

## ИДИОСТИЛЬ АНДРЕЯ КОЛЕСНИКОВА КАК АВТОРА РЕПОРТАЖНОГО ЖАНРА

*В. Т. Веред*

**Ключевые слова:** медиалингвистика, репортаж, ирония, идиостиль, прагматика.

**Keywords:** media linguistics, reportage, irony, idiostyle, pragmatics.

DOI: 10.14258/filichel (2023)3–11

Современная ситуация в российском медиадискурсе характеризуется высоким динамизмом: наблюдается активное освоение новых каналов коммуникации, происходит трансформация жанровых форм, отмечается «уплотнение жанров» (термин Т. В. Шмелевой), меняется *tone of voice* (манера) коммуникации журналиста с аудиторией. Отдельное внимание привлекает лингвистический аспект массовой коммуникации ввиду того, что медиаречь сегодня является, пожалуй, самой востребованной формой бытования языка и основным транслятором мировоззрения и культуры в целом.

В данной статье нам представляется интересным изучить функциональные изменения в жанре репортажа на примере медиатекстов специального корреспондента «Ъ» Андрея Колесникова, которые задают и отражают тенденции развития российского медиадискурса. Материал исследования обусловлен, во-первых, тем, что репортаж является одним из ключевых информационных жанров журналистики. Его называют «королем жанров» и «квинтэссенцией журналистики» [Литвиненко, 2013 с. 6]. Во-вторых, Андрей Колесников — широко известный публике журналист, с 2000 г. входящий в «кремлевский пул» и завоевавший за это время неофициальный титул «летописца Владимира Путина».

Цель настоящей работы — провести лексико-стилистический анализ текстов репортажей Андрея Колесникова и оценить прагматический потенциал именно такого отбора и организации языковых средств. В статье проанализированы публикации журналиста на сайте газеты «Коммерсантъ» за 2022 и 2023 гг. (Андрей Колесников. Коммерсантъ. 2022; 2023<sup>1</sup>).

---

<sup>1</sup> Здесь и далее приводятся материалы журналиста А. Колесникова с сайта: <https://www.kommersant.ru/authors/3>

Л. Р. Дускаева предлагает рассматривать речевые жанры журналистского дискурса как «устойчивые формы информационно-воздействующей речевой деятельности» [Дускаева, 2014, с. 23]. В предложенной ею классификации выделяются информирующие, оценочные и побудительные жанры. Репортаж традиционно относится к информирующим (информационным) жанрам. В основе коммуникативной ситуации, на которой строится репортаж, лежит актуальное общественно значимое событие. Автор репортажа оказывается свидетелем происходящего и становится глазами и ушами читателей. Таким образом, к основным жанрово-стилистическим признакам репортажа можно отнести оперативность, информативность, достоверность и наглядность. Отметим, что первые три параметра являются универсальной константой новостных медиатекстов. Наглядность выступает специфическим жанрообразующим началом репортажа.

С наглядно-образным изображением события, послужившим новостным поводом, сопряжен эффект присутствия и соучастия: автор репортажа эмоционально погружает читателя в описываемое событие. Журналист не только сообщает факты, но и всецело анализирует событие. Присутствие особого, авторского, отбора и последующей интерпретации фактов действительности дает возможность отнести репортаж к аналитическим жанрам или, по крайней мере, выделить наряду с событийным (новостным) репортажем и аналитическую разновидность данного жанра. Мы соглашались с В. И. Коньковым, который отмечает, что «репортаж развивает в своей структуре образное начало и аналитичность» [Коньков, 2014, с. 35]. Именно в аналитичности заключается точка роста современного репортажа как информационного жанра.

Учитывая, что современные медиа ориентированы на диалог с читателем, необходимо не только описать формально-структурные параметры жанра, но и ответить на вопрос, зачем создается репортаж и какие эмоции автор желает возбудить у массовой аудитории. Медиатекстам свойственна двуединая информационно-воздействующая функция. Однако такое определение слишком широко.

Андрей Колесников выбирает в качестве главной коммуникативной стратегии — комическую, что на первый взгляд противоречит предмету речи (деятельности первого лица государства), ведь смеховая культура, по замечанию М. М. Бахтина, всегда противостоит серьезной по тону культуре церкви и государства и рождает антимир — мир, вывернутый наизнанку [Бахтин, 1990]. Д. С. Лихачев развивает идею о смеховом «раскалывании» мира: «Смех открывает в одном другое, не соответствующее: в высоком — низкое, в духовном — материальное, в торжествен-

ном — будничное, в обнадеживающем — разочаровывающее» [Лихачев, 2001 с. 369-370].

Современная массовая культура как порождение эпохи постмодерна характеризуется сильным игровым началом. В. И. Карасик отмечает «карнавализацию мировосприятия и возрастание игровой составляющей поведения в различных коммуникативных ситуациях» [Карасик, Слышкин, 2021, с. 16]. Действительно, юмор сегодня пронизывает такие сферы человеческого общения, как быт, наука, политика и искусство, и нередко принимает формы балагурства, троллинга или стеба.

В медиадискурсе, наиболее ярко отражающем все социокультурные преобразования, смеховые ресурсы начали активно эксплуатироваться за пределами традиционных сатирических жанров журналистики. Грань между официальным и неофициальным, личным и общественным, смешным и серьезным растушевывается, что выражается системным снижением речевого регистра и, как следствие, сокращением дистанции между коммуникантами.

Иронию как разновидность комического признают важнейшей интенциональной характеристикой идиостиля Андрея Колесникова, что объясняется двумя причинами и отражает тенденции развития современных медиа. С одной стороны, активизация юмора в медиакommunikации, в том числе политической, связана с установкой медиа на гедонизацию: развлекательный характер подачи материала ориентирован на более широкую аудиторию и способен повысить рейтинг издания. С другой стороны, формы комического позволяют развенчивать пороки общества и мироустройства, а также «ориентируют аудиторию на активное переосмысление политических реалий, на отказ от политического конформизма» [Горностаева, 2018, с. 111].

В политическом репортаже Андрея Колесникова иронический эффект формируется не точечно, а в пространстве целого текста. Лексико-стилистический анализ репортажа целесообразно начать с заголовка, поскольку именно заголовок в сжатой форме передает основное содержание материала, вовлекает читателя в дискуссию, а также «настраивает аудиторию на определенную эмоциональную тональность» [Богданова, 2006, с. 106]. Заголовок служит семантическим и стилистическим обрамлением картины, живописуемой автором репортажа. Немаловажную структурную нагрузку несет и подзаголовок, основная функция которого — «развить» мысль, вынесенную в заголовок, и обеспечить читателей дополнительной информацией по теме материала.

При озаглаивании репортажей Андрей Колесников часто обращается к **прецедентным текстам, пословицам, фразеологизмам** и транс-

формирует их с целью создания семантической двуплановости, которая, в свою очередь, порождает множественность интерпретаций и оставляет читателям «ироническую свободу поиска смысла» [Иссерс, 2012, с. 30].

Обратимся к эмпирическому материалу:

1. *Выше знамя российского цирка. Владимир Путин встретился с членами правительства* (Коммерсант. 25.07.2022). В репортаже вскользь упоминается о необходимости поддержки цирковой отрасли.

2. *От войны войны не ищут. Как Владимир Путин объяснил, что он еще даже не начинал* (Коммерсант. 8.07.2022). В заголовке дается субъективная оценка высказыванию президента о текущем конфликте в Донбассе.

3. *Александр Лукашенко просит сделать ход ядром. Владимир Путин поспешил удовлетворить просьбу в Константиновском дворце* (Коммерсант. 26.06.2022). Репортаж посвящен вопросу модернизации белорусских самолетов для размещения на них ядерных боеголовок.

4. *О, сколько нам открытий нудных!.. Владимир Путин увидел президента РАН с новой стороны* (Коммерсант. 28.03.2022). В материале повествуется о достижениях российской науки.

Журналист, предлагая аудитории подобные заголовки, как бы вступает с ней в интеллектуальную игру. Читатель должен расшифровать «ребус»: восстановить исходный облик прецедентного текста, соотнести его с первичным культурно-историческим фоном и только потом «синтезировать» семантику заголовка. Однако дешифровка не должна оказаться чрезвычайно сложной, иначе эмотивно-прагматическая установка адресанта не дойдет до адресата, адепта массовой культуры. Роль подзаголовка обычно сводится к оформлению шутки, или, на языке игроков КВН, — к «добивке» (т. е. остроумному окончанию шутки).

Заголовки балансируют на грани иронии и стеба, ценностного снижения и безудержного высмеивания всего и вся (см. пример с аллюзией на стихотворение А. С. Пушкина «О сколько нам открытий...»).

Вторым по частотности приемом озаглавливания является **столкновение в пределах одного контекста лексико-семантических вариантов многозначного слова или слов-омонимов**. Заглавие, построенное на каламбуре, по своей природе оказывается двусмысленным.

Например, заголовок *Владимир Путин раскрутил турбину ГЭС-2* (Коммерсант. 20.07.2022) на первый взгляд констатирует факт запуска президентом гидроэлектростанции. Однако, погрузившись в материал, читатель понимает, что в репортаже идет речь о недавно открывшемся Доме культуры «ГЭС-2», принимавшем форум, который и посетил В. Путин. Таким образом, заголовок обладает псевдономинативно-

стью и намеренно вводит в заблуждение читателя. Глагол *раскрутил* также подвергается семантическому переосмыслению и приобретает значение «сделал популярным».

Приведем еще один пример каламбурного заголовка: *Марат Хуснуллин расстроил Россию*. Далее следует подзаголовок: *С ним она станет еще больше и краше* (Коммерсант. 29.07.2022). Тождество формы глаголов *расстроить* 'огорчить' и *расстроить* 'активно застраивать' порождает двусмысленность высказывания. Семантическая неоднозначность и ироничность высказывания актуализируется именно подзаголовком.

Традиционные требования к заголовочному комплексу — быть ясным и не противоречить содержанию материала — игнорируются. Помимо этого, в информационных жанрах заголовков не должен быть комментарий (оценочным), иначе «у читателей может сложиться впечатление, что им навязывают чье-то мнение» [Колесниченко, 2008, с. 98]. Однако и здесь наблюдается целенаправленный выход за общепринятые жанровые рамки. Исследователи отмечают, что созданный с помощью языковой игры заголовок «не реализует важнейшую функцию — информационную; на первый план выходит коммуникативная, экспрессивная и рекламная функция» [Выровцева, Щеглова, 2021, с. 34].

Коммуникативная тактика журналиста, избирающего неконвенциональные заголовки, заключается в установлении эмоционального и интеллектуального контакта с массовым читателем, что в дальнейшем позволит эффективнее управлять настроением аудитории. Перлокутивная сила иронического заголовка политического репортажа выражается в возбуждении интереса адресата к предлагаемому материалу и настраиванию последнего на «смеховую» подачу материала.

Репортер выдерживает в нарочито иронической тональности не только заголовочный комплекс, но и весь текст, создавая репортаж-перевертыш, напоминающий фельетон. Отбор языковых средств и приемов направлен на **стилистическое снижение и карнавализацию**. Работая в заранее очерченных координатах смеховой реальности, журналист использует разговорную лексику даже в тех случаях, когда ее можно без труда заместить нейтральным устоявшимся эквивалентом:

1. *Как и парой дней раньше, на встрече с молодыми предпринимателями, Владимир Путин теперь почти сразу вспомнил про Петра* (Коммерсант. 12.06.2022).

2. *«Остров фортов» — своего рода аналог парка подмосковного «Патриот», но посвященный не сухопутным войскам, а флоту, к тому же с питерским акцентом* (Коммерсант. 31.07.2022).

Андрей Колесников активно занимается словотворчеством и создает емкие **оказионализмы**, описывающие российские политические реалии: *импортозаблуждение* (Коммерсант. 26.05.2022), *верховные главнотолкательствующие* (Коммерсант. 22.06.2023), а также экспериментирует с заимствованными неологизмами, характерными для молодежной речи, играет их семантическими гранями:

*Ответ на вопрос по повестке дня на таких пресс-конференциях на-двигается на тебя неотвратно, как Касым-Жомарт Токаев, с лицом мрачнее тучи (а глаза-то блистают гневом, как молнии — пламенем), на Александра Лукашенко, когда ему слышится, что президент Белоруссии посмеивается над ним (троллит его, другими словами)* (Коммерсант. 14.10.2022). Последний пример представляет собой стилистически пестрый текст, в котором в пределах одного высказывания используется как стилистически сниженная (*троллит*), так и стилистически возвышенная лексика (*неотвратно, блистать гневом*). Помимо этого, в анализируемом отрывке присутствуют нейтральная лексика и единицы, характерные для собственно газетно-публицистического стиля (*повестка дня, пресс-конференция*). Подобное контрастное соположение лексических единиц, относящихся к разным пластам лексики с точки зрения их функциональной и эмоционально-экспрессивной окраски, создает эффект комического и придает описываемой ситуации абсурдности.

Одним из ярких стилистических приемов создания комического является **нарушение лексической сочетаемости**, как, например, в следующем высказывании:

*Событие обречено было стать историческим* (Коммерсант. 27.06.2023). Речь идет о выступлении В. Путина перед военными с крыльца Грановитой палаты, которых президент благодарил за пресечение попытки вооруженного мятежа. Глагол *обречь* обладает пейоративной окраской и подразумевает некую насильственную и тяжелую участь для «обрекаемого», однако в широком контексте утверждается положительная развязка проблемной ситуации. Подобный иронический комментарий репортера подчеркивает излишнюю, возможно, помпезность мероприятия и обнажает юмористическую сущность внешне серьезного события.

Для реализации стратегии иронического повествования автор иногда обращается к прямому пародированию участников общественно значимого события. Так, для косвенной речевой характеристики А. Лукашенко журналист вплетает в ткань репортажа фонетически записанное слово: *Похоже, белорусский президент стал внушать ему какую-то ра-*

доть своим появлением, какое-то **ощущение**, что он, Владимир Путин, не один на войне с этим безумным, безумным миром (Коммерсант. 23.05.2022).

Еще одним излюбленным авторским приемом является **фиксация оговорок в речи** президента и иных действующих лиц: *Поэтому, — констатировал президент России, — я предлагаю следующее. На вооружении украинской... (он просто оговорился. — А. К.) белорусской армии находится достаточно большая группировка самолетов Су-25* (Коммерсант. 26.06.2022). На наш взгляд, подобная тактика цитирования позволяет А. Колесникову конструировать двоemiрие, где официальному противопоставляется смеховое, а сознательному — бессознательное.

Коллоквиализация, характерная для современных медиатекстов, а также языковые приемы стилистического контраста, лексической несочетаемости и пародирования в работах Андрея Колесникова приобретают особый прагматический потенциал: **преодоление эмоциональной отчужденности народа и власти, народа и журналиста, освещающего вопросы государственной важности**. Стилистическое снижение и непринужденная, «свойская» манера повествования становятся сверхзадачей репортера и помогают ему выстраивать репортаж в иронической рамке.

Другой отличительной чертой медиатекстов Андрея Колесникова является **наличие сильного субъективного начала**. А. А. Тертычный отмечает, что не только жанр репортажа, но и журналистика в целом остается «субъективным сплавом факта, оценки, предположения» [Тертычный, 2018, с. 119]. Однако в работах Андрея Колесникова авторское начало гипертрофировано, личность журналиста не затеняется значимостью события государственной важности, а наоборот, всегда выходит на первый план. Предлагая свою интерпретацию увиденного и услышанного, автор заставляет читателя соразмывать и сопереживать происходящему. Пристрастная авторская оценка становится стилеобразующим фактором текста, а ирония — орудием субъективной оценки и осмысления действительности.

Субъективная модальность реализуется как на лексическом (вводные слова и частицы), так и на синтаксическом уровне (риторические вопросы):

1. *Может, и честно это было, да только, конечно, неверно* (Коммерсант. 3.08.2022).

2. *Владимир Путин рассуждал уже про ИТ-технологии, которые изменят мир (хотя после посещения выставки, посвященной Петру Первому, Владимир Путин же сказал, что за три столетия ничего не изме-*

нилось — *так с чего бы миру меняться сейчас? Айтишники что, более великие, чем Петр?*) (Коммерсант. 10.06.2022).

Репортаж, изначально требующий объективизации действительности, превращается в **репортаж-эссе**, в котором субъективный взгляд довлеет над объективной реальностью. Лингвисты сегодня отмечают экспансию жанровых особенностей эссе в традиционные публицистические формы: «Доминирующим становится интерес к явлениям и проблемам, близким читателю просто по его человеческой сущности» [Магай, 2013, с. 91]. Эссеизация есть свобода авторской рефлексии, эксплицитная эмоциональная (а не рациональная) оценка жизненной ситуации: *Мысли о том, что вице-премьеры российского правительства вскоре будут передвигаться по улицам Москвы на б/у авто Е-класса, вызывает чувство законного, хоть и поверхностного, удовлетворения* (Коммерсант. 19.07.2022). Подобные комментарии-отступления пронизывают всю структуру репортажа.

Эссеизация, проявляющаяся в усилении авторского начала в тексте, создает личностный характер коммуникации. Журналист и читатель превращаются в собеседников, которые вместе анализируют и постигают не только события государственной важности, но и саму человеческую жизнь, такую многогранную и противоречивую. При этом Андрею Колесникову свойственна позиция наблюдателя, не претендующего на изложение абсолютной истины. Журналист делится личным мнением, лишенным политического пафоса и партийной ангажированности, поэтому из его уст слышится ироническая, а порой и саркастическая критика в адрес президента: *Только что на встрече с «Лидерами России», которая была перед этим мероприятием, Владимир Путин казался великодушным по отношению к «пятой колонне», и вот опять. Видимо, просто над текстами работали разные люди* (Коммерсант. 8.07.2022).

Отметим, что подобная критика не носит идеологического характера, поскольку игровая форма репортажа конструирует новую, параллельную, реальность, свободную от условностей, в которой президент спускается с политического пьедестала и превращается в обычного человека со свойственными ему недостатками и слабостями. По наблюдениям А. Н. Тепляшиной, благодаря комическому снижению А. Колесников пишет «не про политиков, а про обычных людей, на короткое время наделенных властью» [Тепляшина, 2007, с. 136]. Данная коммуникативная тактика репортажа позволяет журналисту сократить существующую вертикаль власти и снизить социальное напряжение путем обличения недостатков сильных мира сего.



Обобщая наши рассуждения о жанровой и стилистической эволюции политического репортажа, заметим, что в современном медиадискурсе обнаруживается тенденция к «гибридизации» жанров. Репортаж Андрея Колесникова не просто приобретает аналитические черты, но и превращается в **полифункциональный жанр**, в котором наблюдается конвергенция таких художественно-публицистических жанров, как фельетон и эссе.

В основе коммуникативной стратегии репортера лежит **ирония**, которая формирует индивидуально-авторский стиль журналиста, заключающийся в специфическом отборе и организации языковых средств: высокая тема облачается в низкую форму. К наиболее частотным речевым приемам создания комической рамки повествования относятся: **трансформация прецедентных текстов, обыгрывание полисемии и омонимии лексических единиц, каламбур, окказионализмы, стилистическая контаминация, лексическая несочетаемость, пародирование**. Жанровая доминанта медиатекста смещается в сторону эмоционального диалога с читателем, которого привлекает не столько описываемое событие, сколько оценка фактов профессиональным журналистом, его ироническое препарирование действительности. Обилие вводных слов и конструкций, риторических вопросов и иронических авторских комментариев-отступлений формирует личностный характер коммуникации с читателем и утверждает принцип диалогичности.

Игровой характер репортажа позволяет критически описывать и оценивать события, составляющие информационный повод. Избранная коммуникативная стратегия обеспечивает формирование объемной и подчас противоречивой картины политической действительности, а также повышает вовлеченность читателя в современные политические процессы. При этом Андрей Колесников всегда оставляет аудитории право на интерпретацию и собственные выводы.

### Библиографический список

Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. М., 1990.

Богданова О. Ю. Лингвостилистический анализ заголовка как элемента англоязычного текста // Ярославский педагогический вестник. 2006. № 1.

Выровцева Е. В., Щеглова Е. А. Языковая игра как средство комического в современном медиадискурсе // Ученые записки Петрозаводского государственного университета. 2021. № 1.

Горностаева А. А. Иронические метафоры в политическом дискурсе // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. 2018. № 1.

Дускаева Л. Р. Типология речевых жанров журналистского дискурса // Медиалингвистика. 2014. Вып. 3.

Иссерс О. С. «Кремлевский репортаж»: старый жанр в новой рамке // Политическая лингвистика. 2012. № 3.

Карасик В. И., Слышкин Г. Г. Тенденции развития современного дискурса // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2021. № 1.

Колесниченко А. В. Прикладная журналистика. М., 2008.

Коньков В. И. Принципы классификации газетных жанров: острова стабильности // Медиалингвистика. 2014. Вып. 3.

Литвиненко А. А. Репортаж: искусство повествования. СПб., 2013.

Лихачев Д. С. Историческая поэтика русской литературы. Смех как мировоззрение. СПб., 2001.

Магай И. П. Эссеистика против публицистики: новая тенденция российской прессы // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2013. № 6.

Тепляшина А. Н. Сатирический мир публицистического произведения // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 9. 2007. № 1-1.

Тертычный А. А. Объективность информации в СМИ: достижима ли она? // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2018. № 1.

#### **Источник**

Андрей Колесников. Коммерсантъ. URL: <https://www.kommersant.ru/authors/3>

#### **References**

Bakhtin M. M. *Tvorchestvo Fransua Rable i narodnaya kul'tura srednevekov'ya i Renessansa*. [The Work of François Rabelais and Popular Culture of the Middle Ages and Renaissance]. Moscow, 1990.

Bogdanova O. Yu. *Lingvostilisticheskii analiz zagolovka kak elementa angloyazychnogo teksta*. [Linguo-stylistic Analysis of the Title as an Element of English Text]. In: *Yaroslavskiy pedagogicheskiy vestnik* [Yaroslavl pedagogical bulletin]. 2006. No. 1.

Duskaeva L. R. *Tipologiya rechevykh zhanrov zhurnalistskogo diskursa*. [The Typology of Journalistic Speech Genres]. In: *Medialingvistika*. [Media linguistics Journal]. 2014. Iss. 3.

Gornostaeva A. A. *Ironicheskie metafory v politicheskom diskurse*. [Ironic Metaphors in Political Discourse]. In: *Vestnik Vestnik Rossiyskogo universiteta*

*Druzhby Narodov*. [Bulletin of the Peoples» Friendship University of Russia]. 2018. No. 1.

Issers O.S. “*Kremlevskiy reportazh*”: *staryy zhanr v novoy ramke*. [“Kremlin Reportage”: Old Genre in New Frame]. In: *Politicheskaya lingvistika*. [Political Linguistics]. 2012. No. 3.

Karasik V. I., Slyshkin G. G. *Tendentsii razvitiya sovremennogo diskursa*. [Modern Discourse Developmental Trends]. In: *Aktual'nye problemy filologii i pedagogicheskoy lingvistiki*. [Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics]. 2021. No. 1.

Kolesnichenko A. V. *Prikladnaya zhurnalistika*. [Practical Journalism]. Moscow, 2008.

Kon'kov V. I. *Printsipy klassifikatsii gazetnykh zhanrov: ostrova stabil'nosti*. [Principles of Newspaper Genres Classification: The Islands of Stability]. In: *Medialingvistika* [Media linguistics Journal]. 2014. Iss 3.

Likhachev D. S. *Istoricheskaya poetika russkoy literatury. Smekh kak mirovozzrenie*. [Historical Poetics of the Russian Language. Laughter as a Mindset]. St. Petersburg, 2001.

Litvinenko A. A. *Reportazh: iskusstvo povestvovaniya*. [Reportage: The Art of Storytelling]. St. Petersburg, 2013.

Magay I. P. *Esseistika protiv publitsistiki: novaya tendentsiya rossiyskoy pressy*. [Essayism vs Journalism: a New Tendency in the Russian Media]. In: *Vestnik Moskovskogo universiteta*. [Moscow University Journalism Bulletin]. 2013. No. 6.

Teplyashina A. N. *Satiricheskiy mir publitsisticheskogo proizvedeniya*. [Satire in Journalism]. In: *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta*. [Vestnik of Saint Petersburg University]. 2007. Iss. 1. Pt 1.

Tertychnyy A. A. *Ob'ektivnost' informatsii v SMI: dostizhima li ona?* [Objective Information in Media: Is it Reachable?]. In: *Voprosy zhurnalistiki, pedagogiki, yazykoznaniya*. [Issues of Journalism, Education, Linguistics]. 2018. No. 1.

Vyrovitseva E. V., Shcheglova E. A. *Yazykovaya igra kak sredstvo komicheskogo v sovremennom mediadiskurse*. [Language Game as a Comic Means in Modern Media Discourse]. In: *Uchenye zapiski Petrozavodskogo gosudarstvennogo universiteta*. [Proceedings of Petrozavodsk State University]. 2021. No. 1

#### **A source**

Andrei Kolesnikov. *Kommersant*. [Kommersant]. URL: <https://www.kommersant.ru/authors/3>