

*Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. № 4 (46). С. 60–65.
eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).*
*Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija. 2022;4(46): 60–65.
eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).*

Научная статья
УДК 81`42
DOI 10.47475/2070-0695-2022-10408

ТРАВМИРУЮЩЕ-ФОБИЧЕСКИЙ ДИСКУРС В РЕГИОНАЛЬНЫХ МЕДИА: РИТОРИЧЕСКАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ

Елена Юрьевна Панова

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия,
elena_panova81@mail.ru, ORCID: 0000-0001-7800-8086

Аннотация. Анализируется специфика репрезентации травмирующе-фобического дискурса как комплекса психологических и социальных реакций в региональных медиа в стилистическом и риторическом аспектах. Эмпирической базой исследования стали публикации городского портала 74.ru, ориентированного на разные типы целевой аудитории и универсальный характер медиасообщений. Установлены варианты стилистических коннотаций в медиатекстах, обозначены возможные факторы такой репрезентации. Методологической основой исследования является концепция риторизации медиапространства, предполагающая реализацию медиатекста в прагматике текстовых единиц, с одной стороны, и совокупности дискурсивных, прагматических и аксиологических практик, с другой. Вследствие этого репрезентация травмирующего дискурса становится предпосылкой для постановки вопроса об аксиологических параметрах современного общества, отраженных в медиа. Средствами верификации этих параметров могут стать страхи и фобии, эксплицируемые в публичной массовой коммуникации, или ценностные индикаторы (обнаруживаемые в травмирующе-фобическом дискурсе), которые обнаруживают, что боятся потерять обыватели в условиях кризиса, общественных трансформаций и т. п. Рассматривается гипотеза формирования и трансляции фобий с помощью ресурсов региональных медиа: последние, являясь значимым агентом процесса медиавоздействия, обнаруживают потенциал и актуализации травмирующе-фобического дискурса, и в то же время его нейтрализации.

Ключевые слова: региональный медиатекст, стилистика и риторика медиатекста, травма, фобии, коммуникативная стратегия, ценности, медиавоздействие.

Благодарности: Исследование выполнено при финансовой поддержке Фонда перспективных научных исследований ФГБОУ ВО «ЧелГУ», № 129-1 от 01.03.2022

Для цитирования: Панова Е. Ю. Травмирующе-фобический дискурс в региональных медиа: риторическая репрезентация // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. № 4 (46). С. 60-65. <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2022-10408>.

Original article

TRAUMA-PHOBIC DISCOURSE IN REGIONAL MEDIA: RHETORICAL REPRESENTATION

Elena Yu. Panova

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, elena_panova81@mail.ru, ORCID: 0000-0001-7800-8086

Abstract. The specificity of the representation of traumatic-phobic discourse as a complex of psychological and social reactions in regional media is analyzed in stylistic and rhetorical aspects. The empirical basis of the study was the publication of the city portal 74.ru, which is focused on different types of target audience and the universal nature of media messages. Variants of stylistic connotations in media texts are established, possible factors of such representation are indicated. The methodological basis of the study is the concept of rhetorization of the media space, which implies the implementation of the media text in the pragmatics of text units, on the one hand, and the totality of discursive, pragmatic and axiological practices, on the other. As a result, the representation of traumatic discourse becomes a prerequisite for posing the question of the axiological parameters of modern society reflected in the media. The means of verifying these parameters can be fears and phobias, explicated in public mass communication, or value indicators (found in traumatic-phobic discourse), which reveal that the inhabitants are afraid to lose in a crisis, social transformations, etc. The hypothesis of the formation and broadcasting phobias with the help of regional media resources: the latter, being a significant agent of the process of media exposure, reveal the potential of the actualization of the traumatic-phobic discourse, and at the same time its neutralization.

© Панова Е. Ю., 2022

Key words: regional media text, style and rhetoric of media text, trauma, phobia, communication strategy, values, media impact.

Acknowledgments: The study was carried out with the financial support of the Foundation for Advanced Scientific Research of Chelyabinsk State University, No. 129-1 dated 01.03.2022.

For citation: Panova E. Yu. Trauma-phobic discourse in regional media: rhetorical representation. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*. 2022; 4(46): 60-65. <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2022-10408>. (In Russ.).

Введение

Актуальность предпринятого в статье исследования обусловлена рядом факторов. Во-первых, активизация процессов медиатизации заставляет рассматривать СМИ как модулятор и транслятор общественного мнения, особенно если учесть тот факт, что феномен авторства связан теперь не только с профессиональным медиасообществом, но и с «гражданским» активизмом, находящим должное выражение, например, в комментариях, также влияющих на характер медиасистемы. Во-вторых, пристальное внимание к дискурсивным практикам текстов массмедиа – традиционный и эффективный метод описания, анализа и интерпретации актуальных процессов в обществе, так как медиатекст (в контексте теории медиавоздействия [см., например, 2, 4]) одновременно отражает и формирует социальные фобии у потребителей контента.

Теория медиавоздействия и фобии как предмет исследования органично соединились в концепции М. Р. Желтухиной, в которой медиастрах рассматривается как соединение психологии эмоций и лингвистики эмоций [6].

Обозначенные исследователем интенции (информирование, социальный контроль, манипуляция) позволяют предположить, что страх как одна из базовых эмоций человека может являться мощным фактором формирования определенных социальных настроений и установления «зон влияния». Именно поэтому представляется важным и своевременным разговор о стилистической и риторической специфике репрезентации фобий в медиатекстах, коммуникативных стратегиях реализации смыслов, связанных со страхами и фобиями в контексте риторического подхода к тексту. Риторический подход представляется релевантным в силу того, что процесс риторизации как глобальный тренд современной гуманитаристики затрагивает и деформирует образование в широком смысле этого слова (концепция лингвориторического образования [3]), культурное пространство в целом (исследователи говорят о риторизации культуры [5]), медиадискурс и словесность – иными словами, представляется возможным говорить о риторизации любых дискурсивных практик. В. В. Котелевская пишет о риторическом повороте, произошедшем наряду с нарративным и лингвистическим в прошлом веке, и отмечает три важнейших концепта понимания риторики: 1) «классическая риторика – по-прежнему актуальная практика анализа и порождения текстов разных жанров», 2) «риторика как историко-типологическая модель культуры <...> Пестрота речевого опыта, с одной стороны, нормативное описание – с другой: именно в границах этих параметров работает риторическая культура», 3) «третья ассоциация ведет нас к пониманию риторики в русле “общей теории высказываний”, описывающей “коммуникативное взаимодействие людей”» [7]. Уместным здесь будет отметить дуалистические отношения стилистики и риторики медиатекста: понимая их взаимообусловленность, стилистику можно рассматривать как систему, обуславливающую риторические механизмы реализации коммуникативного замысла (в широком смысле), и в узком – как набор стилистических приемов, обеспечивающих речевое воплощение смыслов. В рамках данной статьи мы сосредоточимся на узком аспекте понимания стилистики и обозначим основные черты стилистического оформления страхов в региональных медиатекстах, понимая, что репрезентация страхов и фобий в медиатексте обусловлена риторической установкой и специфическими коммуникативными стратегиями.

Методология исследования

Методология исследования потребовала сочетания качественного и количественного методов: наблюдение за риторическими и коммуникативными стратегиями генетически связано с базовыми методами структурно-семиотического анализа, примененного к медиатекстам (Ю. Лотман, Р. Барт), и сопоставлено с современными практиками дискурсивного и лингвистического анализа текста (И. Анненкова, А. Голоднов, С. Савицкий, Э. Чепкина). Коммуникативная стратегия рассматривается в двух разных аспектах: как определенные речевые действия, направленные на достижение коммуникативной цели в ходе общения и как генеральный принцип организации текста, единый в своей сути для каждого структурного уровня текста (от смыслового до речевого), но на каждом из них обнаруживающий свою специфику реализации, в том числе стилистическую. В исследовании апробировалась модель лингвориторического анализа текста (А. Ворожбитова) с целью создания комплексного представления о специфике реализации страхов в медиатексте. Это позволило проследить реализацию риторического сценария медиастрахов и соотнести его с определенной коммуникативной стратегией и ее стилистической реализацией.

Исследования в области фобий и страхов медиа проводились, например, М. Р. Желтухиной, И. М. Дзялошинским, Н. Л. Антоновой и другими. Эмоция страха, архетипически значимая в процессе медиавоздействия, и ее репрезентация в медиапространстве исследовалась в разных аспектах: в свете философско-антропологических концепций (А. В. Корчинский), дискурсивно-содержательных характеристик (М. Р. Желтухина), конкретных механизмов и особенностей реализации медиастрахов в современных медиатекстах (С. И. Байбикова, Т. Т. Зубарева) и других.

Исследования аксиологической специфики медиатекста также релевантны для подобного исследования, поскольку позволяют уточнить понимание ценности в ее ментальном смысле, как категории, значимой для характеристики социального процесса и его трансформации через призму медиасистемы, чутко реагирующей на запросы общества [см., например, 8, 9]. Аксиологический подход в науке, базирующийся на признании ценностей вечными, внеисторичными, одинаково значимыми и в социальной, и в духовно-ментальной сфере, предлагает различные интерпретационные модели понятия ценностей: они рассматриваются как факты, аспекты мотивации (ценностные ориентации); константные убеждения о рекомендуемых способах поведения; разделяемые большинством идеи и концепции; принципы, регламентирующие жизненные сценарии; регуляторы деятельности; когнитивно-мотивационные модели и структуры. В результате такого многомерного подхода к ценностям исследователи делают вывод о том, что «ценностью может быть любой факт, имеющий значение; ценности относятся к когнитивной сфере и могут быть составляющими направленности личности» [10. С. 79]. Региональный текст как поле репрезентации ценностей, отраженных в травмирующе-фобическом дискурсе, уже становился объектом исследований, в результате которых были проанализированы основные кластеры фобий и их связь с ценностными доминантами [1].

Количественные методы анализа привлекались при составлении эмпирической базы, в которую вошли медиасообщения регионального портала 74.ru.

Данная методология была апробирована в ряде частных исследований, и можно говорить о ее результативности. Она представляется релевантной для анализа контента региональных медиа, позволяет обнаруживать тенденции формирования и трансляции фобий населения, но при этом очевиден ее несовершенный характер, поскольку СМИ, являясь интерпретационным инструментом обработки информации, транслирует скрытые контекстные смыслы, не всегда лексически маркируемые словами.

Основные результаты

Модель лингвориторического анализа проявления фобий в медиатексте, положенная в основу исследования, предполагала последовательное выявление модуса медиатекста (его соотношенность с определенной тематической сферой и комплекс целей реализации данного медиасообщения), характера аргументов (апелляция к рациональной стратегии, иррациональным средствам убеждения и т.д.), риторических средств введения аргументов (в данном случае риторика рассматривалась в узко прикладном смысле как инструментарий речевого оформления текста и практически приравнивалась к стилистике медиатекста, о чем было сказано выше), пафоса медиатекста (эмоциональная оценка, выраженная в тексте, ожидаемый коммуникативный эффект медиасообщения).

С. Кьеркегор предлагал разделять эмпирический и метафизический страх, основанием для деления считая сферу(ы) формирования страхов. Второй еще принято считать экзистенциальным в широком смысле как страх непознаваемого в принципе бытия. Система медиа, на наш взгляд, не настолько обращена к философии жизни, чтобы продуцировать преимущественно экзистенциальные страхи, но и не лишена их, трансформируя и адаптируя под требования момента. Рассуждая о тематических сферах формирования страхов, мы отнесли к метафизическим страх смерти, неизвестности, неопределенности. Но и в этом случае граница с социальностью очень тонка, даже точнее – именно социальная реальность приводит к появлению таких фобий. Источником формирования социальных фобий могут выступать вполне внятные социально-экономические факторы (повышение цен, явления социальной несправедливости) и факторы, психологически и архетипически мотивированные (например, страх неудач или страх неуверенности, страх ответственности, страх незащитности, страх зависимости или несвободы). На пересечении этих двух наблюдаемых полей формируется представление о семантике текста, которое потом уточняется анализом субъектных позиций текста (авторской точки зрения, иных героев и др.) и развертывания суждения. Как показал анализ материалов, в медиатекстах данного типа преобладает страх незащитности в различных модификациях, также часто встречается страх зависимости, а следовательно, актуализируются такие смысловые направления, как страх за сохранение здоровья и как фактор, который может угрожать здоровью, страх как неуверенность в будущем, страх как неуверенность в себе. Страхи, связанные со здоровьем, представлены наиболее частотно, но встречаются и другие варианты (перечислены по мере убывания частотности употребления): страхи в связи с состоянием экологии (значимый аспект в регионе), политической ситуацией, кредитованием, социальным комфортом. Показательно, подобный анализ относительно лексемы 'травма' выявил явное преобладание понимания травмы прежде всего

как физического повреждения, связанного с медицинским вмешательством или несчастными случаями/ происшествиями, нежели как результата психологического воздействия (67 и 5 публикаций соответственно).

Анализ медиасообщений позволил выделить две генеральные коммуникативные стратегии, обеспечивающие и обуславливающие специфику функционирования медиатекста и его стилистические особенности: провокативную и нейтрализующую. Первая связана с продуцированием конфликтных смыслов, усилением эмоционального напряжения, эскалации тревожности и состояний, с ней связанных, и это соответствует логике агонального медиасообщения, призванного эксплицировать травмирующе-фобические смыслы. Стилистически это выражается в рядах однородных членов, риторических вопросах, образных сравнениях («как чумный город», «как столпотворение фанатиков» – отметим, что в обоих примерах появляются смыслы неконтролируемости ситуации, что связано со страхом незащищенности и неизвестности). Первоначально мы выдвигали гипотезу о намеренном обострении ситуации, связанной с социальными страхами, в СМИ с помощью лингвистических методов (очевидно, что именно эта функция приписывается SMK обывателями как главная и первичная), но она не нашла своего подтверждения. В региональных СМИ функция провокативной коммуникативной стратегии заключается в возбуждении интереса к информационным поводам и возможной его пролонгации, в сохранении некой «интриги» текста, но не в дезинформации и эскалации конфликтных и тревожных настроений, что позволяет говорить об определенной социальной политике.

Продуцированию страхов, сублимации конфликтности в агональном медиасообщении в медиатекстах может быть противопоставлен этикетно-ритуальный дискурс, кооперирующий участников коммуникации, снимающий острые противоречия, функционирующий как нейтральный. Именно использование стилистически нейтральных речевых средств, ритуальных с точки зрения риторики, фатических конструкций помогает достичь коммуникативного эффекта нейтрализации конфликтного сообщения.

Материалы портала 74.RU часто либо в качестве информационного повода, либо как фон сообщения используют проблемные социальные ситуации, при этом демонстрируя особенную специфику из освещения. С одной стороны, лексема 'страх' подчеркивает нестабильное психоэмоциональное состояние общества в разных контекстах (от состояний испуга, панических атак до трагедии потери ребенка и компенсации за его смерть (при всей априори этической несовместимости этих вещей)), с другой стороны – частая апелляция к деятельности страховых выступает своего рода вариантом нейтрализации социальных рисков, обещающих возможность помощи, поддержки, а следовательно гарантии и ощущения стабильности. Те же стилистические тенденции наблюдаются и в отношении использования лексемы 'травма', само по себе неприятное событие описывается, объясняется нейтральными языковыми средствами, лишены иносказательности и оценочности, что снимает аффективный эффект сообщения. Таким образом, в материалах информационного портала 74.ru наблюдаются обе коммуникативные стратегии.

Таким образом, этикетно-ритуальный дискурс репрезентации фобий в региональных медиа существует наряду с провокативной коммуникативной стратегией и обнаруживает потенциальную возможность трансформации.

Лексический аспект анализа медиасообщений предполагает анализ лексико-семантических связей, стилистических коннотаций и способов стилистического оформления текстов. В материалах периода до пандемии лексема 'страх' употребляется преимущественно в бытовых контекстах (страх смены места жительства, процесса лечения зубов, необходимости сделать усилие над собой) преимущественно в нейтральной тональности, риторическая стратегия преодоления страха осуществлялась с помощью четких, внятных, логичных аргументов и апелляцию к прецедентному случаю. Материалы периода пандемии (следует признать, что это значительная часть материалов) всегда либо напрямую, либо контекстно связаны с ней и в совокупности определяются общей для всех магистральной темой неопределенности, неизвестности, на чем и основан страх, при этом в медиатекстах одинаково релевантны обе коммуникативные стратегии, о которых мы говорили выше: отмечается баланс между нейтрализующей (снятие напряжения) и провокативной (подогревание интереса к теме) стратегиями.

Таким образом, существуют наиболее последовательно реализованные в медиатекстах стилистические тенденции представленности травмирующе-фобического дискурса: 1) внятная логическая модель убеждения (с помощью использования антонимов и антонимических рядов): «Что это – необоснованная паника или вполне разумное беспокойство? Но почему тогда возникает паника среди жителей домов, рядом с которыми устанавливают вышки? // Связь поколений: почему челябинцы бунтуют против вышек 4G и что думают об этом эксперты»; 2) апелляция к метафизическим явлениям: «Также многие пациенты описывают в этот момент панику и страх смерти // «Самое противное в этой боли то, что она никуда не уходит»: рассказ человека, пережившего инфаркт в 47 лет»; 3) ирония и юмор: «Сложности начинаются, когда выясняешь, что в арсенале имеются подтипы – «яркая весна», «темная зима», «светлое лето»... И так 12 раз, сразу голова кругом. Без паники! // «Выглядите уставшей»: как определить цвета и оттенки, которые вас портят»). Таким образом, стилистические особенности и риторическая установка медиасообщений

ориентированы на снятие конфликтных тревожных смыслов, на сохранение стабильности и спокойствия на языковом уровне реализации смыслов. Отсюда можно предполагать, что одной из основных ценностей, транслируемых региональными СМИ, является сохранение социальной идентичности, гомогенности и социальной стабильности на основе единого общего переживания существующих потенциально травмирующих вызовов и взаимной заботы и поддержки.

Заключение

Страх как базовая эмоция человека присущ абсолютно любому живому существу, но в процессе развития человечества, технологий возможности манипуляции и трансформации сознания не только индивидуального, но и массового инструментарий работы с психологией личности и массы заметно усовершенствовался. Не последнюю роль в этом сыграли каналы медиакommunikации, переместив практику и теорию медиавоздействия в область одних из самых перспективных исследований.

Именно поэтому актуальность исследования базовых человеческих эмоций (в т.ч. фобий) как аксиологических параметров современного медиасообщества безусловно важна: для понимания социальной психологии, для определения степени влияния акторов медиакommunikации, для установления векторов этого влияния и специфики его репрезентации. В этом смысле медиариторика, сохраняя трехчастную модель риторики общей – единство этоса, логоса и пафоса, предоставляет адекватные и релевантные методологические и практические возможности для анализа и интерпретации этого процесса, позволяя сочетать в фокусе исследовательского внимания ценностную картину мира, эмоциональность живых оценок и стилистическую палитру реализации целого комплекса смыслов.

Список источников

1. Антропова В. В., Федоров В. В. Верификация ценностных доминант в региональном медиадискурсе: травмирующе-фобический сегмент информационного поля // Гуманитарный вектор. 2021. Т. 16, № 4. С. 158–168.
2. Блакар Р. М. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия: сб. ст. / сост. В. М. Сергеева, П. Б. Пашина; под ред. В. В. Петрова. М.: Прогресс, 1987. С. 88–125.
3. Ворожбитова А. А. Лингвориторическое образование как инновационная педагогическая система (принципы проектирования и опыт реализации) : монография. М., 2013. 312 с.
4. Глинчевский Э. И. Средства речевого воздействия в языке СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультур. коммуникация. 2005. № 4. С. 18–27.
5. Далецкий Ч. Б. Пространство современной риторической культуры и риторизация культуры // Пространство и время. 2012. № 2. С. 45–52.
6. Желтухина М. Р. От психологии эмоций к лингвистике эмоций: современные медиастрахи и их воздействие на адресата // Психология личности: культурно-исторический подход: материалы XX Международных чтений памяти Л. С. Выготского, 18–20 ноября 2019 г. / под ред. Г. Г. Кравцова. Т. 1. М., 2019. С. 366–371.
7. Котелевская В. В. Риторический проект второй половины XX – начала XXI вв. // Практики и интерпретации. 2016. Т. 1 (2). С. 27–40.
8. Мареева С. В. Динамика норм и ценностей россиян // Социологические исследования. 2013. № 7. С. 120–130.
9. Наумчик В. Н. Аксиологический релятивизм: пределы допустимого // Мастерство online. 2015. № 1 (2). URL: <http://tipo.unibel.by/index.php?id=706> (дата обращения: 18.07.2022).
10. Пищик В. И. Ценностные измерения поколений через актуализируемые страхи // Социальная психология и общество. 2019. Т. 10. № 2. С. 67–81.

References

1. Antropova, V. V. & Fedorov, V. V. (2021). Verifikatsiya tsennostnykh dominant v regional'nom mediadiskurse: travmiruyushche-fobicheskiy segment informatsionnogo polya [Verification of value dominants in the regional media discourse: a traumatic-phobic segment of the information field]. *Gumanitarnyy vektor* [Humanitarian vector], V. 16, No. 4, pp. 158–168. (In Russ.).
2. Blakar, R. M. (1987). Yazyk kak instrument sotsial'noy vlasti [Language as an instrument of social power]. *Yazyk i modelirovaniye sotsial'nogo vzaimodeystviya: sb. st.* [Language and modeling of social interaction: coll. art.]. M., pp. 88–125. (In Russ.).
3. Vorozhbitova, A. A. (2013). *Lingvoritoricheskoye obrazovaniye kak innovatsionnaya pedagogicheskaya sistema (printsipy proyektirovaniya i opyt realizatsii)* [Linguistic and rhetorical education as an innovative pedagogical system (design principles and implementation experience)]. M., 312 p. (In Russ.).
4. Glinchevsky, E. I. (2005). Sredstva rechevogo vozdeystviya v yazyke SMI [Means of speech influence in the language of the media]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 19. Lingvistika i mezhkul'tur. kommunikatsiya* [Moscow University Bulletin. Ser. 19. Linguistics and intercultural. Communication], 4, pp. 18–27. (In Russ.).
5. Daletsky, Ch. B. (2012). Prostranstvo sovremennoy ritoricheskoy kul'tury i ritorizatsiya kul'tury [Space of modern rhetorical culture and rhetorization of culture]. *Prostranstvo i vremya* [Space and time], 2, pp. 45–52, available at: https://elibrary.ru/download/elibrary_17749367_61769997.pdf, free (accessed: 05/18/2017). (In Russ.).
6. Zheltukhina, M. R. (2019). Ot psikhologii emotsiy k lingvistike emotsiy: sovremennyye mediastrahki i ikh vozdeystviye na adresata [From the psychology of emotions to the linguistics of emotions: modern media fears and their impact on the addressee]. *Psikhologiya lichnosti: kul'turno-istoricheskyy podkhod* [Psychology of personality: cultural and historical approach: materials of the XX International Readings in memory of L. S. Vygotsky, November 18–20], 1. pp. 366–371. (In Russ.).
7. Kotelevskaya, V. V. (2016). Ritoricheskyy proyekt vtoroy polovin y XX – nachala XXI vv. [Rhetorical project of the second half of the XX – early XXI centuries]. *Praktiki i interpretatsii* [Practices and interpretations], 1 (2), pp. 27–40. (In Russ.).

8. Mareeva, S. V. (2013). Dinamika norm i tsennostey rossiyan [Dynamics of norms and values of Russians]. Sotsiologicheskiye issledovaniya [Sociological research], 7, pp. 120–130. (In Russ.)

9. Naumchik, V. N. (2015). Aksiologicheskiy relyativizm: predely dopustimogo [Axiological relativism: the limits of the permissible]. Masterstvo online [Skill online], 1 (2), available at: <http://ripo.unibel.by/index.php?id=706> (accessed: 18.07.2022). (In Russ.)

10. Pishchik, V. I. (2019). Tsennostnyye izmereniya pokoleniy cherez aktualiziruyemyye strakhi [Value measurements of generations through actualized fears]. Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo [Social psychology and society], 10, No. 2, pp. 67–81. (In Russ.)

Информация об авторе

Е. Ю. Панова – кандидат филологических наук, доцент кафедры теории медиа.

Information about the author

Elena Yu. Panova – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Journalism and Mass Communications.

Статья поступила в редакцию 18.07.2022; одобрена после рецензирования 29.07.2022;
принята к публикации 22.08.2022.

The article was submitted 18.07.2022; approved after reviewing 29.07.2022;
accepted for publication 22.08.2022.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares that there is no conflict of interest.