

---

---

# ТЕОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ И ВОПРОСЫ МЕТОДОВ МЕДИАИССЛЕДОВАНИЙ JOURNALISM THEORY AND ISSUES IN MEDIA RESEARCH METHODS

---

---

*Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. № 4 (46). С. 31–37.  
eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).*  
*Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija. 2022;4(46): 31–37.  
eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).*

Научная статья  
УДК 316.77  
DOI 10.47475/2070-0695-2022-10404

## ПОЛИТЕЙНМЕНТ-ДИСКУРС: К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ

**Алла Владимировна Грошева**

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, ala.grosheva@yandex.ru,  
ORCID: 0000-0003-3077-5109

**Аннотация.** В статье рассматривается политейнмент-дискурс как актуальная трансформация массмедийного политического дискурса и следствие реализации и медиатизации публичной политики. Анализируются существующие подходы к определению политейнмента и политейнмент-дискурса. Автор делает выводы о том, что существующие определения политейнмент-дискурса обладают оценочной составляющей самого феномена тейнмент-технологий, не учитывают социально-политические, культурные изменения, а также трансформацию медиасферы, публичной коммуникации, в целом, и предлагает собственное определение.

**Ключевые слова:** политейнмент-дискурс, массмедийный политический дискурс, политейнмент, тейнмент, массмедиа, политический дискурс.

**Для цитирования:** Грошева А. В. Политейнмент-дискурс: к определению понятия // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. № 4. С. 31–37. <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2022-10404>.

Original article  
**POLITAINMENT DISCOURSE:  
TO THE DEFINITION OF THE CONCEPT**

**Alla V. Grosheva**

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, ala.grosheva@yandex.ru, ORCID: 0000-0003-3077-5109

**Abstract.** The article deals with political discourse as an actual transformation of the mass media political discourse and a consequence of the implementation and mediatization of public policy. Existing approaches to the definition of politainment and politainment discourse are analyzed. The author concludes that the existing definitions of political discourse have an evaluative component of the very phenomenon of tainment technologies, do not take into account socio-political, cultural changes, as well as the transformation of the media sphere, public communication in general, and offers his own definition.

**Key words:** politainment discourse, mass media political discourse, politainment, tainment, mass media, political discourse

**For citation:** Grosheva A. V. Politainment discourse: to the definition of the concept. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija*. 2022; 4(46): 31–37. <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2022-10404>. (In Russ.).

Политический дискурс в современной науке является одним из самых актуальных и востребованных исследовательских направлений в социально-гуманитарных науках, поскольку с развитием коммуникационных технологий, форм коммуникации каждый индивид не только имеет доступ  
© Грошева А. В., 2022

к политической информации, но и может вступить в дискуссию, дать оценку с помощью медиа заявлению/выступлению политического деятеля.

Под политическим дискурсом понимается смыслообразующая деятельность, которая регламентирована историческими факторами, социокультурными кодами, целью которой является воспроизводство и поддержание подчинительных отношений государства и общества, что позволяет выделить следующие цели политического дискурса: завоевание, удержание, распределение власти и ее легитимация [15. С. 346–347]. Необходимо отметить и тот факт, что для политического дискурса сложно определить его границы, а также сами понятия «политика» и «политическое», поскольку на сегодняшний день в политическую сферу интегрируется множество предметов, явлений, политизируются многие сферы жизнедеятельности человека (культурная, социальная, образовательная и т.д.), т.е. при определенных обстоятельствах любой дискурс может стать политическим [28. С. 107–109], именно поэтому, например, в зарубежных исследованиях отсутствует как таковое понятие «политический дискурс», поскольку там он рассматривается в русле социальных, правовых проблем [8. С. 286–287] [37].

Структура политического дискурса строится на основании позиции адресанта и содержательно-тематического параметра, что позволяет представить ее в следующем виде: институциональный политический дискурс (выступления политиков и документация), массмедийный политический дискурс (тексты о политике, созданные профессиональными журналистами и блогерами, опубликованные в медиа), «непрофессиональный» политический дискурс (тексты, созданные рядовыми читателями, которые интересуются политикой время от времени, в основном, это различные обращения в госструктуры и редакции), политические мемуары, политические детективы, политическая поэзия, научный политический дискурс [6; 27; 11; 24; 31; 29; 21].

На основании данной структуры можно выделить следующие виды политического дискурса: институциональный дискурс политика (служебный дискурс, выступления, мемуары действующего политика), неинституциональный дискурс политика (мемуары вышедшего в отставку политика), институциональный дискурс реагирования (все тексты, созданные журналистами, блогерами, опубликованные в СМИ, а также научные и научно-популярные работы ученых, политологов, опубликованные в массовых или специализированных изданиях), неинституциональный дискурс реагирования (всевозможные письма и обращения граждан в редакции, госструктуры, высказывания, труды ученых/политологов, которые не совпадают с мнением редакции, либо неопубликованные в СМИ) [См. подробнее: 21].

В данной статье мы сосредоточим внимание на институциональном дискурсе реагирования, а именно: на массмедийном политическом дискурсе. Политический дискурс в массмедиа претерпевает множество изменений, поскольку по отношению к политику и/или политическому институту может быть более или менее опосредованным, что будет зависеть от жанра и тематики текста [См. подробнее: 29], также массмедийный политический дискурс имеет гибридный характер, т. к. одновременно является одним из подвидов институционального дискурса и разновидностью массмедийного дискурса. Для политического массмедийного дискурса характерна опосредованность, двойная система (среда бытования и тематика) [16], данный вид дискурса является ключевой составляющей политической коммуникации как властный ресурс в его медийном, культурном и идеологическом характере [23. С. 66], его основная функция – сформировать посредством трансляции и/или ретрансляции определенных ценностей, образов коллективную политическую картину мира в том или ином обществе, т.е. его главная цель – борьба за власть, как и у политического дискурса [23. С. 66; 31. С. 27]. Также к задачам массмедийного политического дискурса можно отнести реализацию «политики мягкой силы» (soft power), т.е. является часть символической политики, необходимой для создания имиджа государства, политиков, трансляции ценностей, создания идеологии, нужного образа главы государства и т. п., а массмедиа рассматриваются как наиболее удачный и удобный инструмент для реализации символической политики, которую, в свою очередь, следует рассматривать как составляющую публичной политики.

Публичная политика связана с пониманием публичности как отделении информации от ее локализации, формируется ее символическое содержание, индивид в связи с развитием средств массовой коммуникации получает возможность наблюдать за действительностью, которая намного шире его повседневности, что актуализирует рассматривать политический процесс в русле средств массовой коммуникации [12. С. 29–34]. Публичная политика представляет собой форму репрезентации и конструирования власти, вовлекая в политический процесс все существующие социальные институты и социальные группы в определенном обществе [4. С. 4]. В свою очередь, СМК, в частности массмедиа, являются центральным институтом публичной политики, в их задачи входит информирование аудитории, организация открытого диалога, что является своеобразной оценкой, экспертизой властных решений [25. С. 63; 22. С. 139]. В российской науке и политической сфере термин «публичная политика» появился в 1990–2000-х гг., и в отличие от англосаксонской и европейской школ, не имеет четкого определения, целей, задач, элементов, структуры, объектов, субъектов. Однако, так или иначе, можно определить, что в России ключевыми субъектами

публичной политики являются гражданское общество, бизнес, организации бизнеса, в качестве элементов можно назвать общественное участие, политическую коммуникацию, виртуализацию публичной политики и медиатизацию публичной политики [3; 20]. Помимо перечисленного, необходимо отметить главную черту российской политической политики: непогруженность государственной власти в публичную сферу, что приводит к непубличности запросов от общественности, либо превращение общественных запросов в запросы от бизнес-сообществ, т. е. выражение не общественных интересов, а корпоративных.

Выше нами было указано, что среди основных элементов российской публичной политики выделяется виртуализация и медиатизация, что превращает публичную политику в виртуальную сферу медийной борьбы политических деятелей посредством специально созданных виртуальных образов, особенно в период избирательных кампаний [3], что следует считать закономерным явлением превращения массмедиа в основной инструмент публичной политики, связующее звено между гражданским обществом и государством, проникновение массмедиа во все сферы жизни общества и последующим формированием, определением ценностей, целей, ключевых моментов не только социума, но и каждого человека [30. С. 145–146]. Медиатизация трансформирует массмедиа в социальный институт, также существует точка зрения, что в последующем из социального института массмедиа переходят в фактор, который определяет жизнь общества [19. С. 30–38], однако это не останавливает процесс создания и институционализации новых массмедиа, при этом важно понимать, что медиатизация всегда связана в первую очередь с политической сферой.

Подобные процессы и непрерывное развитие цифровых технологий, диджитализация общества приводят к существенным изменениям в медийном пространстве не только на техническом и технологическом уровнях, но и к изменению модели массовой коммуникации.

Классической общепринятой моделью массовой коммуникации является пятивопросная модель Г. Лассуэлла: кто сообщает? – журналист, редакция, холдинг; кому сообщает? – аудитория СМИ; что сообщает? – актуальную и новую социально значимую информацию; по какому каналу? – вербальный; с каким эффектом? – формирование общественного мнения, изменение первоначальных установок [33]. Однако в современных реалиях, как уже отмечалось выше, с развитием технологий, социальных изменений, помимо журналистики, появляются совершенно новые публичные сферы (реклама, связи с общественностью, медиакоммуникации), что дает необходимость пересмотра хрестоматийной модели Лассуэлла в следующем виде: кто сообщает? – характеристика социального субъекта коммуникации в современных реалиях публичной коммуникации; кому сообщает? – объект коммуникационного процесса; что сообщает? – характеристика нового сообщения в современных условиях публичной коммуникации; по какому каналу? – характеристики публичной сферы, специфика каналов передачи сообщений; с каким эффектом? – анализ явлений/тенденций реальности, появившихся в результате коммуникационной деятельности в современной публичной сфере [17. С. 30]. Современная модель массовой коммуникации Г. Лассуэлла дает возможность интегрировать массмедиа в новую технологическую среду, описать их функционирование в новой среде, кроме того, позволяет говорить о переходе от медиатекста к медиапродукту и взамен журналистского дискурса ввести такое понятие, как совокупность медиапродуктов: визуальный, тейнмент-продукт, просьюмерский [13. С. 34–37]. Подробнее в данной статье мы остановимся на тейнмент-продукте, поскольку именно такой контент становится закономерным итогом медиатизации. Под медийным тейнмент-продуктом понимается профессионально созданный в развлекательном формате контент на социально значимую, культурную, образовательную, политическую тематику [13. С. 38]. На сегодняшний день тейнмент-технологиями, ведущими в медиaprостранстве, особенно в интернет-СМИ, в частности, прослеживаются следующие тенденции: инфотейнмент, бизнестейнмент, эдьютейнмент, политейнмент, sciencetaintment, culturetainment, socialtainment, arttainment [14. С. 99–100] – каждая из перечисленных тенденций образована слиянием первичной сферы (наука, бизнес, образование, политика и т. д.) + enretainment («развлечение»), таким образом, прослеживается преобладание развлекательного контента в медиасфере [14. С. 99–100]. Однако, идея тейнмент-технологий не сводится лишь к развлечению в привычном понимании, и скорее, предполагает легкость восприятия, удобную и релевантную форму подачи информации, адаптированность, запоминаемость [9. С. 146]. Также следует отметить, что тейнмент не предполагает обязательное/сплошное использование провокативных приемов, сенсаций и т.п.

В данном исследовании мы сосредоточим внимание на политейнменте (politics + enretainment – «политика и развлечение»). Следует обратить внимание на то, что в словосочетании использовано слово *politics*, под которым в английском языке понимается деятельность правительства и / или людей, которые пытаются влиять на управление страной, в целом, все, что связано с управлением страной, без какой-либо конкретики [34].

Принимая тезис о том, что политейнмент – одна из форм реализации инфотейнмента [9. С. 18], можно говорить о том, что политейнмент является также формой массовой культуры, имеет собственные жанры, предшествующие феномены проявления, выраженные в театральнo-зрелищных формах, фольклоре, ораторском искусстве и т.д. [9. С. 18].

Политеймент, так или иначе, понимается как симбиоз политики и массмедиа: явление, связанное с философией массового потребления, порождающее медиадемократию и состояние перманентной избирательной кампании с жизнеутверждающим настроением, в первую очередь, политеймент связан с политическими ток-шоу и коммерческими отношениями, превалированием развлечения над политикой [32. С. 31–112]; понимание политики как симбиоза новости, развлечения и рекламы [5]; процесс инсценирования новой реальности путем слияния политики и сферы развлечений [36]; эксплуатация политических тем в сфере развлечения, процесс капитализации политическими акторами своей публичности в целях продвижения [35]; эксплуатация форм массовой культуры как потенциального пространства для политической деятельности, а также изучение массовой культуры как индикатора гражданской активности, политической ориентации общества, его ценностей [35]; ненаучная форма политической рефлексии, порожденная эпохой массовой науки [10. С. 137–138]; результат медиатизации политики и ее превращения буквально в театр политических действий, политическое развлечение [7. С. 33–34]; развлекательный компонент на уровне политики [26. С. 461]; стратегический вид политической коммуникации, целью которой является получение массовой поддержки политика/власти посредством политического шоу или элементов развлечения [9. С. 139].

В приведенных выше определениях термина «политеймент» прослеживаются общие черты: массовая аудитория, массовая культура, публичность, коммуникация, развлечение и политика, т.е. на основании общих черт и представленных определений, можно вычлени следующее определение политеймента – разновидность политической коммуникации, ориентированной на массовую аудиторию, использующей публичность политиков, медиатехнологии, направленной на эмоциогенность и удобное, легкое восприятие информации.

Становление политеймента как отдельного вида дискурса определили процессы медиатизации политической сферы, в частности, публичной политики, новой специфики взаимодействия с аудиторией (коммуникация происходит посредством медиа, не напрямую, стираются границы распространения информации, участия, нивелируется привязка к локализации и географии), развитие массовой культуры во всех ее аспектах – все это приводит к трансформации медиаформатов, жанров, тематики, каналов распространения, трансляции, формы подачи медиапродуктов. Политеймент-дискурс в отличие от самого термина «политеймент» не имеет той широты изучения и определения, мы можем представить следующие определения: гибридный дискурс, сочетающий в себе политический, массмедийный, бытовой дискурсы, его прагматика характеризуется несерьезностью и развлекательно-увеселительной составляющей, а также искажением институциональных норм в угоду созданию новых норм, а также персонализацией, эпатажностью, готовностью перейти на личности [1. С. 135]; особый тип гибридного дискурса, который актуализирует людическую функцию языка в политической сфере [2. С. 94]. Кроме того, выделяют следующие черты политеймент-дискурса: эпатажность, персонализация, оскорбления, отрицание политкорректности, толерантности, использование формата шоу, трансформация политических фигур в медиаперсон, «звезд», а политики – в шоу-бизнес, использование языковой игры (в основном, связаны с сарказмом и иронией, либо оскорблениями, оппонента), а также использование манипулятивных приемов [1; 2]. Кроме того, с политеймент-дискурсом связывают процесс таблоидизации качественных массмедиа: кричащие заголовки и их несоответствие содержанию, обилие иллюстративного материала (карикатуры, мемы, коллажи и т. д.), ссылки на псевдаавторитет, оценочная лексика [18].

Приведенные выше трактовки политеймент-дискурса и его особенностей, процессов, связанных с ним, имеют такие общие моменты, как превращение политики в шоу-бизнес, превращение качественных массмедиа в «желтые», обилие визуализации, элементов шоу. Однако, на наш взгляд, подобный подход к пониманию политеймент-дискурса не является полноценным и не описывает данное явление во всей его сложности и специфике. Так, например, мы можем наблюдать сосредоточенность именно на языковой игре и эпатажности, использовании сниженной, просторечной лексики, просторечий, позиционировании политика себя как не-политика, но данные черты будут, скорее, присущи конкретному политическому лидеру, особенностям его позиционирования в медиапространстве, а не технологии и дискурсу, в целом. Помимо этого, не учитывается социокультурный контекст, типы массмедиа: неоднородный и сложный характер массовой аудитории, отсутствие конкретного адресата, отсутствие привязки к определенной локации, изменение характера публичности, существование такого типа массмедиа, как кваллоиды, также не учитывается тот факт, что политеймент-дискурс будет являться институциональным политическим дискурсом реагирования, т.е. контент делается профессиональными журналистами, блогерами, размещается на медиаплощадках, и данный контент преследует своей целью актуализировать политическую тематику во всех сферах жизни общества, поскольку политеймент, как уже говорилось выше, это современная ненаучная форма политической рефлексии.

Таким образом, предлагаем следующую формулировку определения политеймент-дискурса: сложноорганизованная информационно-коммуникационная система коммуникационных и медиапродуктов, локализованная в пространстве, времени и событийном ряду вокруг сферы политики и смежных предметных

сфер, обладающая институциональной целостностью, позволяющая актуализировать политическую тематику в медийной, социальной, экономической, и культурной средах и создавать определенную форму интерпретации реальности в сфере политики. В качестве специфики политеймент-дискурса предлагаем выделить следующие черты: удобство и легкость подачи информации, гибридность, использование медийных технологий и самых разных жанров, ориентация на массовую аудиторию, использование квалоидов как основных площадок в СМИ, профессиональный подход к контенту.

Данное определение и специфика политеймент-дискурса позволяют позиционировать его как актуальную трансформацию политического массмедийного дискурса, которая также соотносится с изменениями в медиапространстве, модели массовой коммуникации, но сохраняет при этом тематику и среду распространения.

#### Список источников

1. Алексеев А. Б. К вопросу изучения политеймента как специфической разновидности политического дискурса // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. 2022. № 1 (44). С. 134–141.
2. Алексеев А. Б. Политеймент и влияние его стратегий на языковую личность политика // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020. Т. 18. № 2. С. 91–102.
3. Баранова Т. В. Публичная политика: подходы к определению и основные составляющие российской публичной политики // Огарев-online. 2021. № 7. URL: <http://journal.mrsu.ru/arts/publichnaya-politika-podxody-k-opredeleniyu-i-osnovnye-sostavlyayushhie-rossijskoj-publichnoj-politiki> (дата обращения: 08.08.2022).
4. Богучарский А. В. Публичная политика как форма репрезентации власти в культурно-историческом процессе: дисс. ... д-ра социол. наук. Ростов-на-Дону, 2005. – 310 с.
5. Болыц Н. Азбука медиа. Москва: Европа, 2011. 132 с.
6. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Зарубежная политическая лингвистика: учебное пособие. Москва: Флинта, 2008. 351 с.
7. Василенко Я. И. Политеймент в контексте медиатизации политики // Исследования молодых ученых: материалы XXXIII Международной научной конференции (г. Казань, февраль 2022 г.) / под ред. И. Г. Ахметова и др. Казань: Молодой ученый, 2022. С. 32–36.
8. Водак Р. Критическая лингвистика и критический анализ дискурса // Политическая лингвистика. 2011. № 4. С. 286–291.
9. Драгун Е. М. Инфотеймент как явление современной культуры: дисс. ... канд. культурологии. Москва, 2015. 175 с.
10. Казаринова Д. Б. Векторы эволюции политической рефлексии и политеймент // Социальные и гуманитарные знания. 2020. Т. 6 № 2 (22). С. 134–141.
11. Карасик В. И. Этнокультурные типы институционального дискурса // Этнокультурная специфика речевой деятельности: сборник обзоров. Москва: ИНИОН РАН, 2000. С. 35–38.
12. Киуру К. В. Имиджевый медиатекст в политической коммуникации: дискурсивный анализ: дисс. ... д-ра филол. наук. Санкт-Петербург, 2008. 391 с.
13. Киуру К. В., Антропова В. В. Журналистский дискурс в digital-эпоху: от медиатекста к медиaproдукту // Актуальные вопросы речевого взаимодействия: материалы Всероссийской научно-практической конференции, посвященной юбилею профессора Л. А. Месеняшиной. Челябинск: Издательство Челябинского государственного университета, 2019. С. 32–38.
14. Киуру К. В., Кривоносов А. Д. Развлекательный контент как драйвер современного медиапотребления // Ценностные ориентиры современной журналистики: сборник научных статей VI Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 80-летию Педагогического института им. В. Г. Белинского. Пенза: Издательство Пензенского государственного университета, 2019. С. 97–100.
15. Кожемякин Е. А. Политический дискурс // Дискурс-Пи. 2010. Серия «Энциклопедия «Дискурсология». С. 346–347.
16. Корконосенко С. Г. Политический медиадискурс // Политическая журналистика: учебник для бакалавриата и магистратуры / под ред. С. Г. Корконосенко. Москва: Юрайт, 2019. URL: [https://studme.org/79356/zhurnalistika/politicheskiy\\_mediadiskursa](https://studme.org/79356/zhurnalistika/politicheskiy_mediadiskursa).
17. Кривоносов А. Д., Киуру К. В. Парадигматика современной системы массовых коммуникаций в модели Г. Лассуэлла // Вопросы теории и практики журналистики. 2022. Т. 11. № 1. С. 27–40.
18. Кузнецов И. С., Славина В. А. Политеймент и таблоидизация качественной прессы // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2019. № 1. С. 115–117.
19. Моргунов А. А. Процессы медиатизации в современной культуре: сущность и последствия // Вестник Тверского государственного университета. Серия «Философия». 2013. Вып. 4. С. 30–38.
20. Никовская Л. И., Якимец В. Н. Публичная политика в современной России: между корпоративно-бюрократическим и гражданско-модернизаторским выбором // Полития. 2007. № 1. С. 30–51.
21. Перельгут Н. М., Сухоцкая Е. Б. О структуре понятия «политический дискурс» // Вестник Нижневартбургского государственного университета. 2013. № 2. С. 35–41.
22. Перегудов С. П. Гражданское общество как субъект публичной политики // Полис. Политические исследования. 2006. № 2. С. 139–150.
23. Русакова О. Ф., Грибовод Е. Г. Политический медиадискурс и медиатизация политики как концепты политической коммуникативистики // Антиномии. 2014. Т. 14. Вып. 4. С. 65–77.
24. Рыбакина А. В. Проблемы политического дискурса // Политология. URL: [http://www.pglu/lib/publications/University\\_Reading](http://www.pglu/lib/publications/University_Reading) (дата обращения: 08.08.2022)
25. Сивякова Е. В. Общероссийские СМИ как институт публичной политики: условия и технологии производства публичности: дисс. ... канд. филол. наук. Москва, 2009. 197 с.
26. Федотова Н. А. Политеймент как инструмент массмедиа // Журналистика-2015: стан, проблемы і перспективы: материалы Международной 17-й научно-практической конференции. Минск: БДУ, 2015. С. 460–462.
27. Чудинов А. П. Политическая лингвистика: учебное пособие. 2-е изд., испр. Москва: Флинта : Наука, 2006. 256 с.
28. Шевченко Е. С. О границах политического дискурса // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2009. № 4. С. 107–111.
29. Шейгал Е. И. Семантика политического дискурса. Москва: Гнозис, 2004. 326 с.

30. Шмелёва Т. В. Медиатизация как феномен современной культуры и объект исследования // Вестник Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого. 2015. № 7 (90). С. 145–148.
31. Ширяев Н. С. Коммуникативные стратегии репрезентации национальной идентичности в политическом медиадискурсе (на материале английского и французского языков): дисс. ... канд. филол. наук. Саратов, 2017. 195 с.
32. Dörner A. Politainment: Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 2001. 272 p.
33. Lasswell H. Structure and Function of Communication in Society / ed. by J. Bryson. The Communication of Ideas. New York, 1948. pp. 37–51.
34. Politics, political, politician or policy? // Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/грамматика/британская-грамматика/politics-political-politician-or-policy> (дата обращения: 08.08.2022)
35. Politainment // The International Encyclopedia of Political Communication. Wiley Online Library, 2016. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/9781118541555.wbiepc157> (дата обращения: 08.08.2022)
36. Schultz D. Politainment: The Ten Rules of Contemporary Politics: A citizens' guide to understanding campaigns and elections. 2012. 67 p.
37. Torfing J. Discourse Theory : Archivments, Arguments, and Challengers // Discourse Theory in European Politics. Identity, Policy and Governance. Palgrave Macmillan, 2005. pp. 1–32.

#### References

1. Alekseev, A. B. (2022). K voprosu izucheniya politejnmента как specificheskoj raznovidnosti politicheskogo diskursa [On the question of studying politainment as a specific variety of political discourse]. *Aktual'ny'e voprosy` sovremennoj filologii i zhurnalistiki* [Topical issues of modern philology and journalism], 1 (44), pp. 134–141 (in Russ.).
2. Alekseev, A. B. (2020). Politejnment i vliyanie ego strategij na yazy`kovuyu lichnost` politika [Politainment and the influence of its strategies on the linguistic personality of a politician]. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikaciya* [Bulletin of the Novosibirsk State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication], Vol. 18, 2, pp. 91–102 (in Russ.).
3. Baranova, T. V. (2021). Publichnaya politika: podxody` k opredeleniyu i osnovny`e sostavlyayushhie rossijskoj publichnoj politiki [Public policy: approaches to the definition and main components of Russian public policy]. *Ogarev-online* [Ogarev-online], available at: <http://journal.mrsu.ru/arts/publichnaya-politika-podxody-k-opredeleniyu-i-osnovnye-sostavlyayushhie-rossijskoj-publichnoj-politiki> (accessed: 08.08.2022) (in Russ.).
4. Bogucharskij, A. V. (2005). Publichnaya politika kak forma reprezentacii vlasti v kul'turno-istoricheskom processe: diss. ... d-ra sociol. nauk [Public policy as a form of representation of power in the cultural and historical process: thesis for the degree of Doctor of Sociological sciences]. Rostov-on-Don, 310 p. (in Russ.).
5. Bolcz, N. (2011). *Azbuka media* [ABC of Media]. Moscow: Europe, 132 p. (in Russ.).
6. Budaev, E. V., Chudinov, A. P. (2008). *Zarubezhnaya politicheskaya lingvistika: uchebnoe posobie* [Foreign political linguistics: study guide]. Moscow: Flinta, 350 p. (in Russ.).
7. Vasilenko, Ya. I. (2022). Politejnment v kontekste mediatizacii politiki [Politainment in the context of mediatization of politics]. *Issledovaniya molody`x ucheny`x: materialy` XXXIII Mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii (g. Kazan`, fevral` 2022 g.)* [Research of young scientists: materials of the XXXIII International Scientific Conference (Kazan, February 2022)]. Ed. by I. G. Akhmetov and others. Kazan: Young Scientist, pp. 32–36 (in Russ.).
8. Vodak, R. (2011). Kriticheskaya lingvistika i kriticheskij analiz diskursa [Critical linguistics and critical discourse analysis]. *Politicheskaya lingvistika* [Political linguistics], 4, pp. 286–291 (in Russ.).
9. Dragun, E. M. (2015). Infotejnment kak yavlenie sovremennoj kul'tury`: diss. ... kand. kul'turologii [Infotainment as a phenomenon of modern culture: thesis for the degree of Candidate of Cultural studies]. Moscow: 175 p. (in Russ.).
10. Kazarinova, D. B. (2020). Vektory` e volyucii politicheskoy refleksii i politejnment [Vectors of the evolution of political reflection and policymaking]. *Social'ny'e i gumanitarny`e znaniya* [Social and humanitarian knowledge], Vol. 6, 2 (22), pp. 134–141 (in Russ.).
11. Karasik, V. I. (2000). E`tnokul'turny`e tipy` institucional'nogo diskursa [Ethnocultural types of institutional discourse]. *E`tnokul'turnaya specifikha rechevoj deyatel'nosti: sbornik obzorov* [Ethnocultural specifics of speech activity: a collection of reviews]. Moscow: INION RAS, pp. 35–38 (in Russ.).
12. Kiuru, K. V. (2008). Imidzhevny`j mediatekst v politicheskoy kommunikacii: diskursny`j analiz: diss. ... d-ra filol. nauk [Image media text in political communication: discourse analysis: dissertation for the degree of Doctor of Philology]. St. Petersburg, 391 p. (in Russ.).
13. Kiuru, K. V., Antropova, V. V. (2019). Zhurnalistskij diskurs v digital-e`poxu: ot mediateksta k mediaprodktu [Journalistic discourse in the digital era: from media text to media product]. *Aktual'ny'e voprosy` rechevogo vzaimodejstviya: materialy` Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii, posvyashhennoj yubileyu professora L. A. Mesenyashinoj* [Topical issues of speech interaction: proceedings of the All-Russian scientific and practical conference dedicated to the anniversary of Professor L. A. Mesenyashina]. Chelyabinsk: Chelyabinsk State University Press, pp. 32–38 (in Russ.).
14. Kiuru, K. V., Krivososov, A. D. (2019). Razvlekatel'ny`j kontent kak drajver sovremennogo mediapotrebleniya [Entertainment content as a driver of modern media consumption]. *Cennostny`e orientiry` sovremennoj zhurnalistiki: sbornik nauchny`x statej VI Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii, posvyashhennoj 80-letiyu Pedagogicheskogo instituta im. V. G. Belinskogo* [Value orientations of modern journalism: a collection of scientific articles of the VI All-Russian scientific and practical conference dedicated to the 80th anniversary of the Pedagogical Institute named after V. G. Belinsky]. Penza: Penza State University Press, pp. 97–100 (in Russ.).
15. Kozhemyakin, E. A. (2010). Politicheskij diskurs [Political discourse]. *Diskurs-Pi* [Discourse-Pi], Series “Encyclopedia” Discourse Studies”, pp. 346–347 (in Russ.).
16. Korkonosenko, S. G. (2019). Politicheskij mediadiskurs [Political media discourse]. *Politicheskaya zhurnalistika: uchebnik dlya bakalavriata i magistratury`* [Political Journalism: a textbook for Bachelor's and Master's degrees]. Ed. by S. G. Korkonosenko. Moscow: Yurayt, available at: [https://studme.org/79356/zhurnalistika/politicheskij\\_mediadiskursa](https://studme.org/79356/zhurnalistika/politicheskij_mediadiskursa) (accessed 08.08.2022) (in Russ.).
17. Krivososov, A. D., Kiuru, K. V. (2022). Paradigmatika sovremennoj sistemy` massovy`x kommunikacij v modeli G. Lassue`lla [Paradigmatics of the modern system of mass communications in the model of H. Lasswell]. *Voprosy` teorii i praktiki zhurnalistiki* [Questions of the theory and practice of journalism], Vol. 11, 1, pp. 27–40 (in Russ.).

18. Kuznecov, I. S., Slavina, V. A. (2019). Politejnment i tabloidizacija kachestvennoj pressy` [Politejnment and tabloidization of quality press]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika* [Bulletin of the Voronezh State University. Series: Philology. Journalism], 1, pp. 115–117 (in Russ.).
19. Morgunov, A. A. (2013). Processy` mediatizacii v sovremennoj kul'ture: sushhnost' i posledstviya [Processes of mediatization in modern culture: essence and consequences]. *Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya «Filosofiya»* [Bulletin of the Tver State University. Series "Philosophy"]. Issue 4, pp. 30–38 (in Russ.).
20. Nikovskaya, L. I., Yakimecz, V. N. (2007). Publichnaya politika v sovremennoj Rossii: mezhdru korporativno-byurokraticheskim i grazhdansko-modernizatorskim vy`borom [Public policy in modern Russia: between the corporate-bureaucratic and civil-modernization choice]. *Politiya* [Politia], 1, pp. 30–51 (in Russ.).
21. Perelgut, N. M., Suxoczkaya, E. B. (2013). O strukture ponyatiya «politicheskij diskurs» [On the structure of the concept of "political discourse"]. *Vestnik Nizhnevartorskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Nizhnevartovsk State University], 2, pp. 35–41 (in Russ.).
22. Peregodov, S. P. (2006). Grazhdanskoe obshhestvo kak sub`ekt publichnoj politiki [Civil society as a subject of public policy]. *Polis. Politicheskie issledovaniya* [Policy. Political Studies], 2, pp. 139–150 (in Russ.).
23. Rusakova, O. F., Gribovod, E. G. (2014). Politicheskij mediadiskurs I mediatizacija politiki kak koncepty` politicheskoy kommunikativistiki [Political media discourse and mediatization of politics as concepts of political communication science]. *Antinomii* [Antinomies], Vol. 14, Issue 4, pp. 65–77 (in Russ.).
24. Rybakina, A. V. Problemy` politicheskogo diskursa [Problems of political discourse]. *Politologiya* [Political science], available at: [http://www.pglu/lib/publications/University\\_Reading](http://www.pglu/lib/publications/University_Reading) (accessed 10.08.2022) (in Russ.).
25. Sivyakova, E. V. (2009). Obshherossijskie SMI kak institut publichnoj politiki: usloviya i tehnologii proizvodstva publichnosti: diss. ... kand. filol. nauk [All-Russian mass media as an institution of public policy: conditions and technologies for the production of publicity: dissertation for the degree of Candidate of Philological sciences]. Moscow, 175 p. (in Russ.).
26. Fedotova, N. A. (2015). Politejnment kak instrument massmedia [Politejnment as a mass media tool]. *Zhurnalisty`ka-2015: stan, prablemy` i perspektivy` materialy` Mezhdunarodnoj 17-j nauchno-prakticheskoy konferencii* [Journalism-2015: camp, problems and prospects : materials of the International 17th scientific and practical conference]. Minsk: BDU, pp. 460–462 (in Russ.).
27. Chudinov, A. P. (2006). *Politicheskaya lingvistika: uchebnoe posobie. 2-e izd., ispr.* [Political linguistics: textbook. 2nd ed., rev.]. Moscow: Flinta: Nauka, 256 p. (in Russ.).
28. Shevchenko, E. S. (2009). O graniczax politicheskogo diskursa [On the boundaries of political discourse]. *Territoriya novy`x vozmozhnostej. Vestnik Vladivostokskogo gosudarstvennogo universiteta e`konomiki i servisa* [Territory of new opportunities. Bulletin of Vladivostok State University of Economics and Service], 4, pp. 107–111 (in Russ.).
29. Shejgal, E. I. (2004). *Semiotika politicheskogo diskursa* [Semiotics of political discourse]. Moscow: Gnosis, 326 p. (in Russ.).
30. Shmelyova, T. V. (2015). Mediatizacija kak fenomen sovremennoj kul'tury` i ob`ekt issledovaniya [Mediatization as a phenomenon of modern culture and an object of research]. *Vestnik Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta im. Yaroslava Mudrogo* [Bulletin of the Novgorod State University. Yaroslav the Wise], 7 (90), pp. 145–148 (in Russ.).
31. Shiryaev, N. S. (2017). Kommunikativny`e strategii reprezentacii nacional'noj identichnosti v politicheskom mediadiskurse (na materiale anglijskogo i francuzskogo yazy`kov): diss. ... kand. filol. nauk [Communicative strategies for the representation of national identity in political media discourse (on the material of English and French languages): thesis for the degree of Candidate of Philological sciences]. Saratov, 195 p. (in Russ.).
32. Dörner A. *Politejnment: Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 2001. 272 p.
33. Lasswell H. Structure and Function of Communication in Society. *The Communication of Ideas*. Ed. by J. Bryson. New York, 1948. pp. 37–51.
34. Politics, political, politician or policy? *Cambridge Dictionary*. available at: <https://dictionary.cambridge.org/ru/грамматика/британская-грамматика/politics-political-politician-or-policy> (accessed 11.08.2022).
35. Politejnment. *The International Encyclopedia of Political Communication*. Wiley Online Library, 2016. available at: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/9781118541555.wbiepc157> (accessed 11.08.2022).
36. Schultz D. *Politejnment: The Ten Rules of Contemporary Politics: A citizens' guide to understanding campaigns and elections*. 2012. 67 p.
37. Torfing J. Discourse Theory: Archivments, Arguments, and Challengers. *Discourse Theory in European Politics. Identity, Policy and Governance*. Palgrave Vacmillan, 2005. pp. 1–32.

#### **Информация об авторе**

**А. В. Грушева** – старший преподаватель кафедры журналистики и массовых коммуникаций факультета журналистики.

#### **Information about the author**

**Alla V. Grosheva** – Senior Lecturer, Department of Journalism and Mass Communications, Faculty of Journalism.

Статья поступила в редакцию 13.08.2022; одобрена после рецензирования 31.08.2022;

принята к публикации 18.09.2022.

The article was submitted 13.08.2022; approved after reviewing 31.08.2022;

accepted for publication 18.09.2022.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declare no conflicts of interests.