

Абаева Ж.С.,

к. ф. н., доцент Казахского национального университета им. аль-Фараби,
Казахстан, г. Алматы, e-mail: abaevazh24@gmail.com

ИЗУЧЕНИЕ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО СТИЛЯ НА ЗАНЯТИЯХ ПО РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ

В статье рассматриваются особенности изучения языка средств массовой информации на занятиях по русскому языку как иностранному. Благодаря языку СМИ у обучающихся углубляется представление о стилистической системе русского языка. В данной сфере встречаются элементы всех стилей речи: разговорного, официально-делового, художественного и научного. Особое внимание при этом обращается и на специфические стилистические и языковые особенности публицистического стиля.

Перечисляются различные виды работ, предлагаемых в процессе исследования языка СМИ. Жанровое многообразие публицистического стиля позволяет совершенствовать навыки как устной, так и письменной монологической, диалогической речи и устного полилога. Отмечается возможность совершенствования всех видов речевой деятельности – аудирования, говорения, чтения и письма – на основе материалов многоканальных средств массовой информации – прессы, радио, телевидения, интернета.

Благодаря языку средств массовой информации происходит усвоение прецедентных текстов, отражающих культурные реалии. Это очень важная сторона изучения иностранного языка. Большую роль при этом играют заголовки.

В работе приводятся интересные результаты работы студентов на занятиях по языку средств массовой информации. Указывается, что благодаря различным формам работы, актуальной тематике поддерживается высокий интерес к данному курсу.

Ключевые слова: публицистический стиль, прецедентный текст, жанры публицистики, книжная, разговорная речь.

Abaeva Zh.S.,

PhD, A/ Professor of al-Farabi Kazakh National University,
Kazakhstan, Almaty, e-mail: abaevazh24@gmail.com

The study of journalistic style in the classroom on Russian as a foreign language

The article discusses the peculiarities of studying the language of the media in the classroom in Russian as a foreign language. Thanks to the language of the media, students deepen their understanding of the stylistic system of the Russian language. In this area there are elements of all styles of speech: conversational, official, business, artistic and scientific. Particular attention is paid to the specific stylistic and linguistic features of the journalistic style.

Various types of work offered in the process of media language research are listed. Genre diversity of journalistic style allows to improve the skills of both oral and written monologue, Dialogic speech and oral polylogue. The possibility of improving all types of speech activity – listening, speaking, reading and writing – based on the materials of multi-channel media – press, radio, television, Internet.

Thanks to the language of the media, case texts reflecting cultural realities are being studied. This is a very important aspect of learning a foreign language. A big role is played by the headlines. It is indicated that due to the various forms of work, relevant topics maintained a high interest in this course.

Key words: journalistic style, precedent text, genres of journalism, book, colloquial speech.

Абаева Ж.С.,

әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің доценті, ф. ғ. к.,
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: abaevazh24@gmail.com

Шет тілі ретіндегі орыс тілі сабағында публицистикалық стильді оқыту

Мақалада шет тілі ретінде орыс тілі сабағында бұқаралық ақпарат құралдарының тілін оқыту ерекшеліктері қарастырылады. БАҚ тілінің арқасында білім алушыларда орыс тілінің стилистикалық жүйесі туралы түсінік тереңдейді. Бұл салада сөйлеудің барлық стильдерінің элементтері кездеседі: ауызекі, ресми-іскерлік, көркем және ғылыми. Бұл ретте публицистикалық стильдің ерекше стилистикалық және тілдік ерекшеліктеріне ерекше назар аударылады.

БАҚ тілін зерттеу барысында ұсынылатын әр түрлі жұмыс түрлері атап көрсетіледі. Публицистикалық стильдің жанрлық алуан түрлілігі ауызша және жазбаша монологтың, диалогтың сөйлеу және ауызша полилогтың дағдыларын жетілдіруге мүмкіндік береді. Көп арналы бұқаралық ақпарат құралдары – баспасөз, радио, теледидар, интернет материалдары негізінде – тыңдау, сөйлеу, оқу және жазу-сөйлеу қызметінің барлық түрлерін жетілдіру мүмкіндігі байқалады.

Бұқаралық ақпарат құралдары тілінің арқасында мәдени шындықты көрсететін прецеденттік мәтіндерді меңгеру орын алады. Бұл шет тілін үйренуде өте маңызды кезең, осы ретте тақырыптар үлкен рөл атқарады.

Мақалада студенттердің бұқаралық ақпарат құралдары тіл сабақтарындағы жұмысының қызықты нәтижелері келтіріледі. Жұмыстың әр түрлі нысандары, өзекті тақырыптардың арқасында осы курста деген қызығушылықтың жоғары болуы көрсетіледі.

Түйін сөздер: публицистикалық стиль, прецеденттік мәтін, публицистика жанры, кітап, ауызекі сөйлеу.

Введение

В процессе изучения русского языка как иностранного на продвинутом этапе выдвигается требование уметь дифференцировать и воспроизводить тексты различных стилей. При этом особое внимание уделяется функционирующему в средствах массовой информации публицистическому стилю, что связано с несколькими причинами. Во-первых, это одна из самых распространенных существования языка, оказывающая в настоящее время колоссальное влияние на русский литературный язык. Как отмечают исследователи, язык СМИ не тождествен литературному языку. Взаимодействуя со всеми функциональными стилями, усваивая и перерабатывая их единицы в соответствии с действующими установками, язык СМИ создает новую реальность, определяющую важные процессы, происходящие в современном русском языке (Solganik G. Ya., 2005:23). Благодаря языку СМИ студенты имеют возможность на живом речевом материале обогатить лексический запас, закрепить темы, пройденные на занятиях по грамматике, отработать нормы произношения и ударения. Во-вторых, вербальное отражение объективной действительности носит национально ориентированный характер – «какой сеткой координат данный народ улавливает мир и какой космос

(т.е. какой строй мира, миропорядок) выстраивается перед его очами» (Gachev G.D., 1998: 44). В соответствии с этим, в средствах массовой информации отражаются особенности мировосприятия, мышления людей, языковая картина мира, национально-культурные стереотипы, характерные для определенного социума, и их игнорирование делает изучение языка неполным. Все это свидетельствует об актуальности изучения русского языка через средства массовой информации. В статье обобщается опыт преподавания языка СМИ иностранным студентам продвинутого уровня, приехавшим в КазНУ из США.

Характерной приметой языка СМИ является активное использование специальных языковых средств, элементов разговорной и книжной речи, рассмотрение которых позволяет сформировать у студентов более определенное представление о языковых особенностях публицистического стиля и обогатить общее представление о лексических, грамматических, стилистических ресурсах русского языка. При этом не ставится задача приобретения глубоких теоретических знаний о стилевой, языковой и жанровой специфике рассматриваемого стиля, скорее, – дальнейшее закрепление практических навыков говорения, аудирования, чтения и письма на актуальном и разнообразном материале; развитие коммуника-

тивных, речевых навыков на основе различных жанров средств массовой информации. Разнообразие жанров позволяет применять различные виды творческих заданий, направленных на продуцирование речи, анализ языковых средств и узнавание культурных, социальных реалий.

Эксперимент

Язык СМИ рассматривается на примере печатных изданий (газет) и электронных средств (телевидение и Интернет) и радиопередач. В качестве объекта изучения на первых занятиях предлагаются газетные материалы. Большой интерес вызывает анализ газетных заголовков.

Как известно, в них тема не всегда находит непосредственное отражение, поскольку задача автора состоит в привлечении внимания потенциального читателя. Процесс «расшифровки» заголовка позволяет применять творческий подход: выдвигать различные предположения. При этом адекватное понимание заголовка поможет правильно воспринять изложенную дальше информацию, оценить авторский замысел и позволит стать полноправным участником межкультурной и социокультурной коммуникации.

Для иллюстрации данного положения студентам были предложены заголовки, по которым они могли предположить, о чем идет речь в материале.

Заголовок	Иностранные студенты	Местные студенты	Фактическое содержание
Туркменский рай	статья связана с темой религии	описывается красота природы	бесплатное образование, здравоохранение и прочие социальные преимущества
Привет, Австралия	политическая, демографическая и пр. социальные характеристики	туристические достопримечательности Зеленого континента	туристические достопримечательности Зеленого континента
Искоренитель зла	речь идет о супермене	речь идет о работнике правоохранительных органов	речь идет о медиуме, помогающем людям, попавшим в трудные ситуации
Воры и прокуроры	коррупция	коррупция	коррупция

Задача журналиста – «зацепить» внимание читателя, заинтриговать его и подтолкнуть к прочтению материала. В связи с этим газетные заголовки, с помощью которых успешно решается задача привлечения внимания адресата, представлены преимущественно в форме прецедентных текстов в первоначальном или трансформированном виде. Прецедентными считаются «тексты, значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющие сверхличностный характер, т.е. хорошо известные и окружению данной личности, включая и предшественников, и современников, и, наконец, такие, обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности» (Karaulov Yu.N., 1999: 216). Они отсылают к известным песням, художественным произведениям, кинофильмам, известным крылатым выражениям, устойчивым фразеологическим сочетаниям и др. Для адекватной оценки использованных автором прецедентных текстов необходимо наличие фоновых знаний, которых иностранные студенты не имеют. И здесь для них раскрывается необъятная «Тег-

га Incognita», помогающая познать культурно-исторический опыт национального сообщества. Кроме того, прецедентные тексты используются не только в заголовках, но и в содержании самих публикаций.

Ср.: (примеры взяты из газеты «Новое поколение») *На нефть и суда нет; Сыск – благородное дело; Кто на свете всех сильнее; Ложка Горького, Идентификация всей страны; Старикам тут не время; Велика страна, а парковаться негде; Закон суров. Слишком; В Казахстане все спокойно? Всплытие покажет. Красный «туман». Красота без знания – страшная сила. Будьте как дома. Пальцем в небо. Главное – погода в доме. Учение – не мучение. В карман – за слово. Метод кнута. Торг здесь не умелый. Дома и тюремные стены помогают. Хлеб дешевле зрелищ.*

Усиление экспрессии языка газеты связано с общим процессом демократизации, или «либерализации» (Kostomarov V.G., 1994:5). Как показывают примеры, в современных заголовках чаще используются трансформированные прецедентные тексты, благодаря чему стандарт-

ные речевые высказывания становятся более экспрессивными, эксплицитно или имплицитно выражающими оценку. Соответственно, задача расшифровки заголовков осложняется тем, что прецедентные тексты используются в трансформированном виде в соответствии с темой материала и авторским замыслом.

В процессе работы с прецедентными текстами студенты, если это возможно, проводят ассоциации с высказываниями подобного содержания в родном языке. Так, заголовок *Третий раз в одну реку*, представляющий собой трансформированное *В одну реку дважды не войдешь / нельзя дважды войти в одну реку* ассоциируется, по словам студентов, с высказыванием в английском языке *Молния не ударяет в одно место дважды*. *Ложка дегтя* имеет аналог в английском языке – *Камень в обуви*. Заголовок *Ушли по-астанински раньше срока* ассоциируется с выражением *уйти по-английски*, которому студенты-носители английского языка подобрали смысловое соответствие в родном языке – ирландское прощание.

Студентам предлагается работа по отражению заголовков в таблице, отражающей источник, из которого был извлечен прецедентный текст, что оказалась невероятно сложным. Были выделены следующие источники: художественные фильмы, песни, пословицы-поговорки, латинские выражения, названия художественных произведений, телепередач и др. Данная работа стала полезной при выполнении последующих заданий. Так, студентам предлагались несколько заголовков, к которым надо было написать небольшой текст. Ср.: *Кто на свете всех сильнее? Закон суров. Слишком; Осилить дорогу; Когда все позабыто*.

Изучение особенностей языка средств массовой информации осуществляется в различной форме. При обращении к языку телевидения удобно использовать транслируемые передачи в качестве формата занятия. Так, проводится игра «Что? Где? Когда?» Вопросы подбираются на логику, знание фразеологии, значения слов и др. Надо отметить, что студенты успешно справляются с вопросами, поскольку правильные ответы, найденные в течение ограниченного времени в процессе совместного обсуждения, свидетельствуют об успешном аудировании и говорении.

Наиболее значимые, актуальные события, получившие отражение в информационном пространстве России и Казахстана, подвергаются обсуждению, одно из которых строится на т.н.

«методе шести шляп» (автор – Эдвард де Боно, психолог). Суть метода заключается в том, что каждый участник должен выражать свои мысли в зависимости от ролевой игры. Так, один из участников (в красной шляпе) дает исключительно эмоциональную оценку рассматриваемой проблемы. В данном случае демонстрируется знание средств, с помощью которых выражается эмоциональное отношение (в русском языке для этого используется значительный арсенал средств). Это наиболее сложная роль, поскольку иностранцу труднее всего выражать эмоции в соответствии с правилами изучаемого языка в силу различия способов выражения эмоций в разных языках и культурах. Белая шляпа должна быть предельно нейтральной, оперируя только фактами и цифрами. Черная шляпа – это шляпа, которая предостерегает, указывает на ошибки в суждениях. Зеленая шляпа креативна и предлагает новые идеи. Желтая шляпа указывает на преимущества и является позитивной. Наконец, синяя шляпа – главная, она контролирует и организует мыслительный процесс (Edvard de Bono, 1985). Обсуждение было посвящено теме: «Политические спекуляции: почему они возникают и кому нужны?» Интересно отметить, что данный вид работы стимулирует у студентов-участников ролевой игры умение обрести уверенность и преодолеть сомнения в возможности успешно справиться с выпавшей ролью. Они постепенно вовлекаются в процесс обсуждения и успешно излагают мысль в заданном формате. Данный вид работы актуализирует коммуникативные навыки, связанные с выражением различных интенций: позитивной или негативной оценки, одобрения, согласия или несогласия, отражения последовательности речи.

Одним из жанров, представленных во всех СМИ, является интервью. Студентам предлагается выбрать героя, с которым они хотели бы провести беседу. Ими оказались В.В.Познер и ... Иисус. Были подготовлены вопросы к обоим героям. Студенту, который играл роль В. Познера, адресовали следующие вопросы: *Кто ваш президент – Путин или Обама / Трамп? С какими иллюзиями вы попрощались? Может ли ситуация в Украине повториться в других постсоветских государствах? Зачем Америке Украина? Проблема в Украине – это проблема между народами или лидерами? Верите ли вы другим журналистам? Будет ли Путин избран снова? Какие проблемы будут у следующего поколения? Как им помочь? Журналистика – это занятие*

или искусство? Какую оценку вы бы дали свободе слова в России, Казахстане, Америке?

Неожиданным оказалось интервью с Иисусом. Студенты использовали элементы юмора. В ходе интервью прозвучали следующие вопросы: *Кем должен быть человек, чтобы попасть в рай? Какие современные явления радуют его или возмущают? Какую ветвь христианства считает правильной? (ответ был: Главное, вера в меня). Поскольку я много раз ела твою плоть и пила твою кровь, какое любимое блюдо у тебя? О чем вы говорите со своим отцом? (о любви). В чем заключается твоя уникальность? (я сын божий, искупитель человеческих грехов). Есть ли решение многих современных проблем? Вы ходите по воде? А плавать умеете? (Я все умею). Как вы относитесь к вашему изображению в книге М. Булгакова «Мастер и Маргарита»? Что бы вы сказали молодым людям, которые хотят следовать за вами, идти вашим путем? (это вам не прогулка в парке). Интернет – это худо или добро? Как вы проводите свой досуг? (Рай – лучшее место для досуга. Нравится читать).*

Жанр интервью успешно используется для отработки навыков чтения. Так, студентам предлагается найти соответствие между перемешанными в хаотическом порядке вопросами журналиста и ответами героя интервью. Это наиболее сложный вид работы, поскольку соответствие между ответом и вопросом невозможно найти лишь на основе синонимов или повторов. Требуется умение обобщать, видеть основную информацию, идею, анализировать логику изложения автора и т.д. Часто соответствие между вопросом и ответом устанавливается только благодаря фоновым знаниям, что сильно затрудняет работу студентов.

Еще одним жанром, благоприятствующим развитию речевых навыков, является репортаж. Ознакомившись с образцами, структурой, языковыми особенностями жанра на первом этапе, студенты получают задание рассказать о событии, свидетелем которого они вольно или невольно стали. Осуществляется работа и над заголовком репортажа в стиле публицистики, структурой и использованием соответствующих языковых средств.

В средствах массовой информации активно используются элементы разговорной речи как средство достижения экспрессивности, эмоциональности с целью усиления воздействия на адресата. Практика показывает, что студентами, которые приезжают с явно выраженной книжной

речью в плане лексики и синтаксиса, успешно осваиваются лексические средства живой разговорной речи. В качестве творческого задания на одном из итоговых занятий предлагается посмотреть небольшой видеосюжет без звукового ряда и предложить свою «озвучку», отразив ее на письме. Одним из таких сюжетов стал фрагмент из документального фильма, посвященного путешествию героя в Таиланд и наблюдению за животными. Серия была посвящена слонам. Первый этап работы – заголовок. Студенты предложили свои варианты: *Возвращаемся к природе! В мире левиафанов. Человек и слон. Чудеса Таиланда.* Надо отметить, что студенты использовали и книжные, и разговорные лексические средства, синтаксические конструкции в монологах героя и творчески подошли к созданию текста. Ср. (тексты даются без исправлений):

1. Здравствуйте. Меня зовут Джон. Я американец, который постоянно живет в Санкт-Петербурге. Я ведущий известной передачи о мировом путешествии. Я крутой. У меня целый парк быстрых немецких машин. Я зарабатываю приличные деньги.... Когда я только приехал в Таиланд, я не знал, что меня ожидает. Несмотря на длительный перелет, я приехал бодрым и счастливым, чтобы найти чудеса Таиланда. Прямо из аэропорта меня повезли на рынок. Я купил оранжевую майку на память о своей поездке. Потом мы поехали в заповедник, где «хранят» слонов. Я даже имел честь в тот день покормить одного слона арбузом! Это яркое воспоминание останется со мной на всю жизнь.

2. Меня зовут Антон Антонович, и я люблю путешествовать. Вы когда-нибудь задумывались о нашем мире, в котором живет постоянно растущее количество людей и обитают животные? Может быть, и нет. Мы настолько довольны своими городами, машинами, развлечениями, что смотреть, да и рассматривать окружающую среду внимательно не хочется. Поверьте, я когда-то был таким... Все началось с того, когда я навестил прабабушку. Чистый воздух. Открытое небо. Нечто... волшебное, тем более если учесть животных, которых бабушка кормит и которые, в свою очередь, кормят ее собой... О чем это я? О, да! Я – городской чувак, имеющий страсть к путешествиям и теперь понимающий это чудо взаимодействия людей с животными.

3. Мы живем в каменных джунглях. Здесь спора нет. В наших крупных городах – все движение. Вся суета происходит в тени огром-

ных небоскребов. Есть хищники, есть добыча. Главная цель для многих – дожить до завтра. За украшенной маской цивилизации живет образ дикой, натуральной примитивности. ...Эти огромные, величественные животные занимали почетную позицию в жизни населения. Верили, что создатель мира характеризовался слоно-вой головой, но при этом своей чистой, снежно-белой кожей. Поэтому белый слон являлся предметом божественного обожания. Каждый левиафан снежного цвета был украшен самыми дорогими тканями, шелковыми нарядами, золотыми браслетами и блестящими дорогими камнями. Но эти звери почему-то исчезли, и моя цель – найти последних потомков этих божественных чудовищ...

4. Добро пожаловать, мои дорогие спутники. Меня зовут Дмитрий Михайлов. Животные – моя жизнь. Сегодня мы приезжаем в Бангкок, в Таиланд. Если честно, я жду не дожусь нашего прибытия. Таиланд – одна из стран, которую каждый человек в своей жизни должен видеть. Это страна чудес, изумительной природы, гостеприимных и приятных людей и, самое главное для нас, дом великанов...

5. О, Бангкок, как я скучал по тебе. Здесь находится иной мир, которого не существует в России. Ух ты! Посмотрите на этих чудесных животных. Когда ты последний раз видел слона в Москве? Наверное, никогда... Я люблю эти моменты. Мы, как люди, должны стараться приблизиться к природе, когда у нас есть возможность. К сожалению, в настоящее время из-за урбанизации появляется все больше и больше городов...

6. Город – своего рода джунгли. Между плотными рощами небоскребов рычат машины, над головой летают белокрылые самолеты. Днем и ночью томятся здесь самые лихие хищники – люди. Но это лишь жизнь в большом городе. Здравствуйте, меня зовут Антон Базаров. И я хорошо знаком с этими джунглями. В этот раз мы едем в Таиланд в поисках белого слона. Первой точкой в нашей экспедиции является Бангкок, столица страны. Многолюдный и слегка менее зеленый Бангкок знаменит своей пышной городской жизнью и живыми, набитыми рынками. Я, конечно, не могу не поторговаться.

– За эту майку возьмешь двести?

– 400.

– А 300?

– Это маловато.

– 350 пойдет?

– Пойдет.

– Отлично. Дай мне пять, Во как хорошо торгуются. Спасибо.

Студенты активно используют молодежный сленг (чувак, братан и др.).

В процессе подготовки к домашней работе студенты читают, прослушивают необходимый материал из средств массовой информации, анализируют его и трансформируют. Увлеченность занятий обеспечивается обсуждением актуальных в настоящий момент событий и явлений, благодаря чему ощущается включенность в текущий момент.

Результаты и обсуждение

Итак, работа с материалом, взятым из средств массовой информации, позволяет получить следующие результаты. Студенты осваивают языковой материал, актуальный в текущий период, распространенные речевые конструкции, используемые в книжной и разговорной речи. Обучающиеся усваивают новую лексику и фразеологию, как книжную, так и разговорную, значительно обогащая словарный запас, что является необходимым при изучении иностранного языка на любом этапе. Ознакомление со стилистическими особенностями публицистической речи расширяет представление о стилистической системе русского языка. Кроме того, затрагиваются и разговорный, официально-деловой, научный стили, образцы которых встречаются в средствах массовой информации. При этом особое внимание уделяется и разговорной, жаргонной лексике, которой предельно насыщены современные средства массовой информации.

С публицистическим стилем тесно связана прецедентность как лингвокультурологическое явление, поскольку СМИ непосредственно отражают культурные представления, ценностные ориентации, национальный менталитет. Трудность восприятия прецедентного текста иностранцами связана с тем, что они обладают лингвокультурными знаниями, принадлежащими другим сообществам, картинам мира. Работа с прецедентными текстами, особенно на материале газетных заголовков, позволяет постичь коллективное фоновое знание, освоить узнаваемые носителями культуры высказывания. С другой стороны, прецедентные тексты используются для достижения выразительности, экспрессивности, оценочности. Умение давать оценку, выражать неодобрение или поощре-

ние в соответствии с языковыми и культурными нормами в обществе является сложной и одновременно важной задачей для студентов продвинутого уровня (в соответствии с требованиями сертификационных уровней РКИ), успешное достижение которой обеспечивается в том числе благодаря актуальному и увлекательному материалу средств массовой информации.

Многожанровость СМИ позволяет использовать различные формы работы, стимулирующей творческий подход к освоению материала. Благодаря многоканальности СМИ (визуальные, аудитивные, аудитивно-визуальные) совершенствуются все виды речевой деятельности: аудирование, говорение, чтение, письмо.

Заключение

Таким образом, изучение языка СМИ с иностранными студентами продвинутого этапа дает возможность совершенствовать коммуникативные навыки, повторить изученные темы грамматики на динамичном, актуальном, современном материале. При этом приобретаются новые знания, касающиеся не только всех уровней языка, но и культурологической сферы: социальные, культурные стереотипы в обществе и пр. Данные знания сопоставляются с имеющимися у них представлениями. Благодаря языку средств массовой информации предоставляется хорошая возможность использования творческих методов обучения, обусловленных форматом СМИ.

Литература

- Солганик Г.Я. О структуре и важнейших параметрах публицистической речи (языка СМИ) // Язык современной публицистики. – М., 2005. – С.13-30.
- Гачев Г.Д. Национальные образы мира. – М.: Academia, 1998. – 432 с.
- Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – 1-е изд. – М.: Наука, 1987. – 261 с.
- Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. – М.: Педагогика-Пресс, 1994. – 247 с.
- Эдвард де Боно Six Thinking Hats (Шесть шляп мышления). – Лондон: Penguin Life, 2016. – 192 с.

References

- de Bono Edward (2016). Six Thinking Hats. London: Penguin Life, 192 p. (in English)
- Gachev G.D. (1998). Nacionalnyye obrazy mira. [National images of the world]. M.: Academia, 432 p.
- Karaulov Yu.N. (1987). Russkiy yazyk i yazykovaya lichnost. [Russian language and linguistic personality]. M.: Nauka, 261 p. (In Russian)
- Kostomarov V.G. (1994). Yazykovoy vkus epochy. Iz nabludeniy nad rechevoy praktikoy mass-media. [Language taste of the era. From observations on the speech practice of mass media]. M.: Pedagogika-Press, 247 p. (In Russian)
- Solganik G.Ya. (2005). O strukture i vazhneyshih parametroh publicisticheskoy rechi (yazyka SMI). [On the structure and the most important parameters of publicistic speech (media language)]. M., P. 13-30.