

МЕДИАЛИНГВИСТИКА

Выпуск 5

Язык в координатах массмедиа

Материалы I Международной научно-практической
конференции

6–9 сентября 2016 г. Варна, Болгария



Санкт-Петербургский
государственный
университет

Шуменский университет
им. Епископа Константина
Преславского

Медиалингвистическая
комиссия Международного
комитета славистов

Санкт-Петербург 2016

ББК 76
М42

Рецензенты: д-р филос. наук *И. В. Анненкова* (Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова); д-р филол. наук *Б. Я. Мисонжников* (Санкт-Петербург. гос. ун-т)

Редакционный совет: *М. Войтак* (Люблин, Польша), *Ст. Гайда* (Ополе, Польша), *Дж. Ш. Аята* (Стамбул, Турция), *Т. ван Дейк* (Барселона, Испания), *Т. Г. Добросклонская* (Москва, Россия), *М. Ю. Казак* (Белгород, Россия), *О. Б. Сиротина* (Саратов, Россия), *Чжан Хуэйцин* (Пекин, Китай), *В. Е. Чернявская* (С.-Петербург, Россия), *Т. В. Чернышова* (Барнаул, Россия)

Редакционная коллегия: *В. Попова*, *Х. Христова*, *И. Костадинова* (Шумен. ун-т им. Епископа Константина Преславского, Болгария); *В. В. Васильева*, *Ю. М. Коняева* (С.-Петербург. гос. ун-т, Россия)

Научные редакторы: *Л. Р. Дускаева* (С.-Петербург. гос. ун-т, Россия); *Т. Г. Добросклонская* (Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Россия); *Д. Попов* (Шумен. ун-т им. Епископа Константина Преславского, Болгария)

Ответственный редактор *В. В. Васильева* (С.-Петербург. гос. ун-т, Россия)

Печатается по решению Оргкомитета I Международной научно-практической конференции «Язык в координатах массмедиа» 6–9 сентября 2016 г. Варна, Болгария

Медиалингвистика. Вып. 5. Язык в координатах массмедиа : матер. I Междунар. науч.-практ. конф. (6–9 сентября 2016 г. Варна, Болгария) / отв. ред. В. В. Васильева. — СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2016. — 290 с.
ISSN 2312-0274

В сборнике представлены доклады участников I Международной научно-практической конференции (6–9 сентября 2016 г. Варна, Болгария). Организаторами конференции явились Шуменский университет имени Епископа Константина Преславского, Лаборатория прикладной лингвистики при Шуменском университете имени Епископа Константина Преславского, Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета и Комиссия по медиалингвистике при Международном комитете славистов. В фокусе дискуссий находилось актуальное состояние и перспективы исследований, посвященных функционированию славянских языков в журналистской практике, в сфере PR и рекламы.

Тексты на русском, болгарском и английском языках. Фактические сведения приводятся в авторской редакции.

Сборник рассчитан на исследователей массовой коммуникации, практикующих журналистов и специалистов в области PR и рекламы.

ISSN 2312-0274

ББК 76

© Авторы статей, 2016
© С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2016

MEDIA LINGUISTICS
ISSUE 5

Language
in the Coordinates
of Mass Media

Materials of the I International Scientific Conference

September 6–9, 2016. Varna, Bulgaria



St Petersburg State University

Konstantin Preslavsky University
of Shumen

Media Linguistic Commission
International Slavists Committee

St Petersburg 2016

Reviews: Doctor of Philosophy, Professor *I. V. Annenkova* (Lomonosov Moscow State University); Doctor of Philology, Professor *B. Ya. Misonzhnikov* (St Petersburg State University)

Editorial Council: *M. Wojtak* (Lublin, Poland), *St. Gajda* (Opole, Poland), *C. Şenöz-Ayata* (Istanbul, Turkey) *T. van Dijk* (Barcelona, Spain) *T. G. Dobrosklonskaya* (Moscow, Russia), *M. Yu. Kazak* (Belgorod, Russia), *O. B. Sirotinina* (Saratov, Russia), *Zh. Huiqin* (Beijing, China) *V. Ye. Chernyavskaya* (St Petersburg, Russia), *T. V. Chernyshova* (Barnaul, Russia)

Editorial Board: *Velka Popova*, *Hristina Hristova*, *Irena Kostadinova* (Konstantin Preslavsky University of Shumen, Bulgaria); *Victoria Vasilieva*, *Yulia Konyaeva* (St. Petersburg State University, Russia).

Science editors: *Lilia Duskaeva* (St Petersburg State University, Russia); *Tatiana Dobrosklonskaya* (Lomonosov Moscow State University, Russia); *Dimitar Popov* (Konstantin Preslavsky University of Shumen, Bulgaria)

Chief editor — *Victoria Vasilieva* (St Petersburg State University, Russia)

It is printed according to the decision of the Organizing committee of the I International Scientific Conference “Language in the Coordinates of Mass Media”.
September 6-9, 2016, Varna, Bulgaria

Media Linguistics. Issue 5. Language in the Coordinates of Mass Media :
Papers for the I International Scientific Conference (September 6–9, 2016, Varna, Bulgaria) / chief editor *V. V. Vasilieva*. St Petersburg: Higher School of Journalism and Mass Communications, 2016. — 290 c.
ISSN 2312-0274

Reports of participants of the I International Scientific Conference (September 6–9, 2016, Varna, Bulgaria) are presented in the collection. The organizers of the conference are Konstantin Preslavsky University of Shumen, Laboratory of Applied Linguistics at Konstantin Preslavsky University of Shumen, Higher School of Journalism and Mass Communications at St Petersburg State University and the Media Linguistic Commission of the International Slavists Committee.

An urgent state and prospects of the researches devoted to functioning of Slavic languages in journalistic practice, in the sphere of PR and advertising are in the focus of discussions.

Texts in Russian, Bulgarian and English. The actual data are provided in author's edition.

The book is aimed at mass communication researchers, journalists and PR and advertising specialists.

ISSN 2312-0274

© The authors, 2016
© Institute “School of journalism and mass communications”
of St Petersburg State University, 2016

СОДЕРЖАНИЕ

ПЛЕНАРНОЕ ОТКРЫТИЕ КОНФЕРЕНЦИИ ... 11

- Дускаева Л. Р.* (Санкт-Петербург, Россия). Язык в координатах массмедиа: важнейшие исследовательские подходы ... 11
- Златева М. Г.* (София, България). Какво ново може да даде медиалингвистиката на „галванизиращия кръговрат“ между ПР и журналистиката? ... 13
- Мавродијева И. Т.* (София, България). Бранд журналистика, онлайн медији и социални мрежи ... 15
- Добрева Е. Р.* (Шумен, България). Криминалнолитературни оценки за масмедииите ... 17
- Кормилицына М. А.* (Саратов, Россия). Конструкции «новояза» в современной прессе как сигналы денотативной расплывчатости медиатекста ... 19

ПАНЕЛЬ I. МЕДИАТЕКСТ: СТРУКТУРА, КОМПОЗИЦИЯ, ВЕКТОРЫ ОБНОВЛЕНИЯ ... 21

- Аврамова В. Н.* (Шумен, Болгария). Прецедентность или квазипрецедентность в языке массмедиа ... 22
- Антропова В. В.* (Челябинск, Россия). Аксиосфера современных российских медиатекстов: возможности лингвокультурной концептологии ... 23
- Беловодская А.* (Вильнюс, Литва). Интернет-лингвистика в контексте вопроса о статусе медиалингвистики ... 25
- Волкова А. А.* (Томск, Россия). Современный российский медиадискурс: интеграция слов, традиций, культур ... 27
- Гецов А. В.* (Велико-Търново, България). Медиите като средство за масова профанация ... 29
- Гойхман О. Я.* (Москва, Россия). Осуществление современными массмедиа связей с общественностью посредством речевой коммуникации ... 31

- Демешкина Т. А.* (Томск, Россия). Взаимодействие медийного и диалектного пространства как фактор трансформации народной речевой культуры ... 33
- Загидуллина М. В.* (Челябинск, Россия). «Понять логику Пикабу»: пуант как формула успеха высказывания ... 35
- Казак М. Ю.* (Белгород, Россия). Журналистский текст: эстетические векторы обновления ... 37
- Колосова А. А., Поплавская Н. В.* (Москва, Россия). Цифровые технологии в создании новых форматов медиатекстов ... 39
- Матвеева Е. О.* (Москва, Россия). Медиатекст как источник неологизации современного русского языка ... 41
- Мокрородова Л.* (Турку, Финляндия). Групповые блоги как объект медиалингвистики ... 42
- Муравьева Н. Ю.* (Москва, Россия). Язык СМИ и русский литературный язык: к вопросу о единстве регулирующих правил ... 44
- Нестерова Н. Г.* (Томск, Россия). О новом подходе к исследованию радиотекста ... 46
- Печетова Н. Ю.* (Якутск, Россия). Языковые средства выражения иронии в авторском публицистическом тексте ... 48
- Селютин А. А.* (Челябинск, Россия). Медиатекст и медиаличность: формирование языкового вкуса в социальной сети ... 50
- Фёдоров В. В.* (Челябинск, Россия). Трансформация экспрессивного компонента риторической модели современных российских медиа ... 52
- Чумак-Жунь И. И., Стручалина Г. В.* (Белгород, Россия). Эстетика рекламы: синестезия как стратегия создания рекламного образа ... 54
- Шарафутдинова О. И.* (Челябинск, Россия). Влияние медийных практик на речевое поведение русской лингвокультурной личности ... 56

— формируется антропонимический и топонимический блок диалектной коммуникации, включающей личные имена, фамилии государственных, общественных деятелей регионального и российского масштаба.

Вывод. Таким образом, анализ показал, что диалект как форма коммуникации подвергается значительной трансформации под воздействием СМИ.

Л и т е р а т у р а

Иванцова Е. В. Живая речь русских старожилов Сибири: Сб. текстов. Томск, 2007.

Tatyana A. Demeshkina

National Research Tomsk State University. Russia

THE INTERACTION OF MEDIA AND DIALECT SPACE AS A FACTOR IN THE TRANSFORMATION OF PUBLIC SPEECH CULTURE

The report considers unequal degree of influence of different types of media on traditional rural communication: radio, television, newspaper texts, and identifies the opportunities, methods and ways of describing this influence.

Марина Викторовна Загидуллина

Челябинский государственный университет. Россия

«ПОНЯТЬ ЛОГИКУ ПИКАБУ»: ПУАНТ КАК ФОРМУЛА УСПЕХА ВЫСКАЗЫВАНИЯ

Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда, проект №16-18-02032

В исследовании рассматривается пуант (аффективная пара) на платформах интернет-форума Pikabu.ru как основная стратегия высказываний, получающих одобрение коммуникантов. Выдвигается гипотеза универсальности этого стилистического приема.

Крупные развлекательные русскоязычные сайты можно разделить на две основные категории: загружаемые хорошо продуманным профессиональным контентом (Adme, Fishki.net) и сайты с пользовательским контентом (Pikabu.ru, Я плакалЪ).

Сайт Пикабу дает картину продуманного, взвешенного «устно-письменного» общения ([Лутовинова 2008]; см. также понятия «естественная письменная речь» и «русская разговорная письменная речь» Н. Д. Голева [Голев 2013]), отличающегося от многих других способов коммуникации: на сайте принята система «выдавливания» забаненного пользователя с помощью «минусов», которые ставят тому или иному комментарию. Продвижение постов и комментариев вверх и вниз на странице с помощью «плюсов» и «минусов» позволяет судить о предпочтениях аудитории и выявлять, помимо смысловых предпочтений, и языковой вкус, который основан на критериях качества высказывания,

негласно принятых в этом компьютерном сообществе. При этом концепт «естественной» устно-письменной речи расширяется: авторы стремятся сохранять естественность, одновременно напряженно относясь к реакции на их слова (а следовательно, естественность здесь сменяется следованием правилам и попыткам определить горизонт ожидания читателя — отсюда и вопрошание о логике «Пикабу», достаточно часто появляющееся в репликах участников).

Если рассмотреть «Топ-50» комментариев этого сайта для выяснения ключевых моделей, то обнаружится следующая закономерность: наибольшее число комментариев, поддержанных сотнями пользователей, основаны на таком художественном приеме, как пуант (по А. П. Квятковскому, стилистический прием, выражающий неожиданную, остроумную развязку текста [Квятковский 1966: 228]). Пуант — прием, включающий в себя разные художественные средства, подчиненные задаче деавтоматизации высказывания и построения остроумного умозаключения. Пуант доминирует в высказываниях, попадающих в топ комментариев сайта, следовательно, относится к лидерам художественных средств. Возможность отслеживать пользовательские предпочтения в условиях борьбы пользователей за внимание других и негласного «соревнования» в остроумии открывает перед медиалингвистикой горизонты выявления актуальных инструментов естественной письменной речи в жанрах комментария. Перспективным представляется и анализ языкового вкуса пользователей (например, обсуждения художественной стороны высказываний на сайте). Значимым также является факт, что аудитория платформы Пикабу — преимущественно студенты. «Минусы» и «плюсы» как способы «голосования» за тот или иной пост и комментарий, представительная аудитория (полмиллиона человек ежедневно), сформировавшийся стиль платформы и ощущение самими пользователями своего «коммуникативного единства» дает возможность построить модель естественного языкотворчества, в свою очередь связанную с концепциями языка как живой системы («зеленая лингвистика»).

Твист-пуант мы встречаем во всей «верхушке» «Топ-50»; частотность пуанта позволяет говорить о значимости аффективных противоречий в медиатексте (согласно концепции А. В. Сафонова, столкновение аффективных противоречий лежит в основе любого качественного журналистского продукта [Сафонов 2012]) — независимо от его принадлежности профессионалам или пользователям. Представляется интересным исследовать большие массивы данных для уточнения гипотезы о доминировании пуанта над другими художественными средствами на коммуникационных площадках, подобных Пикабу, а также изучить стратегии подбора аффективных пар в высказываниях участников коммуникации.

Литература

Голев Н. Д. Русская письменная разговорная речь и ее отражение в обыденном метаязыковом сознании участников виртуальной коммуникации // Вестник Томского гос. ун-та. Филология. 2013. Вып. № 5 (25). С. 12–29.

Квятковский А. П. Поэтический словарь / науч. ред. И. Роднянская. М., 1966.

Лутвинова О. В. Интернет как новая «устно-письменная» система коммуникации // Известия Российского гос. пед. ун-та им. А. И. Герцена. 2008. Вып. № 71. С. 58–65.

Сафонов А. В. Функционирование аффективных пар в журналистском тексте: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2012.

Marina V. Zagidullina

Chelyabinsk State University, Russia

“TOWARD THE LOGIC OF PIKABU”:

POINTE AS A FORMULA OF SUCCESS IN THE SMART COMMUNICATION

The article is devoted to the pointe (an affective opposition) in Pikabu.ru texts considered as the users main communication strategy. The author suggests that this stylistic instrument is universal.

Мария Юрьевна Казак

Белгородский государственный национальный исследовательский университет. Россия

ЖУРНАЛИСТСКИЙ ТЕКСТ: ЭСТЕТИЧЕСКИЕ ВЕКТОРЫ ОБНОВЛЕНИЯ

Анализируются перспективные аспекты исследования эстетики медиатекста: 1) образная организация текста, 2) эстетика жанровых форм, 3) семиотическая организация текста, 4) эстетические предпочтения коллективного автора, 5) эстетические предпочтения конкретного автора.

Исследование медиатекстов в русле художественно-эстетических концепций образует востребованную линию современных гуманитарных изысканий. Вопросы о специфике и типологии образов, изобразительно-выразительных приемах и техниках в журналистском творчестве корнями уходят в дискуссии 60-80 гг. XX в. (В. В. Ученова, Е. И. Пронин, Е. П. Прохоров, М. И. Стюфляева, М. С. Черепанов, В. Г. Костомаров, Г. Я. Солганик и др.). Этот блок теоретических разработок образует крепкое ядро, отталкиваясь от которого, можно оценивать современные эстетические эффекты медиатекстов, многократно усиленные цифровыми технологиями.

«Всеобщая эстетизация», утверждающая превосходство внешней формы над содержанием, охватывает все сферы коммуникации: политику, бизнес, спорт, рекламу, повседневную жизнь, формируя эстетический консьюмеризм и модели арт-потребления. Эти процессы меняют базовые принципы классической эстетики, опирающиеся на «незаинтересованное» освоение человеком действительности, «бескорыстное» созерцание и наслаждение. Модус существования современной культуры меняется посредством СМИ, в которых трансформируется художественно-эстетический опыт человечества, формируются и внедряются в массовое сознание новые культурно-ценностные константы, морально-нравственные нормы и речевые образцы. Поэтому эстетическая сторона журналистики должна быть обращена к проблемам взаимодействия медийных практик и современной культуры. Многоликость и многофункциональность эстетических форм в журналистике охватывает широчайший спектр вопросов, из которых выделим перспективные, на наш взгляд, аспекты.

I. Образная организация журналистских текстов: от публицистического образа к медиаобразу. Образная организация современных медиатекстов не может не отражать радикальных изменений, связанных с размещением текстов на различных мультимедийных платформах. Привычная терминологическая цепочка (образ — публицистический образ —