

УДК 81'27

DOI: 10.17223/26188422/6/2

Н. А. Мишанкина

**АСПЕКТЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МЕДИАСРЕДЫ
И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СООБЩЕСТВ
(К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ)**

В статье рассматривается проблема, связанная с изменением структуры медиасреды и коммуникации в профессиональных сообществах и обусловленная появлением нового коммуникативного пространства. Интернет с его телекоммуникационными технологиями создал условия для трансформации целого ряда дискурсивных областей за счет значительного расширения форм и способов взаимодействия, появления новых дискурсивных практик. Представляется, что их исследование наиболее эффективно может быть осуществлено с применением дискурсивной методологии.

Ключевые слова: *медиасреда, профессиональные сообщества, профессиональная коммуникация, интернет-коммуникация, профессиональные интернет-ресурсы.*

Изменение медийной среды, ее значительное расширение за счет интернета, послужило катализатором для развития социально значимых коммуникаций, к каковым, без сомнения, может быть отнесена профессиональная коммуникация. Фундаментальная проблема, которая видится нам в этой динамике, связана с изучением форм реального существования и развития дискурсивных областей профессиональных сообществ. Ведь одним из наиболее продуктивных подходов к изучению социальных коммуникаций в последнее время считается дискурсивный, синтезирующий собственно лингвистические, социальные, культурные и исторические аспекты взаимодействия.

Современная лингвистика в движении «от языка к речи», заданном во второй половине XX в., обращается к изучению реальных процессов и форм речевой деятельности в рамках дискурсивного подхода. Однако исследования в этой области показывают, что само понятие дискурса остается достаточно неопределенным (обращение к спектру определений в работе П. Сериио в сборнике «Квадратура смысла» позволяет говорить о том, что ситуация не стала яснее) [1. С. 25–27].

Также нельзя признать полностью удовлетворительными попытки выделения и типологизации дискурсивных областей: те, что мы наблюдаем, как правило, проводятся по разным основаниям (ср. дискурс войны vs юридический дискурс vs виртуальный дискурс) и не всегда учитывают все формы коммуникативного поведения как систему дискурсивных практик, а также игнорируют явление поли- и интердискурсивности. Об этой сложности и неоднозначности организации дискурса как поля рассеянных событий писал один из отцов-основателей дискурсивного подхода М. Фуко [2].

Как правило, попытки представления моделей определенных дискурсивных формаций сталкиваются с двумя ключевыми проблемами: 1) сложностью разграничения дискурсов на основании одного параметра, обусловленной разнообразием видов речевой деятельности, и 2) внутренней и внешней динамикой, обусловленной самой природой дискурсивной формации. Это, например, в полной мере относится и к такой, достаточно стабильной и легко определяемой социально дискурсивной институционализированной формации, как профессиональная речевая деятельность. Вместе с тем исследования последних лет позволили выявить формы устойчивых речевых практик, не учтенные в разработанных на текущий момент типологиях дискурсивных областей. К таковым могут быть отнесены: неофициальные формы коммуникации в профессиональных сообществах, например медицинском (О.С. Зубкова, Д.В. Казакова), новые формы междискурсивных взаимодействий, обусловленные как новыми вызовами к профессиональным сообществам со стороны социума, так и параметрами новых коммуникативных областей (интернет, в том числе социальные сети).

Взаимодействие в профессиональных областях, профессиональная коммуникация, всегда было одной из наиболее значимых для общества форм социальной организации и стратификации, многие профессиональные корпорации имеют давнюю историю (медицинская, юридическая) и продолжают развиваться по сей день. В то же время возникают и активно развиваются новые профессии, формируются новые профессиональные объединения, например ИТ. Профессия как деятельность занимает значительную часть жизни каждого члена социума и в количественном, и в содержательном плане. Более того, если человек не включен в профессиональное сообщество, то он как бы «не существует» для общества (ср. пренебрежительное отношение к домохозяйкам). По мнению Е.И. Головановой, «профессиональная

деятельность выступает составной частью культуры этноса, она аккумулирует особенности данной культуры и вместе с тем формирует ее специфику» [З. С. 229].

Научный взгляд на профессиональную коммуникацию связан с множеством параметров этого вида социальной организации: исследуются социальные (корпоративные), психологические, лингвистические, дидактические, собственно профессиональные аспекты. В настоящее время профессиональная коммуникация понимается в научной литературе как система речевых практик в социально-профессиональной области, которая объединяет носителей языка, принадлежащих к профессиональному сообществу, и соответствует требованиям профессионального взаимодействия [3–5]. Исходя из этого определения, стоит признать, что одним из значимых параметров этого типа коммуникации всегда выступала специфика языковых структур. Вариант общенационального языка, используемый в профессиональной коммуникации, имеет в литературе различные наименования: *корпоративный язык / подъязык, профессиональный язык / подъязык, специальный язык / подъязык, язык для специальных целей*. Именно он в первую очередь попадает в поле внимания ученых-лингвистов. Первоначально исследовательские интересы в этой области фокусировались в описании собственно профессиональной части – терминосистем отдельных дисциплин (А.А. Реформатский, В.В. Виноградов, М.В. Лейчик, Л.А. Капанадзе, Т.Л. Канделаки, В.Н. Прохорова, О.В. Фельде и др.). Позже акцент был перенесен на изучение социальных аспектов профессиональных языков (Э.В. Гафиятова, Е.И. Голованова, А.С. Кобыскан, В.П. Коровушкин, Л.З. Подберезкина, М.И. Солнышкина, Т.Н. Хомутова), в литературе они определяются как *социолекты* и рассматриваются как отдельные области социального взаимодействия. Подобная логика наблюдается и в работах зарубежных исследователей (L. Hoffmann, K.D. Baumann, H. Weinrich, H. Fluck, J. Trim и др.).

Тем не менее, область профессиональной коммуникации, как дискурсивное образование, еще редко выступает объектом исследовательского интереса в российской лингвистике и, по преимуществу, осмысливается как новая проблемная область. К наиболее изученным в российской лингвистике можно отнести коммуникацию в медицине и юриспруденции (Л.С. Бейлинсон, Л.А. Борисова, Н.А. Дзараева, О.В. Косоногова, Е.А. Костяшина, Л.А. Нефедова, Э.Ш. Никифорова, Р.А. Рогожникова, К.А. Устинова, Л.С. Шуравина). В то же время ве-

дуются исследования других видов профессиональной коммуникации: экономистов [6], журналистов [7–10], сферы услуг [11], фотографов [12], спортсменов [13], авиаторов [14], инженеров [15], военных [16].

Дискурсивный подход позволяет взглянуть на профессиональную коммуникацию как на систему дискурсивных (речевых) практик, позволяющих реализовать самые разные цели пользователей дискурса. Профессиональная коммуникация может быть ориентирована в разных направлениях: 1) на участников сообщества с целью координирования информационных потоков в рамках профессионального взаимодействия; 2) на социум в целом с целью позиционирования в социальном пространстве. Социальный имидж профессионального сообщества – одна из главных его задач, так как формирование позитивного образа профессии, повышение социального статуса влечет за собой доступ к ресурсам, дает возможность оказывать влияние на общество. Имидж профессии может изменяться с течением времени как результат работы сообщества в этом направлении либо под давлением внешних обстоятельств. Так, в работе немецкого историка С. Шаттенберг «Инженеры Сталина: Жизнь между техникой и террором в 1930-е годы» [17] представлен репрезентативный обзор литературных, кинематографических, газетных источников, отразивших смену идеологического взгляда на профессиональное сообщество инженеров и сформировавших образ нового инженера. Изменения социально-политической реальности, как правило, отражаются в жизни всего общества. Особенно это заметно при смене государственного строя и идеологических ориентиров. Последствия Октябрьской революции 1917 г. ощутимо отразились на всех профессиональных сообществах России: изменились социальный статус, образ профессиональной деятельности для врачей, представителей интеллектуальных профессий, в том числе инженеров. Сюзанна Шаттенберг последовательно показывает трансформации корпоративной символики, этики, традиций инженерного образования и специфики профессиональной деятельности, формируя из обломков технической интеллигенции нового «советского инженера». Значительную роль в этом процессе сыграли средства массовой информации, автор пишет о последовательном уничтожении инженеров старой формации путем создания «дискурса о вредителях» в прессе, литературе и кино. В то же время формируется *инженер нового типа*, над положительным образом которого работают лучшие представители творческой интеллигенции.

Значительное внимание представителям различных видов деятельности всегда уделяла советская журналистика, моделируя ситуацию профессионального равенства, но, вместе с тем, предпочтение отдавалось все же представителям рабочих профессий. Однако старейшие профессиональные корпорации всегда имели место в медийном пространстве, вспомним такие известные теле- и радиопрограммы, как «Здоровье», «Человек и закон», «Очевидное – невероятное», «Театральные встречи», «Наука и техника», «Писатель у микрофона», «Культура», создающие медийный канал для медиков, юристов, ученых, работников искусства и культуры [18].

Развитие интернет-коммуникаций дает новые возможности для самых разных форм профессионального взаимодействия. Эта область коммуникации оказывает активное влияние и на позиционирование профессиональных сообществ. Современный интернет все более уподобляется реальному социальному пространству: в нем представлены практически все социальные сообщества, имеющие самый разный социальный статус. В работе Р.Н. Абрамова, исследующего социальные аспекты профессиональной коммуникации, в том числе пути получения профессиональной информации, отмечается, что в качестве наиболее распространенного канала профессиональной коммуникации респонденты указывают интернет [15]. Мы можем наблюдать своего рода экспансию профессиональной коммуникации в пространство интернета. С одной стороны, возникают новые формы профессиональной коммуникации – посреднические, существующие на границе профессионального сообщества и остального социума. К таковым можно отнести формы презентации профессионального сообщества в медиасреде, самые разнообразные ресурсы, связанные с позиционированием сообщества в социуме прямым или косвенным образом [19]. С другой стороны, расширяется область публичной коммуникации внутри профессионального сообщества. Увеличивается доля неофициальных профессиональных взаимодействий благодаря ресурсам, предоставляющим возможность неофициальной коммуникации. В этой связи актуализируется проблема описания дискурсивных практик и форм речевого поведения в интернет-коммуникации представителей различных профессиональных сообществ (журналистов, инженеров, медицинских работников, переводчиков, психологов, работников сферы образования, торговли, туризма, юристов, экономистов, экспертов – судебно-медицинских, лингвокриминалистов, тех-

нических – и др.) в аспекте их дискурсивной (полидискурсивной?) природы.

Второй аспект проблемы, на котором сосредоточен фокус исследовательского интереса, – сопоставительный. Языковая специфика интересующих нас профессиональных областей недостаточно изучена в аспекте системы речевых практик в целом, она была частично описана в работах, посвященных различным видам профессиональной коммуникации, но некоторые формы собственно профессиональной (производственная деятельность, работа с клиентами, позиционирование сообщества и отдельных его представителей в социальном (интернет) пространстве – медиатизация профессионального сообщества) и неофициальной профессиональной коммуникации (профессиональные интернет-форумы) не выступали ранее объектом описания, так как занимают позицию, не попадающую в поле институализированных дискурсов.

Третий аспект связан с необходимостью описания дискурсивных практик в области взаимодействия профессиональных дискурсов в новых коммуникативных условиях, так как многие сообщества формируют новые виды профессиональной коммуникации – посреднические, существующие на границе профессионального сообщества и остального социума. К таковым можно отнести формы презентации профессионального сообщества в медиасреде, самые разнообразные ресурсы, связанные с позиционированием сообщества в социуме прямым или косвенным образом.

В качестве базовой методологии в нашем исследовании предлагается дискурсивный подход, позволяющий охарактеризовать исследуемые объекты с точки зрения их коммуникативного позиционирования и цели, структуры, жанрового своеобразия, языковой специфики. Основой методологических установок анализа дискурса является последовательно констатируемая взаимозависимость языковых параметров текста (высказывания) и социальных условий (начиная от интенций говорящего, ситуации текстопорождения, социальной области, в рамках которой она осуществляется), а также системы ценностей и мировоззренческих установок, определяемых на настоящем этапе развития профессионального сообщества. Такой подход был предложен ранее в работах М. Фуко [2], представителями французской школы анализа дискурса [1], критическом дискурс-анализе [20], в исследовательских проектах Т. ван Дейка [21] и реализован по пре-

имуществу на материале научной, политической, рекламной коммуникации и т.п. Применение его к области профессиональной коммуникации предполагает корректировку системы методических приемов. В этом случае исследовательская процедура представляет собой поэтапный анализ, включающий в качестве приемов социолингвистические (характеристика среды коммуникации, конситуации, социальных ролей участников коммуникативного акта) и собственно лингвистические методы (текстологический, структурно-семантический, стилистический анализ), а также анализ социального контекста и системы мировоззренческих установок.

Современные исследования интернета позволяют утверждать, что его виртуальное пространство оценивается и маркируется пользователями, в первую очередь, как пространство социальное, в котором формируются социально значимые топосы, реализующие различные варианты существующих форм коммуникативного взаимодействия. Условно их можно разбить на четыре класса:

- 1) коммуникационные – сайты, предоставляющие почтовые ресурсы, чаты, форумы;
- 2) информационные – сайты, порталы, на которых размещен любой информационный контент (от новостных лент до интернет-магазинов);
- 3) развлекательные – сайты, размещающие в сети игры, музыкальные ресурсы и т.п.;
- 4) инструментальные – поисковые сайты, сайты, предлагающие софт [22].

Дискурсивная специфика интернет-коммуникации во многом связана с техническими параметрами ее реализации. Во-первых, парадоксальность хронотопа, состоящая в различии пространственно-временной локализации, обусловлена положением коммуникантов в компьютерной коммуникации, не предполагающим непосредственный контакт. За счет этого коммуникант одновременно изолирован и включен в коммуникацию. Во-вторых, отсутствие непосредственного контакта приводит к редуции параметров естественной коммуникации, переводя ее вербально-визуальный регистр. Редуцированные параметры восполняются за счет опоры на разнообразные семиотические ресурсы. В-третьих, невозможность непосредственного наблюдения коммуниканта дает ему, в свою очередь, возможность изменять собственные коммуникативные параметры, моделировать свой образ,

опираясь на различные семиотические и текстовые ресурсы интернета. Это определяет еще один специфический дискурсивный параметр – принципиальную интертекстуальность и интердискурсивность этой области [23].

Рассмотренные дискурсивные параметры обуславливают, в свою очередь, параметризацию социальных коммуникаций на их основе. Рассмотрим их с точки зрения модели, представленной в работе М.М. Лукиной, И.Д. Фомичевой [24. С. 8–10]. Итак, социальные коммуникации в интернете могут быть охарактеризованы как социальные, реализующиеся для общества в целом, глобальные – не ограниченные пространственно, технически опосредованные, публичные, как адресные, так и рассеянные, политематические, полижанровые, полифункциональные, горизонтальные, неполяризованные в аспекте распределения ролей.

В рамки этой модели укладываются различные способы представления в интернет-среде профессиональных сообществ:

1. Информационно-справочные ресурсы: «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>), Бесплатный фармакологический справочник онлайн (<http://www.spravocnikpolekarstvam.ru>), «Онлайн доктор» (<https://onlinedoctor.ru>), GEOLIB.NET Справочник по геологии (<http://www.geolib.net>) и др.

2. Порталы / сайты корпораций.

3. Сайты отдельных персон, представляющих профессиональные корпорации: А. Курпатов (<http://www.kurpatov.ru>), А. Мясников (<https://drmyasnikov.ru/>), адвокат А.И. Устюгов (<http://ustugov.tom.ru>) и др.

4. Отдельные публикации на информационных порталах, посвященные профессиональным событиям: «Томич создал кулинарный сайт с рецептами от шеф-поваров» (<https://news.vtomske.ru/article/158640-tomich-sozdal-kulinarnyi-sait-s-receptami-ot-shef-povarov>).

5. Профессиональные форумы: Форум машиностроителей (<http://www.i-mash.ru/forum>), Строительный форум (<http://stroitelniportal.ru/forum>), Коневодство (<https://www.agroxxi.ru/forum/f61>), Форум сантехников (www.santehniki.com).

6. Профессиональные чаты.

7. Сообщества в социальных сетях. Например, при поиске сообществ в социальной сети «ВКонтакте» на запрос «инженер» мы получили выдачу 10 132 сообществ (Чудеса инженерной мысли / Наука / 909 241; Я у бати инженер! / Юмор / 385 962; Чудеса инженерии 2.0 /

Открытая группа / 253 007; Студент Инженер / Образование / 105 446; Сообщество инженеров / Строительство, ремонт / 41 706) [25].

Предметом обсуждения в рамках такой профессиональной коммуникации в интернет-среде становится самая разная проблематика:

- решение собственно профессиональных вопросов, обмен профессиональной информацией;
- имидж и работа с клиентами за счет позиционирования в социальном пространстве корпораций или их отдельных представителей;
- неформальная профессиональная коммуникация;
- коммуникация вне профессиональных тем.

Например, на Форуме машиностроителей наряду с сугубо специальными темами («Редуктор с двумя выходными валами», «Технология обработки поверхности стальной детали и назначение», «САПР Сварка для Компас», «Термообработка плиты для спайки пластика») обсуждаются и менее специализированные задачи: «Как крепим елку?», «Как доказать начальству что инженер достоин большего?», «В Европе отменили сопромат? :-), «Вакансии и предложения о работе», «Инженеры в кино».

Строительный форум предлагает для обсуждения профессиональные темы («Видео ремонта в Томске», «Замена труб», «Все о фундаменте и не только»), а также темы, связанные с бизнесом («Дополнительный доход строителей») и имиджем отдельных представителей сообщества («Черный список строителей в Томске»).

Форум коневодов посвящен обсуждению как общих вопросов по содержанию и разведению лошадей, так и очень частных («Как выкормить жеребенка?», «Как отучить лошадей от нехороших привычек?»). Вместе с тем здесь же размещены темы, связанные с мероприятиями презентационного характера («Новогодние конные представления», «Эксклюзивное интервью с исполнительницей номера “Леди Совершенство” Орловой Е.О.», «Ежегодная международная выставка Equiros 2015 Москва. Авторская статья о ситуации с коневодством и видеобзор») и отзывам («Наталья Андрейченко похвалила конный номер по мотивам фильма “Мэри Поппинс, до свидания!”»).

Подводя итоги, можно говорить о том, что:

1) появление новой коммуникативной среды повлекло за собой трансформацию традиционных форм включенности профессиональных сообществ в медийное пространство;

2) исследование форм и способов вхождения профессиональных сообществ в медиaprостранство может быть реализовано на основе многокомпонентной модели, включающей:

– описание системы дискурсивных практик (в том числе речевых) интернет-коммуникации, объединяющих профессиональное сообщество;

– системное описание лингвистической специфики профессиональной коммуникации в интернет-среде;

– характеристику жанрового состава и составление типологии текстов профессиональной коммуникации в интернет-среде;

– описание системы ценностей и мировоззренческих установок (корпоративные ценности, идеология), отраженных в текстах представителей профессиональных сообществ в интернет-коммуникации;

– описание динамических процессов, происходящих в рамках профессионального языка в интернет-коммуникации.

Литература

1. Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса : пер. с фр. и португ. / общ. ред. и вступ. ст. П. Серию ; предисл. Ю. С. Степанова. М., 1999. 416 с.
2. Фуко М. Археология знания / пер. с фр. М. Б. Раковой, А. Ю. Серебрянниковой ; вступ. ст. А. С. Колесникова. СПб., 2004. 416 с.
3. Голованова Е. И. Категория профессионального деятеля: Формирование. Развитие. Статус в языке. Челябинск, 2004. 330 с.
4. Голованова Е. И. Профессиональный дискурс, субдискурс, жанр профессиональной коммуникации: соотношение понятий // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2013. № 1 (292), вып. 73. С. 32–35.
5. Голованова Е. И. Типология единиц профессиональной коммуникации: когнитивно-прагматический аспект // Вестник Челябинского государственного университета. 2008. № 9. С. 25–28.
6. Куликова О. В. Дискурсивно-прагматические характеристики профессиональной коммуникации (на примере экономического дискурса) // Вестник МГЛУ. 2013. Вып. 8 (668). С. 9–24.
7. Голованова Е. И. Языковая игра в профессиональной коммуникации // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива. 2017. № 2. С. 39–52.
8. Рачков М. П. К портрету журналиста Дмитрия Киселёва // Вопросы теории и практики журналистики. 2014. № 1. С. 99–104.

9. *Вайрах Ю. В., Гилева А. М.* Профессионализмы как языковой факт журналистского дискурса // Постулат. 2016. № 6 (8). С. 13.
10. *Попова М. А.* Профессиональная языковая личность журналиста в свете лингвориторического подхода // Коммуникация в современном мире : материалы Всерос. науч.-практ. конф. Воронеж, 2017. С. 168–170.
11. *Антипова Е. А.* Профессиональная коммуникация сферы услуг (на примере сопоставления торговли и образования) // *Lingua mobilis*. 2011. № 6 (32). С. 47–50.
12. *Голованова Е. И.* Отражение профессионального восприятия мира в устной коммуникации фотографов // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. № 24 (239). С. 208–211.
13. *Габдуллина А. Х.* Японизмы в профессиональной коммуникации спортсменов // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 37 (328). С. 77–79.
14. *Мельникова М. А.* Интернет-коммуникация в профессиональных авиационных сообществах // Научный вестник МГТУ ГА. 2015. № 215. С. 127–132.
15. *Абрамов Р. Н.* Профессиональные коммуникации российских инженерно-технических специалистов: эмпирический анализ // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2016. Т. 16, № 3. С. 586–597.
16. *Гараева Л. М., Баклашова Т. А.* Реализация дихотомии «свой» – «чужой» в профессиональной коммуникации посредством инвективных номинаций (на примере русского и английского языков) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 7–1 (61). С. 70–72.
17. *Шаттенберг С.* Инженеры Сталина: Жизнь между техникой и террором в 1930-е годы // Портал «ВикиЧтение». URL: <https://history.wikireading.ru/260788> (дата обращения: 12.11.2018).
18. Музей телевидения и радио в Интернете. URL: http://www.tvmuseum.ru/catalog.asp?ob_no=10515&pg=1.
19. *Загидуллина М. В.* Возрастание роли PR-компетенций в условиях медиатизации социума // Вестник Челябинского государственного университета. 2016. № 13 (395). С. 76–80.
20. *Филлипс Л. Дж., Йоргенсен М. В.* Дискурс-анализ. Теория и метод. Харьков, 2004. 336 с.
21. *Дейк Т. ван.* Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации : пер. с англ. М., 2013. 337 с.
22. *Трофимова Г. Н.* Языковой вкус интернет-эпохи в России (функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты). URL: <http://planeta.gramota.ru/gnt.html>.
23. *Мишанкина Н. А.* Социальные нормы в Интернет-коммуникации: социолингвистический аспект // Гуманитарная информатика. 2013. № 7. С. 72–78.

24. Лукина М. М., Фомичева И. Д. СМИ в пространстве Интернета : учеб. пособие. М., 2005. 87 с.
25. Мишанкина Н. А., Скрипченко Н. В. Трансформация современной медиасреды в аспекте включенности профессиональных сообществ // Журналистика регионов: дискурсы и медиапрактики : материалы Междунар. науч.-практ. онлайн-конференции (22 ноября 2018 г., г. Томск). М., 2019. С. 35–39.

Mass Media Content and Professional Communities' Interaction Aspects (The Problem Statement)

Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies. 2019. 6. pp. 45–59.

Natalia A. Mishankina, Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: mna@tpu.ru

DOI: 10.17223/26188422/6/2

Keywords: mass media content, professional communities, professional communication, Internet communication, professional Internet resources.

The article is devoted to the problem of changes in the structure of the media environment and communication in professional communities in connection with the emergence of a new communicative space. The change in the media content and its significant expansion through the Internet have catalyzed the development of socially significant communications. This fundamental problem is associated with the study of forms of real existence and the development of discursive areas. As a rule, attempts to present models of certain discursive formations encounter two difficulties: (1) the differentiation of discourses and (2) the dynamics due to the nature of the discursive formation. Recent studies have revealed the forms of professional communities' sustainable speech practices. These may include forms of communication informal, new forms of interdiscursive interactions caused by challenges to professional communities from society, and the parameters of new communication areas (the Internet, including social network services). Professional communication goes in different directions: (1) targets community members to coordinate information flows within the framework of professional interaction; (2) targets society as a whole to take up a position in the social space. At present, there is an expansion of professional communication in the Internet: on the one hand, new forms of professional communication, called intermediary, are emerging. They exist on the border of the professional community and the rest of society, for example, presentation forms of the professional community in the media content, the most diverse resources related to the positioning of the community in society in a direct or indirect way. On the other hand, the field of public communication within the professional community is expanding. The number of informal professional interactions is increasing thanks to resources providing the opportunity for informal communication. The author takes the discursive approach as the basic methodology, which allows characterizing the objects under study in terms of their communicative positioning and purpose, structure, genre originality, linguistic specificity. In this case, the analysis procedure is a step-by-step analysis, which includes sociolinguistic methods (characterization of the communication environment, con-situation, and social roles of participants in a

communicative act) and proper linguistic methods (textual, structural-semantic, stylistic analysis), analysis of the social context and the system of worldviews. Thus, the study of the forms and methods of entering professional communities into the media space can be implemented on the basis of a multicomponent model, including the description of the system of professional community's Internet communication discursive practices; a systematic description of the linguistic specifics of professional communication on the Internet; characterization of the genre composition and compilation of text typology; description of the value system and worldviews (corporate values, ideology); description of the dynamic processes occurring within the framework of a professional language in Internet communication.

References

1. Seriot, P. (ed.) (1999) *Kvadratura smysla: Frantsuzskaya shkola analiza diskursa* [The Quadrature of Meaning: The French School of Discourse Analysis]. Translated from French and Portuguese. Moscow: Progress.
2. Foucault, M. (2004) *Arkheologiya znaniya* [The Archeology of Knowledge]. Translated from French by M.B. Rakova, A.Yu. Serebryannikova. St. Petersburg: Gumanitarnaya akademiya.
3. Golovanova, E.I. (2004) *Kategoriya professional'nogo deyatelya: Formirovanie. Razvitiye. Status v yazyke* [The Category of a Professional Agent: Formation. Development. Status in the Language]. Chelyabinsk: Chelyabinsk State University.
4. Golovanova, E.I. (2013) Professional'nyy diskurs, subdiskurs, zhanr professional'noy kommunikatsii: sootnoshenie ponyatiy [Professional Discourse, Sub-Discourse, Genre of Professional Communication: Correlation of Concepts]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya. Iskusstvovedenie – Bulletin of Chelyabinsk State University. Philology. Art Criticism*. 1 (292):73. pp. 32–35.
5. Golovanova, E.I. (2008) Tipologiya edinits professional'noy kommunikatsii: kognitivno-pragmaticheskiy aspekt [Typology of Units of Professional Communication: A Cognitive-Pragmatic Aspect]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta – Bulletin of Chelyabinsk State University*. 9. pp. 25–28.
6. Kulikova, O.V. (2013) Discursive and Pragmatic Characteristics of Professional Communication (On the Basis of Economic Discourse). *Vestnik MGLU*. 8 (668). pp. 9–24. (In Russian).
7. Golovanova, E.I. (2017) Language Game in Professional Communication. *Ural'skiy filologicheskii vestnik. Seriya: Yazyk. Sistema. Lichnost': Lingvistika kreativa – Ural Journal of Philology*. 2. pp. 39–52. (In Russian).
8. Rachkov, M.P. (2014) For the Portrait of Journalist Dmitry Kiselyov. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki – Theoretical and Practical Issues of Journalism*. 1. pp. 99–104. (In Russian).
9. Vayrakh, Yu.V. & Gileva, A.M. (2016) Professionalism as a Linguistic Fact of Journalistic Discourse. *Postulat*. 6 (8). p. 13. (In Russian).

10. Popova, M.A. (2017) [Professional Language Personality of a Journalist in the Light of the Linguistic Approach]. *Kommunikatsiya v sovremennom mire* [Communication in the Modern World]. Proceedings of the All-Russian Conference. Voronezh: Voronezh State University. pp. 168–170. (In Russian).
11. Antipova, E.A. (2011) Professional Communication in Service Sphere (Comparing Trade and Education). *Lingua mobilis*. 6 (32). pp. 47–50. (In Russian).
12. Golovanova, E.I. (2011) Otrazhenie professional'nogo vospriyatiya mira v ustnoy kommunikatsii fotoagrafov [Reflection of the Professional Perception of the World in the Oral Communication of Photographers]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta – Bulletin of Chelyabinsk State University*. 24 (239). pp. 208–211.
13. Gabdullina, A.Kh. (2013) Japanese Borrowings in Professional Communication of Sportsmen. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta – Bulletin of Chelyabinsk State University*. 37 (328). pp. 77–79. (In Russian).
14. Mel'nikova, M.A. (2015) Internet Communication in Professional Aviation Communities. *Nauchnyy vestnik MGTU GA – Civil Aviation High Technologies*. 215. pp. 127–132. (In Russian).
15. Abramov, R.N. (2016) Professional Communications of Russian Technical and Engineering Specialists: Empirical Analysis. *Vestnik RUDN. Seriya: Sotsiologiya – RUDN Journal of Sociology*. 16 (3). pp. 586–597. (In Russian).
16. Garaeva, L.M. & Baklashova, T.A. (2016) Realization of Dichotomy “One’s Own” - “Somebody Else’s” in Professional Communication Through Invective Nominations (By the Example of Russian and English). *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki – Philological Sciences. Issues of Theory and Practice*. 7–1 (61). pp. 70–72. (In Russian).
17. Shattenberg, S. (2018) *Inzheneriy Stalina: Zhizn' mezhdru tekhnikoy i terrorom v 1930-e gody* [Stalin’s Engineers: Life Between Technology and Terror in the 1930s]. [Online] Available from: <https://history.wikireading.ru/260788>.
18. *Museum of Television and Radio on the Internet*. [Online] Available from: http://www.tvmuseum.ru/catalog.asp?ob_no=10515&pg=1. (In Russian).
19. Zagidullina, M.V. (2016) Increasing Role of PR-Competences in the Mediatized Society. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta – Bulletin of Chelyabinsk State University*. 13 (395). pp. 76–80. (In Russian).
20. Phillips, L. & Jorgensen, M. (2004) *Diskurs-analiz. Teoriya i metod* [Discourse Analysis As Theory and Method]. Kharkov: Izd. Gum. tsentra.
21. Dijk, T. van. (2013) *Diskurs i vlast'. Reprezentatsiya dominirovaniya v yazyke i kommunikatsii* [Discourse, Power and Representation]. Translated from English. Moscow: Librokom.
22. Trofimova, G.N. (2009) *Yazykovoy vkus internet-epokhi v Rossii (funktsionirovanie russkogo yazyka v Internete: kontseptual'no-sushchnostnye dominanty)* [The Language Taste of the Internet Era in Russia (The Functioning of the Russian Language

- on the Internet: Conceptually Essential Dominants)]. Moscow: RUDN. [Online] Available from: <http://planeta.gramota.ru/gnt.html>.
23. Mishankina, N.A. (2013) Social Norms in the Internet-Communication: Sociolinguistic Aspect. *Gumanitarnaya informatika – Humanitarian Informatics*. 7. pp. 72–78. (In Russian).
 24. Lukina, M.M. & Fomicheva, I.D. (2005) *SMI v prostranstve Interneta* [Media on the Internet]. Moscow: MSU Faculty of Journalism.
 25. Mishankina, N.A. & Skripchenko, N.V. (2019) [Transformation of the Modern Media Environment in Terms of Professional Communities' Inclusion]. *Zhurnalistika regionov: diskursy i mediapraktiki* [Journalism of the Regions: Discourses and Media Practices]. Proceedings of the International Online Conference. Tomsk. 22 November 2018. Tomsk. Moscow: Rusayns. pp. 35–39. (In Russian).