

DOI: 10.15643/libartrus-2019.5.5

**Медиамедицинский дискурс как объект
лингвистического исследования
(на материале современной немецкой
журнальной периодики)**

© О. И. Таюпова

*Башкирский государственный университет
Россия, Республика Башкортостан, 450074 г. Уфа, улица Заки Валиди, 32.*

Email: o.tayupova@mail.ru

Статья посвящена рассмотрению и анализу медиамедицинского дискурса с позиции современной антропоцентрической парадигмы. Как один из подтипов медицинского дискурса, медицинский медиадискурс, представляя собой сложный феномен, широко задействован в современном социуме. Немецкий медицинский медиадискурс воплощается в медиасфере посредством различных средств массовой информации, в том числе при помощи различных научных, научно-популярных и информационно-аналитических журналов, а также посредством специализированной журнальной прессы, адресованной отдельным группам населения. Определен алгоритм эффективного изучения рассматриваемого подтипа медицинского дискурса, способствующий выявлению и всестороннему анализу его дискурсивных компонентов, а также используемого языкового кода.

Ключевые слова: *медицинский дискурс, медицинский медиадискурс, немецкая медицинская журнальная периодика, антропоцентризм, языковой код.*

Введение

Обращение к проблематике медицинского медиадискурса предопределяет, прежде всего, уточнение понятия медицинского дискурса, центральной базовой ценностью которого является жизнь пациента. Анализ показывает, что поскольку данный тип имеет свои универсальные и специфические признаки, он может быть выделен среди других дискурсов, например, экономического, школьного, политического, афористического, спортивного, туристического, делового, религиозного, автомобильного, педагогического и других дискурсов.

1. Подтипы медицинского дискурса

В рамках медицинского дискурса, относящегося к институциональным дискурсам, в зависимости от цели коммуникации, выделяют несколько подтипов. К их числу относятся, на наш взгляд, научный медицинский дискурс, врачебный дискурс, учебно-академический медицинский дискурс, научно-популярный медицинский дискурс и рекламный медицинский дискурс, которые находят свое отражение, в т.ч. в медиасреде. Под медиатекстом мы понимаем всю совокупность печатных и звучащих текстов, представленных на страницах современной газетной и журнальной прессы, в интернет-сети, а также звучащих по радио и транслируемых по телевидению.

Безусловно, можно базировать классификацию и на других параметрах, например, устный медицинский дискурс – письменный медицинский дискурс.

Говоря о собственно-научном медицинском дискурсе, следует заметить, что он репрезентируется при помощи различных научных статей, монографий, диссертаций, дипломных работ, авторефератов, в то время как к учебно-академическому медицинскому дискурсу могут быть отнесены, например, учебники и учебные пособия, тексты лекций, дистанционные курсы, методические рекомендации и др. Врачебный дискурс актуализируется как в процессе общения практикующего врача с пациентом, так и при общении врачей в профессиональной среде, в т.ч. с младшим медицинским персоналом. В данном контексте можно выделить такие виды текстов, как консилиум, медицинская комиссия, медицинский обход, история болезни, медицинская карта пациента, рецепт врача.

Относительно научно-популярного медицинского дискурса следует сказать, что он находит свою актуализацию в таких текстах, как научно-популярные статьи, научно-популярные очерки, словарные статьи в энциклопедиях, интервью, произведения из серии «Жизнь замечательных людей», в выступлениях ведущих ученых-медиков по радио и телевидению, различных ток-шоу, посвященных проблемам здоровья. Коммуникативно-прагматическая функция подобных видов текстов заключается в популяризации научных знаний среди широких слоев населения, поэтому они воздействуют одновременно как на рациональную составляющую, так и на психо-эмоциональную сферу адресатов. Что касается рекламного медицинского медиадискурса, то в этом случае можно говорить как о рекламе безрецептурных препаратов, так и лекарственных препаратов, отпускаемых по рецепту врача. Последние рекламируются только в профессиональных изданиях, адресованных врачам и студентам-медикам.

2. Материал исследования

В процессе анализа немецкого журнального медицинского дискурса внимание следует обратить на то, что он представлен, во-первых, общемедицинскими изданиями («Deutsches Ärzteblatt», «Bundesgesundheitsblatt») и журналами, адресованными врачам конкретной специальности и определенного направления в медицине, а также фармацевтам («Neue Apotheken Illustrierte», «Genäkologie+Geburtshilfe», «Ästhetische Chirurgie», «Pädiatrie», «Journal für Kardiologie», «Onkologisches Rehabilitation und Sozialmedizin», «Deutsche Zeitschrift für Sportmedizin»). Во-вторых, медицинский дискурс формируется при помощи ежемесячных научно-популярных журналов, например, «Bild der Wissenschaft», «Familie & Co», «Spektrum der Wissenschaft», «Zeit-Wissen». В-третьих, он представлен в Германии такими информационно-аналитическими журналами, как «Der Spiegel», «Focus», «Deutschland», а также на страницах специализированной журнальной прессы, адресованной отдельным группам населения, например, молодежи («Vitamin.de», «Juma»), женской читательской аудитории («Bild der Frau» и «Brigitte»).

3. Алгоритм и результаты исследования медиа медицинского дискурса

Безусловно, при изучении медицинского медиадискурса, как и любого другого дискурса, поскольку это явление сложное и многоаспектное, существуют разные алгоритмы исследования [1–5]. Дискурс-анализ, по своей сути, представляет собой некий набор способов, представлений и точек зрения, благодаря которым, по мысли исследователей, появляется возможность раскрыть смысл текста и объяснить вектор формирования реальности адресантом.

Можно определить некую последовательность анализа дискурса. Прежде всего целесообразно описать коммуникативную ситуацию, определить тип и подтип дискурса, выявить его структуру, адресанта и адресата. Кроме того, для диалогического и полилогического дискурсов предстоит выявить роли коммуникантов в местах перехода речевого хода, семантико-

прагматические особенности их речевого поведения, определить интенции, речевые стратегии и тактики коммуникантов, а также семантико-прагматические особенности всего дискурса и его лексико-грамматические аспекты.

Для подобного анализа дискурса важен подход с позиции антропоцентризма, для которого существенную роль играют изучение речевого поведения человека и анализ использования языка в его практическом применении. Антропоцентризм научной парадигмы состоит в том, что изучение языковых процессов «проистекает в неразрывной связи с потребностями коммуникативной деятельности и предполагает учет человеческого фактора, когда субъект речи и ее реципиент включаются в описание языковых механизмов» [6, с. 152]. Для современного алгоритма исследования дискурса, в т.ч. медиамедицинского, характерной чертой является междисциплинарность, поскольку только изучение дискурса с позиции ряда научных направлений, например, лингвокультурологии, прагма- и социолингвистики, дает возможность раскрыть сущность и основные характеристики данного явления. Относительно текста как специфического языкового знака (*Superzeichen*) [7, с. 6] можно констатировать, что его создание, а также функционирование всегда обусловлено прагматическими факторами, к которым можно отнести соответствующую целевую установку и определенные коммуникативные условия.

В рамках когнитивной лингвистики [8, 9], поскольку «каждое языковое явление может считаться адекватно описанным и разъясненным только в тех случаях, если оно рассмотрено на перекрестке когниции и коммуникации» [10, с. 37], дискурс трактуется как явление когнитивного порядка, которое имеет непосредственное отношение к передаче знаний, оперированию ими и созданию новых связей. По мнению Л. В. Цуриковой, когнитивный анализ дискурса направлен на объединение исследований, связанных с моделированием когнитивных процессов порождения и восприятия дискурса, обусловлен изучением самих структур репрезентации знаний, способов хранения, обработки и извлечения знаний в процессе дискурсивной деятельности, а также исследованием и описанием различных видов представленной в структурах знания информации, необходимой для дискурсивного взаимодействия людей. В основе подобного анализа лежит понимание коммуникативно релевантных знаний как особого рода ментальных репрезентаций, концептуализирующих индивидуальный и социальный опыт человека и организующих этот опыт в особого рода структуры [11].

Свое видение дискурсивного анализа медиатекстов высказал известный нидерландский лингвист, один из основоположников теории текста, теории речевых актов и анализа дискурса Т. ван Дэйк [12, 13], который на материале газетных публикаций (новостей), предлагая начать анализ с изучения структуры медиатекста, подводит к выявлению выражаемых этими структурами значений. Семантические элементы медиатекста ван Дэйк называет микроструктурами и полагает, что на этом уровне следует проанализировать значения слов и предложений, взаимосвязи между ними, а также стилистические и риторические образования значений. Один из важных фокусов исследования семантики текста представляет собой локальная взаимосвязь его фрагментов и выявление того, как отдельные части текста связаны друг с другом. Ван Дэйк убежден, что на субъективные интерпретации событий и ситуаций, конструирования событий и изменения их общих социальных представлений, влияют не только общие темы, изложенные в медиатекстах, но также используемые журналистами формулировки.

Помимо значений соотношения между предложениями, по мнению автора, текст также имеет семантическое единство, целостность. Отдельные микротемы концептуально сумми-

руют текст и его основную информацию. Особого внимания в процессе дискурсивного анализа требуют используемые в публикациях цитаты.

Кроме того, ван Дэйк анализирует такие концепты текста, понимание которых предполагает наличие у читателей социальных знаний о каких-либо ситуациях, соответствующую позицию, знания об окружающем мире, поскольку большая часть информации текста выражена не полностью, а с расчетом на базовые представления о мире, имеющиеся у читателей. Таким образом, анализ «несказанного» иногда более важен, чем изучение того, что реально напечатано.

Рассматривая медиамедицинский дискурс в контексте его лингвистических параметров, следует заметить, что научный медицинский медиадискурс, актуализируемый, прежде всего, посредством научных статей, представлен на страницах журналов, адресованных профессионалам. Содержание любого текста, в т.ч. и научных медицинских статей, репрезентируется средствами литературного языка, но имеет свой языковой код. Своеобразный языковой код того или иного текста предопределяется, прежде всего, коммуникативной функцией, выполняемой анализируемыми текстами в современном социуме. Задача реципиента состоит в том, чтобы восстановить информацию, пользуясь своим знанием кодов и кодовых комбинаций того или иного языка.

Проанализируем текст статьи, опубликованной в научном журнале «Deutsches Ärzteblatt», посвященной проблемам психо-социальной адаптации детей, страдающих диабетом первого типа:

Ärzte fordern bessere psychosoziale Betreuung für Kinder mit Diabetes

Für Eltern mit an Diabetes erkrankten Kindern gibt es zu wenig psychosoziale Hilfen, kritisiert die Deutsche Diabetes Gesellschaft. Es brauche dringend mehr entsprechende Angebote in der Langzeitbehandlung.

Von Thomas Hommel

BERLIN. Ärzte haben die mangelnde psychosoziale Betreuung von Eltern beklagt, deren Kinder an Diabetes erkrankt sind. „Trotz eines insgesamt hohen Qualitätsniveaus in der somatischen Versorgung von Menschen mit Diabetes gibt es in Deutschland noch erhebliche Defizite in der psychosozialen Versorgung“, sagte der Vizepräsident der Deutschen Diabetes Gesellschaft (DDG) Professor Andreas Neu anlässlich des „Zukunftstags Diabetologie“ am Donnerstag in Berlin.

In den vergangenen zwei Dekaden sei die gesundheitliche Prognose von Kindern und Jugendlichen mit Typ-1-Diabetes „dank moderner Insuline, neuer Diabetes-Technologien und qualifizierter Schulungen eindrucksvoll verbessert“ worden, sagte die Vize-Vorsitzende der Arbeitsgemeinschaft Diabetes und Psychologie der DDG Professor Karin Lange. „Diese Erfolge setzen wir aufs Spiel, wenn wir die psychosoziale Unterstützung der Familien nicht ausbauen“.

Die Diagnose Diabetes Typ 1 bei einem Kind stelle für Familien ein Einschnitt in deren Lebensplanung dar, betonte Lange. Auch wenn die betroffenen Mütter und Väter in spezialisierten pädiatrischen Diabeteszentren mit den Herausforderungen der Diabetes-Behandlung vertraut gemacht würden und dort Schulungen erhielten, sei der Bereich der psychologischen und sozialen Beratung nur unzureichend ausgestattet. Notwendig seien daher veränderte Finanzierungskonzepte in der Gesundheitsversorgung, die mehr „grundlegende Maßnahmen psychosozialer Versorgung bei Diabetes mellitus ermöglichen, so die Forderung der DDG-Experten.

Selbst in entsprechenden Disease-Management-Programmen kämen psychotherapeutische Interventionen – wie sie etwa im DMP Brustkrebs angelegt seien – bislang zu kurz [14].

Для языкового кода анализируемого фрагмента научной статьи характерно использование медицинской терминологии по обсуждаемой проблеме: *mit Diabetes, an Diabetes erkrankt sind, psychosoziale Versorgung, Diabetologie, die Diagnose Diabetes Typ 1, in spezialisierten pädiatrischen Diabeteszentren, die Diabetes-Behandlung, die Arbeitsgemeinschaft Diabetes und Psychologie, Disease-Management-Programmen*; сослагательного наклонения для косвенной речи: *Es brauche dringend mehr entsprechende Angebote in der Langzeitbehandlung. Die Diagnose Diabetes Typ 1 bei einem Kind stelle für Familien ein Einschnitt in deren Lebensplanung dar, betonte Lange.*

Широко используются различные виды придаточных предложений, ср.: *Ärzte haben die mangelnde psychosoziale Betreuung von Eltern beklagt, deren Kinder an Diabetes erkrankt sind. Diese Erfolge setzen wir aufs Spiel, wenn wir die psychosoziale Unterstützung der Familien nicht ausbauen.* Auch *wenn* die betroffenen Mütter und Väter in spezialisierten pädiatrischen Diabeteszentren mit den Herausforderungen der Diabetes-Behandlung vertraut gemacht würden und dort Schulungen erhielten, sei der Bereich der psychologischen und sozialen Beratung nur unzureichend ausgestattet. Notwendig seien daher veränderte Finanzierungskonzepte in der Gesundheitsversorgung, *die* mehr „grundlegende Maßnahmen psychosozialer Versorgung bei Diabetes mellitus ermöglichten. В синтаксический рисунок высказываний вносят разнообразие парентезные конструкции, например: *Selbst in entsprechenden Disease-Management-Programmen kämen psychotherapeutische Interventionen – wie sie etwa im DMP Brustkrebs angelegt seien – bislang zu kurz.*

В тексте анализируемой научной статьи приводятся ряд цитат специалистов, которые позволяют охарактеризовать языковую личность вице-президента Немецкого диабетического сообщества профессора Андреаса Ноя и вице-президента рабочей группы по диабету и психологии диабетического сообщества профессора Карин Ланге. Прямая речь выполняет в тексте статьи несколько функций: передает информацию, развивает сюжет текста, способствует созданию речевого портрета говорящего.

Как отмечалось выше, Ван Дэйк [13] справедливо полагает, что особое внимание в процессе дискурсивного анализа следует уделить используемым в публикациях цитатам, которые показывают, чья позиция, по мнению автора той или иной статьи, особенно значима и потому достойна цитирования. Действительно, для прямой речи характерны большие выразительные возможности, поэтому прямая речь пользуется популярностью не только в художественных, но и в публицистических текстах. Кроме того, именно благодаря прямой речи языковая личность получает самовыражение [15, с. 243].

Поскольку научно-популярный медицинский медиадискурс актуализируется, прежде всего, при помощи научно-популярных статей, рассмотрим следующий фрагмент текста, опубликованного в научно-популярном журнале «Spektrum der Wissenschaft»:

Der britische Landarzt Edward Jenner hatte eine andere Idee. Er beobachtete, dass Menschen, die sich mit einer von Kühen stammenden pockenähnlichen Erkrankung infiziert hatten, fortan auch immun gegen die „echten“ Pocken waren. Meist handelte sich um Bauern, die sich beim Melken ihrer Kühe mit den Viren angesteckt hatten. Die Krankheit verlief mild – meist bildeten sich nur an den Händen Pusteln [16].

В статье в научно-популярной форме приводится информация о вирусном заболевании, передаваемом от домашних животных человеку, при этом употребляется следующая лексика, связанная с раскрываемой темой: *Landarzt, pockenähnliche, Erkrankung, sich infizieren, Viren, sich anstecken.* Для языкового кода характерно использование распространенного определения *mit einer von Kühestammenden pockenähnlichen Erkrankung*, благодаря которому достигается

известная краткость изложения. Из сложноподчиненных предложений используются только придаточные дополнительные и определительные придаточные предложения: Er beobachtete, dass Menschen, die sich mit einer von Kühen stammenden pockenähnlichen Erkrankung infiziert hatten, fortan auch immun gegen die „echten“ Pocken waren. Meist handelt es sich um Bauern, die sich beim Melken ihrer Kühe mit den Viren angesteckt hatten. Употребляется также парентезная конструкция, особенность которой заключается в том, что она используется в конце предложения и по своему объему равняется простому распространенному предложению: Die Krankheit verlief mild – *meist bildeten sich nur an den Händen Pusteln*.

Следующий подтип медиамедицинского дискурса, рекламный медицинский медиадискурс, представлен в Германии как в научных медицинских и научно-популярных, так и в информационно-аналитических и специализированных журналах. Будучи ограниченными рамками статьи, рассмотрим лингвистические параметры рекламного текста, опубликованного в информационно-аналитическом журнале «Der Spiegel», адресованного широкому кругу читателей. В современной Германии так же, как в Китае, Японии, Франции и большинстве европейских стран, разрешено рекламировать населению только безрецептурные лекарственные средства. Так, например, в журнале «Der Spiegel» опубликована реклама спиралевидного согревающего пластыря:

Mehr Bewegung. Weniger Schmerz.

Dank hochflexibler Wärme-Pads.

- Therapeutische Tiefenwärme
- Gezielte Schmerzlinderung
- Hochflexibles Wärmepflaster [17].

Для приведенного выше текста рекламы характерны лаконичность, сжатость и краткость при кодировании информации, что позволяет достичь здесь убедительной выразительности. С этой целью используются эллипсисы, парцеллированные конструкции, антитеза (*Mehr Bewegung. Weniger Schmerz*).

Целевой аудиторией, конечным потребителем, является в данном случае население. Учет особенностей языковой личности реципиента является для адресанта обязательным условием успешного продвижения рекламируемого товара или услуги на рынке, поскольку он выступает таким же активным субъектом коммуникации, как и ее отправитель. Более того, активность адресата заставляет адресанта контролировать и корректировать свой текст, выстраивать его определенным образом, прогнозируя возможность ситуации непонимания или недопонимания, а также не вполне адекватного истолкования адресатом тех или иных фрагментов текста.

Заключение

Проведенный анализ показал, что с лингвистической точки зрения медиамедицинский дискурс представляет собой сложный объект исследования, поскольку в его рамках речь может идти о ряде подтипов, в частности, собственно-научном медицинском дискурсе, научно-популярном медицинском дискурсе и рекламном медицинском медиадискурсе. Медицинский медиадискурс отличается известным разнообразием представленных в нем видов медиатекстов, которые гетерогенны как по своим функциям, объему и структуре, так и по используемым языковым средствам. Так, для проанализированных нами текстов собственно-научного медицинского дискурса характерно использование соответствующей терминологии, цитации,

придаточных предложений, парентезных конструкций. В научно-популярном медицинском дискурсе, помимо медицинской и общенаучной терминологии, преобладают простые распространенные предложения, а также некоторые виды придаточных предложений: дополнительные и определительные придаточные предложения. Для языкового кода научно-популярного медицинского дискурса характерно также употребление распространенных определений, что приводит к известной краткости и лаконичности изложения. Рекламный медицинский дискурс безрецептурных препаратов характеризуется использованием синтаксических эллипсов и парцеллированных конструкций.

Статья публикуется при финансовой поддержке издательства «Социально-гуманитарное знание» (решение №190483).

Литература

1. Макаров М. Л. *Основы теории дискурса*. М.: Гнозис, **2003**. 268 с.
2. Кожемякин Е. А. Медиадискурс // *Современный дискурс-анализ*. **2010**. Т. 1. Вып. 2. С. 70–80.
3. Комарова З. И. Основы системной методологии современной полипарадигмальной лингвистики // *Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение*. **2013**. №1(292). Вып. 73. С. 66–71.
4. Сарна А. Я. Дискурс-анализ: Гуманитарная энциклопедия // *Центр гуманитарных технологий*. 2002–2019. URL: <https://gtmarket.ru/7232>.
5. Матисон Д. *Медиадискурс*. Харьков: Гуманитарный центр, **2013**. 264 с.
6. *Стилистика и литературное редактирование*. 3-е изд. М.: Гардарики, **2007**. 653 с.
7. Vater H. *Einführung in die Textlinguistik: Struktur und Verstehen von Texten*. 3. Aufl. München: Fink, **2001**. 203 s.
8. Кубрякова Е. С., Демьянков В. З., Кузина Л. Г. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике // *Дискурс, речь, речевая деятельность: функциональные и структурные аспекты: Сб. трудов*. М.: РАН ИНИОН, **2000**. С. 5–13.
9. Демьянков В. З. Когнитивная лингвистика как деятельность // *Когнитивные исследования языка*. **2009**. №5. С. 30–42.
10. Кубрякова Е. С. *Язык и знание: На пути получения знаний о языке*. М.: Языки славянской культуры, **2004**. 560 с.
11. Цурикова Л. В. Когнитивно-дискурсивная парадигма как новое направление описания и анализа речемыслительной деятельности // *Горизонты современной лингвистики: Традиции и новаторство. Сб. в честь Е. С. Кубряковой*. М.: Языки славянских культур, **2009**. С. 76–92.
12. van Dijk T. Discursive analyzes of news // *A Handbook of qualitative methodologies for mass media research*. **1999**. Vol. 5.
13. van Dijk T. *Discourse and Context: A Sociocognitive Approach*. New York: Cambridge University Press, **2008**. 276 p.
14. Deutsches Ärzteblatt. 17.09.2019.
15. Таюпова О. И. Диалог как принцип и способ кодирования текста // *Доклады Башкирского университета*. **2017**. Т. 2. №2. С. 241–245.
16. Spektrum der Wissenschaft. 15. 07. **2018**.
17. Der Spiegel. 05.10.2019.

Поступила в редакцию 11.10.2019 г.

DOI: 10.15643/libartrus-2019.5.5

Medical media discourse as an object of linguistic study (based on the material of modern German magazine periodicals)

© O. I. Tayupova

Bashkir State University

32 Zaki Validi Street, 450076 Ufa Republic of Bashkortostan, Russia.

Email: o.tayupova@mail.ru

The article is devoted to the consideration and analysis of medical media discourse from the perspective of the modern anthropocentric paradigm. As one of the subtypes of medical discourse, the medical media discourse representing a complex phenomenon is widely involved in modern society. The German medical media discourse is embodied in the media sphere through various media including different scientific, popular science, and information-analytical magazines, as well as through a specialized journal press addressed to the specific groups of population. An algorithm for the effective study of the considered subtype of medical discourse is determined, which helps to identify and comprehensively analyze its discursive components, as well as the language code used. The analysis showed that from a linguistic point of view, medical discourse is a complex object of study, due to the heterogeneous nature of the texts. Thus, for the considered scientific medical discourse, the use of appropriate terminology, citation, subordinate clauses, and parenthetical constructions is characteristic. In the popular science medical discourse, in addition to the medical and general scientific terminology, simple sentences prevail, as well as some types of subordinate clauses: additional and definitive clauses. The language code of the popular science medical discourse is also characterized by the use of common definitions, which leads to the known brevity and conciseness of presentation. Advertising medical discourse of over-the-counter medicines is characterized by the use of syntactic ellipses and parceled constructions.

Keywords: medical discourse, medical media discourse, German medical journal periodicals, anthropocentrism, language code.

Acknowledgements. The article is published under the financial support of "Sotsial'no-Gumanitarnoe Znanie" Publishing House (Decision No.190483).

Published in Russian. Do not hesitate to contact us at edit@libartrus.com if you need translation of the article.

Please, cite the article: Tayupova O. I. Medical media discourse as an object of linguistic study (based on the material of modern German magazine periodicals) // *Liberal Arts in Russia*. 2019. Vol. 8. No. 5. Pp. 352–360.

References

1. Makarov M. L. *Osnovy teorii diskursa [Fundamentals of discourse theory]*. Moscow: Gnozis, 2003.
2. Kozhemyakin E. A. *Mediadiskurs. Sovremennyy diskurs-analiz*. 2010. Vol. 1. No. 2. Pp. 70–80.
3. Komarova Z. I. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya. Iskusstvovedenie*. 2013. No. 1(292). No. 73. Pp. 66–71.
4. Sarna A. Ya. *Tsentr gumanitarnykh tekhnologii*. 2002–2019. URL: <https://gtmarket.ru/7232>.
5. Matheson D. *Mediadiskurs [Media discourses]*. Khar'kov: Gumanitarnyi tsentr, 2013.
6. *Stilistika i literaturnoe redaktirovanie [Stylistics and literary editing]*. 3 ed. Moscow: Gardariki, 2007.
7. Vater H. *Einführung in die Textlinguistik: Struktur und Verstehen von Texten*. 3. Aufl. München: Fink, 2001.
8. Kubryakova E. S., Dem'yankov V. Z., Kuzina L. G. *Diskurs, rech', rechevaya deyatel'nost': funktsional'nye i strukturnye aspekty: Sb. trudov*. Moscow: RAN INION, 2000. Pp. 5–13.
9. Dem'yankov V. Z. *Kognitivnye issledovaniya yazyka*. 2009. No. 5. Pp. 30–42.
10. Kubryakova E. S. *Yazyk i znanie: Na puti polucheniya znaniy o yazyke [Language and knowledge: On the way to gain knowledge about language]*. Moscow: Yazyki slavyanskoi kul'tury, 2004.

11. Tsurikova L. V. *Gorizonty sovremennoi lingvistiki: Traditsii i novatorstvo. Sb. v chest' E. S. Kubryakovoi*. M: Yazyki slavyanskikh kul'tur, **2009**. Pp. 76–92.
12. van Dijk T. *A Handbook of qualitative methodologies for mass media research*. **1999**. Vol. 5.
13. van Dijk T. *Discourse and Context: A Sociocognitive Approach*. New York: Cambridge University Press, **2008**.
14. Deutsches Ärzteblatt. 17.09.2019.
15. Tayupova O. I. *Doklady Bashkirskogo universiteta*. **2017**. Vol. 2. No. 2. Pp. 241–245.
16. Spektrum der Wissenschaft. 15. 07. **2018**.
17. Der Spiegel. 05.10.2019.

Received 11.10.2019.