

# СОДЕРЖАНИЕ

---

От редакции .....	3
<b>1. ЯЗЫК СМН В ОБЩЕСТВЕ.....</b>	<b>6</b>
1.1. Язык СМИ и информационно-языковая экология общества <i>М.Н. Володина</i> (Москва) .....	6
1.2. Влияние СМИ на изменение традиционного понимания социализации <i>В.Г. Кузнецов</i> (Москва) .....	19
1.3. Массмедийный политический дискурс Украины: особенности «послемайданного» периода <i>Л.А. Кугрявцева</i> (Киев).....	30
1.4. Казахстанский политический дискурс: социокультурная дифференциация <i>Г.П. Байгарина</i> (Астана) .....	43
1.5. Динамика метафорических образов в российской политической коммуникации начала XXI века <i>А.П. Чудинов</i> (Екатеринбург) .....	53
<b>2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ЯЗЫКА И ДИСКУРСА СМН.....</b>	<b>63</b>
2.1. Медиалингвистика: новая парадигма в изучении языка СМИ <i>Т.Г. Добросклонская</i> (Москва) .....	63
2.2. Понятие «медиадискурс» в свете когнитивно-дискурсивного подхода к языку Когнитивно-дискурсивная парадигма в лингвистике и типология медиадискурса <i>Е.О. Менджеричкая</i> (Москва).....	72
Дискурсивная таксономия и медийный дискурс <i>А.А. Кибрик</i> (Москва) .....	79
2.3. Методы анализа медиатекста и его восприятия Новости в прессе: к моделированию макротекстовой структуры <i>А.А. Негрышев</i> (Владимир) .....	85
Принципы моделирования телевизионного комментария как жанра СМИ <i>Т.С. Зевахина</i> (Москва).....	97
Семантико-прагматическая теория репрезентации дискурса как средство повышения объективности семантической экспертизы текстов СМИ <i>Д.С. Кондрашова, И.М. Кобозева</i> (Москва) .....	114
Художественные конструкторы произведений искусства и массовых коммуникаций <i>В.Ф. Петренко</i> (Москва) .....	129

<b>3. МЕДИАДИСКУРС КАК СРЕДСТВО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА СОЗНАНИЕ.....</b>	<b>136</b>
3.1. Механизмы воздействия СМИ на индивидуальное и массовое сознание.....	136
Когнитивное состояние адресата в ситуации речевого воздействия <i>Е.Г. Борисова</i> (Москва) .....	136
Коммуникативная стилистика публицистического текста <i>Н.И. Клушина</i> (Москва) .....	144
Дискурс телевизионных новостей <i>П.Н. Кочетков</i> (Арзамас) .....	154
Интервью как средство реализации православной риторики <i>Л.Р. Омарова, О.А. Масурова</i> (Махачкала) .....	164
Медiateкст как объект лингвистической экспертизы (ответственен ли журналист за интерпретацию текста читателем?) <i>Н.А. Кузьмина</i> (Омск).....	172
Принципы эффективного Интернет-дизайна для представления гипертекстовой и гипермедийной информации <i>Г.Е. Кегрова, М.В. Волкова</i> (Москва) .....	180
3.2. Текст и дискурс рекламы .....	191
Множественная типология рекламы <i>Е.С. Кара-Мурза</i> (Москва) .....	191
Реклама как составляющая контента телеканала: социологические и семантические аспекты <i>А.В. Шариков</i> (Москва) .....	200
Феномен давления дискурса в текстах маркетинговых коммуникаций <i>Ю.К. Пирогова</i> (Москва) .....	208
Специфика рекламного воздействия в гендерном аспекте (на материале рекламы немецких «женских» и «мужских» журналов) <i>М.В. Крапивкина</i> (Москва).....	218
Интернет-баннер как проекция принципов электронной текстуальности <i>О.В. Дегова</i> (Москва) .....	225
<b>4. ЯЗЫК И СТИЛЬ МЕДИАТЕКСТА.....</b>	<b>235</b>
4.1. Языковая норма и узус СМИ .....	235
Литературная норма и речевая практика средств массовой информации <i>А.П. Крысин</i> (Москва) .....	235
Наблюдения над использованием журналистами возможностей русского языка <i>М.А. Кормилицына</i> (Саратов) .....	245
Особенности репрезентации русского языка в казахстанских печатных СМИ <i>Е.А. Журавлева</i> (Кокшетау) .....	254
Стилистический узус современной газетной публицистики (позитивные и негативные тенденции) <i>Т.В. Чернышова</i> (Барнаул) .....	264

Проблемы кодификации иноязычных имен собственных в орфоэпических изданиях <i>М.А. Штугинер</i> (Москва) .....	276
4.2. Художественный текст vs. медиатекст .....	282
О специфике художественной речи в сопоставлении с публицистической <i>Г.Я. Солганик</i> (Москва) .....	282
Контрастивный анализ текстов художественной литературы и средств массовой информации <i>В.З. Демьянков</i> (Москва).....	293
4.3. Лексика и лексикография СМИ.....	299
Апелляция к внутренней форме слова в современных СМИ <i>Н.Е. Петрова</i> (Нижний Новгород) .....	299
Категория оценки в газетной публицистике советского и новейшего времени (на примере слов «новатор», «передовик», «ударник») <i>Т.Г. Ашуркова</i> (Ульяновск) .....	306
О возрожденной лексике в русском языке конца XX — начала XXI в. (на материале российских православных журналов) <i>Е.В. Суровцева</i> (Москва).....	313
Отражение сенсорного опыта в словарных дефинициях, или Какие словари нужны журналистам <i>О.Н. Григорьева</i> (Москва) .....	320
Список авторов.....	327