

КОРПУСНЫЙ ПОДХОД В РЕКОНСТРУКЦИИ МЕДИАОБРАЗА ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ ПОЛИТИКА¹

Аннотация.

Актуальность и цели. Всестороннее исследование языковой личности предполагает не только изучение продуцируемых ею текстов (для реконструкции ее образа мира), но и текстов, в которых эта языковая личность оценивается (для реконструкции ее медиаобраза). Медийный образ как совокупность эмоциональных и рациональных представлений, основанных на информации, получаемой из СМИ, может формироваться как профессиональными репортерами, так и рядовыми представителями интернет-сообщества. Цель статьи – обосновать применение корпусных методов в лингвоперсонологии в рамках разработанной исследовательской программы изучения языковой личности, которая реализуется на примере создания корпуса текстов из комментариев интернет-пользователей для реконструкции медиаобраза политика.

Материалы и методы. Лингвоперсонологические исследования нацелены на поиск надежных методов всестороннего исследования структуры модельных, коллективных, реальных и виртуальных языковых личностей, что требует преимущественного применения количественных и эмпирических методов изучения. Корпусный метод в сочетании с графосемантическим моделированием в информационной системе «Семограф» – вполне надежный специфический лингвоперсонологический метод исследования, синтезирующий приемы сбора фактических данных и многоаспектного анализа такого многогранного объекта исследования, которым является языковая личность.

Результаты. На основе корпусного подхода разработана исследовательская программа моделирования медийного образа политической персоны, которая реализуется в логике следующих этапов: 1) определение интернет-ресурса для сбора материала исследования в соответствии с поставленными целями; 2) обозначение критериев отбора материала для корпуса текстов; 3) установление способа оформления и систематизации отобранного для корпуса материала; 4) обоснование категориального аппарата для аннотирования данных корпуса текстов; 5) разработка методики анализа полученного корпуса текстов и представления полученных результатов.

Выводы. Спонтанные высказывания-реакции на деятельность политиков интернет-пользователей выступают оптимальным материалом для моделирования максимально объективных медиаобразов их языковых личностей.

Ключевые слова: языковая личность, медиаобраз политика, лингвоперсонология, корпусная лингвистика, информационная система «Семограф», корпусная лингвоперсонология.

T. N. Galinskaya

A CORPUS-BASED APPROACH TO RECONSTRUCTION OF THE MEDIA IMAGE OF A POLITICIAN'S LINGUISTIC PERSONALITY

Abstract.

Background. A comprehensive analysis of a linguistic personality involves not only the study of texts produced by it (for reconstruction of its image of the world),

¹ Исследование выполнялось при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда (проект № 12-34-01087-a1 и проект № 12-34-01354-a2).

but also the texts in which this linguistic personality is estimated (for reconstruction of its media image). A media image as a set of emotional and rational views based on the information received from the media, can be formed by both professional reporters and ordinary Internet users. The purpose of this article is to justify the use of the corpus linguistics method within linguistic personology by the example of the research program for the study of a linguistic personality, which is implemented through creation of a corpus of Internet users' comments for a politician's media image reconstruction.

Materials and methods. The linguistic personology research is aimed at finding reliable methods for the comprehensive study of the model, collective, real and virtual linguistic personalities' structure. This purpose requires the pre-emptive usage of quantitative methods and the empirical study. The corpus method together with graph-semantic modeling in data system *Semograph* are quite reliable specific linguistic personological methods of research that synthesize the techniques of data collecting and the multidimensional analysis of such a many-sided object of the study – a linguistic personality.

Results. The authors developed a corpus-based research program for politician's media image modeling, which is implemented by means of the *Semograph* in logic of the following steps: 1) determination of an Internet resource for gathering research material in accordance with the objectives, 2) identification selection criteria of the material for the corpus, 3) establishment of a processing method and systematization techniques for the corpus, and 4) explanation of the categorical apparatus for corpus annotating, 5) development of analysis methods for the collected corpus and presentation of results.

Conclusions. Spontaneous Internet users' utterances-reactions to the politicians' activity seem to be the optimal material for modeling of the most objective media image of their linguistic personalities.

Key words: linguistic personality, politician's media-image, linguistic personology, corpus linguistics, data system 'Semograf', corpus-based linguistic personology.

Введение

Актуальность применения корпусного подхода в лингвоперсонологии – новой науки, объектом внимания которой является субъект и его языковые проявления, т.е. языковая личность (ЯЛ), очевидна, так как он позволяет, на наш взгляд, преодолеть ряд методологических трудностей, с которыми сталкиваются исследователи в этой области, а именно выбор исследуемого объекта, сбор и анализ материала [1, с. 27–29]. Как известно, в качестве объекта лингвоперсонологического описания рассматриваются модельные, коллективные, реальные, а также виртуальные языковые личности. Корпусный подход обеспечивает возможность для изучения всех перечисленных видов ЯЛ при условии наличия письменной фиксации на машинном носителе продуцированной информантами речи.

Сбор материала для лингвоперсонологического описания сегодня существенно облегчается благодаря бурному развитию в сети Интернет социальных сетей и блогосферы, представляющих богатый источник для создания текстовых корпусов и организации сплошного длительного наблюдения индивидуальной спонтанной речи информанта в условиях фатической коммуникации. Так, актуальные прежде разнообразные методики сбора эмпирических данных («соучастие» (В. П. Тимофеев), «лонгитюдное наблюдение» (Н. И. Ленская), «включение в языковое существование говорящего» (Н. И. Конрад, Т. С. Коготкова), «сосуществование» (И. А. Оссоветский), «включенное

наблюдение» (Л. П. Крысин, В. Д. Лютикова), а также метод ассоциативного эксперимента (В. С. Старинец, К. Г. Агабабян, Г. И. Неद्याлкова) и др. [2, с. 126–127]), позволявших «подсмотреть и подслушать» речь информантов в естественной коммуникации, оказываются малоэффективными для целей лингвоперсонологического исследования из-за недостаточной объективности, в силу предпочтения традиционных, базирующихся на интуиции исследователя, способов отбора речевого материала, а также рационалистических методов его обработки, что не может в полной мере обеспечить статистически достоверных исследований лингвистических феноменов.

Характер задач, на которые нацелены лингвоперсонологические исследования – поиск надежных методов всестороннего исследования структуры модельных, «коллективных» ЯЛ той или иной социолингвистической группы, реальных и виртуальных ЯЛ, требует преимущественного применения квантитативных и эмпирических методов изучения, а также наблюдения речевой деятельности, проявленной в виде репрезентативной выборки текстов, которая должна насчитывать тысячи и десятки тысяч примеров для максимально адекватного отражения изучаемого явления. По-видимому, сегодня единственный инструмент, который позволяет ускорить исследования языка и многократно повысить их эффективность, достоверность и проверяемость, а также получать результаты, требующие обработки таких массивов текстов, с которыми обычный исследователь справиться просто не в состоянии, – это корпус текстов.

Цель статьи – обосновать применение корпусных методов в лингвоперсонологии в рамках разработанной нами исследовательской программы изучения языковой личности, которая реализуется здесь на примере создания корпуса текстов для реконструкции медиаобраза политика, т.е. образа политика, формирующегося у интернет-пользователей под воздействием массмедийной информации об этом политическом деятеле.

1. Медийный образ как объект исследования

Медиаобраз чаще всего определяется либо как «совокупность эмоциональных и рациональных представлений, основанных на информации, получаемой из СМИ» [3, с. 95], либо как «особый образ реальности, предъявляемый массовой аудитории медиаиндустрией» [4, с. 124]. Как видим, ключевыми словами в приведенных определениях выступают «образ» (представления) и «СМИ» (масс-медиа), т.е. фактически данные дефиниции не раскрывают содержание понятия «медиаобраз», поэтому, для того чтобы описать в полной мере его сущность, необходимо, на наш взгляд, рассматривать это понятие как в узком, так и в широком значении.

В узком значении «медиаобраз» – это фрагменты реальности, описанные в текстах только профессиональных журналистов, отражающих их мировоззрение, ценностные ориентации, политические предпочтения, а также психологические качества; в широком значении «медиаобраз» – это образ реальности, конструируемый во всех текстах, созданных в медиaprостранстве (профессиональными журналистами, блоггерами, интернет-пользователями и т.д.). Если в узком значении «медиаобраз» создается в процессе специального конструирования фрагментов реальности журналистом, то в широком значении «медиаобраз» предполагает спонтанное и хаотичное созидание

реальности в рамках двустороннего процесса интернет-общения между продуцентом медиатекста и его реципиентами. Таким образом, пространство Интернет становится своеобразной ареной, где масс-медиа формируют образ мира с заданными характеристиками и где в то же время рождается его «образ-отражение» в сознании реципиента (интернет-пользователя), оценивающего действительность, представленную в медиаизданиях, этого сформированного СМИ образа мира.

Проблема медиаобраза, на наш взгляд, сегодня характеризуется особой значимостью в силу своей сложной природы [5, с. 91–93]. С одной стороны, медиаобраз представляет собой одну из форм существования массового сознания в медиакommunikации. В этом контексте роль общественного мнения, которое традиционно понимается как «своеобразный способ существования и проявления массового сознания, посредством которого выражается духовное или духовно-практическое отношение народного большинства к актуальным для него фактам, событиям, явлениям и процессам действительности» [4, с. 124–125], становится основополагающей в процессе становления медиаобраза того или иного явления. Однако в настоящее время, когда медиакommunikация стирает социальные, пространственные, временные границы, препятствующие развитию коммуникации во внешней действительности, идет процесс деактуализации феномена «общественное мнение»: «известные структуры общественных групп, связей и отношений «размываются» в медиакommunikации и взамен неактуальной («размытой») структуры социальных отношений перед нами возникает новая реальность – концептосфера медиасознания» [6, с. 109].

Развитие медиакommunikации – «поля возможности использования потоков информации (значимые для большинства людей газеты, радиостанции, телевизионные каналы)» [7, с. 6] – создает условия не только для презентации какой-либо информации, но и для получения отклика ее получателей. В связи с этим, мы полагаем, что наиболее объективные результаты исследования медиаобразов, в частности политических деятелей, можно ожидать только в процессе изучения спонтанных высказываний-реакций на деятельность политиков представителей интернет-сообщества [8, с. 94–97; 9, с. 63–65].

2. Медиаобраз как составляющая языковой личности

Сложность природы медиаобраза проявляется также, на наш взгляд, и в том, что он становится, во-видимому, неотъемлемой составляющей языковой личности. Известно, что языковая личность – это вид полноценного представления личности, вмещающий в себя и психический, и социальный, и этнический, и культурный компоненты, но преломленные через ее язык [10]. Концепция Ю. Н. Караулова описывает внутреннюю сферу языковой личности: «совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им речевых произведений (текстов), которые различаются степенью структурно-языковой сложности, глубиной и точностью отражения действительности, определенной целевой направленностью» [10, с. 3]. Однако в социуме языковая личность становится объектом оценки ее качеств и действий общественным мнением, порождающим ее положительную или отрицательную репутацию, и это в конечном счете ставит языковую личность перед необходимостью учитывать или игнорировать сло-

жившееся о ней мнение. Сегодня, в условиях бурного развития электронных и печатных масс-медиа, создается медиaprостранство, активизирующее процессы образования медиаобразов, и языковая личность, оказывающаяся в той или иной степени вовлеченной в медиaprостранство, неизбежно обзаводится медиаобразом, формирующимся в медиакommunikации. Другими словами, коллективный образ-представление, складывающийся из оценочных мнений, образует некоторую внешнюю сферу языковой личности, которая может оказывать значительное влияние на саму языковую личность. Таким образом, мы считаем, что всестороннее исследование языковой личности предполагает не только изучение продуцируемых ею текстов (для реконструкции ее образа мира), но и текстов, в которых эта языковая личность оценивается (для реконструкции ее медиаобраза).

Значимость изучения медиаобраза как неотъемлемой составляющей языковой личности и одной из форм существования общественного сознания в медиакommunikации для прикладных задач бесспорна: медиаобраз представляет собой не что иное, как форму обратной связи, которая необходима в любой сфере, будь то политика, экономика, бизнес, образование, культура для оценки приоритетных позиций и адекватного планирования дальнейшей эффективной деятельности. Это обстоятельство актуализирует исследование понятия медиаобраза и путей его реконструкции в современной лингвистике.

3. Корпус как метод исследования медиаобраза языковой личности

Корпусная лингвистика – это одно из наиболее перспективных направлений в современной теоретической и прикладной лингвистике, основанное на использовании языковых электронных корпусов и корпусных технологий. Определение корпуса сопряжено с полисемией самого термина «корпус текстов». В лингвистике корпусом называют, во-первых, произвольную коллекцию текстов по определенной тематике, которые доступны в электронной форме; во-вторых, это коллекция текстов, собранная в соответствии с четко сформулированными принципами и, возможно, размеченная (annotated) на некотором уровне лингвистического анализа [11, с. 10]. Однако в современных исследованиях в области корпусной лингвистики [12–15] принято определение корпуса, основывающееся на четырех признаках: 1) расположение корпуса на машинном носителе; 2) стандартизованное представление словесного материала на этом машинном носителе, позволяющем применять стандартные программы его обработки; 3) конечный размер; 4) репрезентативность как результат особой процедуры отбора.

Последнее свойство – репрезентативность – превращает набор текстов на машинном носителе в уникальное словесное единство – корпус текстов [15, с. 112–115]. Представительность (репрезентативность) предполагает, что коллекция текстов сбалансирована, имеет достаточные размер и выборку по числу текстов и авторов, чтобы служить основой для статистически достоверных исследований лингвистических феноменов в текстах соответствующей тематики. Мы полагаем, что для целей нашего исследования релевантно такое определение, в котором под корпусом понимается репрезентативная (представительная) коллекция текстов, собранная в соответствии с определенными принципами, имеющая конечный размер, специальным образом обработанная («аннотированная») [12, с. 70], так, чтобы исследователь языка

мог быстро и в полном объеме найти в корпусе интересующую его информацию о языке. Корпус в таком понимании призван с максимальной объективностью представить разнообразие изучаемого явления и дать в то же время объективную картину бытования этого явления в речевой практике носителей данного языка [15, с. 120–125]. В нашем исследовании применение корпусного подхода в реконструкции медиаобразов видных политиков значительно поможет преодолеть трудность, сопряженную с возможным искажением черт реально существующего медиаобраза того или иного политика из-за активной деятельности так называемых тренд-сеттеров, которым платят за белый или даже черный пиар политической элиты в интернет-пространстве.

Значение корпуса для лингвистических задач трудно переоценить: многие исследователи [15, с. 109; 14, с. 556; 17; 16, с. 76–77] отмечают, что исчерпывающий анализ всего корпуса, в отличие от выборки примеров, обеспечивает большую степень достоверности и валидности результатов, так как в процессе специальной обработки – аннотирования – входящих в корпус текстов аналитику приходится постоянно совершенствовать применяемый категориальный аппарат с тем, чтобы иметь возможность проанализировать все без исключения примеры корпуса, а не только те, которые интуитивно были им отобраны. К тому же аннотированный корпус текстов сохраняется на машинном носителе и может быть доступен для дальнейших лингвистических исследований и решения других задач [18, с. 18].

4. Программа моделирования медиаобраза политика в информационной системе «Семограф»

Мы полагаем, что наиболее продуктивные результаты исследования механизма формирования медиаобраза языковой личности можно получить в ходе анализа общественного мнения, или концептосферы медиапространства, о публичных личностях, таких как, например, политические деятели. Политики всегда на виду, они выступают в СМИ и там же знакомятся с оценочными мнениями получателей медиатекстов – сторонников и противников – по поводу их политической деятельности, а также их личностных качеств и характеристик, складывающихся в коллективный образ-представление, или медиаобраз того или иного политика.

Для реконструкции медиаобраза языковой личности нами разработана методика ее корпусного изучения, которая реализуется в логике следующих этапов: 1) определение интернет-ресурса для сбора материала исследования в соответствии с поставленными целями; 2) обозначение критериев отбора материала для корпуса текстов; 3) установление способа оформления и систематизации отобранного для корпуса материала; 4) обоснование категориального аппарата для аннотирования данных корпуса текстов; 5) разработка методики анализа полученного корпуса текстов и представления полученных результатов.

Исходя из заявленных задач, корпус должен включать спонтанные высказывания-реакции на деятельность политиков представителей интернет-сообщества. Анализ такого рода материала позволяет воссоздать медиаобразы активных агентов политической жизни на основе анализа использованных в текстах комментариев лексико-тематических групп, стилистических, риторических приемов, аргументации и т.п. Источниками необходимого материала

ла для создания нашего корпуса текстов служат интернет-форумы, где обсуждаются события интересующей нас тематики – политическая деятельность информантов (например, СМИ2, Twitter, Вконтакте, Facebook и т.д.). Соответственно, критерием отбора материала для изучения медиаобраза политика является наличие в тексте комментариев интернет-пользователей, упоминание его имени, а также ссылки на его политическую деятельность.

Проблема адекватной систематизации и хранения собранных данных для реализации лингвистического эксперимента обуславливает непереносимое использование какой-либо специально разработанной информационной системы, в противном случае управление полученным материалом, насчитывающем тысячи примеров, и поиск в нем существенно затрудняется, а диапазон возможностей оперирования этим практическим материалом заметно сужается. Одной из таких информационных систем, которую мы используем в исследовании миромоделирования политических деятелей, является система графосемантического моделирования «Семограф» (<http://семограф.рф>), (<http://new.semograf.com>) [19]), которая предназначена для работы с информационными массивами: выборками текстов, смысловыми компонентами, смысловыми полями и др., оформляемыми в виде баз данных. Информационная система (ИС) «Семограф» позволяет накапливать информацию, получаемую в отдельных исследованиях, и извлекать ее при помощи механизмов поиска, сортировки в новых исследованиях; оценивать репрезентативность выборки языковых, текстовых, социокультурных фактов; генерировать отчеты по проводимым исследованиям. Интерфейс ИС «Семограф» предоставляет широкую палитру возможностей для аннотирования созданного корпуса текстов в соответствии с категориями, установленными аналитиком.

В информационной системе «Семограф» корпус текстов, созданный для изучения механизмов моделирования медиаобразов политических деятелей, аннотируется в рамках следующих групп параметров (которые задаются в метаполях ИС «Семограф»): во-первых, данные об авторе текста (его возрасте и половой принадлежности, социальном статусе, территориальной принадлежности); во-вторых, данные о самом тексте комментария (название комментируемой статьи, место и дата создания комментария (интернет-ресурс)); в-третьих, анализ содержания комментария (позиция автора в отношении комментируемого события, модальность, тип аргументации, лингвокреативность, прецедентные тексты, лексико-грамматические особенности, упоминание других персоналий и др.).

Методика анализа и представления полученных результатов определяется возможностями, которыми характеризуется ИС «Семограф» – интегральная исследовательская программа, объединившая методы компонентного, полевого анализа и моделирования [19]. Графосемантическое моделирование представляет собой метод графической экспликации структурных связей между семантическими компонентами одного множества. Метод графосемантического моделирования позволяет представить набор данных (выборку и/или целостность) в виде системы, в которой каждый из компонентов имеет иерархическую и топологическую определенность по отношению к другим компонентам и всей системе в целом.

Схема реконструкции медиаобразов политических деятелей в ИС «Семограф», наряду со сбором и аннотированием корпуса текстов, включает

в себя два этапа. Первый этап представляет собой контент-анализ текстов-комментариев интернет-пользователей для реконструкции медиаобраза рассматриваемого политика. К. Криппендорф определяет контент-анализ как «исследовательскую технику, позволяющую делать надежные и достоверные выводы из текстов в зависимости от конкретного контекста их прочтения» [20, с. 18]. В нашем исследовании применяется преимущественно количественный контент-анализ, который воплощается в лексическом анализе корпуса текстов комментариев интернет-пользователей о личности и деятельности того или иного политика. В ходе лексического анализа устанавливается совместная встречаемость слов и выражений, формируются семантические поля, которые позволяют выявить основные смыслы, связанные в представлении интернет-пользователей с тем или иным политиком. Кроме этого определяется частота появления каждого поля в текстах комментариев о политическом деятеле, исследуются связи данных полей друг с другом: совместная встречаемость в одном контексте, количество одинаковых связей.

В процессе второго этапа на основании полученных данных строится графосемантическая модель медиаобраза политика, отражающая принципы организации важных для интернет-пользователей смыслов об изучаемом политике. Графосемантическое моделирование медиаобраза политика, которое основывается на данных частотного анализа лексики и в рамках которого воссоздаются концептуальная структура, система взаимоподчинения актуальных для политика смыслов, его аксиологические ориентиры и т.п., осуществляется в Информационной системе «Семограф».

Помимо реконструкции медиаобразов политических деятелей, созданный корпус может использоваться также для решения последующих задач, как в неизменном виде, так и дополненный (в этом случае на основе его данных можно проследить эволюцию медиаобраза политика-информанта), также другими исследователями, так как ИС «Семограф» – это многопользовательская программа, в которой с одним и тем же корпусом в реальном времени могут работать несколько аналитиков, имеющих к нему доступ.

Заключение

Интернет-среда превращается в пространство открытого общения, обсуждения и выражения мнения, в частности для оценки актуальных социальных, политических и других событий, как на страницах многочисленных социальных сетей, так и на форумах сайтов медийных изданий. В сознании реципиента медиаинформации зарождается медиаобраз – образ-отражение сформированного СМИ образа мира. Спонтанные высказывания-реакции на деятельность политиков интернет-пользователей выступают оптимальным материалом для моделирования максимально объективных медиаобразов политической элиты. Реконструкция медийного образа языковой личности необходима, на наш взгляд, для ее всестороннего лингвоперсонологического описания. Корпусный подход к реконструкции медиаобразов, реализованный в рамках Информационной системы «Семограф», позволяет получить достоверные и объективные данные, основанные на репрезентативной выборке. Разработанная нами исследовательская программа моделирования медиаобраза языковой личности политического деятеля на основе корпуса медиатекстов интернет-пользователей о нем в настоящий момент апробируется в рам-

ках лингвоперсонологического описания языковых личностей наиболее видных представителей российской политической элиты (В. Путина, Д. Медведева, Г. Зюганова, Б. Немцова [8, 9], В. Жириновского и А. Навального), и полученные нами первичные результаты позволяют назвать корпусный метод в сочетании с графосемантическим моделированием вполне надежным специфическим лингвоперсонологическим методом исследования, синтезирующим приемы сбора фактических данных и многоаспектного анализа такого многогранного объекта исследования, которым является языковая личность.

Список литературы

1. **Иванцова, Е. В.** Проблемы формирования методологических основ лингвоперсонологии / Е. В. Иванцова // Вестник Томского государственного университета. – 2008. – № 3. – С. 27–43.
2. **Чеботникова, Т. А.** Речевое поведение личности: технологический аспект описания / Т. А. Чеботникова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Гуманитарные науки. – 2012. – № 1. – С. 125–131.
3. **Марущак, А. В.** Политико-социальный образ России в американском медиапространстве / А. В. Марущак // Журналистский ежегодник. – 2012. – № 1. – С. 93–96.
4. **Богдан, Е. Н.** Медиаобраз России как понятие теории журналистики / Е. Н. Богдан // Вестник Московского университета. Серия 10, Журналистика. – 2007. – № 4. – С. 122–127.
5. **Галинская, Т. Н.** Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике / Т. Н. Галинская // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2013. – № 11. – С. 91–94.
6. **Белоусов, К. И.** Имиджевый дискурс как механизм ориентации избирателя в политическом пространстве / К. И. Белоусов, Н. Л. Зелянская // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2011. – № 11. – С. 107–110.
7. **Зубанова, Л. Б.** Современное медиапространство: подходы к исследованию и принципы интерпретации / Л. Б. Зубанова // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. – 2008. – № 2. – С. 6–17.
8. **Галинская, Т. Н.** Контент-аналитическое исследование медийного образа российского политика (на материале комментариев интернет-пользователей о Б. Немцове) / Т. Н. Галинская // Политическая лингвистика. – 2013. – № 4. – С. 91–98.
9. **Галинская, Т. Н.** Реконструкция медиаобраза политика как способ лингвоперсонологического описания коллективной языковой личности (на материале комментариев интернет-пользователей о Б. Немцове) / Т. Н. Галинская // Успехи современного естествознания. – 2014. – № 1. – С. 63–66.
10. **Караулов, Ю. Н.** Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М. : Просвещение, 1987. – 264 с.
11. **Шаров, С. А.** Представительный корпус русского языка в контексте мирового опыта / С. А. Шаров // НТИ. Серия 2. – 2003. – № 6. – С. 9–17.
12. **Баранов, А. Н.** Проблема репрезентативности корпуса данных (на примере политической метафористики) / А. Н. Баранов // Диалог-2001 : тр. Междунар. семинара по компьютерной лингвистике и ее приложениям. – Аксаково, 2001. – С. 68–74.
13. **Barlow, M.** Corpus linguistics and theoretical linguistics / M. Barlow // International Journal of Corpus Linguistics. – 2011. – Vol. 16. – Issue 1. – P. 3–44.
14. **Lindquist, H.** Corpus Linguistics in cyberspace / H. Lindquist // International Journal of Corpus Linguistics. – 2008. – Vol. 13. – Issue 4. – P. 551–563.
15. **McEnery, T.** Corpus Linguistics / T. McEnery, A. Wilson. – Edinburgh : Edinburgh University Press, 1999. – 312 p.

16. **Johnston, T.** From archive to corpus: Transcription and annotation in the creation of signed language corpora / T. Johnston // *International Journal of Corpus Linguistics*. – 2010. – Vol. 15, № 1. – P. 106–131.
17. **Neuendorf, K.** Content-analysis: guidebook / K. Neuendorf. – London : Sage Publications, 2002. – 301 p.
18. **Wynne, M.** Stylistics: corpus approaches / M. Wynne. – Oxford University, 2005. – Vol. 5. – P. 14–27.
19. **Баранов, Д. А.** Система графосемантического моделирования / Д. А. Баранов, К. И. Белоусов, И. В. Влацкая, Н. Л. Зелянская. – URL: <http://семогрф.рф>; <http://new.semograf.com>.
20. **Krippendorff, K.** Content-analysis: an introduction to its methodology / K. Krippendorff. – London : Sage Publications, 2004. – 413 p.

References

1. Ivantsova E. V. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Tomsk State University]. 2008, no. 3, pp. 27–43.
2. Chebotnikova T. A. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy. Povolzhskiy region. Gumanitarnye nauki* [University proceedings. Volga region. Humanities]. 2012, no. 1, pp. 125–131.
3. Marushchak A. V. *Zhurnalistskiy ezhegodnik* [Journalistic yearbook]. 2012, no. 1, pp. 93–96.
4. Bogdan E. N. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10, Zhurnalistika* [Bulletin of Moscow University. Series 10, Journalism]. 2007, no. 4, pp. 122–127.
5. Galinskaya T. N. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Orenburg State University]. 2013, no. 11, pp. 91–94.
6. Belousov K. I., Zelyanskaya N. L. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Orenburg State University]. 2011, no. 11, pp. 107–110.
7. Zubanova L. B. *Vestnik Chelyabinskoy gosudarstvennoy akademii kul'tury i iskusstv* [Bulletin of Chelyabinsk State Academy of Culture and Arts]. 2008, no. 2, pp. 6–17.
8. Galinskaya T. N. *Politicheskaya lingvistika* [Political linguistics]. 2013, no. 4, pp. 91–98.
9. Galinskaya T. N. *Uspekhi sovremennoy estestvoznaniya* [Progress of modern natural science]. 2014, no. 1, pp. 63–66.
10. Karaulov Yu. N. *Russkiy yazyk i yazykovaya lichnost'* [Russian language and linguistic personality]. Moscow: Prosveshchenie, 1987, 264 p.
11. Sharov S. A. *NTI. Seriya 2* [NTI. Series 2]. 2003, no. 6, pp. 9–17.
12. Baranov A. N. *Dialog-2001: tr. Mezhdunar. seminara po komp'yuternoy lingvistike i ee prilozheniyam* [Dialogue-2001: proceedings of the seminar on computer linguistics and applications thereof]. Aksakovo, 2001, pp. 68–74.
13. Barlow M. *International Journal of Corpus Linguistics*. 2011, vol. 16, issue 1, pp. 3–44.
14. Lindquist H. *International Journal of Corpus Linguistics*. 2008, vol. 13, issue 4, pp. 551–563.
15. McEnery T., Wilson A. *Corpus Linguistics*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1999, 312 p.
16. Johnston T. *International Journal of Corpus Linguistics*. 2010, vol. 15, no. 1, pp. 106–131.
17. Neuendorf K. *Content-analysis: guidebook*. London: Sage Publications, 2002, 301 p.
18. Wynne M. *Stylistics: corpus approaches*. Oxford University, 2005, vol. 5, pp. 14–27.
19. Baranov D. A., Belousov K. I., Vlatskaya I. V., Zelyanskaya N. L. *Sistema grafosemanticheskogo modelirovaniya* [System of graphic-semantic modeling]. Available at: <http://semogrf.rf>; <http://new.semograf.com>.
20. Krippendorff K. *Content-analysis: an introduction to its methodology*. London: Sage Publications, 2004, 413 p.

Галинская Татьяна Николаевна

кандидат педагогических наук, доцент,
кафедра романо-германских языков
и методики преподавания иностранного
языка, Оренбургский государственный
педагогический университет
(Россия, г. Оренбург, ул. Советская, 19)

E-mail: galinskaya@rambler.ru

Galinskaya Tat'yana Nikolaevna

Candidate of pedagogical sciences,
associate professor, sub-department
of Romanic and Germanic languages
foreign language teaching methods,
Orenburg State Pedagogical University
(19 Sovetskaya street, Orenburg, Russia)

УДК 81-13

Галинская, Т. Н.

Корпусный подход в реконструкции медиаобраза языковой личности политика / Т. Н. Галинская // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Гуманитарные науки. – 2014. – № 2 (30). – С. 114–124.