

УДК 811.11-112

DOI: 10.18413/2313-8912-2019-5-4-0-2

Дмитрова А. В.

**Образ России в медийном пространстве
США (на примере американских комедийных сериалов)**

БУ ВО «Сургутский государственный педагогический
Университет»

ХМАО – Югры», ул. 50 лет ВЛКСМ, 10/2,
г. Сургут, 628417, Россия

E-mail: Dmittie.a@icloud.com

ORCID iD: 0000-0002-8524-6442

Статья поступила 20 ноября 2019 г.; принята 15 декабря 2019 г.;
опубликована 30 декабря 2019 г.

Аннотация: В статье рассматриваются сериалы как способ построения образа России в медийном пространстве США. Автор анализирует особенности сериала, их способность воздействия на зрителя, а также выделяет черты комедийных сериалов. С развитием интернета и телевизионной культуры, появляется большое количество новых сериалов, а их популярность возрастает. Этим определяется актуальность исследования: автор рассматривает сериалы как площадку для формирования образа государства и его представителей. В статье представлен анализ коммуникативных ситуаций, содержащих лингво-когнитивные средства создания образа России, которые были выбраны из современных англоязычных сериалов «Теория большого взрыва» (The Big Bang Theory), «Чемпионы» (Champions), «Более полный дом» (Fuller House), «Американская семейка» (Modern Family) и «Бруклин 9-9» (Brooklyn Nine-Nine). Отобранные языковые фрагменты появились в комедийных сериалах, снятых в период 2012 -2018 года. Все отобранные коммуникативные ситуации разделены на три основных группы: образ космических технологий, образ президента и образ русских. Образ президента и образ русских представлен небольшим количеством примеров, а самой многочисленной оказалась группа образ космических технологий, что обусловлено, однако, сюжетом сериала. В заключении автор делает вывод, что изучение американских сериалов как площадки для актуализации образа российского государства является вполне закономерным трендом современной лингвистической науки, учитывая, что наиболее популярные каналы трансляции этого жанра – сеть Интернет и телевидение.

Ключевые слова: телевидение, американские комедийные сериалы, образ России, интертекст, медиадискурс.

Для цитирования: Дмитрова О.В. *Образ России в медийном пространстве США (на примере американских комедийных сериалов) // Научный результат. Вопросы теоретической и прикладной лингвистики. 2019. Т.5, №4. С. 10-18. DOI: 10.18413/2313-8912-2019-5-4-0-2*

A. V. Dmitrova

**The image of Russia in the US media
(on the example of American TV comedies)**

“Surgut State Pedagogical University
of the Khanty-Mansiysk Autonomous Okrug - Ugra”,
10/2, 50 let VLKSM St., Surgut, 628417, Russia
E-mail: Dmittie.a@icloud.com
ORCID iD: 0000-0002-8524-6442

Received 20 November; accepted 15 December 2019; published 30 December 2019

Abstract: The article considers TV series as a way to build the image of Russia in the US media. The author analyzes the features of the series, their ability to influence the viewer, and also highlights the features of comedy series. With the development of the Internet and television culture, a large number of new TV series appear, and their popularity increases. This determines the relevance of the study; the author considers the series as a platform for building the image of the state and its representatives. The article presents an analysis of communicative situations containing linguistic and cognitive means of creating the image of Russia, which were selected from the modern TV series such as “The Big Bang Theory”, “Champions”, “Fuller House”, “Modern Family” and “Brooklyn Nine-Nine”. Selected language fragments appeared in comedy series filmed between 2012 and 2018. All selected communicative situations are divided into three main groups: the image of space technology, the image of the president and the image of the Russians. The image of the president and the image of the Russians are represented by a small number of examples, and the largest group was the image of space technology, however, this is due to the plot of the series. In conclusion, the author says that the study of the American TV series as a platform for actualizing the image of Russia is a completely logical trend in modern linguistics, given that the most popular broadcast channels of this genre are the Internet and television.

Keywords: television; American comedy series; the image of Russia; intertext; media discourse

How to cite: Dmitrova, A.V. (2019). The image of Russia in the US media (on the example of American TV comedies), *Research Result. Theoretical and Applied Linguistics* V.5 (4), 10-18, DOI: 10.18413/2313-8912-2019-5-4-0-2

Введение

Современная массовая культура неразрывно связана с телевидением. Для сегодняшнего зрителя телевидение является источником информации об окружающем мире, средством, помогающим сформировать мнение о тех или иных событиях. Одним из трендов телевидения нового поколения стали сериалы. Так, согласно статистике сайта

Vawillon.ru, просмотр сериалов российскими зрителями возрос с 21% в 2014 году до 30% в 2016, и это явление становится всё более массовым.

Телевизионный сериал имеет двойственный характер, который роднит его как с медийным, так и с художественным дискурсом. Художественная сущность заключается в возможности эстетического воздействия на зрителя, в то

время как медийная составляющая позволяет сериалам быстро реагировать на актуальные тренды, новости и события и транслировать их в широкие массы.

П.Е. Ворожейкин отмечает, что «современное общество – “экранное общество”, где экран не только отражает процессы реальности, передает и преобразует информацию, но и воздействует на зрителя, захватывает его и подчиняет своим законам экономики, предлагая усваивать информационные продукты» (Ворожейкин, 2015).

Теоретический обзор

В качестве основы для современного понимания проблемы телевидения и его роли в формировании образов явлений действительности послужили работы П.Е. Ворожейкина, А.В. Маркова, В.О. Крыловой, П.К. Огурчикова, А.Н. Гулимовой, а образа государства через различные каналы СМИ – работы А.П. Чудинова (Ворожейкин, 2015; Маркова, 2014; Прокофьев, 2013; Тер-Минасова, 2000; Чудинов, 2006). Кроме того, в основу исследования легли статьи М.Б. Ворошиловой, в которых подробно описана способность текста воздействовать на вербальном и невербальном уровнях.

Однако способность сериалов создавать в сознании зрителя образ того или иного события, репрезентировать стереотипы или актуализировать образ государства и/или его представителей не получила подробного описания в трудах учёных-лингвистов. Как отмечает английский исследователь Т. Ловелл: «телевизионные комедийные нарративы изучаются меньше каких-либо других телевизионных форм» (цит. по: Беленький, 2013). Этим и определяется актуальность данного исследования.

Цель настоящей работы состоит во всестороннем изучении, а также классификации примеров реализации лингво-когнитивных механизмов формирования образа России в медиадискурсе на примере американских комедийных сериалов.

Материалом для статьи послужили примеры коммуникативных ситуаций и речевых образов из телесериалов «Теория большого взрыва» (11 сезонов), «Более полный дом» (4 сезона), «Чемпионы» (1 сезон), «Бруклин 9-9» (4 сезона), «Американская семейка» (9 сезонов). Общий метраж исследованного материала составил 210 часов.

Комедийные сериалы, иначе ситуационные комедии или ситкомы, зачастую оказываются самыми популярными на телевидении, так, например, сериал «Теория большого взрыва» (The Big Bang Theory) много лет подряд занимает топовые места в списке самых популярных сериалов по данным сайта Cinemablend.com

Популярность комедийных сериалов Т.С. Злотникова объясняет «узнаваемостью атмосферы жизни, тяготением массовой культуры к максимальной привычности воспринимаемого материала, показа архетипа массовой культуры, который невозможен без узнаваемости воспроизведения эпохи жизни и реалий быта» (цит. по: Маркова, 2014).

В этом также заключается одна из фундаментальных особенностей сериала – зависимость от своего зрителя, соответственно создатели стараются максимально сблизить героев со своей целевой аудиторией. Поэтому сериалы, с одной стороны репрезентируют те мысли, взгляды и модели поведения, которые бытуют среди зрителей. А с другой, «в силу легкости восприятия и привлекательности персонажей <...> в какой-то мере могут претендовать и на роль ориентиров для зрителей», то есть актуализировать те или иные взгляды (Маркова, 2014). В этом плане, освещение событий или фактов в сериале, имеет как бы кольцевую структуру, сериал берет в свое повествование уже сложившиеся мнения и транслирует их обратно, все более укрепляя их в сознании аудитории.

Как отмечает М.Е. Беленький: «ценность ситкома с культурологической и даже социологической точки зрения заключается в том, что этот жанр, равно как и большинство других видов массовой коммуникации, позволяет аккумулировать знания о жизни общества» (Беленький, 2013).

Формат сериала (одна серия каждую неделю) позволяет быстро реагировать на происходящие в обществе события, что выражается, например, в основных сюжетных линиях эпизода. К примеру, одна из серий «Теории большого взрыва» посвящена выходу фильма «Звездные войны: Пробуждение силы» (*The Big Bang Theory, сезон 9, серия 11, The opening night excitement*) (Дмитрова, 2018).

Другой особенностью сериала является его поликодовость. М.Б. Ворошилова отмечает, что креолизованный текст — это особый феномен, в котором вербальный и невербальный компоненты образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функционирующее целое, что предполагает его комплексное прагматическое воздействие на адресата (Ворошилова, 2013).

Таким образом, взаимосвязь текста и картинки очень важна при анализе коммуникативных ситуаций сериала.

Научные результаты и дискуссия

Методом сплошной выборки были отобраны примеры коммуникативных ситуаций, содержащих лингво-когнитивные средства создания образа России. Затем все примеры были разделены на следующие три группы:

- образ Российских космических технологий,
- образ президента,
- образ русских.

Образ Российских космических технологий

Примеры этой группы встречаются исключительно в сериале «Теория большого взрыва» (*The Big Bang Theory*) и обусловлены спецификой сериала. Он

повествует о жизни молодых ученых-физиков. Один из главных героев – Говард – отправляется в космос на российском корабле «Союз». Друзья Говарда неоднозначно восприняли новости о его полете. Практически каждый из них прокомментировал тот факт, что он вылетает на корабле, сделанном в России. Несколько раз ситуация менялась: герой не мог вылететь из-за поломки космического корабля.

Следующий диалог происходит после того как Говарду сообщили о том, что он не летит в космос, потому что капсула «Союз» сломалась.

Leonard: When was the last time you were at Best Buy and you heard someone say, ooh, check out this Blu-ray player, it must be good, it was built in Russia?

Howard: Well, their technology isn't that bad.

Raj: When you come back to Earth in a Soyuz capsule, you free-fall from space at 500 miles per hour, and the only thing that slows you down is a little parachute that pops out right before you crash into the ground. And the whole thing was designed by the same brilliant minds who were unable to capture Rocky and Bullwinkle.

Howard: All right, well, whatever. I wasn't worried.

Raj: You weren't? (сезон 5, серия 23)

(Леонард: Когда ты в последний раз, заходя в Best Buy, слышал, чтобы кто-нибудь говорил: ого, смотри этот Blue-ray должно быть хорош, раз сделан в России?)

Говард: Ну, их технология не так уж и плоха.

Радж: Когда ты будешь возвращаться на Землю в капсуле «Союз», то будешь находиться в свободном падении со скоростью 500 миль в час, и единственное, что замедлит тебя - это маленький парашют, который появится прямо перед тем, как ты упадешь на землю. И все это разработано теми же блестящими умами, которые не смогли поймать Рокки и Буллвинкля.

Ховард: Хорошо, хорошо, не важно. Я не волновался.

Радж: Не волновался? (здесь и далее перевод автора статьи)

В данном примере мы видим, что герои иронизируют относительно российских технологий: *When was the last time you were at Best Buy and you heard someone say, ooh, check out this Blu-ray player, it must be good, it was built in Russia.* При этом один из них приводит в пример нечто не столь существенное – Blu-ray проигрыватель – и переносит его качества на такой серьезный объект, как капсула «Союз». При этом главный герой не проговаривает свои опасения на счет функциональности капсулы открыто, но прибегает к скрытому сравнению, которое формирует у зрителя понимание, что если он не может доверять проигрывателю, сделанному в России, как он может доверять более высоким технологиям. Подобный настрой поддерживает антитеза: *brilliant minds who were unable to capture Rocky and Bullwinkle.* В этом примере, кажется, что герой достаточно лестно отзывается о российских ученых, используя слово *brilliant*, но вторая часть *were unable to capture Rocky and Bullwinkle* меняет коннотацию слова, сводя его к уничижению.

Здесь также отметим, что для более колоритного сравнения, герой использует прецедентные имена: Рокки и Буллвинкль из мультфильма «Приключения Рокки и Буллвинкля». Чтобы понять смысл такого сравнения, необходимо пояснить, что в этом мультфильме действуют «русские» шпионы Наташа и Борис, которым из серии в серию не удаётся поймать заглавных персонажей. Интересно отметить, что отсылка к этому мультфильму встречается в сериалах не раз, так, например, в сериале «Касл» («Dead Red», Castle, 8 сезон 11 серия) герои также ссылаются на Рокки и Буллвинкля, когда описывают русского агента. Такое использование прецедентных имен помогает сделать текст сериала более

богатым на внутренние смыслы, выстраивает ассоциативный ряд, связывая его с другими произведениями жанра. Отметим также, что зритель интерпретирует интертекст, «опираясь на явные и скрытые смыслы, и испытывает интеллектуальное, эмоциональное и эстетическое воздействие» (Дмитрова, 2018).

Сериал богат на отсылки к прецедентным именам и событиям. Так в следующей ситуации зрителя отсылают к прецедентной ситуации – Холодной войне.

Mrs Wolowitz (off): I knew it. I knew she was behind this. You listen to me, if you want to be a man you can't let a woman tell you what to do.

Howard: Okay, okay.

Dimitri: Oy. I can't believe these people won the Cold War. (сезон 6, серия 1)

Не могу поверить, что эти люди выиграли холодную войну, комментирует ситуацию российский космонавт. В этом случае, герои ссылаются на важное событие в мировой истории – холодную войну. При этом интерес вызывает реплика русского космонавта. Он как бы подтверждает, что холодную войну выиграла американская сторона. Для русского зрителя такая формулировка может прозвучать не вполне корректно, тогда как в сознании американского зрителя вполне привычно.

В другом примере, герои вновь прибегают к отсылке на прецедентную ситуацию – аварию на Чернобыльской АЭС, в этот раз, чтобы прокомментировать безопасность полета:

Bernadette: Are those Russian rockets safe?

Howard: Well, I mean, safe as it can be when it was built by the good folks who brought you Chernobyl. (S5, e5)

Эти русские ракеты безопасны? – спрашивает жена героя. На что он отвечает: насколько это возможно, учитывая, что они построены теми же хорошими ребятами, из-за которых случилась авария в Чернобыле. При этом герои вновь прибегают к недосказанности и

описательным конструкциям, позволяя зрителю самому сделать выводы.

Следующее замечание звучит, когда друзья героя наблюдают за стартом:

Sheldon: Remarkable. In just under a half hour, 200 metric tons of fuel will ignite in a controlled explosion right beneath Howard's keister. And all from a country whose entire contribution to the global economy, has been Tetris and mail-order brides (сезон 5, серия 24).

(Невероятно. Менее чем через полчаса, 200 метрических тонн топлива загорятся в результате контролируемого взрыва прямо под пятой точкой Говарда. И все это благодаря стране, весь вклад которой в мировую экономику – тетрис и жены по каталогу)

В этом примере вновь звучит *антитеза и нисходящая градация*, с одной стороны главный герой начинает речь со слова *remarkable*, но заканчивает свою мысль, проговаривая, *country whose entire contribution to the global economy, has been Tetris and mail-order brides*. Практически поэтическое начало нивелируется последними словами, формируя с одной стороны, комичность высказывания героя, с другой – показывая стереотипное восприятие образа нашего государства в сознании американских зрителей. Гипербола *entire* только усиливает контраст.

Другим источником комментариев героев является неисправность работы оборудования или неполадки техники.

Dimitri (in Russian): Mission Control, say again, how fast is it leaking?

Howard: Leaking? What's leaking?

Dimitri: Fuel. Shh.

Mission Control (in Russian): Not bad. We feel okay to go.

Howard: There's fuel leaking and we're still going to go?

Dimitri: This happens a lot. Nine times out of ten, no problem.

Howard: What happens on the tenth time?

Dimitri: Problem. (сезон 5, серия 24)

(Дмитрий: Повторите, как быстро вытекает?)

Говард: Вытекает? Что вытекает?

Дмитрий: Топливо. Тихо.

Управление полетом: Нормально. Лететь можно.

Howard: Вытекает топливо, а мы все равно летим?

Дмитрий: Так часто случается. В 10 случаях из 9 проблем нет.

Говард: А что случается в десятом?

Дмитрий: Проблема)

Негативное поле в этих примерах создается при помощи слов *leaking fuel* (вытекающее топливо), *this happens a lot* (это часто случается), *problem* (проблема). Важно отметить, что эти выражения встречаются на протяжении нескольких серий, а главный герой в итоге летит с другой миссией, но проблема неисправности все равно остается. Таким образом, у зрителя складывается ощущение того, что технологии России не надёжны и могут быть проблемными. Отметим также, что в данном случае русские герои, хоть и косвенно, сами комментируют технологии, таким образом, вызывая у зрителей больше доверия.

Все приведенные примеры отражают негативные стороны русских космических технологий. Комментируя полет Говарда, герои используют различные стилистические средства, интертекстуальные связи, создавая этим комический эффект.

Образ президента

Детективно-комедийный сериал «Бруклин 9-9» (Brooklyn Nine-Nine, сезон 1, серия 15 «Operation: Broken Feather») представляет образ президента через другой негативный образ. Так, в коллектив детективов участка приходит новый сотрудник по прозвищу *Vulture* (стервятник, хищник). Главные герои недовольны его приходом, настроены враждебно, т.к. в прошлом у них были серьезные разногласия. Стервятник в этой серии выступает антагонистом, действует в специфическом для детективного сериала поле «плохой и чужой». Однако Эми – одна из главных героинь (своя, хорошая) –

хочет перейти на работу в отдел Стервятника. Тогда другой герой напоминает ей: *"You're gonna go work for the Vulture? Don't you forget how awful he is?"* (Ты собираешься работать на Стервятника? Неужели ты забыла как он отвратителен?)

После этого Эми припоминает следующий разговор со Стервятником, при чем последний показывает ей резинку своего нижнего белья:

- *The Vladimir Putin collection?*

- *Yeah, 70 bucks a pair. And they only increase in value.* (Коллекция Владимира Путина? – Да, 70 баксов за пару. И они всё дорожают).

В данном случае упоминание президента звучит в довольно неожиданном месте, но, тем не менее, интересно, что его имя звучит сразу после фразы *Don't you forget how awful he is?* А также коллекцию одежды от президента носит главный отрицательный персонаж серии. В этом случае, мы можем отметить, что на речевом уровне сравнения нет, однако поликодовая структура сериала, особенность отношений между положительными и отрицательными, героями выстраивают в сознании зрителя нужный образ, помогая понять скрытые связи.

Главный герой сериала «Чемпионы» (*Champions, Season 1, Episode 6 Grandma dearest*) не общается с матерью, так как она часто его подводила. Его брат, однако, продолжает общение. Когда их мать в очередной раз не оправдывает их ожидания, брат героя так комментирует ситуацию:

I am just too good at seeing the best in people. Did you know Vladimir Putin has a dog named Buffy? I mean, how cute is that?

В исследуемом примере, как и в предыдущем, герои в открытую никак не комментируют образ президента. Образ строится на сравнении с другим образом сериала. Так как мать героя поступила неправильно, то она автоматически становится «антагонистом» серии, однако,

брат героя все равно с ней общался и отмечал только положительные черты. Эта ситуация переносится на образ главы государства, при чем его положительная черта – это наличие собаки.

Отметим, что примеры с образом президента встречаются редко, а сравнения в этих примерах носят скрытый характер и понятны только в контексте ситуации.

Образ русских

В сериале «Теория большого взрыва» есть эпизод (сезон 1, серия 13 *«The bat jar conjecture»*), где бывший сотрудник Ленинградского политехнического играет на кубке по физике вместе с главными героями и знает даже больше самого умного члена команды, однако в Америке он лишь уборщик.

Here I am janitor, in former Soviet Union I am physicist. Leningrad Polytechnic.

Этот стереотип с долей иронии поддерживает другой сериал «Американская семейка» (*Modern family, сезон 8 сезон, серия 13 Do it yourself*), где герой не может самостоятельно починить сушилку:

[Russian accent] It's a complicated job. You know what I did back in Russia? (Говорит с русским акцентом: Это сложная работа, Вы знаете, что я делал в России?)

- *Yeah, yeah, I know. You were a doctor or a scientist. (Да-да, знаю. Вы был врачом или ученым)*

- *I fixed dryers. (Я чинил сушилки)*

В этом случае создатели использовали широко тиражируемую в обществе историю и развернули её с неожиданной стороны, чтобы создать комичность ситуации.

Современный взгляд на «русских» представлен в сериале «Более полный дом» (*Fuller house, 4 сезон, 3 серия «A sense of purpose»*).

Главная героиня, ветеринар, ведет борьбу с другой ветеринарной клиникой. Врач из другой клиники использует нечестные приемы, так, в качестве провокации, он распечатывает листовки со

скидкой в клинику главной героини. Она возмущена эти событием:

- *I didn't print these! I think I know who did. (Я их не распечатывала! Я не знаю кто это сделал.)*

- *Was it the Russians? (with Russian accent) (Русские?)*

- *No! Maybe (hesitating). No. (Нет! Возможно (размышляя). Нет)*

В исследуемом примере показана пародия на ситуации, в которых русских обвиняют в любых действиях, какими бы абсурдными они ни были (Так, в Интернете пользуется популярностью мем с ответом «*It was Russians*»). Главная героиня, прекрасно знает чьих это рук дело, но все-таки на секунду задумывается, а не было ли это подстроено русскими. Отметим, что сериал актуальный – 2018 года и, скорее всего, является комментарием на предвыборные события. Также стоит заметить, что помощница главной героини, задавая вопрос, попыталась симитировать русский акцент. Яркий маркер восприятия русских в зарубежном кино и сериалах.

Заключение

В исследуемых сериалах мы выделили несколько групп примеров: образ Российских космических технологий, образ президента, образ русских. Самой многочисленной оказалась первая группа. Однако, это обусловлено сюжетом сериала, так сборы главного героя в космос заняли практически весь сезон. В примерах этой группы хорошо просматривается образ российских космических технологий, в большей степени негативный. Образ президента представлен двумя примерами. Отметим, что в обоих примерах, образ главы государства представлен очень аккуратно через образ других героев серии и зачастую «не читается» в отрыве от контекста. Образ русских также представлен не большим количеством примеров, однако образ русского человека носит вполне нейтральный характер, самой яркой чертой этого образа является акцент.

В целом, с развитием интернета и телевизионной культуры, появляется все больше новых сериалов и возрастает актуальность исследований в этой области. Так, В.В. Айвазова отмечает, что среди современных трендов науки находится, например, «политический твиттинг», а А.В. Кириллова рассматривает динамический объект, интерактивный и саморазвивающийся, часто политизированный феномен интернета, как центральный в формировании и навязывании представлений о явлениях (Aivazova, 2015). Среди этих трендов изучение американских сериалов как площадки для актуализации образа российского государства является вполне закономерным, учитывая наиболее популярное средство трансляции этого жанра – сеть Интернет.

Список литературы

Беленький Ю. М. Культурологическая значимость ситкома (на примере эволюции образа американской семьи) // Вестник культурологии. 2013. №1 (64). URL: [https://cyberleninka.ru/article/n/kulturologicheskaya-ya-znachimost-sitkoma-na-primere-evolyutsii-obraza-amerikanskoj-semi](https://cyberleninka.ru/article/n/kulturologicheskaya-znachimost-sitkoma-na-primere-evolyutsii-obraza-amerikanskoj-semi) (дата обращения: 07.04.2019).

Ворожейкин Е.П. Стратегии массовой экранной культуры // Studia Humanitatis. 2015. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategii-massovoy-ekrannoy-kultury> (дата обращения: 07.04.2019).

Ворошилова М.Б. Креолизованный текст: принцип целостности или принцип заменяемости // Политическая лингвистика. 2013. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreolizovannyu-tekst-printsip-tselostnosti-ili-printsip-zamenaemosti> (дата обращения: 07.04.2019).

Дмитрова А.В. Сериал как форма репрезентации кинотекста: лингвопрагматические и лингвокогнитивные аспекты изучения // Русский язык в глобальном и локальном измерениях: сб. ст. Междун. науч. конф. / Российский фонд фундаментальных исследований; Департамент образования и молодеж. политики ХМАО – Югры; Бюджет. учреждение высш. образования ХМАО – Югры «Сургут. гос. пед.

ун-т» [и др.] ; редкол.: Е.И. Бреусова [и др.] ; отв. ред. Т.А. Сироткина ; технич. ред. Т.Ю. Колягина. – Сургут : РИО БУ «Сургутский государственный педагогический университет», 2018 – с. 289-291

Маркова А.В. Дискурс речевой палитры семейных ситкомов на современном российском телевидении // Вестник ЧГАКИ. 2014. №2 (38). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/diskurs-rechevoy-palitry-semeynyh-sitkomov-na-sovremennom-rossiyskom-televidenii> (дата обращения: 07.04.2019).

Прокофьев Г. В. Категория интердискурсивности как средство организации медиадискурса // Вестник ТГПУ. 2013. №5 (133). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kategoriya-interdiskursivnosti-kak-sredstvo-organizatsii-mediadiskursa> (дата обращения: 06.04.2019).

Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М.: Слово, 2000. – 624с.

Чудинов А.П. Политическая лингвистика: учебное пособие. – Москва: «Флинта», «Наука», 2006. – 254 с

Aivazova, V. (2015). Current Trends in the Development of Psycholinguistics in Russia. *Journal of Language and Education*, 1(1), 59-63. <https://doi.org/10.17323/2411-7390-2015-1-1-59-63>

References

Belen'kij YU. M. (2013). "Cultural significance of the sitcom (on the example of the evolution of the image of the American family)", *Vestnik kul'turologii*, 2013. №1 (64) Retrieved from:

<https://cyberleninka.ru/article/n/kulturologicheskaya-znachimost-sitkoma-na-primere-evolyutsii-obraza-amerikanskoj-semi> (in Russian).

Vorozhejkin E.P. (2015). "The strategies of mass screen culture", *Studia Humanitatis*, 2015. №3, Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategii-massovoy-ekrannoy-kultury> (Accessed 18 December 2018) (in Russian).

Voroshilova M.B. (2007). "Polycode text: aspects of study", *Political linguistics*, 2007, 1 (21), Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreolizovannyj-tekst-aspekty-izucheniya-1> (Accessed 16 December 2018) (in Russian).

Dmitrova A.V. (2018). "Series as a form of cinematographic text representation: pragmatic,

cognitive and linguistic aspects of study", *Proceeding of International Scientific conference "The Russian language in global and local scopes"*, Surgut State Pedagogical University, Surgut, Russia, 289-291 (in Russian).

Markova A.V. (2014). "Discourse of the speech palette of family sitcoms on modern Russian television", *Vestnik CHGAKI*. 2014. №2 (38). Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/diskurs-rechevoy-palitry-semeynyh-sitkomov-na-sovremennom-rossiyskom-televidenii> (in Russian).

Prokofev G. V. (2013). "The category of interdiscourse as a means of organizing media discourse", *Vestnik TGPU*. 2013. №5 (133). Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/kategoriya-interdiskursivnosti-kak-sredstvo-organizatsii-mediadiskursa> (in Russian).

Ter-Minasova S.G. (2000). *Yazyk i mezhkul'turnaya kommunikatsiya* [Language and cross-cultural communication], Moscow, Russia: Slovo, (in Russian).

Chudinov A.P. (2006). *Politicheskaya lingvistika: uchebnoe posobie* [Political linguistics: textbook], Flinta, Nauka, Moscow, Russia (in Russian).

Aivazova V.V. (2015). "Current Trends in the Development of Psycholinguistics in Russia", *Journal of Language and Education*. 2015. 1(1), P. 59-63. Retrieved from: <https://doi.org/10.17323/2411-7390-2015-1-1-59-63>

Конфликты интересов: у автора нет конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: the author has no conflict of interest to declare.

Дмитрова Анна Владимировна, аспирант кафедры лингвистического образования и межкультурной коммуникации, БУ ВО «Сургутский государственный педагогический университет»

Anna Vladimirovna Dmitrova, Postgraduate Student, Department of Linguistic Education and Intercultural Communication, Surgut State Pedagogical University