

## ЖАНРЫ СМИ

УДК 811.161.1.38:070

ББК 81.2Рус-5

DOI: 10.18500/2311-0740-2018-1-17-67-72

М. А. Кормилицына  
Саратов, Россия

Margarita A. Kormilitsyna  
Saratov, Russia

ТЕНДЕНЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ  
В СТИЛИСТИЧЕСКОМ ОБЛИКЕ  
ТРАДИЦИОННЫХ  
ЖУРНАЛИСТСКИХ ЖАНРОВ  
В СОВРЕМЕННОЙ ПРЕССЕ

TRENDS OF CHANGES IN THE STILISTIC  
IDENTITY OF TRADITIONAL JOURNALISTIC  
GENRES IN THE PRESENT PRESS

Основной процесс, который происходит в традиционных журналистских жанрах и изменяет их стилистический облик, – это взаимодействие, взаимопроникновение, конвергенция журналистских жанров. Журналисты стремятся представить многоаспектную картину усложнившейся современной жизни, что делает информационное пространство особенно плотным и разнородным. В статье названы некоторые тенденции, изменившие стилистический облик традиционных жанров газетного текста: тенденция к интерактивности и тенденция к поликодовости, визуализации информации. Основное внимание уделяется основным средствам реализации этих тенденций. Усиление интерактивности обеспечивается особыми средствами актуализации информации, привлечения и удержания внимания адресата; средствами помощи адресату в понимании текста; диалогизацией: включением в монологический текст единиц диалога, вопросно-ответных единств разных типов, а также вопросительных предложений, риторических вопросов, разговорных конструкций и под. Тенденция к поликодовости проявляется в том, что печатные СМИ, особенно самые массовые, пошли по пути визуализации информации. Вербальная часть текстов занимает всё меньше места на полосе издания. Много внимания уделяется расположению материалов и их фрагментов на газетной полосе. Широко используется инфографика: диаграммы, таблицы, рисунки, коллажи и пр. Очень много фотографий. Все эти визуальные средства воздействия систематизируют передаваемую информацию, сокращают объём вербальной части текста, делают его более привлекательным для читателя, которого электронные СМИ и Интернет приучили к получению визуально интересной информации.

**Ключевые слова:** взаимопроникновение жанров, конвергенция, тенденция к интерактивности, диалогизация текстов, тенденция к визуализации информации, инфографика.

*Abstract.* Interconnection, interpenetration, or convergence of journalistic genres, is the main process typical of traditional journalistic genres, which is altering their stylistic image. Journalists seek to provide a multifaceted view of complicated modern life, which makes media landscape particularly dense and heterogeneous. The article describes several tendencies which have changed the stylistic image of traditional newspaper genres – tendency towards interactivity, creolized structure, visual representation of information. The focus is on the main means of implementing these tendencies. Increased interactivity is provided by special means of information actualization, attracting and retaining the attention of the addressee; means of helping the addressee in text understanding; dialogization: integration of dialogical units in the monologue, question-answer units of different types, as well as interrogative sentences, rhetorical questions, colloquial constructions, etc. The tendency towards creolized structure is manifested in the fact that the print media, especially the mass media, have taken the track of information visualization. The verbal part of the text takes up less and less space of the printed issue. Much attention is given to the layout of materials and their fragments on the newspaper page. Infographics, such as diagrams, tables, drawings, collages, etc., is widely used. There are a lot of pictures. All these visual aids systematize the information transmitted, reduce the proportion of the verbal component of the text, make it more attractive to the reader, who is accustomed to receiving visually interesting information via the electronic media and the Internet.

**Key words:** interpenetration of genres, convergence, tendency towards interactivity, text dialogization, tendency towards information visualization, infographics.

*Сведения об авторе:* Кормилицына Маргарита Анатольевна, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой русского языка, речевой коммуникации и русского как иностранного. Место работы: Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского.

*E-mail:* margarita-kormil@mail.ru  
*ORCID:* 0000-0003-3841-3647

*About the author:* Kormilitsyna Margarita Anatolievna, Doctor of Philology, Head of the Chair of the Russian Language, Speech Communication and Russian as a Foreign Language.

*Place of employment:* Saratov State University.  
*E-mail:* margarita-kormil@mail.ru  
*ORCID:* 0000-0003-3841-3647

## Введение

Облик современного коммуникативного пространства существенно изменили серьёзные перемены в жизни общества, обусловленные социально-психологическими факторами, а также новые технологии мгновенной передачи информации в интернет-общении, в том числе и на сайтах СМИ. В современной прессе трудно определить принадлежность текста к традиционно выделяемым в журналистике информационным, аналитическим или художественно-публицистическим жанрам. Нельзя сказать, что они исчезли совершенно, однако сильно видоизменили, порой до неузнаваемости, свой стилистический облик. Изменилось и количественное соотношение традиционных жанров. Гораздо реже, например, в современной прессе мы видим очерки, эссе, фельетоны. Зато очень много интервью, даже новостные материалы строятся с использованием этого жанра. О трудностях определения и разграничения газетных жанров писал в своих последних работах известный исследователь языка современной газеты Г. Я. Солганик: «Это сплетение, сплав репортажа, интервью, статьи, дающее многостороннюю картину события» [1: 209]. Взаимодействие, взаимопроникновение журналистских жанров можно считать одной из составляющих более широкого процесса стилистической контаминации, существенно изменившего современное коммуникативное пространство. Известная польская исследовательница М. Войтак, характеризуя медиадискурс, пишет: «Во многих аспектах он открыт к другим дискурсам, и он эти дискурсы впитывает, делая их объектом презентации, значит, также источником тематики, форм передачи и языковых средств» [2: 57]. Действительно, в средствах массовой коммуникации наблюдается некий сплав высокого и сниженного, официального и неофициального, устного и письменного общения. «Самое главное здесь – изменение взаимоотношений с читателем. Читатель стал ближе, СМИ подошли к читателю на более близкое расстояние» [3: 69]. Считается, что, если СМИ будут говорить на том же языке, что

и большинство в современном обществе, использовать те же правила общения, то тексты СМИ станут более понятными и доступными массовому адресату. В. Г. Костомаров в своей книге «Наш язык в действии» справедливо отмечал, что все эти как будто несопоставимые явления органичны для газетного текста, потому что позволяют журналисту реализовать генеральную стратегию всех СМИ – «любыми способами установить и продолжить устойчивую связь в среде общающихся, обеспечить протекание коммуникативного процесса» [4: 189].

## Тенденция к интерактивности и средства её реализации в журналистских жанрах

Одна из важных тенденций, изменивших стилистический облик традиционных жанров СМИ, тенденция к интерактивности, объясняется стремлением журналистов к установлению обратной связи с массовым адресатом, их желанием преодолеть физическую разобщенность, дистантность получателя информации, которая неизбежна в письменном общении, обеспечить, если не содержательное, то технологически личностный контакт. В устном дискурсе имеет место вовлеченность говорящего и адресата в ситуацию, что позволяет говорящему мгновенно реагировать на реакцию адресата и процесс понимания им сказанного, то есть «в устной форме порождение и понимание происходит синхронизированно» [5: 4]. В письменном же дискурсе наблюдается отстраненность говорящего и адресата от передаваемой информации. А ведь непосредственный контакт очень значим для выполнения основной функции СМИ – воздействия на адресата. Интернет обладает техническими и технологическими возможностями установления непосредственного контакта с получателем. Пресса таких возможностей не имеет. Поэтому многие журналисты стремятся создать в своих публикациях эффект живого общения, доверительной беседы с читателем, используя для этого все возможности языка. Интерактивность становится одной из тенденций стилистических изменений практически во всех жанрах современной

прессе. Хороший журналист пытается установить с массовым адресатом партнерские отношения, учесть уровень культуры, знаний, социальный статус и другие качества читателя. Он стремится облегчить ему понимание замысла, стратегий и содержания продукта журналистской деятельности. Вовлекая адресата в совместную деятельность, а порой и принуждая его к этому, он включает его «в структуру своих знаний, значений и смыслов. Принцип аудитории заставляет медиа действовать как механизм “подгонки”, “настройки” различных текстов под параметры аудитории» [6: 193].

С целью привлечения и овладения вниманием массового адресата, максимального воздействия на него журналист вынужден много внимания уделять выстраиванию правильного, эффективного «реципиент-дизайна» (термин А. Мустайоки). Для этого он использует самые разнообразные тактики гармонизации общения, проявляя так называемую «языковую солидарность», подчеркивая, что автор и читатель принадлежат к одной социальной группе, специфика которой заключается в равноправии всех участников. Эффекта интерактивности он достигает, используя целый ряд риторических категорий и приёмов, в том числе категории разговорности и приёма внутренней диалогизации монологических текстов. Такими средствами создается впечатление живого общения. Думается, что в современных СМИ центральным жанром становится гипержанр *разговор* как инвариант многочисленных речевых форм [7]. В качестве примера можно привести фрагмент одной из рецензий Т. Москвиной в газете «Аргументы недели», выделив используемые ею средства интерактивности: *Герои «Демона революции» – Ленин и Парвус в исполнении Евгения Миронова и Фёдора Бондарчука. Они **частенько** остаются одни в кадре, мрачно-напряженно глядя друг на друга. Оба лысые, хитрые, с монотонной мимикой. **Кто из них чёрт? Может, оба?** Кругом **туча** отталкивающих персонажей. <...> **Для чего зрителю проводить время в компании неприятных людей? О, да. Есть ещё русская контрразведка, источник света и добра.** <...> **Что в результате? Одни провели других. А нам какое дело? Наше какое место среди бандитских разборок и денежных афер вековой давности?** (АН № 44, 9.11.2017).*

Линия «автор-адресат» становится важнейшей и определяет изменения в стилистическом облике журналистских текстов самых разных жанров. Журналист активно использует самые разнообразные языковые средства и приемы речевого воздействия, которые дают ему возможность не только быть понятым

аудиторией, но и создать впечатление полезности, жизненной важности своей публикации для каждого адресата, вовлечь его на своей стороне в «со-размышления» над поставленной проблемой особой интимно-доверительной манерой общения. Назовем некоторые способы реализации этой цели: отбор для обсуждения проблем, волнующих большую часть общества; особые заголовки-«загадки»; включение в текст разнообразных «ловушек внимания» читателя (В. Г. Костомаров); многочисленных метатекстовых средств, в том числе средств авторизации и адресации, смягчения категоричности и резкости оценок: *Но тогда почему Вы **не учуяли** запах свежей краски, не поинтересовались происхождением и дальнейшей судьбой медицинского оборудования? Накануне визита в школу там побывал Ваш помощник, который зафиксировал на камеру всю эту **штурмовщину**. Он доложил вам об обстановке?* (МК 15.09.2017). Автор статьи создаёт эффект прямого разговора с чиновником, подчёркивая диалогичность специальными речевыми средствами. Приведём ещё несколько примеров журналистских разговоров с читателем: *Проанализировав общий объём российско-американских культурных связей, **мы можем в сердцах сказать: «Обойдёмся без американских государственных денег!** А в том, что наши школьники или студенты не поедут учиться в США, тем более **нет никакой беды, что называется, целее будут!**»* (РГ 4.10.2017); *Казалось бы, выдвижение на выборы высшего уровня – дело не шоуменов и артистов. **И тогда при чем здесь Собчак и кто только придумал бредовую версию о том, что она выдвигалась Кремля?** Но если оглянуться на политическую историю последних лет, версия становится не такой уж бредовой* (МК 25.09.2017); *Можно, конечно, не поверить американцам. **Дескать, клеветают.** <...> И вот уже **всполошился наш собственный Росстат: растёт доля убыточных предприятий.** <...> Словом, **поговорить есть о чем. Но... серьёзного разговора не получается** (АиФ 2017, № 37). В приведённых примерах использованы средства диалогизации, разговорные лексемы и конструкции, жаргонизмы, инклюзивное «мы», реализующие стратегию солидаризации и близости к адресату. В. Костиков прямо называет жанр своей колонки разговором.*

В интернет-общении интерактивность обеспечена технологически и позволяет мгновенно откликаться на авторский текст комментарием. Он не всегда содержит только оценку прочитанного. Порой представляет собой созданный самим адресатом новый текст, развивающий авторскую тему, расширяющий, а иногда

и углубляющий её. Пресса, повторим ещё раз, не может технически и технологически обеспечить передачу мгновенной реакции читателей, но некоторые издания публикуют на своих страницах хорошие комментарии наиболее социально значимых тем (см. рубрику «Цензуры.Net» в «Российской газете», комментарии читателей в некоторых журналах, например, в «Огоньке»). Всё это приводит к тому, что адресат становится соавтором журналистского текста. Он уже не пассивный получатель информации, а активный участник коммуникации.

Тенденция к интерактивности реализуется в журналистском тексте использованием разнообразных конструкций диалогической речи: вопросно-ответных единств; многочисленных вопросов, обращенных и к читателю-единомышленнику, и к воображаемому оппоненту, и к самому себе; риторических вопросов (их примеры мы приводили выше). Автор при помощи всех этих средств создаёт эффект живого разговора с читателем. Часто авторский вопрос выполняет эмоционально-оценочную функцию, передает отношение к тем или иным общественно-политическим событиям. Нередко авторы используют прием нанизывания вопросов: задается целый ряд вопросов, близких к риторическим, предполагающих однозначный ответ, который не всегда вербализуется. Зато дается реакция-оценка предполагаемого ответа, что усиливает экспрессию текста: *Да, мы еще очень сильны человеческим капиталом. Но почему же тогда мы обеспечиваем менее 3% мирового ВВП? Почему на огромной территории проживает всего 2% населения Земли?* (АиФ 2014, № 32). Начинать диалогическое единство могут вопросы-размышления, как будто обращенные автором к самому себе, а на самом деле направленные на активизацию аналитической деятельности читателя. Автор предлагает адресату вместе поразмышлять над обсуждаемой проблемой.

Инициальные вопросы иногда содержат специальные средства прямого обращения к читателям, апелляции к его интеллекту, эмоциям. Частотны предложения с личными местоимениями, среди которых наиболее употребительным является инклюзивное *мы*, а также различные обращения к читателю, выполняющие, как в живом диалоге, функцию «социального поглаживания». Вот несколько примеров таких контактоустанавливающих конструкций: *Почему же мы, взрослые люди, так хорошо помним «былое и думы»?* (АиФ 2014, № 7); *Но мы живем в эпоху медиакратии, когда принятые в общественном мнении и СМИ образы правят миром. И наш образ, признаем честно, менее радужный* (МК 10.10. 2013); *Хочется, чтобы*

*эти заметки были интерактивными. А что? Телевидению можно, а газете нет? Как это сделать? Да очень просто. Вот вы закончите эти заметки читать, подойдите к родному человеку и поцелуйте его. Или обнимите* (РГ 10.11. 2014).

Используются в тексте и самые разнообразные конструкции согласия/несогласия. Хороший журналист старается выразить эти смыслы корректно, мягко. Это особенно важно при дистантном общении, потому что слишком категоричное, безапелляционное несогласие может оттолкнуть читателя и привести к сбоям в коммуникации. Эффективнее использовать средства так называемого «возражения под видом согласия», которые являются показателем стремления к сотрудничеству, к поискам точек соприкосновения во взглядах, смягчающим категоричность оценок и позволяющим избежать коммуникативных неудач: *Да, уже начали кое-что исправлять. Но всё время возникают моменты, которые отвлекают внимание государства от жизненно важного* (АиФ 2017, № 11).

Особую роль в реализации тенденции к интерактивности играют риторические вопросы. Основная их функция не запрос информации со стороны автора, а побуждение адресата к активной реакции на эту информацию. Они являются одним из ярких средств экспрессивного синтаксиса, не только придают аргументам большую убеждающую силу, но и вовлекают читателя в обсуждение проблемы, заставляя его вместе с автором задуматься над положением дел: *Кто же закроет рынок медицинских услуг на три с лишним триллиона рублей!?* (АН № 34, 10.09.2015); *И действительно, как так может быть, что в очень богатых странах, скажем в США, так много нищих?* (АиФ 2013, № 48).

Используются и короткие предложения, разговорные частицы и стереотипные разговорные метафоры и клише: *Да вроде бы и не весна на дворе...* (МК 10.08. 2013); *Сегодня почти все социальные «гостинцы» пообкусала инфляция* (АиФ 2014, № 50).

Проявлением тенденции к интерактивности является проникновение в печатные СМИ некоторых жанров неофициальной речи. Речь идет прежде всего о жанре «слухи». В целом ряде газет, в том числе в таких серьезных изданиях, как «Известия», «Российская газета», «Литературная газета», появились регулярные рубрики «Слухи, сенсации», «Говорят, что...».

Нередки в прессе конструкции без точного указания на источник информации, то есть по сути своей это тоже *слухи*, хотя и в форме информационного сообщения или ленты новостей. С этой целью используется особенно модное сейчас словечко *эксперты*: *В марте,*

прогнозируют эксперты «РГ», подорожание может ускориться. <...> Эксперты «РГ» напоминают, что в марте начнётся поставка в розничную торговлю товаров, договоры на которые были заключены в ноябре прошлого года. <...> Правда, эксперты уверяют, что нарастающего тренда ожидать не стоит. Цены поднимут один раз, и торговля будет стараться держать их (РГ 2.03.2015).

Ещё одна стилистическая особенность языка современной прессы, свидетельствующая о тенденции к интерактивности текстов, – это их повышенная эмоциональность: «Денотативное пространство материала становится вторичным по отношению к его эмотивной составляющей. Эмоциональность, интересная интерпретация – главные критерии успешности текста» [8: 110]. Журналисты сознательно используют этот прием для экспрессивизации своих текстов, создавая эффект повышенной эмоциональной напряженности, усиливающей выразительность текста. Авторы прямо обращаются к чувствам читателя, пытаются вызвать ответную реакцию, аналогичную своей, призывая читателя быть солидарным с авторской точкой зрения: *Политики нет. Есть зарплата, есть кнопка для голосования. Но кнопка эта у самих же голосующих вызывает тоску: ты нажимаешь, но в жизни ничего не происходит* (АиФ 2017, № 37); *Цена нефти забралась выше 60 долларов за баррель. Впервые за 2 года и 3 месяца. А рубль снизился. Как так?* (МК 31.10. 2017). В последнем примере эмоциональность усиливается с помощью речевого приёма экспрессивного синтаксиса – использования парцелированной конструкции.

Тенденция к интерактивности в современном журналистском тексте сопровождается усилением личностного начала, персонализацией журналистского текста: авторское «я» скрепляет разнородные фрагменты текста и одновременно сглаживает стилистические различия, неизбежно возникающие при контактировании жанров:

*После выдвигения Ксении Собчак в президенты выборы приобрели характер шоу. <...> Абсурдная реальность требует соответственного языка для описания. И тут вспоминаются перлы Виктора Черномырдина, который возглавлял правительство тоже в смутные времена. Его знаменитые «афоризмы» – родом из 90-х, но удивительно подходят для описания современной ситуации. Например, что сказал бы Черномырдин, увидев плеяду нынешних кандидатов в президенты? Вот цитата: «Это не политики, это ... Ну, не буду говорить. А то зарыдают все сразу». Разве можно выразиться точнее?..* (МК 15–22.11.2017).

## Тенденция к визуализации информации

Ещё одна очень активная в последнее время тенденция изменений в стилистическом облике современных журналистских текстов – поликодовость, совмещение в журналистском тексте разных знаковых систем. Электронные СМИ, Интернет выработали у нас привычку получать красочную лаконичную информацию. Печатные СМИ, особенно самые массовые, пошли по пути визуализации информации. Например, обычно первая страница массового еженедельника АиФ фактически представляет собой рекламный анонс номера. Вербальная часть текстов занимает всё меньше места на полосе издания. Много внимания уделяется расположению материалов и их фрагментов на газетной полосе. В журналистском тексте широко используется инфографика: диаграммы, таблицы, рисунки, коллажи и пр. Очень много фотографий. Все эти визуальные средства воздействия, привлечения и удержания внимания адресата, конечно, облегчают ему понимание текста, систематизируют передаваемую информацию и сокращают объём вербально выраженного текста, делают его более привлекательным для читателя. Сами тексты членятся на фрагменты, каждый из которых озаглавляется. Заголовки разделов обычно броские, с использованием различных выразительных средств, часто интригующие. Например, статья в газете АиФ (2017, №44) имеет заголовок **Слепые поводыри**. Она разделена на три фрагмента: **На краю бездны, В плену фантазий, Отрезвление**. Кроме того, здесь есть и врезка: **В СТРАНЕ ЛИЛАСЬ КРОВЬ, А ОНИ РИСОВАЛИ ПИРЫ И ДАМ**. Как видим, здесь внимание читателя привлекает и использование разных шрифтов.

Эта тенденция к визуализации информации привела к увеличению доли и разнообразию графических средств воздействия: использование различных врезок, выделение слов полужирным шрифтом, подчеркивание наиболее значимых фрагментов текста, написание с прописных букв нарицательных имен, которые представляются автору важными, и пр. В журналах визуальная информация занимает ещё больше места. Она более качественная и яркая, привлекающая внимание потенциальных читателей.

## Заключение

Таким образом, наше исследование показало, что основные тенденции, которые определяют изменения в стилистическом облике современной прессы, – это тенденции к интерактивности и визуализации информации. О существовании этих тенденций говорят многочисленные и разнообразные средства

и речевые приёмы, которыми пользуются журналисты при создании своих текстов. Изменения в стилистическом облике традиционных жанров сопровождаются взаимопроникновением, сплавом различных жанров, которые скрепляются ярко выраженной авторской позицией журналиста. Автор сообщает, о чем будет говорить, оценивает событие, интерпретирует его, размышляет над выбором тех или иных средств выражения своих мыслей. Традиционные журналистские жанры под влиянием современных технологий передачи информации не исчезают, а значительно, порой до неузнаваемости, видоизменяются.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Солганик Г. Я. Язык современных газет // *Стилистика сегодня и завтра: материалы конф. : в 2 ч. Ч. I. М. : Фак. журналистики МГУ, 2014. С. 206–217.*
2. Войтак М. О жанрах речи и их печатных конкретизациях // *Медиалингвистика. 2014. № 1(4). С. 53–62.*
3. Коньков В. И., Потсар А. Н., Сметанина С. И. Язык СМИ: современное состояние и тенденции развития // *Современная русская речь: состояние и функционирование. СПб. : Изд-во «Осипов», 2007. 272 с.*
4. Костомаров В. Г. Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики. М. : Гардарика, 2005. 287 с.
5. Кибрик А. А. Модус, жанр и другие параметры классификации дискурсов // *Вопр. языкознания. 2009. № 2. С. 3–6.*
6. Полонский А. В. Современный массмедийный текст и его параметры // *Стилистика сегодня и завтра: материалы конф. : в 2 ч. Ч. I. М. : Фак. журналистики МГУ, 2014. С. 190–198.*
7. Седов К. Ф. Дискурс как суггестия. М. : Лабиринт, 2011. 336 с.
8. Николаева А. В. Особенности журналистского текста на современном этапе // *Труды кафедры стилистики русского языка. Вып. 4. Медиастилистика. М. : Фак. журналистики МГУ, 2013. С. 108–115.*

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Кормилицына М. А. Тенденции изменений в стилистическом облике традиционных журналистских жанров в современной прессе // *Жанры речи. 2018. № 1 (17). С. 67–72. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-1-17-67-72*

## REFERENCES

1. Solganik G. Ya. Yazyk sovremennykh gazet [Modern newspaper language]. *Stilistika segodnya i zavtra : materialy conf. : v 2ch.* [Stylistics today and tomorrow : Conf. proc. : in 2 pt.], part I, Moscow, Fac. zhurnalistiki MGU, 2014, pp. 206–217 (in Russian).
2. Wojtak M. O zhanrah rechi i ih pechatnykh konkretizatsiyah [On speech genres and their printed substantiation]. *Medialingvistika* [Medialinguistics], 2014, no. 1, pp. 53–62 (in Russian).
3. Kon'kov V. I., Potsar A. N., Smetanin S. I. Yazyk SMI : sovremennoye sostoyaniye i tendentsii razvitiya [Media language : current state and development tendencies]. In: *Sovremennaya russkaya rech' : sostyaniye i funktsionirovaniye* [Modern Russian speech : its state and functioning]. St. Petersburg, Osipov Publ., 2007. 272 p. (in Russian).
4. Kostomarov V. G. *Nash yazyk v deistvii : ocherki sovremennoi russkoi stilistiki* [Our language in action : essays on modern Russian stylistics]. Moscow, Gardariki Publ., 2005. 287 p. (in Russian).
5. Kibrik A. A. Modus, zhanr i drugie parametry klassifikatsii diskursov [Mode, genre and other parameters of discourse classification]. *Voprosy yazykoznaniiya* [Topics in the study of language], 2009, no. 2, pp. 3–6 (in Russian).
6. Polonskiy A. V. Sovremenniy massmediyniy tekst i yego parametry [Modern mass media text and its parameters]. *Stilistika segodnya i zavtra : materialy conf. : v 2ch.* [Stylistics today and tomorrow : Conf. proc. : in 2 pt.], Part I. Moscow, Fac. zhurnalistiki MGU, 2014, pp. 190–198 (in Russian).
7. Sedov K. F. *Diskurs kak suggestiya* [Discourse as suggestion]. Moscow, Labirint Publ., 2011. 336 p. (in Russian).
8. Nikolayeva A. V. Osobennosti zhurnalistskogo teksta na sovremennom etape [Characteristics of the journalistic text in modern times]. *Trudy kafedry stilistiki russkogo yazyka. Vyp. 4. Mediasstilistika* [Proceedings of the Chair of Stylistics of the Russian Language. Iss. 4. Mediastylistics]. Moscow, Fak. zhurnalistiki MGU, 2013. pp. 108–115 (in Russian).

**Статья поступила в редакцию 19.11.2017**

## For citation

Kormilitsyna M. A. Trends of Changes in the Stylistic Identity of Traditional Journalistic Genres in the Present Press. *Speech Genres*, 2018, no. 1 (17), pp. 67–72. DOI: 10.18500/2311-0740-2018-1-17-67-72.