



СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Гуманитарный институт
Кафедра журналистики

МЕДИАЧТЕНИЯ СКФУ

Материалы
Третьей Международной
научно-практической
конференции



23–25 мая 2019 года

С Т А В Р О П О Л Ь

ББК 76.01
УДК 070:659.4
М 42

Ответственные редакторы:

О.И. Лепилкина, доктор филологических наук, профессор;
А.М. Горбачев, кандидат филологических наук, доцент;
Н.Н. Борисенко, старший преподаватель;
Д.А. Шевцова, старший преподаватель.

Медиацтения СКФУ: Материалы Третьей Международной научно-практической конференции (Ставрополь, 23–25 мая 2019 г.) / отв. ред. О.И. Лепилкина, А.М. Горбачев, Н.Н. Борисенко, Д.А. Шевцова. – Ставрополь : Сервисшкола, 2019. – 390 с.

ISBN 978-5-93078-949-2

В сборнике представлены материалы Третьей Международной научно-практической конференции, проведенной кафедрой журналистики Гуманитарного института Северо-Кавказского федерального университета. Работы исследователей отражают широкий спектр актуальной проблематики по истории, теории и практике журналистики, языку массмедиа, современному журналистскому образованию в вузах. Сборник предназначен для преподавателей журналистики, студентов и аспирантов, а также специалистов, занимающихся историей и современным состоянием массмедиа, участвующих в подготовке журналистских кадров.

Фактические сведения приводятся в авторской редакции.

ББК 76.01
УДК 070:659.4
ISBN 978-5-93078-949-2

© СКФУ, 2019.
© Коллектив авторов, 2019.

СОДЕРЖАНИЕ



НОВОЕ ИСТОРИКО-ЖУРНАЛИСТСКОЕ ЗНАНИЕ О СМИ И ЖУРНАЛИСТИКЕ ПЕРЕЛОМНЫХ ЭПОХ

А.В. Ашихмина. Фонд отдела редкой книги ставропольской краевой библиотеки имени М.Ю. Лермонтова как источник по истории журналистики (на примере установления двух исторических дат)	3
А.Г. Беспалова. Донская пресса в годы Гражданской войны: особенности функционирования	6
О.Е. Видная. Крестьянские газеты 20-х годов XX века в истории журналистики (на примере Тамбовской губернии)	8
Е.А. Войтик. Исторический взгляд столицы на провинцию: газета «Северная пчела» о городах России в 1825 году	10
С.Н. Гладышева. Зарубежная Россия в публицистике А.И. Куприна	14
Ю.А. Головин. Трансформация журнала «Огонек» в системе читательских интересов	18
Е.Ю. Гордеева. М. Горький и его литературно-журнальное окружение на рубеже XIX–XX вв.	21
И.Б. Гуляева. Зарождение научной журналистики в «Journal des Savant» (Франция, XVII–XVIII вв.)	23
Е.В. Евдокимова. Специфика литературного отдела в журнале «Охотник и пушник Сибири» (1925–1927 гг.)	27
В.А. Есипова. Чиновники как журналисты: пример «Томских губернских ведомостей»	31
Н.В. Жилиякова, А.С. Жилияков. Цензурные дела как источник данных о дореволюционных журналистах (на примере архивных дел сибирской периодической печати)	33
С.В. Зеленко, С. Кэ. История и этапы развития интернет-СМИ Китая	37
Б.А. Играев. К вопросу о руководстве комсомольской печатью в 1919–1925 гг.	40
З.Ш. Кидакоева. «Сборники» Н.И. Воронова в контексте формирования отечественной этножурналистики	44
Н.С. Кипреева. Советская иллюстрированная периодика 1920–1930-х годов: многообразие форм представления визуальной информации	46
Ю.А. Клец. «Ставропольские губернские ведомости» в 1850-х – начале 1860-х гг. как тип историко-краеведческой газеты	50
Э. Коллин. Поединок писателей во французской литературной прессе	53
О.Е. Коханая. Аксиологический потенциал русского детского журнала «Ласточка» в Харбине	56
Т.В. Кривошапова, О.И. Лепилкина. Л.Н. Толстой как объект информационного внимания провинциальной официальной прессы в начале XX века (на материале «Акмолинских областных ведомостей»)	59
Ю.В. Лазарев. Жанровая специфика журнала «Литература в школе» советского периода	61
Ю.В. Лучинский. «Кавказский календарь» и редакционная деятельность Н.И. Лорана	64
М.В. Могилатова. Цензура в периодических изданиях дореволюционного Томска	66
С.М. Нарожняя. «Шаг за шагом мы движемся вперед»: освещение событий 1919–1920 гг. в региональных газетах.	68



А.И. Милостивая, З.В. Оганян. Немецкий газетный нарратив «Бархатная революция в Армении весной 2018 г.»: лингвистическая специфика	287
Е.А. Мирошникова. Конвергенция речевых актов как маркер высокого прагматического потенциала рекламных текстов	290
Т.А. Морозова. Этнокультурная лексика в медиатекстах средств массовой информации Северо-Казахстанской области	293
Г.Н. Немец. Эссеизация как лингвокогнитивная нарративная стратегия в автобиографической прозе Александра Гениса (на примере книги «Обратный адрес. Автопортрет»)	298
С.А. Панюкова. Особенности использования прецедентных текстов в научно-популярных видеоблогах (на примере платформы YouTube)	299
М.А. Пономаренко. Влияние СМИ на современное речеупотребление	301
Л.Л. Сандлер. Влияние видеоблогинга на речь ведущих в телевизионном развлекательном дискурсе	303
Н.Н. Сафонова. Роль отаббревиатов в современных медиатекстах	307
Т.В. Сивова. «Фитнес-тренд» в современном белорусском медиатексте (на материале портала SB.BY)	310
Д.В. Соловьева. Окказионализмы в языке СМИ: к вопросу о коммуникативной компетенции создателей медиатекстов	314
А.Л. Стрижак. Параграфемные средства реализации коммуникативной установки автора в современных массмедиа	317
Ю.В. Толстокулакова. Терминология военного дела в политическом медиадискурсе	321
К.У. Усенова. Этнолингвистика как средство межкультурной коммуникации	324
А.Л. Факторович. Медийное представление амбивалентности и проявления языковой динамики	325
В. В. Хорольский. Специфика языковой игры в СМИ и этические аспекты сетевой коммуникации	329
Е.В. Ширина. Речевые способы авторской активизации в текстах политической журналистики: традиции и новаторство	331
ЖУРНАЛИСТСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В ВУЗАХ И ВЫЗОВЫ СОВРЕМЕННОСТИ	
А.С. Алиева. Современные требования рынка журналистских кадров	335
Н.А. Аргылов. Профессиональная ориентация школьников для журналистского образования: опыт Северо-Восточного федерального университета имени М.К. Аммосова	337
А.И. Басова. Повышение квалификации и переподготовка как эффективный инструмент в образовании журналистских кадров	340
О.П. Белая. Развитие профессиональной идентичности студентов-журналистов в процессе обучения	342
А.Д. Бородай. Формирование студенческого портфолио будущего журналиста: творческий потенциал и возможности	344
С.Б. Головкин, Л.А. Коханова, Ю.Е. Черешнева. Цифровая культура как образовательный тренд	347
А.Н. Гришанина, Л.П. Марьина. Городская культура в журналистском образовании: социально-психологический аспект	350
В.И. Грызлова. Хрестоматия жанров: междисциплинарный подход	354
А.М. Горбачев. «Журналистика данных и информационная визуализация»: проект новой дисциплины магистратуры	356
А.Г. Донских. Формирование юридической грамотности обучающихся в процессе выпуска студенческих СМИ	358
А.А. Ефанов. «Медиакоммуникации» как особый исследовательский вектор: к переосмыслению «Номенклатуры научных специальностей»	362



П.Р. Корыхалова. Кино о журналистах как ресурс для развития профессиональных компетенций студентов-журналистов	363
С.Ю. Леонтьева. Журналистика: взгляд молодых	366
Н.В. Максимова. Медиаобразовательный потенциал портала «Год Литературы.РФ»	368
А.В. Оноприенко. Видеооблогинг как педагогическая технология в деятельности преподавателя вуза	370
О.А. Петренко. Подготовка журналистских кадров в контексте противодействия идеологии терроризма: опыт кафедры журналистики СКФУ	372
С.М. Треблер. Об орфоэпической составляющей социолекта студента магистратуры	374
Т.Г. Филиппова. Анализ медиасообщений как ядро конструирования профессиональных компетенций	378
А.П. Шинкарева. Магистратура по журналистике как возможность получения региональными журналистами-практиками профильного образования и углубления профессиональных компетенций	380



налоговая льгота —
Общероссийский классификатор продукции
ОК 005-93-963000.
Издательская лицензия ЛР № 065840 от 23.04.1998 г.

Изд-во
«Ставропольсервисшкола»
355011, г. Ставрополь, ул. 45-я Параллель, 36.
тел./факс: (8652) 57-47-27.
www.книга-ставрополь.рф, e-mail: s-school@mail.ru.

Подписано в печать 21.05.2019. Бумага офсетная. Гарнитура Arial. Формат 70 × 108/16.
Усл. печ. л. 34,13.

Отпечатано в типографии ИП Бочков В.Б.
Ставрополь, Маршала Жукова, 46. Тел. (8652) 333-131.

дром», что создает во многом коммуникативный эффект стилистического контраста. И уже сам читатель воспринимает настоящую дружбу как неотделимую от интеллектуального собутыльничества, а сам факт пьянки заменяется категориями «произведение всех искусств», «осуждение одиночества с бутылкой», поскольку сопровождался обоюдной активной вербальной эквилибристикой обоих писателей. Упоминание же в фрагменте плавленого сырка «Дружба» делает таковую без кавычек еще более прецедентной, во многом идеальной, культуро- и сюжетообразующей в бытовом поведении.

В другом эссеизированном фрагменте раскрыта концепция Homo Ludens, или Человека Играющего. Приводятся прецедентные высказывания из коммуникативной ситуации игры в преферанс, которые знакомят читателя как с интертекстемами, так и их прямыми источниками. Добиваясь максимальной достоверности и доверительности с читателем, Александр Генис в явном «довлатовском ключе» приводит байку о сапожнике Фончике, любившем преферанс и постоянно проигрывавшем. Сам же автор в свойственной ему манере сюжетно сблизает в сознании читателя факт сломанного игрового столика и конец 60-х годов двадцатого века, ставшими, как для Вайля, так и для Гениса прецедентной оттепелью.

Опираясь на вышесказанное, можно прийти к следующим выводам:

1. Эссе как жанр литературы и публицистики способно влиять на другие жанры и тексты, приобретая свойства метода. Эссеизация как лингвокогнитивная нарративная стратегия характеризуется ассоциативностью и аналитичностью, а также глубиной авторской рефлексии. Эссеизация текста представляет собой одну из тенденций «размывания» разножанровых текстов, предлагая им элементы свободного идейно-композиционного решения. Эссеизация дискурса определяется наличием некоторых структурных элементов, описывающих определенное языковое переживание.

2. Как подсказывает иллюстративный материал исследования, эссеизированный автобиографический дискурс Александра Гениса строится преимущественно на ассоциативно-языковой игре автора с читателем, способным проанализировать предложенный интертекст или прецедентные языковые единицы. Описывая ситуации прошлого, автор стремится включить их в широкий культурный контекст.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абросимова Л.С. Словообразовательная категоризация в языковой картине мира (на примере отоматической лексики английского языка). Дис. ... докт. филол. наук: 10.02.19, 10.02.04. Ростов н/Д, 2015.
2. Николаев М.С. Социализация личности в обществе потребления: Автореф. дисс. ... канд. филос. наук: 09.00.11. Казань, 2012.
3. Полякова Н.А. Формы представления советской культуры в прозе российского постмодернизма: Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.01. Пермь, 2011.
4. Маслаков А.А. Жанрово-структурные особенности эссеистики русских поэтов XX века (на материале произведений А.А. Блока, О.Э. Мандельштама, М.И. Цветаевой и И.А. Бродского): Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.01. Ростов н/Д, 2016.
5. Генис А.А. Обратный адрес. Автопортрет. М., 2016.

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ТЕКСТОВ В НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ ВИДЕОБЛОГАХ (на примере платформы YouTube)*

С.А. ПАНЮКОВА

Россия, г. Челябинск, Челябинский государственный университет

Данная статья посвящена анализу использования прецедентных текстов в научно-популярном контенте. В качестве анализируемого материала выбраны видеовыпуски каналов «Utopia Show» и «Топлес», размещенные на хостинге YouTube. В статье рассматриваются ключевые особенности применения прецедентных текстов в научно-популярной тематике, значимость и потенциал данного приема. Ключевые слова: научно-популярная журналистика, прецедентный текст, видеохостинг, YouTube, блог.

Научно-популярная журналистика, находящаяся на пике внимания в советский период и почти утратившая свое вли-

яние в России в 1990-х годах, не исчезла как вид, а напротив, в настоящее время выходит из тени. Несмотря на заметное отставание от уровня европейских стран или Америки, в нашей стране контент на данную тематику все чаще попадает в фокус внимания аудитории. А вслед за

* Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 18-18-00007).



возрастанием интереса массового зрителя к этой тематике закономерно последовало появление новых медиа, специализирующихся на контенте научно-популярного характера. На данный момент в России не так много примеров успешных научных профессиональных медиа, а сам их формат часто неповоротлив и академичен. Однако с развитием новых интернет-ресурсов, блогосферы и любительской журналистики появилось «новое поколение» популяризаторов науки, избравших иной подход к созданию своего контента. Они не только доказывают, что наука может интересовать аудиторию и приносить миллионные просмотры, но и постепенно меняют само отношение к образованности, силе научного знания и свободе от псевдонаучных стереотипов.

Научно-популярная журналистика – одна из сфер, в которой создателям контента особенно важно понимать свою аудиторию, ее коммуникативные привычки и потребности. Ведь тема науки довольно специфична и пока не пользуется популярностью массовых пользователей, именно поэтому необходимо найти верный способ ее подачи, научиться комбинировать образовательные и развлекательные элементы, а главное, выстроить доверительные отношения между зрителем и ведущим. Все эти функции успешно освоили представители нового поколения создателей контента – видеоблогеры, активно представленные в том числе и на платформе YouTube (по данным на март 2019 года видеохостинг занимает четвертое место по числу посещений в России) [1].

На наш взгляд, важным элементом в выстраивании коммуникации с аудиторией в интернете, а также одним из залогов популярности видеоконтента является обращение к прецедентным текстам. В научный обиход данный термин был введен Ю. Н. Карауловым, определившим его как «значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющие сверхличностный характер, то есть хорошо известные и широкому окружению данной личности, включая ее предшественников и современников, и, наконец, такие, обращения к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности» [2, с. 216].

Проанализировав использование прецедентных текстов на двух самых успешных русскоязычных научно-популярных каналах «Utopia Show» (2 млн подписчиков) и «Топлес» (2,3 млн подписчиков) на платформе YouTube, мы смогли сделать следующие выводы:

1. В каждом из 10 проанализированных роликов (по 5 с каждого канала) используется комбинация прецедентных текстов, количество которых за один выпуск (в среднем они длятся по 20 минут) может варьироваться от 10 до 30.

2. Прецедентными текстами чаще всего выступают мемы (словесные и визуальные), музыкальные заставки, средства массовой информации (газеты, журналы и телепрограммы), классические произведения и явления современной популярной культуры (фильмы, сериалы, книги, компьютерные игры), пословицы.

3. Ведущие выбранных каналов чаще всего интегрируют прецедентные тексты в свой контент двумя способами: прямое цитирование (цитата из прецедентного текста произносится ведущим) и театральное воплощение (ведущий участвует в скетче/зарисовке, в которой легко угадывается прецедентный феномен). В некоторых случаях мы можем наблюдать переосмысление и корректировку знакомой прецедентной единицы в рамках заявленной ситуации.

4. Прецедентные тексты в данном случае выполняют несколько функций: иллюстрирование (сложное научное явление объясняется за счет знакомых явлений), развлечение (воспринимаются как шутка, разряжают атмосферу, способны на время расслабить пользователя и дать ему время на осмысление услышанного), выстраивание коммуникации (аудитория более доверительно относится к ведущему, чувствует в нем человека своего круга общения).

5. Если использовать классификацию прецедентных текстов, предложенную русским исследователем В. В. Красных [3, с. 96], то большую часть встреченных текстов можно отнести к социумно-прецедентным. Это означает, что при формировании лояльной аудиторной базы национальный признак не играет такой важной роли, как вовлеченность конкретного пользователя в коллективное когнитивное пространство, которым в данном случае выступает интернет (его культура

общения, обсуждаемые темы, популярные шутки и явления). При этом большая часть прецедентных текстов легко считается большей частью аудитории.

6. Интеграция прецедентных текстов в научно-популярный контент, судя по примерам, не требует особых усилий от авторов. Достаточно лишь использовать свой культурный опыт и находить аналогии к обсуждаемым темам в существующих феноменах массовой культуры. При этом данный прием играет важную роль в формировании доверительных отношений между ведущим и его аудиторией, заставляет зрителя почувствовать свою «включенность» в обсуждаемый вопрос, увидеть что-то знакомое даже в новой теме, не знакомой ранее.

Рассмотренные нами каналы были созданы блогерами, не имеющими опыта в профессиональной журналистике. Однако количество их подписчиков, просмотров, лайков и положительных комментариев позволяет отметить успешность данных блогов, их востребованность и популярность. При этом рассматриваемыми темами в данных роликах чаще всего выступают непопулярные явления, не привязанные к актуальной информационной повестке, поэтому нельзя сказать, что авторы гонятся за статистикой или применяют непрофессиональные приемы (например, кликбейт). В то же время крупные российские средства массовой информации о науке, создавая контент для своих YouTube-каналов, чаще придерживаются поучительного менторского тона. Например, в роликах одного из самых популярных российских

научно-популярных СМИ «ПостНаука» ведущие не пытаются найти общий язык со своей целевой аудиторией, сделать подачу контента интересной или разнообразить ее хотя бы при помощи обращения к прецедентным феноменам. На наш взгляд, именно по этой причине данный контент не пользуется популярностью аудитории и значительно проигрывает видеороботам блогеров-любителей, на что указывает и статистика.

При этом многие медиаисследователи отмечают, что в современной России наблюдается и все возрастающее внимание к научной информации со стороны широкой аудитории [4]. Об этом факте в своей работе упоминает и исследователь С. Симакова, отмечая, что интерес к науке особенно характерен для молодых людей от 18 до 40 лет [5]. Из этого следует и растущая значимость ретрансляторов научного знания для широких слоев населения, поскольку неподготовленный читатель с трудом освоит статьи научных журналов или отчеты отдельных организаций. Получается, что на данном этапе медиасообществу просто необходимо искать способы увлекательной подачи научно-популярного контента и одним из подобных эффективных приемов сможет стать грамотное использование прецедентных текстов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Similarweb. Top Websites Ranking. URL: <https://www.similarweb.com/top-websites/russian-federation> (дата обращения: 05.03.2019).
2. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М., 1987.
3. Красных В.В. Виртуальная реальность или реальная виртуальность? (Человек. Сознание. Коммуникация). М., 1998.
4. Литке М.В. Гносеологические и коммуникативные установки авторов журнала «Вокруг света» // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2013. №5 (25). С. 116 – 126.
5. Симакова С.И. Визуализация информации в научно-популярных изданиях как способ привлечения аудитории // Журналистика-2016. 2016. С. 108-111.

ВЛИЯНИЕ СМИ НА СОВРЕМЕННОЕ РЕЧЕПОТРЕБЛЕНИЕ

М.А. ПОНОМАРЕНКО

Казахстан, г.Петропавловск, Северо-Казахстанский государственный университет им. М. Козыбаева

Язык средств массовой информации играет важную роль в развитии самого языка. Влияние массмедиа на современное речепотребление требует тщательного изучения. В данной статье, во-первых, рассматривается влияние СМИ на функционирование языка. Во-вторых, анализируется роль массмедиа в динамике языкового развития. В-третьих, рассматривается демократизация СМИ в наше время. Ключевые слова: язык СМИ, медиатекст, медиаречь, речепотребление, демократизация СМИ.

Если язык – это язык общества, то язык средств массовой информации – это лакмусовая бумажка состояния самого языка, не говоря о том, что это и важнейшее средство идеологической, политической

и тому подобной борьбы. Практически все то, что касается проблем языка как феномена, в наиболее полной и острой форме отражается в языке СМИ [1, с. 81].

Известно, что каждый субъект СМИ