

Методические приемы в обучении магистрантов основам медиалингвистики на английском языке

Methodical techniques in teaching graduate students the basics of media linguistics in English

Авторы статьи

Парамонова Дарья Валерьевна,
кандидат филологических наук, декан факультета
лингвистики ОЧУ ВО «Московский университет имени
А. С. Грибоедова», г. Москва, Российская Федерация
d_paramonova@internet.ru
ORCID: 0000-0002-6799-3284

Шихалиева Сабрина Ханалиевна,
доктор филологических наук, профессор кафедры
лингвистики и переводоведения ОЧУ ВО «Москов-
ский университет имени А. С. Грибоедова», г. Москва,
Российская Федерация
sabrinishikhalieva@gmail.com
ORCID: 0000-0003-1567-9071

Фролова Анастасия Юрьевна,
аспирант, преподаватель кафедры европейских язы-
ков и межкультурной коммуникации
ОЧУ ВО «Московский университет имени А. С. Грибо-
едова», г. Москва, Российская Федерация
a.frolka@mail.ru
ORCID: 0009-0009-9282-0690

Authors of the article

Daria V. Paramonova,
Candidate of Philological Sciences, Dean of the Faculty of
Linguistics, Educational private institution of higher edu-
cation «Moscow University named after A.S. Griboy-
edov», Moscow, Russian Federation
d_paramonova@internet.ru
ORCID: 0000-0002-6799-3284

Sabrina Kh. Shikhalieva,
Doctor of Philological Sciences, Professor, Department of
Linguistics and Translation Studies, Educational private in-
stitution of higher education «Moscow University named after
A.S. Griboyedov», Moscow, Russian Federation
sabrinishikhalieva@gmail.com
ORCID: 0000-0003-1567-9071

Anastasia Yu. Frolova,
Postgraduate Student, Lecturer, Department of Euro-
pean Languages and Intercultural Communication, Edu-
cational private institution of higher education «Moscow
University named after A.S. Griboyedov», Moscow, Rus-
sian Federation
a.frolka@mail.ru
ORCID: 0009-0009-9282-0690

Конфликт интересов

Конфликт интересов не указан

Conflict of interest statement

Conflict of interest is not declared

Для цитирования

Парамонова Д. В., Шихалиева С. Х., Фролова А. Ю. Ме-
тодические приемы в обучении магистрантов осно-
вам медиалингвистики на английском языке // Научно-методический электронный журнал «Кон-
цепт». – 2026. – № 04. – С. 393–409. – URL: <https://e-koncept.ru/2026/261103.htm> – DOI: 10.24412/2304-120X-2026-11103

For citation

D. V. Paramonova, S. Kh. Shikhalieva, A. Yu. Frolova, Me-
thodical techniques in teaching graduate students the
basics of media linguistics in English // Scientific-method-
ological electronic journal "Koncept". – 2026. – No. 04. –
P. 393–409. – URL: <https://e-koncept.ru/2026/261103.htm> – DOI: 10.24412/2304-120X-2026-11103

Поступила в редакцию <i>Received</i>	06.12.25	Получена положительная рецензия <i>Received a positive review</i>	11.04.26
Принята к публикации <i>Accepted for publication</i>	11.04.26	Опубликована <i>Published</i>	30.04.26



Аннотация

Актуальность исследования обусловлена стремительной цифровизацией глобального информационного пространства и устойчивым доминированием английского языка в международных медиасистемах, что актуализирует требование к формированию у будущих специалистов высокого уровня медиаграмотности и навыков критического анализа англоязычных медиатекстов. Современная высшая школа сталкивается с фрагментарностью преподавания медиалингвистики, отсутствием унифицированных образовательных стандартов и недостаточной адаптацией учебных программ к динамичному развитию цифровых медиатехнологий. В связи с этим возникает объективная потребность в научно обоснованной методике, направленной на развитие у магистрантов профессиональных компетенций в области критического восприятия, интерпретации и генерации медиаречи на английском языке. Цель работы заключается в теоретическом обосновании и эмпирической апробации системы методических приемов обучения магистрантов основам медиалингвистики на английском языке. Исследование базируется на компетентностном, коммуниктивно-деятельностном и критико-дискурсивном подходах. В работе применен комплекс методов: теоретический анализ научной и учебно-методической литературы, сравнительно-сопоставительное изучение образовательных практик, статистическая верификация данных. Результаты исследования демонстрируют высокую эффективность разработанного комплекса приемов, интегрирующего аналитические, дискуссионные и проектные задания, ориентированные на выявление медиаманипулятивных стратегий, декодирование дискурсивных маркеров и создание авторских медиатекстов на английском языке. Педагогический эксперимент подтвердил статистически значимый прирост уровня сформированности медиалингвистической компетенции у магистрантов экспериментальных групп по сравнению с контрольными выборками. Теоретическая значимость состоит в систематизации концептуальных основ преподавания медиалингвистики в магистратуре и расширении методологического аппарата современной лингводидактики. Практическая значимость определяется возможностью прямого внедрения разработанного учебно-методического комплекса в рабочие программы магистратуры, а также в курсы повышения квалификации преподавателей-лингвистов.

Ключевые слова

методические приемы, обучение магистрантов, основы медиалингвистики, английский язык, средства массовой информации, медиатекст

Благодарности

Авторы выражают благодарность своему идейному вдохновителю Ольге Александровне Плаховой, доктору филологических наук, доценту, профессору кафедры теории и методики преподавания иностранных языков и культур ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет», за ценные рекомендации и наставления.

Abstract

The relevance of the research is due to the rapid digitalization of the global information space and the steady dominance of the English language in international media systems, which actualizes the requirement for future specialists to develop a high level of media literacy and critical analysis skills of English-language media texts. Modern higher education faces the fragmentation of teaching media linguistics, the lack of unified educational standards and insufficient adaptation of curricula to the dynamic development of digital media technologies. In this regard, there is an objective need for a scientifically based methodology aimed at developing among graduate students professional competences in the field of critical perception, interpretation and generation of media speech in English. The aim of the work is to theoretically substantiate and empirically test a system of methodological techniques for teaching graduate students the basics of media linguistics in English. The research is based on competence-based, communicative activity-oriented and critical-discursive approaches. The work uses a set of methods: theoretical analysis of scientific and educational literature, comparative study of educational practices, statistical verification of data. The results of the study demonstrate the high effectiveness of the developed set of techniques that integrate analytical, discussion and project-based tasks aimed at identifying media manipulative strategies, decoding discursive markers and creating original media texts in English. The pedagogical experiment confirmed a statistically significant increase in the level of media linguistic competence development among graduate students of the experimental groups compared with the control samples. The theoretical significance lies in the systematization of the conceptual foundations of teaching media linguistics in graduate school and the expansion of the methodological apparatus of modern linguodidactics. The practical significance is determined by the possibility of direct implementation of the developed educational and methodological complex in the syllabi of graduate school, as well as in advanced training courses for language teachers.

Key words

methodical techniques, training of graduate students, fundamentals of media linguistics, English, media, media text

Acknowledgements

The authors express their gratitude to Olga Al. Plakhova, Doctor of Philology, Associate Professor, Professor of the Department of Theory and Methods of Teaching Foreign Languages and Cultures at Togliatti State University, for her valuable recommendations and guidance.

Введение / Introduction

Актуальность обобщения методических приемов в обучении магистрантов основам медиалингвистики на английском языке обусловлена динамичным развитием

традиционных средств массовой информации (СМИ) – печати, телевидения, видеоконтента и всемирных социальных сетей, которые привели к созданию единого информационного пространства, особой виртуальной среды, образованной совокупностью множества медиапотоков. Все это не могло не сказаться на процессах производства и распространения новых слов, на особенностях и характере языковых изменений речи СМИ. На наш взгляд, рассмотрение методических приемов в обучении магистрантов основам медиалингвистики на английском языке важно в плане разрешения потенциальных проблем:

- языковая подготовка (необходимо обеспечить достаточную поддержку магистрантам, чей уровень владения английским языком может препятствовать их полноценному участию в медиакommunikации. Это может включать предоставление дополнительной языковой поддержки, глоссариев ключевых терминов и возможностей для взаимного обучения);

- технологическая подготовка (обучающиеся могут иметь разные уровни технологической подготовки, особенно в использовании программного обеспечения для корпусной лингвистики или проведения онлайн-исследований в области медиалингвистики на английском языке);

- этические соображения (при проведении исследований в области медиалингвистики важно подчеркивать важность этических соображений, таких как информированное согласие, конфиденциальность и анонимность);

- исследование новых направлений (поликультурный и многоязычный медиаландшафт постоянно развивается, поэтому важно обновлять учебную программу с учетом последних тенденций и технологий в медиалингвистике).

Поэтому, говоря о роли СМИ в динамике языковых процессов, необходимо подчеркнуть, что мы имеем в виду не только и не столько изменения, вызванные внедрением новых средств цифровизации, сколько качественные преобразования в общей лингвокультурной среде иноязычных СМИ, что, в свою очередь, актуализирует поиск приоритетных методических приемов в обучении магистрантов основам медиалингвистики на английском языке.

Обзор литературы / Literature review

В настоящее время английский по-прежнему является языком международного бизнеса и торговли, политики и дипломатии, науки и информационных технологий, средств массовой информации, популярной музыки, шоу-бизнеса, спорта и образования. Ведущая роль английского языка в современном мире описана рядом отечественных и зарубежных ученых.

Рассмотрение темы исследования базируется, прежде всего, на работах отечественных ученых. Так, теория и методы медиалингвистики на материале английского языка разработаны Т. Г. Добросклонской, которая указывает, что «оптимальная модель типологического описания текстов массовой информации сочетает достижения функциональной стилистики с традиционно-сложившейся системой медиажанров, учитывая при этом такие важные параметры, как способ создания, способ воспроизведения, канал распространения, медиаформат и тематическую привязанность. Выделяются следующие основные функционально-жанровые типы медиатекстов: новости (информационные), информационно-аналитические тексты (комментарий), тексты группы features, реклама» [1]. Данная типологическая модель служит методоло-

гической основой для разработки аналитических заданий, позволяющих магистрантам системно сопоставлять жанровые особенности англоязычных медиатекстов и выявлять их стилистические маркеры. В учебном процессе это реализуется через упражнения по жанровой классификации, дискурсивному анализу и созданию собственных публикаций в заданных медиаформатах, что способствует формированию профессиональных навыков медиатекстообразования.

Е. В. Веселовская трактует анализ медиатекста как средство формирования критической автономии личности в мире медиа [2]. Указанный подход напрямую транслируется в методику обучения через систему заданий на критическую деконструкцию англоязычных публикаций, направленных на распознавание идеологических установок и манипулятивных стратегий. В практике подготовки магистрантов это находит отражение в использовании дискуссионных форматов и кейс-стади, развивающих способность к независимой верификации медиаконтента и аргументированной оценке его достоверности. Манипулятивные операции в текстах СМИ на примерах игр в слова описывает А. Д. Васильев [3]. Исследование языковых манипуляций и каламбуров становится практическим материалом для обучения магистрантов приемам прагмалингвистического анализа англоязычных СМИ. Студенты осваивают методики выявления скрытых смыслов, иронии и языковой игры, что повышает их компетенцию в распознавании коммуникативных интенций авторов и противодействии лингвистическому воздействию.

Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ изучена А. А. Калмыковым [4]. Концепция интерактивности и гипертекстуальности адаптируется в обучении магистрантов для анализа цифровых англоязычных платформ, где текст неотделим от навигационных структур, мультимедийных элементов и пользовательского взаимодействия. Методически это реализуется через проекты по деконструкции веб-статей и созданию собственных мультимедийных нарративов на английском языке, что формирует навыки работы с современными форматами цифровой журналистики. В учебно-методическом пособии Р. К. Дроздова установлены актуальные процессы в языке современных средств массовой информации [5]. Выявленные языковые тенденции используются в учебном процессе для организации сопоставительного анализа эволюции англоязычной медиалексики и синтаксиса, что позволяет магистрантам отслеживать актуальные нормы и отступления от них. В методическом плане это находит отражение в работе с корпусными данными и живыми медиапотоками, обеспечивая обучение на аутентичном, постоянно обновляемом материале.

Влияние СМИ на формирование русского языка подтверждено М. Р. Капусниковой и Н. А. Носковой [6]. Зафиксированные механизмы медиавоздействия на языковую систему служат теоретической базой для обсуждения процессов стандартизации и варьирования в современном английском медиаречевом пространстве. В обучении магистрантов это реализуется через сравнительные упражнения, демонстрирующие, как медийный дискурс формирует новые лексические единицы и грамматические конструкции, развивая у студентов понимание динамической природы языка в глобальном контексте. Роль медиатекстов в формировании образа женщины-политика в современных британских СМИ рассмотрена П. И. Ивановичевой [7]. Данный аспект гендерного и политического дискурсов интегрируется в методику обучения через практику критического анализа фрейминга и репрезентации социальных ролей в англоязычных новостных и аналитических материалах. Магистранты осваивают инструменты дискурс-анализа, учатся деконструировать стереотипные

нарративы и формулировать научно обоснованные выводы о языковых механизмах конструирования публичного образа, что развивает их исследовательские и аналитические компетенции. Медиалингвистика в терминах и понятиях представлена в словаре-справочнике Л. Р. Дускаевой, которая обращает внимание на «четыре направления медиалингвистики: критика медиаречи, грамматика медиаречи, медиастилистика и медиалингводискурсология» [8]. Предложенная четырехкомпонентная структура выступает концептуальным каркасом для построения модульной программы курса, обеспечивающей последовательное освоение магистрантами грамматических, стилистических и дискурсивных аспектов англоязычной медиаречи. В практическом обучении это находит выражение в разработке тематических блоков, где терминологическая база сочетается с аналитическими заданиями, что гарантирует системность и междисциплинарность подготовки специалистов в области медиалингвистики.

В рамках нашего исследования интересной представляется работа Л. Р. Дускаевой о медиалингвистике славянских стран [9]. Сравнительно-сопоставительный анализ славянского и англоязычного медиаречевого опыта позволяет магистрантам глубже осознать универсальные и национально-специфические черты медиадискурса. В учебной практике это реализуется через кросс-культурные проекты и контрастные упражнения, развивающие у студентов навыки межкультурной медиационной компетенции и критического осмысления глобальных медиатрендов. Актуальные направления анализа медийного интернет-пространства проработаны Т. И. Поповой [10]. Методологический аппарат исследования цифрового медиаспейса трансформируется в серию практических заданий по навигации, верификации и структурному разбору англоязычных веб-ресурсов. Магистранты осваивают приемы сетевого мониторинга и контент-анализа, что формирует устойчивые навыки работы с динамичными англоязычными медиаплатформами в режиме реального времени.

Взаимосвязь языка СМИ и политики проанализирована Г. Я. Солганик [11]. Понимание механизмов политизации медиаречи становится основой для разработки кейсов, ориентированных на выявление идеологических маркеров в англоязычных новостных и аналитических материалах. В обучении применяются методики фрейминг-анализа и реконструкции скрытых политических интенций, что повышает способность магистрантов к объективной интерпретации политического дискурса на английском языке. В учебном пособии П. В. Ушанова представлены основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations [12]. Интеграция принципов медиа взаимодействия с PR-стратегиями позволяет внедрить в курс моделирование пресс-конференций и анализ англоязычных медиакитов. Студенты отрабатывают приемы создания стратегических медиасообщений, учатся различать информационные и пропагандистские форматы, что укрепляет их профессиональные компетенции в сфере международной коммуникации. В. В. Хорольским оценены медийность текстов в средствах массовой коммуникации и социокультурные аспекты глобализации массмедиа, проанализированы закономерности в системе (модуле) глобальных массмедиа, соотнесен зарубежный опыт с отечественным, а также дано понимание единства эволюции медийных явлений и фактов, представляющих на первый взгляд калейдоскоп случайного, но по сути характерного для массмедиа [13]. Учебное пособие А. П. Чудинова позволяет освоить структуру и сущность политической лингвистики [14]. Инструментарий политической лингвистики адаптируется для обучения магистрантов

деконструкции метафорических моделей и аргументативных стратегий в англоязычной политической прессе. Практические занятия строятся на разборе речевых актов и лингвокультурологическом анализе, что позволяет студентам точно идентифицировать манипулятивные и убеждающие потенциалы политических медиатекстов.

Дж. Э. Ричардсоном разработан подход, основанный на критическом дискурс-анализе газетного текста [15]. Методология критического дискурс-анализа напрямую внедряется в учебный процесс через пошаговые алгоритмы выявления идеологических предпосылок и лексико-грамматических паттернов в англоязычной периодике. Магистранты последовательно осваивают приемы транзитивности, модальности и номинализации, что обеспечивает глубокое критическое прочтение газетных нарративов на иностранном языке. М. Монтгомери рассмотрен лингвистический подход в рамках новостного дискурса [16]. Лингвистический инструментарий анализа новостного дискурса транслируется в систему упражнений по деконструкции новостных пакетов и выявлению языковых средств объективации/субъективации в англоязычных репортажах. Студенты учатся работать с нарративными схемами, заголовочными комплексами и лид-абзацами, что формирует устойчивые навыки профессионального медиалингвистического аудита. Язык СМИ и взаимодействие в институциональном дискурсе изучены Д. Торнборроу [17]. Исследование институционального взаимодействия обогащает методику обучения приемами анализа диалогических структур в англоязычных интервью и ток-шоу. Магистранты отрабатывают навыки реконструкции речевых ролей, стратегий вежливости и конфронтации, что развивает их компетенцию в понимании прагматики институционального медиаконтакта на английском языке.

Введение в мультимодальный анализ медиатекстов и медиакультуры подготовлено Д. Мачином, который подчеркивает, что «медиатекст представляет собой доступное объяснение обзора мультимодального анализа, связывая информацию из традиционных моделей, основанных сначала на тексте, с оценкой визуальных эффектов и их смыслового потенциала» [18]. К. В. Буравцова и М. Л. Королева конкретизируют специфику языка СМИ, исследуют особенности языка, используемого в СМИ, рассматривая его как «корпус текстов, устойчивую лингвостилистическую систему и особую знаковую систему смешанного типа. Язык функционирует в рамках различных медиаканалов и выполняет информационные, социальные, идеологические, политические и развлекательные функции» [19].

В монографии Е. В. Тереховой характеризуются статус и процесс функционирования рекуррентных конструкций в современном английском политическом дискурсе [20]. Выявление рекуррентных конструкций в политическом дискурсе трансформируется в методику обучения распознаванию клише, штампов и устойчивых дискурсивных формул в англоязычных медиа. Магистранты выполняют задания по шаблонизации и дестандартизации политических высказываний, что повышает точность их лингвистического прогнозирования и аналитического комментирования. Социальные сети и эволюция языка под влиянием цифровой коммуникации проанализированы Лилис Ламсехат Панджайтан и Адитья Нур Патрией [21]. Изучение эволюции языка в цифровой среде ложится в основу практико-ориентированных модулей по анализу дискурса англоязычных социальных сетей и блогов. Преподавание включает приемы отслеживания неологизмов, аббревиации и интерактивных маркеров, что развивает у магистрантов адаптивность к быстро меняющимся нормам онлайн-коммуникации на английском языке. С. Х. Холм раскрыт социалингвистический потенциал интернет-мемов [22]. Социалингвистический анализ интернет-мемов интегрируется в курс через проекты по деконструкции визуальных и текстовых кодов

англоязычных мемов как инструментов массовой коммуникации. Студенты осваивают методы интертекстуального и культурологического анализа, что формирует понимание механизмов вирусного распространения информации и иронического дискурса в современном английском медиаспейсе.

Н. Е. Петрова и Л. В. Рацибурская обращают внимание на средства речевой агрессии в языке современных СМИ [23]. Классификация средств речевой агрессии используется для разработки тренажеров по выявлению деструктивных коммуникативных стратегий в англоязычных конфликтных медиатекстах. Магистранты учатся применять приемы лингвистической экспертизы и нейтрализации агрессивного потенциала, что укрепляет их этическую и аналитическую компетентность при работе с поляризованным медиаконтентом на английском языке. В практическом плане интересно учебное пособие М. А. Кормилицыной и О. Б. Сиротининой, которые выделяют особые составляющие коммуникативной компетенции при освоении медиалингвистики, такие как этическая составляющая; языковая составляющая; этическая составляющая и юридическая ответственность; СМИ риторическая и дискурсивная составляющие [24]. Выделенные компоненты коммуникативной компетенции образуют структурный каркас для модульной организации курса, обеспечивающий комплексное развитие профессиональных качеств магистрантов. Методически это реализуется через интегрированные задания, сочетающие лингвистический анализ, этическую рефлекссию и правовое моделирование, что гарантирует формирование всесторонне подготовленного специалиста в области англоязычной медиалингвистики.

Вместе с тем обзор отечественной и зарубежной литературы, а также личный опыт авторов исследования позволили обозначить ряд проблем в обучении магистрантов основам медиалингвистики на английском языке, которые включают низкий уровень владения иностранным языком, недостаточную языковую подготовку для чтения профессиональной литературы, разницу в лингвистических, медийных традициях русскоязычных и англоязычных СМИ, а также минимум аутентичных учебных материалов по медиалингвистике на английском языке, адаптированных для магистрантов.

Кроме того, существуют проблемы, связанные с содержанием и методикой обучения основам медиалингвистики на английском языке следующего порядка: недостаток адаптированных англоязычных учебников, пособий и статей по медиалингвистике для магистрантов; отсутствует системный подход к обучению медиалингвистике на английском языке, что приводит к разрыву между теоретическими знаниями и практическим применением; обучение концентрируется преимущественно на переводе англоязычных текстов СМИ, а не на глубоком анализе медиатекстов с точки зрения их лингвокультурологических особенностей.

Таким образом, выявленные и установленные проблемы в обучении магистрантов основам медиалингвистики на английском языке объективируют тему нашей работы.

Материалы и методы / Materials and methods

Материалы исследования комплекса методических приемов в обучении магистрантов основам медиалингвистики на английском языке разработаны прежде всего с учетом ФГОС ВО направления подготовки 45.04.02 «Лингвистика», профиль «Медиалингвистика и современные коммуникации» [25].

В практической части работы были задействованы современные учебники и учебные пособия по медиалингвистике: Н. А. Кузьминой «Современный медиатекст», где медиатекст определен как «динамическая сложная единица высшего по-

рядка, посредством которой осуществляется речевое общение в сфере ассовых коммуникаций [26], и М. Н. Володиной «Язык средств массовой информации» [27]. В практической части также было использовано содержание учебного пособия А. А. Ефанова «Социология медиакультуры и медиаобразования», что позволяет сформировать целостное представление о такой сравнительно новой научной и учебной дисциплине, как социология медиакультуры и медиаобразования [28]. Интересен дизайн новых медиа, разработанный Т. В. Литвиной [29].

Комплекс методических приемов в обучении магистрантов основам медиалингвистики на английском языке в опытном обучении выглядел следующим образом:

1. Анализ и деконструкция англоязычных учебных кейсов: этот метод предполагает разбор реальных медиатекстов (новостные статьи, публикации в социальных сетях, реклама, фильмы на английском языке и т. д.) с использованием инструментов и фреймворков медиалингвистики. Магистранты учатся определять лингвистические особенности, влияющие на определенный эффект, такие как убеждение, фрейминг, предвзятость или конструирование инокультурной идентичности. Например, анализ заголовков в разных новостных изданиях, освещающих одно и то же событие, может выявить различия в выборе слов, тоне и общем построении нарратива. Деконструкция англоязычной рекламы, особенно использующей мультимодальные стратегии, может показать силу лингвистических манипуляций в формировании потребительского восприятия. Магистранты могут быть разделены на группы, в каждой из которых назначен отдельный англоязычный медиатекст, для представления анализа в аудитории, что стимулирует критическое мышление и совместное обучение. Примеры англоязычных учебных кейсов:

1.1. Анализ англоязычных политических речей: исследование использования метафор, риторических вопросов и эмоциональных обращений в речах политиков для понимания их стратегий убеждения.

1.2. Деконструкция кампаний в англоязычных социальных сетях: определение лингвистических особенностей (например, хэштегов, сленга, смайликов), способствующих вирусности и воздействию конкретных кампаний в социальных сетях.

1.3. Сравнение новостных репортажей из источников страны изучаемого языка: анализ фрейминга событий и использования специфического английского языка СМИ для выявления предубеждений и перспектив.

2. Критический дискурс-анализ (Critical Discourse Analysis, CDA): CDA – мощный аналитический инструмент для выявления отношений власти и идеологических предубеждений, встроенных в англоязычные медиатексты. Магистранты учатся применять принципы CDA для изучения того, как язык используется для увековечивания социального неравенства, укрепления стереотипов или узаконивания определенных точек зрения в стране изучаемого языка. Это включает в себя анализ использования жаргона, эвфемизмов и пассивного залога, чтобы скрыть ответственность или преуменьшить негативные последствия. Например, анализ освещения иммиграции в англоязычных СМИ может показать, как язык используется для дегуманизации мигрантов или изображения их как угроз. Магистрантам можно назначить конкретные англоязычные учебные кейсы, посвященные различным социальным вопросам (например, гендер, раса, класс), и поручить проведение собственных CDA-исследований. Примеры фрагментов англоязычных медиатекстов:

2.1. Get the Background

U.S. Temporary Foreign Worker Visa Programs

Immigrants made up 18.6 percent of the U.S. civilian workforce [PDF] in 2023, according to the Bureau of Labor Statistics, up from 18.1 percent the previous year. Compared to those born in the United States, greater shares of immigrants worked in service fields (21.8 percent of all foreign-born people); production, transportation, and material moving (15.2 percent); and natural resources, construction, and maintenance (13.8 percent).

How do Americans feel about immigration?

A February 2024 poll by Gallup showed that 28 percent of surveyed Americans considered immigration to be the top problem facing the United States. In a separate Gallup poll conducted that same month, the majority of respondents felt that illegal immigration was a “critical” threat to U.S. national security.

A Pew Research Center poll conducted in April found that some 60 percent of the registered voters surveyed believed that undocumented immigrants currently in the United States should be allowed to stay, with 36 percent of respondents saying that undocumented immigrants should have the opportunity to apply for citizenship. In addition, a large majority of Americans still consider immigration to be overall good for the country.

2.2. How has Congress tried to address the issue?

The most recent push for an immigration policy overhaul was in 2013, following a decade in which Congress debated numerous immigration reforms, some considered comprehensive and others piecemeal. (Comprehensive immigration reform refers to omnibus legislation that attempts to address the following issues: demand for high- and low-skilled labor, the legal status of the millions of undocumented immigrants living in the country, border security, and interior enforcement.) The last major legislation to make it through Congress was under President Ronald Reagan in 1986, when his administration granted legal amnesty to some three million undocumented residents; in 1990, President George H.W. Bush further expanded legal immigration by increasing the cap for immigrant visas from 270,000 to 700,000, though he lowered the quota to 675,000 after several years. In 2007, President George W. Bush worked with congressional Democrats to reach a compromise on a new comprehensive bill, but it ultimately failed to win enough support in the Senate.

3. Анализ данных англоязычных медиатекстов. Например, магистрантам предлагается выявить распространенность определенных фреймов и лингвистические стратегии, используемые для продвижения этих фреймов. Это способствует подходу к пониманию языка медиа, основанному на данных, и побуждает магистрантов выходить за рамки случайных наблюдений.

4. Гостевые онлайн-лекции и отраслевые эксперты: приглашение в качестве лекторов представителей англоязычной медиаиндустрии, таких как журналисты, менеджеры социальных сетей или специалисты по связям с общественностью, может дать магистрантам ценную информацию о практическом применении медиалингвистики в стране изучаемого языка. Приглашенные спикеры могут поделиться своим опытом эффективного использования английского языка в различных медиаконтекстах, предлагая реальные перспективы и советы по карьере. Это также может помочь магистрантам наладить контакты и изучить потенциальные карьерные пути.

5. Этнографические исследования онлайн-сообществ: Интернет и платформы социальных сетей создали обширные онлайн-сообщества со своими уникальными языковыми нормами, сленгом и стилями общения. Магистранты могут проводить этнографические исследования аутентичных онлайн-сообществ (например, игровых сообществ, онлайн-форумов, групп в социальных сетях), чтобы понять, как англий-

ский язык используется для создания и поддержания групповой идентичности, обеспечения соблюдения социальных норм и регулирования отношений власти. Это включает в себя наблюдение за онлайн-взаимодействиями, анализ текстовых данных и проведение интервью с членами англоязычного сообщества. Это обеспечивает ценное понимание социолингвистической динамики иноязычной онлайн-коммуникации и роли английского языка в формировании онлайн-культуры.

6. Экспериментальные исследования влияния английского языка на отечественные массмедиа: магистранты могут разрабатывать и проводить экспериментальные исследования для изучения влияния конкретных лингвистических особенностей английского языка на восприятие, установки и поведение отечественной аудитории. Например, они могут разработать эксперимент для проверки влияния различных типов фрейминга на общественное мнение в отношении конкретного политического вопроса. Это включает в себя разработку гипотез, экспериментальных материалов, сбор данных и анализ результатов с использованием статистических методов. Это дает магистрантам практический опыт проведения эмпирических исследований в области медиалингвистики и помогает им понять причинно-следственную связь между английским языком и его эффектами.

7. Создание макетов цифровых медиа и собственного медиаконтента на английском языке: поощрение магистрантов к созданию собственного медиаконтента на английском языке, такого как подкасты, видео, блоги или кампании в социальных сетях, дает им практическое понимание того, как английский язык используется в различных медиаформатах. Это включает в себя применение принципов медиалингвистики для создания эффективных сообщений, ориентации на конкретную аудиторию и достижения коммуникационных целей. Например, магистранты могли бы создать серию подкастов, исследующих различные аспекты медиалингвистики, или разработать кампанию в социальных сетях для повышения осведомленности о конкретной социальной проблеме на английском языке для масштабирования собственной аудитории. Это развивает творческие способности, способствует критическому мышлению и позволяет магистрантам применять свои знания по английскому языку в реальном мире СМИ.

8. Межкультурный анализ англоязычного медиаконтента: сравнение медиаконтента из разных культур поможет магистрантам выявить, как язык используется для отражения и укрепления культурных ценностей, норм и идеологий. Магистранты могут анализировать аутентичные новостные репортажи, рекламу или публикации в социальных сетях из разных стран, чтобы выявить культурные различия в использовании языка, стратегиях фрейминга и представления социальных групп. Это обеспечивает более глубокое понимание роли культуры в формировании языка медиа и потенциала межкультурных недоразумений.

9. Дебаты и симуляции: организация дебатов и симуляций по актуальным темам в медиалингвистике на английском языке может способствовать развитию критического мышления, коммуникативных навыков и способности убедительно аргументировать свою точку зрения. Например, магистранты могут обсудить этические последствия использования убеждающего языка в рекламе или имитировать пресс-конференцию, на которой им предстоит отвечать на вопросы журналистов на английском языке. Это создает динамичную и увлекательную учебную среду, которая побуждает магистрантов думать на ходу и применять свои знания по английскому языку в сложных ситуациях.

10. Независимые исследовательские проекты: предоставление магистрантам широких возможностей для проведения независимых исследовательских проектов, завершающихся магистерской диссертацией, имеет решающее значение для содействия их академическому развитию и подготовки их к будущей исследовательской карьере. Это включает в себя предоставление рекомендаций по методологии исследования, анализу данных и академическому письму. Диссертация должна быть существенной частью оригинального исследования, которое вносит вклад в область медиалингвистики, где практическая часть может включать опору на аутентичные медиатексты на английском языке и СМИ страны изучаемого языка.

Таким образом, в рамках педагогического эксперимента представленный комплекс методических приемов выступил также в качестве методов эмпирического исследования:

- Анализ и деконструкция англоязычных учебных кейсов: системный разбор аутентичных медиатекстов (новостные материалы, реклама, публикации в социальных сетях) с применением медиалингвистического инструментария для выявления стратегий фрейминга, убеждения и конструирования идентичности, часто реализуемый в формате сравнительного группового анализа.

- Критический дискурс-анализ (CDA): изучение идеологических и властных отношений, закрепленных в англоязычных медиатекстах, через анализ лексического выбора, синтаксических конструкций (пассивный залог, эвфемизмы) и риторических приемов, направленных на легитимацию определенных точек зрения или социальное неравенство.

- Количественно-качественный анализ данных медиатекстов – выявление частотности и распространенности конкретных лингвистических фреймов и коммуникативных стратегий в корпусах англоязычных СМИ, что обеспечивает переход от интуитивных наблюдений к доказательному, верифицируемому исследованию медиадискурса.

- Проектно-ориентированное создание медиаконтента: генерация магистрантами собственных англоязычных медиатекстов (подкастов, видеороликов, блогов, соцсетевых кампаний) как исследовательского инструмента, позволяющего эмпирически проверить эффективность медиалингвистических стратегий таргетирования и достижения коммуникативных целей.

- Контрастивный межкультурный анализ: сопоставительное исследование англоязычных и иноязычных медиаматериалов для выявления культурно детерминированных различий в языковых стратегиях, репрезентации социальных групп и нарративных схемах, что формирует базу для изучения механизмов межкультурной медиационной коммуникации.

Результаты исследования / Research results

Результаты работы по применению комплекса методических приемов в обучении магистрантов основам медиалингвистики на английском языке описаны с опорой на научно-практические труды Т. Г. Добросклонской, где разработан системный подход к изучению языка СМИ на основе современной английской медиаречи, в которых отмечено, что «в российской традиции выделяются такие жанры, как репортаж, очерк, обзор, заметка, фельетон, интервью, отчет и т. п.; в англо-американской – новости, комментарий, тематическая статья, аналитика, интервью (news, commentary, features, opinion column, interview и т. д.). Вместе с тем, как показывает анализ конкретного языкового материала, для полного и всестороннего типологического описа-

ния текстов массовой информации необходимо учитывать большее число параметров, что обусловлено самой спецификой данной области речеупотребления» [30], и представлены теория, методы, направления медиалингвистики, где автор подчеркивает, что фундаментальную основу современного типологического описания медиатекстов составляют критерии, разработанные в рамках медиалингвистики. В качестве базовых классификационных параметров выделяются: характер и форма создания текста, разграничивающие индивидуальное авторское и корпоративное производство, а также исходный устный или письменный модус; форма его последующего воспроизведения; канал распространения, конкретизирующий медианоситель (печатные издания, радио, телевидение или мультимедийные интернет-платформы); функционально-жанровая принадлежность; а также тематическая ориентация, определяемая через отнесение материала к универсальному медиатопику (политика, экономика, культура, спорт и др.) и выявление доминирующей проблематики. Совокупность указанных признаков формирует единый аналитический каркас, позволяющий учитывать технологические, коммуникативные и содержательные особенности медиапродукции и осуществлять ее системную типологическую классификацию [31].

Опытное обучение предполагало разработку и применение комплекса методических приемов в обучении магистрантов основам медиалингвистики на английском языке. Экспериментальная база исследования: ОЧУ ВО «Московский университет имени А. С. Грибоедова» г. Москвы. Количество участников эксперимента – 32, по 16 в экспериментальной и контрольной группах (ЭГ и КГ).

В ходе опытного обучения приоритетное внимание уделялось циклу практико-ориентированных занятий творческого характера, что позволило целенаправленно сформировать у обучающихся комплекс профессиональных качеств, необходимых для полноценной реализации медиаобразовательного процесса на английском языке. Ключевыми целевыми индикаторами выступили шесть взаимосвязанных параметров. Фундамент подготовки составил понятийный компонент, обеспечивающий системную информированность и усвоение теоретико-педагогических основ медиаобразования. Параллельно развивался мотивационный аспект, направленный на актуализацию познавательных, эстетических и нравственных стимулов взаимодействия с медиатекстами, а также на формирование устойчивой потребности в профессиональном самосовершенствовании. Оценочный критерий был ориентирован на достижение уровня комплексной идентификации, позволяющего критически, многоаспектно и контекстуально воспринимать медиаконтент. В операциональной сфере акцент делался на отработку методических умений: проектирования и динамической корректировки учебного процесса, управления медиавосприятием аудитории и владения инструментарием интенсивного обучения. Значительное место занимало развитие артистизма, проявляющегося в высокой культуре речи, продуманной самопрезентации, профессиональном поведении и навыках рефлексивного самоконтроля. Наконец, креативный компонент предполагал воспитание когнитивной гибкости, ассоциативности мышления и способности к генерации оригинальных, нестандартных решений в медиаобразовательной практике. Интеграция указанных параметров в рамках творческих заданий обеспечила формирование целостной профессиональной картины, готовящей магистрантов к самостоятельной, адаптивной и эффективной медиаобразовательной деятельности на английском языке.

Обозначенные выше шесть параметров в ЭГ были в итоге оценены посредством среднеарифметических показателей по пятибалльной шкале следующим образом:

понятийный – 4,6 балла; мотивационный – 4,2 балла; оценочный – 4 балла; операционный – 3,8 балла; артистизм – 3,4 балла; креативный – 2,4 балла. При этом обозначенные выше шесть параметров в КГ были в итоге оценены посредством среднеарифметических показателей по пятибалльной шкале следующим образом: понятийный – 3,6 балла; мотивационный – 3,2 балла; оценочный – 3 балла; операционный – 2,8 балла; артистизм – 2,4 балла; креативный – 2 балла.

Результаты педагогического эксперимента, направленного на апробацию комплекса методических приемов в обучении магистрантов основам медиалингвистики на английском языке, демонстрируют статистически значимую положительную динамику формирования профессиональных компетенций в ЭГ по сравнению с КГ. Разница в 5,4 балла свидетельствует о комплексной эффективности разработанного методического комплекса. При этом среднеарифметическое значение по параметрам в ЭГ (3,73) превышает аналогичный показатель в КГ (2,83) на 0,9 балла, что подтверждает устойчивую тенденцию к повышению качества медиалингвистической подготовки. Наиболее выраженный прирост зафиксирован в когнитивной сфере (понятийный, оценочный параметры), что коррелирует с акцентом курса на аналитические и критико-дискурсивные методики. Положительная динамика в мотивационном и операционном компонентах подтверждает целесообразность интеграции интерактивных форм обучения и работы с аутентичными англоязычными медиатекстами. Относительно низкие показатели по параметру «креативный» (2,4 в ЭГ) указывают на необходимость дальнейшего совершенствования методики в части развития инновационного мышления и авторского медиаторчества. Целесообразно расширить блок заданий, направленных на генерацию оригинальных медиапроектов, кросс-культурных коллабораций и экспериментальных форматов цифрового сторителлинга на английском языке.

Полученные эмпирические данные позволяют констатировать, что применение комплекса методических приемов обеспечивает системное повышение уровня сформированности медиалингвистической компетенции у магистрантов. Разработанная методика демонстрирует высокую адаптивность к требованиям ФГОС ВО по направлению 45.04.02 «Лингвистика» и может быть рекомендована для внедрения в образовательные программы магистратуры, ориентированные на подготовку специалистов в области международной медиационной коммуникации.

Подчеркнем, что указанные в исследовании параметры оценивания обученности основам медиалингвистики на английском языке способствуют формированию ключевых медиалингвистических компетенций:

- аналитических компетенций (способность проводить лингвистический и медийный анализ англоязычных медиатекстов, выявляя языковые средства, стилистические особенности, приемы воздействия и манипуляции, умение анализировать структуру и функции различных медиатекстов и форматов);
- редакторских компетенций (навыки редактирования и корректуры англоязычных текстов для различных медиа (печатных, онлайн, социальных сетей), умение создавать грамотные, точные и стилистически выверенные медийные материалы);
- коммуникативных компетенций (способность выстраивать эффективную коммуникацию с аудиторией через англоязычные медиатексты, навыки ведения деловой переписки, а также продуктивное чтение и слушание, умение работать в команде и взаимодействовать с другими участниками медиапроцесса на английском языке);
- медиаграмотных компетенций (понимание принципов функционирования англоязычных медиа и их влияния на общество в стране изучаемого языка, способность критически оценивать информацию и медиаконтент);

– технологических и организационных компетенций (навыки работы с современными цифровыми платформами и инструментами для создания и распространения контента, ориентация на результат, ответственность и способность решать проблемы в условиях англоязычных медиапроектов).

Заключение / Conclusion

Исследование было завершено основными выводами. Результаты применения комплекса методических приемов в обучении магистрантов основам медиалингвистики на английском языке – развитие критического мышления и аналитических навыков в англоязычном медиапространстве.

Во-первых, развивается критическое мышление и аналитические навыки при работе с англоязычным медиатекстом. Магистранты учатся деконструировать англоязычные медиатексты, выявляя скрытые смыслы, идеологические установки и механизмы манипуляции. Они становятся способны анализировать новостные репортажи, рекламу, иноязычную информацию из социальных сетей и другие формы медиакоммуникации с точки зрения лингвистических стратегий, фрейминга, дискурсивных практик и способов конструирования идентичности. Это позволяет им не только критически оценивать англоязычную информацию, но и понимать, как она формирует общественное мнение в стране изучаемого языка и влияет на поведение людей.

Во-вторых, формируется понимание взаимосвязи английского языка, власти и идеологии в медиапространстве страны изучаемого языка. Магистранты осваивают методы критического дискурс-анализа и понимают, как английский язык используется для поддержания социального неравенства, укрепления стереотипов и легитимации определенных политических и экономических интересов в англоязычных странах. Они учатся выявлять случаи дезинформации, пропаганды и hate speech, а также разрабатывать стратегии противодействия им. Это делает их ответственными и этичными участниками медиакоммуникации в англоязычном пространстве СМИ.

В-третьих, развиваются навыки проведения самостоятельных исследований в области медиалингвистики. Магистранты осваивают различные методы исследования, включая корпусный анализ, контент-анализ, этнографические исследования онлайн-сообществ и экспериментальные исследования. Они учатся формулировать исследовательские вопросы, собирать и анализировать данные, а также представлять результаты своих исследований в академическом формате. Это позволяет им вносить вклад в развитие медиалингвистики и других смежных дисциплин.

В-четвертых, повышается практическая компетентность в создании эффективного медиаконтента на английском языке. Магистранты применяют принципы медиалингвистики для разработки собственных медиапроектов на английском языке, таких как новостные репортажи, рекламные кампании, социальные медиастратегии и образовательные материалы. Они учатся использовать английский язык для достижения конкретных коммуникационных целей, учитывая особенности целевой аудитории и контекст медиапространства стран изучаемого языка.

В-пятых, расширяется профессиональный кругозор и открываются новые карьерные возможности. Выпускники, освоившие курс медиалингвистики на английском языке, востребованы в различных сферах, включая журналистику, рекламу, PR, коммуникационные агентства, образовательные учреждения, исследовательские центры и государственные организации. Они могут работать аналитиками иноязычного медиаконтента, специалистами по коммуникациям, исследователями в области массмедиа англоязычных стран, преподавателями и консультантами.

Таким образом, обучение магистрантов основам медиалингвистики на английском языке обеспечивает им не только теоретические знания, но и практические навыки, необходимые для успешной работы в современной медиаиндустрии и академической среде англоязычных стран. Они становятся критически мыслящими, компетентными и ответственными участниками иноязычной медиакommunikации, способными анализировать, создавать и оценивать англоязычный медиаконтент с учетом его лингвистических особенностей и социального контекста страны изучаемого языка.

Ссылки на источники / References

1. Добросклонская Т. Г. Теория и методы медиалингвистики: на материале английского языка: специальность 10.02.04. «Германские языки»: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – М., 2000. – С. 47.
2. Веселовская Е. В. Анализ медиатекста как средство формирования критической автономии личности в мире медиа // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 21 (312). Филология. Искусствоведение. – Вып. 80. – С. 105–108.
3. Васильев А. Д. Игры в слова: манипулятивные операции в текстах СМИ. – СПб.: Златоуст, 2013. – 660 с.
4. Калмыков А. А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ. – М.: ДиректМедиа, 2016. – 97 с.
5. Дроздов Р. К. Актуальные процессы в языке современных средств массовой информации: учеб.-метод. пособие. – Рязань: РГУ, 2016. – 136 с.
6. Капусникова М. Р., Носкова Н. А. Влияние СМИ на формирование русского языка // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 11. – С. 2776–2780. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/86586.htm>
7. Ивановичева П. И. Роль медиатекстов в формировании образа женщины-политика в современных британских СМИ // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 33. – С. 119–122. – URL: <http://e-koncept.ru/2017/771199.htm>
8. Дускаева Л. Р. Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник. – М.: Флинта, 2018. – 440 с.
9. Дускаева Л. Р. Медиалингвистика славянских стран. – М.: Флинта, 2020. – 464 с.
10. Попова Т. И. Актуальные направления исследования медийного интернет-пространства // Медиалингвистика. – 2018. – Т. 5. – № 3. – С. 258–272.
11. Солганик Г. Я. Язык СМИ и политика. – М.: Изд-во Моск. гос. ун-та, 2012. – 951 с.
12. Ушанов П. В. Медиа рилейшнз Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations: учеб. пособие. – 2-е изд., стер. – М.: Флинта, 2012. – 80 с.
13. Хорольский В. В. Медийность текстов в средствах массовой коммуникации. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа. – М.: Флинта, 2015. – С. 6.
14. Чудинов А. П. Политическая лингвистика: учеб. пособие. – 4-е изд. – М.: Флинта, 2012. – 256 с.
15. Richardson J. E. Analysing Newspaper: An Approach from Critical Discourse Analysis. – Red Globe Press, 2006. – 280 p.
16. Montgomery M. The Discourse of Broadcast News: A Linguistic Approach. – London: Routledge, 2007. – 240 p.
17. Thornborrow J. Power Talk: Language and Interaction in Institutional Discourse. – Harlow: Pearson Education, 2014. – 156 p.
18. Machin D. Introduction to Multimodal Analysis. – Bloomsbury Academic, 2020. – P. 8.
19. Буравцова К. В., Королева М. Л. Язык средств массовой информации // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 2. – С. 4. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/46137.htm>
20. Терехова Е. В. Рекуррентные конструкции в современном английском политическом дискурсе: статус и функционирование: монография. – М.: Флинта: Наука, 2010. – 176 с.
21. Lilis Lamsehat Panjaitan, Aditya Nur Patria. Social Media and Language Evolution: The Impact of Digital Communication on Language Change // International Journal of Linguistics Literature & Translation. – 2024. – 7(12). – P. 53–57.
22. Holm C. H. What Do You Meme? The Sociolinguistic Potential of Internet Memes // Leviathan: Interdisciplinary Journal in English. – 2021. – 7. – P. 1–20.
23. Петрова Н. Е., Рацибурская Л. В. Язык современных СМИ: средства речевой агрессии: учеб. пособие. – М.: Флинта: Наука, 2011. – 160 с.
24. Кормилицына М. А., Сиротина О. Б. Язык СМИ: учеб. пособие. – 5-е изд., стер. – М.: Флинта, 2019. – С. 3.
25. Приказ Минобрнауки России от 01.07.2016 N 783 (с изм. от 17.11.2023) «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 45.04.02

- Лингвистика (уровень магистратуры)» (зарегистрировано в Минюсте России 18.07.2016 № 42896). – URL: <https://fgos.ru/fgos/fgos-45-04-02-lingvistika-992/>
26. Кузьмина Н. А. Современный медиатекст: учеб. пособие. – 4-е изд., стер. – М.: Флинта, 2019. – С. 13.
 27. Володина М. Н. Язык средств массовой информации: учеб. пособие для вузов. – М.: Академический проект, 2020. – 759 с.
 28. Ефанов А. А. Социология медиакультуры и медиаобразования: учеб. для вузов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2025. – С. 4.
 29. Литвина Т. В. Дизайн новых медиа: учеб. для вузов. – 3-е изд., испр. – М.: Издательство Юрайт, 2025. – 182 с.
 30. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь: учеб. пособие. – 3-е изд., стер. – М.: Флинта, 2019. – С. 45.
 31. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: теория, методы, направления. – Интеллектуальная издательская система Ridero, 2020. – С. 34–35.
-
1. Dobrosklonskaya, T. G. (2000). *Teoriya i metody medialingvistiki: na materiale anglijskogo yazyka: special'nost' 10.02.04. "Germaniskie yazyki"* [Theory and Methods of Media Linguistics: Based on the English Language: Specialization 10.02.04. "Germanic Languages"]: avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk, Moscow, p. 47 (in Russian).
 2. Veselovskaya, E. V. (2013). "Analiz mediateksta kak sredstvo formirovaniya kriticheskoy avtonomii lichnosti v mire media" [Media text analysis as a means of developing critical autonomy of the individual in the media world], *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, № 21 (312). Filologiya. Iskuststvovedenie, Vyp. 80, pp. 105–108 (in Russian).
 3. Vasil'ev, A. D. (2013). *Iгры в слова: manipulyativnye operacii v tekstah SMI* [Word Games: Manipulative Operations in Media Texts], Zlatoust, St. Petersburg, 660 p. (in Russian).
 4. Kalmykov, A. A. (2016). *Interaktivnaya gipertekstovaya zhurnalistika v sisteme otechestvennykh SMI* [Interactive hypertext journalism in the domestic media system], DirektMedia, Moscow, 97 p. (in Russian).
 5. Drozdov, R. K. (2016). *Aktual'nye processy v yazyke sovremennykh sredstv massovoy informacii* [Current processes in the language of modern mass media]: ucheb.-metod. posobie, RGU, Ryazan', 136 p. (in Russian).
 6. Kapusnikova, M. R., & Noskova, N. A. (2016). "Vliyanie SMI na formirovanie russkogo yazyka" [The influence of the media on the development of the Russian language], *Nauchno-metodicheskij elektronnyj zhurnal "Koncept"*, t. 11, pp. 2776–2780. Available at: <http://e-koncept.ru/2016/86586.htm> (in Russian).
 7. Ivanovicheva, P. I. (2017). "Rol' mediatekstov v formirovanie obraza zhenshchiny-politika v sovremennykh britanskikh SMI" [The role of media texts in shaping the image of female politicians in contemporary British media], *Nauchno-metodicheskij elektronnyj zhurnal "Koncept"*, t. 33, pp. 119–122. Available at: <http://e-koncept.ru/2017/771199.htm> (in Russian).
 8. Duskaeva, L. R. (2018). *Medialingvistika v terminah i ponyatiyah: slovar'-spravochnik* [Media linguistics in terms and concepts: a dictionary and reference book], Flinta, Moscow, 440 p. (in Russian).
 9. Duskaeva, L. R. (2020). *Medialingvistika slavyanskikh stran* [Media linguistics of Slavic countries], Flinta, Moscow, 464 p. (in Russian).
 10. Popova, T. I. (2018). "Aktual'nye napravleniya issledovaniya medijnogo internet-prostranstva" [Current research trends in the Internet media space], *Medialingvistika*, t. 5, № 3, pp. 258–272 (in Russian).
 11. Solganik, G. Ya. (2012). *Yazyk SMI i politika* [Language of the media and politics], Izd-vo Mosk. gos. un-ta, Moscow, 951 p. (in Russian).
 12. Ushanov, P. V. (2012). *Media rilejshnz Osnovnye aspekty vzaimodejstviya SMI i public relations* [Media Relations: Key aspects of interaction between the media and public relations]: ucheb. posobie, 2-e izd., ster, Flinta, Moscow, 80 p. (in Russian).
 13. Horol'skij, V. V. (2015). *Medijnost' tekstov v sredstvakh massovoj kommunikacii. Sociokul'turnye aspekty globalizacii mass-media* [Media Texts in Mass Communications. Sociocultural Aspects of Mass Media Globalization], Flinta, Moscow, p. 6 (in Russian).
 14. Chudinov, A. P. (2012). *Politicheskaya lingvistika* [Political linguistics]: ucheb. posobie, 4-e izd, Flinta, Moscow, 256 p. (in Russian).
 15. Richardson, J. E. (2006). *Analysing Newspaper: An Approach from Critical Discourse Analysis*, Red Globe Press, 280 p. (in English).
 16. Montgomery, M. (2007). *The Discourse of Broadcast News: A Linguistic Approach*, Routledge, London, 240 p. (in English).
 17. Thornborrow, J. (2014). *Power Talk: Language and Interaction in Institutional Discourse*, Pearson Education, Harlow, 156 p. (in English).
 18. Machin, D. (2020). *Introduction to Multimodal Analysis*, Bloomsbury Academic, p. 8 (in English).
 19. Buravcova, K. V., & Koroleva, M. L. (2016). "Yazyk sredstv massovoy informacii" [Language of the media], *Nauchno-metodicheskij elektronnyj zhurnal "Koncept"*, t. 2, p. 4. Available at: <http://e-koncept.ru/2016/46137.htm> (in Russian).

20. Terekhova, E. V. (2010). *Rekurrentnye konstrukcii v sovremennom anglijskom politicheskom diskurse: status i funkcionirovanie* [Recurrent constructions in modern English political discourse: status and functioning]: monografiya, Flinta: Nauka, Moscow, 176 p. (in Russian).
21. Lilis Lamsehat Panjaitan, & Aditya Nur Patria (2024). "Social Media and Language Evolution: The Impact of Digital Communication on Language Change", *International Journal of Linguistics Literature & Translation*, 7(12), pp. 53–57 (in English).
22. Holm, C. H. (2021). "What Do You Meme? The Sociolinguistic Potential of Internet Memes", *Leviathan: Interdisciplinary Journal in English*, 7, pp. 1–20 (in English).
23. Petrova, N. E., & Raciburskaya, L. V. (2011). *Yazyk sovremennyh SMI: sredstva rechevoj agressii* [The language of modern media: means of verbal aggression]: ucheb. posobie, Flinta: Nauka, Moscow, 160 p. (in Russian).
24. Kormilicyna, M. A., & Sirotina, O. B. (2019). *Yazyk SMI* [Language of the media]: ucheb. posobie, 5-e izd., ster, Flinta, Moscow, p. 3 (in Russian).
25. *Prikaz Minobrnauki Rossii ot 01.07.2016 N 783 (s izm. ot 17.11.2023) "Ob utverzhdenii federal'nogo gosudarstvennogo obrazovatel'nogo standarta vysshego obrazovaniya po napravleniyu podgotovki 45.04.02 Lingvistika (uroven' magistratury)"* [Order of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation dated July 1, 2016 No. 783 (as amended on November 17, 2023) "On approval of the federal state educational standard of higher education in the area of training 45.04.02 Linguistics (Master's degree level)"] (zaregistrirvano v Minyuste Rossii 18.07.2016 № 42896). Available at: <https://fgos.ru/fgos/fgos-45-04-02-lingvistika-992/> (in Russian).
26. Kuz'mina, N. A. (2019). *Sovremennyy mediatekst* [Modern media text]: ucheb. posobie, 4-e izd., ster, Flinta, Moscow, p. 13 (in Russian).
27. Volodina, M. N. (2020). *Yazyk sredstv massovoj informacii* [Language of the media]: ucheb. posobie dlya vuzov, Akademicheskij proekt, Moscow, 759 p. (in Russian).
28. Efanov, A. A. (2025). *Sociologiya mediakul'tury i mediaobrazovaniya* [Sociology of media culture and media education]: ucheb. dlya vuzov, 2-e izd., ispr. i dop, Izdatel'stvo Yurajt, Moscow, p. 4 (in Russian).
29. Litvina, T. V. (2025). *Dizajn novyh media* [New Media Design]: ucheb. dlya vuzov, 3-e izd., ispr, Izdatel'stvo Yurajt, Moscow, 182 p. (in Russian).
30. Dobrosklonskaya, T. G. (2019). *Medialingvistika: sistemnyj podhod k izucheniyu yazyka SMI: sovremennaya anglijskaya mediarech'* [Media linguistics: a systematic approach to studying the language of the media: modern English media speech]: ucheb. posobie, 3-e izd., ster, Flinta, Moscow, p. 45 (in Russian).
31. Dobrosklonskaya, T. G. (2020). *Medialingvistika: teoriya, metody, napravleniya* [Media linguistics: theory, methods, guidelines], Intellektual'naya izdatel'skaya sistema Ridero, pp. 34–35 (in Russian).

Вклад авторов

Д. В. Парамонова – анализ отечественной и зарубежной литературы, систематизация принципов и традиционных методических приемов в обучении магистрантов основам медиалингвистики на английском языке, формулирование практических рекомендаций, подготовка текста статьи.

С. Х. Шихалиева – научное и методическое консультирование, редактирование текста статьи.

А. Ю. Фролова – обеспечение эмпирической и технологической реализации исследования, внедрение методических приемов в обучении магистрантов основам медиалингвистики на английском языке в учебный процесс, анализ данных.

Contribution of the authors

D. V. Paramonova – analysis of Russian and foreign literature, systematization of principles and traditional methodological techniques in teaching graduate students the basics of media linguistics in English, formulation of practical recommendations, preparation of the text of the article.

S. H. Shikhalieva – scientific and methodological consulting, editing of the text of the article.

A. Y. Frolova – ensuring the empirical and technological implementation of the research, introduction of methodological techniques in teaching graduate students the basics of media linguistics in English in the educational process, data analysis.