

УДК 80 (075)

А. Б. Бушев

ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ И ТЕКСТЫ МАСС-МЕДИА

О.Б. БУШЕВ. МОВНА ОСОБИСТІСТЬ ТА ТЕКСТИ МАС-МЕДІА.

Проблематика раціонального впливу та аргументації, а також художнього впливу мовлення актуальна для визначення статусу та опису мовної особистості. Розглядаються сучасні форми представлення медіадискурсу та готовність читача розуміти ці форми, що з'являється в процесі навчання та самонавчання дискурс-аналізові. Дискурс трактується як поле представлення концептів. Особливу увагу на тлі розглядання сучасного ділового медіадискурсу приділяється мовним особливостям медіатекстів, що мають декодуватися підготовленим читачем. Метафори евфемізми та перифрази, неясні та складні терміни, аббревіатури та неологізми, що створюють неясність, - конститuentи дискурсу економічної кризи.

Ключові слова: дискурс, медіа дискурс, аналітика, гіпертекст, інтерактивність, концепти.

А. Б. БУШЕВ. ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ И ТЕКСТЫ МАСС-МЕДИА.

Проблематика рационального воздействия и аргументации, а также художественного воздействия речи актуальна для выявления статуса и описания языковой личности. Рассматриваются современные формы представления медиадискурса и готовность читателя понимать эти формы, вырабатываемую в процессе обучения и самообучения дискурс-анализу. Дискурс трактуется как поле представления концептов. Особенное внимание на фоне рассмотрения современного делового медиадискурса уделено языковым особенностям медиатекстов, нуждающимся в декодировании подготовленным читателем. Метафоры, эвфемизмы и перифразы, неясные и сложные термины, аббревиатуры и неологизмы, создающие неясность, – конститuentы дискурса экономического кризиса.

Ключевые слова: дискурс, медиадискурс, аналітика, гипертекст, интерактивность, концепты.

A.B. BOUCHEV. SPRACHENPERSONENLICHKEIT AND MASS MEDIA TEXTS

The problems of rationality in speech and argumentation and artistic impact of speech and discourse genres are vital for the development of the description of the status of Russian Sprachenpersoenlichkeit. Different theoretical frameworks that help analyze the newspaper discourse are discussed in the theoretical section of the paper. Some approaches are worked out in the latest decades. The paper analyses modern forms of representation of media discourse and the capacity of the reader to comprehend these forms, which can be developed through practices of interpretation and reflexivity. Discourse is looked upon as phenomenon representing concepts. The emphasis is laid upon the linguistic characteristics of modern media discourse which are to be decoded by the competent reader. Metaphors, euphemisms and periphrases, that are to be recognized and reinterpreted by a gifted reader in the process of comprehension as well as ambiguous and complicated terms that create the effect of textual supersaturation and ambivalence are the constituents of the economic discourse, analyzed in the paper. Alongside with the results of research the paper tries to single out the perspectives of the interest in the mass media discourse persuasiveness and argumentation studies.

Keywords: discourse, media discourse, analytical genres, hypertext, interactivity, concepts

© А.Б. Бушев, 2016

<http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.48884>

1. ВВЕДЕНИЕ

Проблема некритического внушения, поставленная нами впервые при исследовании материала психотерапии, разрослась и переросла пределы собственно ее психотерапевтической значимости и применимости. Проблематика оказалась релевантной для **исследований пропаганды и манипуляции**. Проблематика рационального воздействия и аргументации, а также художественного воздействия речи актуальна для статуса и описания языковой личности.

Исследование пропаганды изложено нами в монографии «Языковая личность военного переводчика и новые информационные технологии. Риторико-герменевтический подход к мастерству перевода» [5], а исследование менталитета в монографии «Языковая личность профессионального переводчика» [4].

Нами создана **концепция языковой личности в ее профессиональном варианте – профессионального переводчика**. Настоящий этап филологических исследований характеризует лингвистический поворот к анализу мысли посредством языка, переход к **коммуникативно-когнитивной парадигме в изучении языка**, привлечение внимания к феномену речевой деятельности и языковой личности. Человека в языке, возможный репертуар вербального поведения и понимания текстов описывает концепция языковой личности. Она вырастает из работ академика В.В. Виноградова, неогумбольдтианцев, Г.И. Богина, современных исследований.

2. ЯЗЫК ГАЗЕТНОГО ТЕКСТА: ЧТО НА НАС ВОЗДЕЙСТВУЕТ

Институт масс-медиа играет значительную роль в языковой и социальной жизни современного человека, происходит **медиазация жизни** – известно, как сама логика рассуждения современника повторяет терминологию и понятийный аппарат «человека из телевизора». Чего нет в медиа, того, как общеизвестно, нет и в жизни.

Показательно соотношение политического дискурса и дискурса СМИ. Так, по мнению Г.Я. Солганика, «это влияние выражается не только в заимствовании, использовании политических терминов, но и в более широком плане. Политические цели и установки обуславливают определенные речевые стратегии и тактики, совокупность приемов развертывания текста, строй речи, общую модальность, меру участия авторского «Я», характер образности, языковую политику (ориентацию на книжную или разговорную речь, на литературный язык или жаргоны, просторечие) и т.п.» [1, с. 250].

При анализе актуальных текстов медиадискурса должно понимать, что дискурс есть языковое выражение определенной общественной практики, упорядоченное и систематизированное особым образом использование языка, за которым стоит идеологически и исторически обусловленная ментальность. Медиапрезентации представляют собой отражение, реконструкцию, миф, творимый в СМИ. При этом СМИ представляют собой универсальный агент коммуникации, дают социально-преобразующую репрезентацию реальности.

При исследовании политического дискурса важно понимать **неоднородность политического дискурса**, выделение в нем газетного дискурса, устного журналистского дискурса, дискурса Интернета, устного политического дискурса самих политиков, письменного языка партийных программ, документов, речей, избирательных материалов. Однако феномен медиазации позволяет отождествлять политический дискурс с языком политических СМИ.

Размышления над составляющими языка газетного текста присутствовали еще в советской стилистике. Известны размышления над языком В.И. Ленина, советским языком (в аспекте освоения его неологизмов или понимая его как *langage de boi*), описание языка общественной мысли XX века (П. Н. Денисов), исследование экспрессии стандарта в газете (В. Г. Костомаров), но это чаще всего были исследования, описывающие язык, а не проливающие свет на принципы построения текста и уж тем более на принципы использования языковых ресурсов личностью. К тому же, нельзя сбрасывать со счетов тот факт, что после перестройки качественным образом усложнился дискурс СМИ (не в жанровом, но в тематическом, языковом и других отношениях).

Куда как более почтенную историю имеет политическая риторика. Язык и текст служат здесь средством воздействия на сознание. Собственно риторический подход занимается как элоквенцией (изучением фигур), так и инвенцией (изучением доводов к этосу и пафосу). Современное направление риторики, связанное с изучением намерения говорящего (интенции)

называется интент-анализ. **Интент-анализ** доказал свою валидность в психологии, психолингвистике, теории языковой личности при исследовании стратегий говорящих (Н.Б. Руженцева, О.А. Иссерс). В этом же поле работает моделирование речевого имиджа политика со всем арсеналом имиджелогии (Г.Г. Почепцов), или детекция психологического портрета по созданному автотексту (В.Н. Базылев). Скажем, все стратегии политика некоторые авторы сводят к трем: стратегии кооперировать, соперничать и самопрезентироваться. Количество стратегий и их номинация произвольны: при желании могут быть выделены, например, и стратегии конструирования образа врага, и стратегия делегитимизации (разрушения образа оппонента) и стратегию амальгамирования («мы-дискурс»). Понятно, что стилистика адресанта – это интенционально обусловленный выбор коммуникативных стратегий и тактик конструирования своего послания адресату. И стилистика адресанта идеологического текста заложена в такие интенциональные категории, имеющие универсальный характер для публицистического дискурса, как идеологема, оценочность, номинация, стилистическая тональность, интерпретация (Н.И. Клушина).

Сложился нериторический подход к дискурсу, который выявляет текстопорождающую цепочку **событие – факт – адресант – текст – адресат – картина мира**. На лингвориторическом уровне предметом изучения и осмысления политических медиатекстов становится воплощение мысли в речи через аргументацию, композицию, вербальные и невербальные средства. Показательна **непрофильность жанра** (И.В. Анненкова) в формировании риторической модальности: тождественные риторические особенности имеют тексты, представленные собственными речами, обращениями, модифицированными интервью, теледебаты, видеоролики, щиты и растяжки, традиционные журналистские материалы (информационные заметки, репортажи, интервью).

Размышления над риторикой политического выступления, полемическим мастерством спорщика были характерны еще для античной риторики. Исчисление приемов, используемых в речах, принципов построения речей, типов речей, эристика, софистика, диалектика, теория диалога, анализ аргументации дискурса и составляют сущность **неориторики**. Эта парадигма, сформировавшаяся в условиях античного полиса, доказавшая свою эффективность в условиях Средних веков и Нового времени, в условиях информационного общества (неориторика), советского общества (например, исследования А.А. Леонтьева, Е.А. Ножина, Л.К. Граудиной), и в условиях транзита (В.И. Аннушкин). Показательна в связи с риторикой традиция рассмотрения советского языка и текста с различной его оценкой (П. Сериио, А.П. Романенко, Н.А. Купина, М. Вайскопф, В.М. Мокиенко, М.О. Чудакова). Очевидно, последние работы закладывают фундамент всякого рода исследований **политической номинации**. В политическом дискурсе идет борьба за власть номинаций (за власть называния, за власть в сфере обозначения). Публичная политика испытывает и **смысловую неопределенность**, связанную с фантомностью ряда денотатов. Это направление исследований идет еще от Болинджера (так определенное событие называется, например, трагедия или преступление, и вызывает движение мысли в различных семантических полях). В этой связи известен и феномен неясности номинаций в политике (либерализм, консерватизм и т.д.). Нами это описано как явление **сверхсатиации**. Сверхсатиация – это и лексический, и лексико-синтаксический феномен. Нельзя пренебрегать грамматическими особенностями политического дискурса. Так, даже в русле описательного стилистического подхода показательны обращают на себя внимание своеобразие грамматики политического дискурса. (подвижность границ социальной группы при использовании инклюзивного «мы», модальность, риторические особенности фигур речи и т.д.). С лексико-грамматическими особенностями связано представление адресата и адресанта газетного текста в теориях Т.В. Шмелевой и Т.Л. Каминской, где исследуется структура категории адресата как текстовой категории. Показательно, например, выявление адресантов в политическом дискурсе. При этом выделяются роли журналиста-медиатора: ретранслятор, рассказчик, конференсье, интервьюер, псевдокомментатор, эксперт. Среди социальных ролей журналиста есть роли, в которых журналист выступает как личность, склонная к порождению оценочного дискурса (пропагандист, агитатор, полемист, иронист, аналитик), и роли безоценочного характера – репортер, летописец, художник, исследователь.

Политический дискурс исследуется и таким исследовательским направлением, как **семиотика политики**. Семиотический анализ не уделяет внимание детальному рассмотрению

языковой ткани текста. Установление корреляции между текстом и социокультурными характеристиками дискурса относится к числу достижений семиотического анализа.

В эпоху перестройки активизируется свободный политический дискурс масс в устной форме, а спустя незначительное время появляются работы по теории политического дискурса. В изданной Институтом русского языка имени А. С. Пушкина хрестоматии по политическому дискурсу [2] присутствуют имена и работы первых исследователей политического дискурса. Первый этап развития **политической лингвистики** характеризовался преимущественным вниманием к тоталитарному языку, а второй – к политическому дискурсу западных демократий. Сегодня она все активнее обращается к принципиально новым проблемам современного многополярного мира. Сфера научных интересов новой науки расширяется за счет включения в анализ новых аспектов взаимодействия языка, власти и общества, например, дискурса терроризма, политкорректности, фундаменталистского дискурса. К суждению о мире политического привлечены **дискурсивные исследования** – в их развитии от З. Харриса, через Т. Ван Дейка и Р. Водак, до Д. Юла, Д. Брауна, Д. Шифрин, Д. Таннен, Н. Фарклай, М. Йогнесен и др. Мы можем отметить, что в американской традиции дискурсивный понимается практически как неориторический, а дискурс-исследования смыкаются с имеющей богатую традицию, инструментарий, хорошо институализированной риторикой.

К обсуждению при анализе политического дискурса привлекается и **концепция языковой личности** как выражение вербального опыта политика.

Показательно значение исследования газетного языка – самого быстро реагирующего на общественные изменения языка – для концептологии. Именно через прессу и СМИ в целом приходит политическая лексика, отражающая новые идеи: приходят не только новые слова, но и концепты. Так, скажем рефлексия над концептами права человека, правовое государство, гражданское общество, консенсус, элита, либерализм, консерватизм, фундаментализм, партиципаторная демократия, референдум, политический плюрализм активизировалась на жизни последнего поколения, сами концепты видоизменились, напомнились новыми смыслами и коннотациями. Сформировавшееся в начале 90-х годов XX века в русле семантических и концептуальных исследований направление **«политическая концептология»** представляет собой новое направление исследований. Своей задачей оно видит изучение динамики и семантики основных политических понятий типа свобода, воля, равенство, демократия, лидерство и проч., сравнительное изучение объема этих понятий в рамках разных политических культур. Архетипические концепты проливают свет на взаимосвязь языка и идеологии. Значимость концептуальной рефлексии, которая может воплощаться в таких формах, как формирование новых концептов, актуализация сложившихся концептов, вербализация концептов, не вызывает никаких сомнений. Наиболее показательна в этом смысле классическая и не имеющая аналогов в отечественной политологии работа М.В. Ильина «Слова и смыслы». Сам автор видит истоки своего подхода в теории концептов, разрабатываемой академиком РАН Ю.С. Степановым. Несомненно то, что от **концептуального анализа** остается полшага до **анализа ценностного**. Ценности понимаются представителями моральной философии как субъективная картина того, что мы желаем желать.

Наиболее институализированным направлением является политическая лингвистика, **политическая метафорология и метафорическое моделирование** (А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов, А. П. Чудинов; лингвистическая советология, исследуемая Э.В. Будаевым и А.П. Чудиновым). При этом сама идея учета метафорических моделей (типа политика есть бизнес, реформа есть лечение, экономика есть растение, экономика есть дом) восходит к работам по когнитивной теории метафор, в частности к известной работе Дж. Лакооффа. Показательно, что ряд исследователей рассматривают метафорические модели как один из вариантов политической аргументации.

В русле **критического подхода к дискурсу** находятся идеи Ю. Хабермаса, Р. Водак, Т. ван Дейка, интерес привлекают концепты как стереотипы. Различают концепты активно и пассивно транслируемые, содержательно модифицируемые и немодифицируемые, неперевоаемые в другие выражения и не допускающие критического восприятия. Дискурс – пространство для реализации концептов. Концепты подвижны, они могут менять свою базовую часть, может происходить расщепление концепта и развитие энантиосемии, возможна дискредитация концепта, разрастание концептов в публицистической картине мира и втягивание одного в ор-

биту другого. Для компаративных исследований показательно исследование социолектов политиков, анализ дискурса левых и правых. Интерес привлекают полемические приемы – от открытого неприятия до восхваления, стратегии и тактики политической речи, средства прямой и непрямой оценки.

В основе стратегий политического дискурса лежит явление **оценочности**. Весьма распространенным является в политическом дискурсе навешивание ярлыков, для которых характерна идеологизированность, субъективность и предубежденность. Ведь сама задача политического дискурса – это не констатировать положение дел, а внушить массам оценку, дать основу для изменения убеждений и действий, это работа с массовым сознанием.

Социально-оценочная окраска концептуальной лексики «заряжает» весь текст: и в ее контексте многие нейтральные слова могут приобретать окраску. Показателен в медийном дискурсе феномен, названный нами семантическая иррадиация: присутствие хотя бы одного эмоционального слова придает эмоциональность всему высказыванию

Проблематика оскорбления находит сегодня выражение в новой дисциплине, возникшей на стыке языка и права – юрислингвистике. Основными аспектами юрислингвистики являются в числе прочих юридическое регулирование конфликтов, связанных с использованием языка (оскорбление, манипуляции, призывы к насилию). Даже беглое упоминание показывает, как актуальна эта проблематика в теории и практике политического дискурса сегодня. Речевая агрессия, разнообразные полемические приемы сокрытия истины (апелляция к авторитетам, эмоциональное давление, попытка вывести оппонента из себя, феномен политкорректности) заставляют пристальнее вглядываться в языковую основу дискурса политика. Это смыкается с такой категорией, как этика в дискурсе СМИ. Ведь недаром считают, что язык СМИ, как умный слуга глупого хозяина, отражает этическое состояние общества. В нем могут быть видны неэтичные мысли, пропаганда как тип дискурса, язык вражды, язык, проливающий свет на образ говорящего (использование мата, жаргона, характерные для постмодернизма явления иронии, интертекстуальности, разговорности и языковой игры).

Эвфемизация в языке давно и справедливо рассматривается как одна из тактик беспристрастности, политкорректности, камуфлирования неприятных явлений со всеми вытекающими для дискурса, изобилующего эвфемизмами, выводами. Ей противостоит тактика дисфемизации, очернения, стигматизации оппонента, использования слов-жупелов, ярлыков, фетишей и т.д. Очевидна такая антиномия как агрессивность и толерантность в политической коммуникации. Эвфемизация не всегда, но часто представляет собой случай феномена «лингвистическая демагогия». Это явление, которое относится к манипуляции, наряду с намеренной уклончивостью, намеками на ссылки и слухи и.д. потенциал эвфемизации при дискурсе о недопривилегированных во Франции показан в работе [3].

Предметом одного из исследований исследования выступили особенности дискурса в деловых СМИ. Представим выводы и вопросы:

Положение о том, что в информационно-аналитическом блоке деловых медиа есть либо экспертное мнение, либо авторская журналистская статья – и это два разных подхода к аналитике.

Представление о гипертекстуальном инфокоммуникативном пространстве делового медиатекста – т.е. есть отсылки к другим медиа на аналогичные статьи по проблеме, гиперссылки на данные рейтингов, опросов, ресурсы дата-журналистики, приводит к расширению границ делового дискурса за счет гиперссылочных материалов. Изменились и реалии работы журналиста: Интернет-СМИ преодолели некогда прочный железный занавес, стали поистине трансграничны. К услугам читателя онлайн-мультимедийные интернет-СМИ и традиционные СМИ в Интернете. Простейшего взаимодействия с сайтами достаточно, чтобы найти примеры гипертекстовости, мультимедийности, интерактивности и трансграничности как родовые признаки новых СМИ. Без труда ориентируется новый потребитель и в мультимедийном контенте. Понятны и принципы работы конвергентной редакции – постоянный мониторинг лент новостных агентств 24 часа в сутки, 7 дней в неделю. Здесь интересны наблюдения над общественным ТВ (Би-би-си) и рассмотрение Евроньюз как противовеса англоязычным СМИ, с характерным для последних стилем без интерпретации, новостями без журналистов в студии, принципами формирования новостного канала европейской точки зрения.

Разработка прогноза как жанра делового медиатекста и рассмотрение визуализации, инфографики как факторов, повышающих достоверность прогноза. Сами мировые деловые СМИ, формируя повестку дня, участвуют в формировании мировой политики и являют собой негосударственного актора международных отношений.

Демонстрация реального читателя через комменты к текстам, возможность через вербальное поведение, через речевой портрет реального читателя судить о состоянии аудитории. Прочтение блогов на сайтах традиционно печатных некогда СМИ заставляет нас понять фигуру просьюмера. Контент, генерируемый пользователями (UGC), повсеместно модерировается на сайтах онлайн-СМИ.

Важность фигуры автора. Специалисты это в экономике или неспециалисты, какое у них образование, какой опыт, какая степень доверия общества к ним, каковы ключевые фигуры экспертов и журналистов. Вопрос в том, кто есть эксперты и журналисты, каковы их политические взгляды, как их политические взгляды влияют на прогнозы. Скажем, как освоила экономическую тематику кандидат филологических наук Письменная, да так, что стала ведущим аналитиком специализированного экономического агентства новостей Блумберг и выпустила книгу про стабилизацию Гайдара и Ясина?

Дискурс, по образному замечанию одного из исследователей, это пространство реализации концептов. Необходимо исчисление концептов делового дискурса типа ДЕНЬГИ, ДЕЛО и ТОВАР (ПРОДУКТ), ИНФЛЯЦИЯ, СТАБИЛИЗАЦИЯ, РЕЦЕССИЯ, КУРС ВАЛЮТ, РОСТ ЭКОНОМИКИ. Следующий вопрос: насколько этот дискурс самостоятелен, а не заимствован из англоязычного экономического дискурса?!

Деловой дискурс характеризует языковая специфика. Когда речь заходит о деньгах, в дискурсе особенно часты **иносказания и эвфемия**: так, слова resources, funds, finances употребляются привычно вместо money.

Ставшие последние годы традиционными сообщения о кризисе изобилуют эвфемизмами типа рост без развития, нулевые темпы роста, коррекция вниз = кризис, либерализация цен = их повышение, проблемы с ликвидностью = нехватка денег, высвобождение кадров = оптимизация занятости, социальное пособие = пособие по безработице.

А как загадочны и необычны транслитерированные в русском языке экзотические термины: флуктуация, аддикция, рецессия...

Посмотрим на метафорику бирж: Рынок в неважной форме, превалирует медвежье настроение, рынок не бьет рекорды...

Говоря о **метафорике экономического дискурса** в целом, не надо забывать, что этот дискурс изобилует банальными, стертыми метафоризациями, метафорическими рефлексами — свидетельствами метафорического переноса в словообразовании. Инвентаризация **банальных метафор** — не наша задача. Затусованные метафоризации не несут ничего нового, не воспринимаются говорящим и слушающим. Это автоматизации. Однако отметим, что в традиции американской теории метафоры существует множество публикаций, описывающих конечное число моделей таких метафоризаций — например, роста, животного мира, болезни, дороги и т.д.

Терминология кризиса нова: слов subprime, bailout, credit crunch в привычном для нас значении нет в словарях даже девяностых годов двадцатого века. Это — свидетельство развития язык и менталитета, так как за каждым этим словами находятся концепты.

Итак, метафоры, **эвфемизмы и перифразы, неясные и сложные термины, аббревиатуры и неологизмы, работающие не ясностью** — конститuentы дискурса экономического кризиса.

3. ПЕРСПЕКТИВЫ ИССЛЕДОВАНИЙ

Стремительно меняется социум — наступает этап **исследования межкультурной коммуникации и мультикультурализма**. Вербальный репертуар, многообразие текстов, производимых носителями языков и способности к пониманию, продолжают вызывать интерес исследователей. Показателен интерес как к конкретному носителю языка, так и к особенному социальному или национальному типу.

Именно **коммуникативные фрагменты** служат для говорящих первичными единицами, из которых состоит их мнемонический лексикон владения языком. Здесь перед нами пред-

стают проблемы исторической и индивидуальной памяти. Важным представляется и процесс вербализации концептов.

Становится ясным, что **языковая картина мира** – один из наиболее глубинных слоев картины мира человека. Сам язык выражает и эксплицирует другие картины мира человека, которые через посредство специальной лексики входят в язык, привнося в него черты человека, его культуры. При помощи языка опытное знание, полученное отдельными индивидами, превращается в **коллективное достояние, коллективный опыт**. Можно указать в этой связи на работы акад. РАН Ю. С. Степанова, члена-корр. РАН Н. Д. Арутюновой, профессора А. Д. Шмелева, профессора Е. С. Кубряковой.

Все это коррелирует с проблематикой лаборатории «**Сублогический анализ языка**». Изучение и сопоставление различных видений языка через призмы различных картин мира могут обогатить лингвистику новыми эвристическими ходами для проникновения в природу языка и его познание. В фокусе находится процесс соотношения языка и действительности, инвариантного и идиоматического в процессах языкового отображения действительности как сложного процесса интерпретации человеком мира. При этом проф. В. Н. Базылев полагает: «В рамках методологии обращения к понятию картины мира означает, с одной стороны, отказ от чисто созерцательной гносеологии с ее идеей «зеркального» отражения мира и переход к деятельностному пониманию процесса познания, с другой – отказ от чистого методологизма и операционализма и концентрирование внимания на содержательно-онтологических аспектах науки о человеке в целом. Понятие картины мира становится необходимым концептуальным элементом гносеологии, исходящей из идеи об истине как процессе движения относительной истины к абсолютной» [6, с. 67] .

ЛИТЕРАТУРА

1. Солганик Г. Я. Язык СМИ (газеты) и литературный язык / Г. Я. Солганик // Язык СМИ и политика.– М.: изд-во МГУ, 2012. – 862 с.
2. Политический дискурс в России 1996-2006. Хрестоматия. / Сост., общ. ред. В. Н. Базылев. – М.: ГИРЯ им. А.С. Пушкина, 2007. – 208 с.
3. Манакина О. Е. Дискурс-анализ протестной политической культуры во Франции / О. Е. Манакина: Автореферат дисс...канд. полит.наук. – М.: МГИМО, 2011. – 30 с.
4. Бушев А. Б. Языковая личность профессионального переводчика / А.Б. Бушев: Монография.– Тверь, 2010. – 265. с.
5. Бушев А. Б.. Языковая личность военного переводчика / А. Б. Бушев: Монография. – Lambert Academic Publishing, 2011. – 276 с.
6. Базылев В. Н. Общее языкознание / В. Н. Базылев. – М.: Гардакрики, 2007. – 256.с.

(Статья поступила в редакцию 20 января 2016