professional'noe rechevoe vzaimodeystvie: strategii i roli [Professional voice interaction: Strategy and role]. *NIР. Sovremennaya kommunikativistika* [NCI. Modern communication study]. 2015, I. 6, pp. 12–16.
2. Dobrosklonskaya T.G. Informatsionnaya model' kak instrument analiza novostnogo diskursa [Information model as a tool for the analysis of news discourse]. *NIР. Sovremennaya kommunikativistika* [NCI. Modern communication study]. 2016, I. 1, pp. 7–12.

3. *Yazyk SMI kak ob"ekt mezhdistsiplinarnogo issledovaniya* [Media Language as an object of interdisciplinary studies]. Moscow, MGU Publ., 2003. Available at: <http://evartist.narod.ru/text12/09.htm> (accessed 11 August 2016).
4. Financial times. Kate Barker Interview. Available at: <http://www.ft.com/cms/s/5c43c9be-64ec-11df-aa4d-00144feab49a> (accessed 18 August 2016).
5. Mogens H.H. *The Athenian Democracy in the Age of Demosthenes*. Oxford: Blackwell, 1991. p. 308.
6. The Economist. Bagehot. The state craft of Davel a Merkeron. Available at: <http://www.economist.com/news/britain/21662575-what-angela-merkel-teaches-david-cameron-about-political-hegemony-statecraft-davela> (accessed 11 August 2016).
7. The Economist. The Great Fall of China. Print Edition. September 2015.
8. The Economist. The secret of the irsuccess. Available at: <http://www.economist.com/news/special-report/21570835-nordic-countries-are-probably-best-governed-world-secret-their> (accessed 11 August 2016).
9. The Guardian. Nougayrède N. He once called the US a wolf — now it is Putin who's on the prowl. Available at: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2015/oct/02/putin-us-wolf-europe-syria-ukraine-deal-russians> (accessed 11 August 2016).
10. The Guardian. The French Protect Their Language Like the British Protect Their Currency. Available at: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2013/may/23/language-french-identity> (accessed 18 August 2016)
11. The Guardian. The Wages Floor. Available at: <http://www.theguardian.com/politics/2013/dec/08/autumn-statement-cost-of-living-crisis-wages> (accessed 18 August 2016).