

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»
Факультет журналистики

Редакция научного журнала «Знак: проблемное поле медиаобразования»
Редакция научного журнала «Медиасреда»

**ЖУРНАЛИСТСКИЙ ТЕКСТ
В НОВОЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ СРЕДЕ:
ДОСТИЖЕНИЯ И ПРОБЛЕМЫ**

*Сборник материалов
III конференции РММИС
(Post massmedia in the modern informational society)*

Челябинск
28–29 марта 2019 года

Челябинск
Издательство Челябинского государственного университета
2019

Селютин Ан. А. The birth of new linguistic categories in the process of society mediatization	297
Симакова С. И. Инфографика – философия восприятия	299
Симакова С. И., Ивандаева Е. К. Инфографика в медийном пространстве	302
Синко Е. С. Использование возможностей видеоплатформы YouTube интерьюерами (на примере YouTube-каналов «вДудь» и «Gazlive»)	306
Смеюха В. В. Влияние сети Интернет на медиапотребление женской аудитории	310
Стерликов Д. А. Технико-технологические особенности современного видеоблогинга	313
Сумская А. С., Соломеина В. Г. Экранные технологии трансляции символического капитала края «суровой культуры» для молодых россиян	316
Сумская А. С., Сумской П. Ф. Мультимедийный сторителлинг как инструмент формирования «духовных скреп» российской молодежи	320
Суслова О. В., Гребенникова А. В. Медиатексты как социальный компонент персональной образовательной среды студента	325
Телешева И. В., Денисова И. В. Особенности перевода метафоры в журналистском тексте (на примере морбиальной метафоры)	329
Теллякова А. А. «Дополненная реальность» в радиожурналистике: современное состояние технологий	332
Тонка Л. В. Категоричное речевое поведение через призму медиавоздействия	335
Толчий И. В. Креативное комментирование как критерий эффективности SMM средств массовой информации: к постановке проблемы	339
Фатева И. А. «Преступления и наказания» эпохи новых информационных технологий и борьбы с экстремизмом	342
Федоров В. В. Формирование предвыборного дискурса в информационной повестке интернет-медиа: основные нарративы и формы их экспликации	344
Федоров В. В., Третьякова Е. А. Влияние «смеховой культуры» на формирование предвыборного новостного онлайн-дискурса	348
Футерман Е. Б. Адаптация аудиовизуальных приемов авторской телепрограммы при создании блога в интернет-пространстве	351
Хакимова Г. Ш. Светские слухи (gossip columns) как элемент новостного дискурса англоязычной онлайн-журналистики	354
Циберная О. Ф. Трансфер знаний в русской языковой картине мира (на материале публицистических текстов)	359
Ченкина Э. В. Дискурсивные практики конструирования биографического нарратива на видеоканале «вДудь»	362
Шакиров С. М. О роли архетипов в трансмедиальном преобразовании	365
Шарахина Л. В., Азарова Л. В., Кулянцева М. Е., Трубинова А. Г. Гуманитарная культура личности профессионального коммуникатора как фактор конкурентоспособности в цифровой среде	368
Шестерина А. М. Особенности мультипроектирования в сетевой среде	373
Шумакова Е. А. Прецедентные феномены в рекламе брендов сотовой связи в социальных сетях	377
Юхмина Е. А., Мамонова Н. В., Мингажева Е. А. Англоязычные надписи на футболках как новые городские медиа	380
Яшина А. А. Признаки верифицированности информации в аспекте медиаобразовательного потенциала СМИ	385
Janne Saarikivi Finno-Ugrian languages of Russia in social media'	388
Laeed Zaghiami Technological Impact on Journalism' Practices in Algeria	389
Nazarenko Salla Circulation of patriotism in social media platforms of TV stations in Russia and Georgia	390

Федоров В. В., Третьякова Е. А. Влияние «смеховой культуры» на формирование предвыборного новостного онлайн-дискурса	348
Футерман Е. Б. Адаптация аудиовизуальных приемов авторской телепрограммы при создании блога в интернет-пространстве	351
Хакимова Г. Ш. Светские слухи (gossip columns) как элемент новостного дискурса англоязычной онлайн-журналистики	354
Циберная О. Ф. Трансфер знаний в русской языковой картине мира (на материале публицистических текстов)	359
Ченкина Э. В. Дискурсивные практики конструирования биографического нарратива на видеоканале «вДудь»	362
Шакиров С. М. О роли архетипов в трансмедиальном преобразовании	365
Шарахина Л. В., Азарова Л. В., Кулянцева М. Е., Трубинова А. Г. Гуманитарная культура личности профессионального коммуникатора как фактор конкурентоспособности в цифровой среде	368
Шестерина А. М. Особенности мультипроектирования в сетевой среде	373
Шумакова Е. А. Прецедентные феномены в рекламе брендов сотовой связи в социальных сетях	377
Юхмина Е. А., Мамонова Н. В., Мингажева Е. А. Англоязычные надписи на футболках как новые городские медиа	380
Яшина А. А. Признаки верифицированности информации в аспекте медиаобразовательного потенциала СМИ	385
Janne Saarikivi Finno-Ugrian languages of Russia in social media'	388
Laeed Zaghiami Technological Impact on Journalism' Practices in Algeria	389
Nazarenko Salla Circulation of patriotism in social media platforms of TV stations in Russia and Georgia	390

коммуникативистский исследовательский инструментарий. Это позволило провести комплексное исследование цензурного режима в отношении системы новых медиа в России и вписать сегодняшние реалии в общую картину развития отечественных СМИ разных поколений.

Список литературы

1. Гундаров И. С., Юдин Д. В. Практическая реализация конституционных прав граждан на свободу выражения мнения и свободу творчества // Наука. Общество. Образование: Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Иркутск, 2017. С. 39–42.
2. Куликова С. А. Конституционный запрет цензуры в решениях Конституционного Суда РФ // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. 2018. Т. 18, вып. 3. С. 330–337.

Фатеева Ирина Анатольевна – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры медиаобразования, Московский педагогический государственный университет, fateevaia@gmail.com.

В. В. Федоров
*Челябинский государственный университет
Челябинск (Россия)*

ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДВЫБОРНОГО ДИСКУРСА В ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОВЕСТКЕ ИНТЕРНЕТ-МЕДИА: ОСНОВНЫЕ НАРРАТИВЫ И ФОРМЫ ИХ ЭКСПЛИКАЦИИ

Ключевые слова: предвыборный дискурс, нарратив, интернет-медиа, поликодовый текст, креативная деконструкция.

Сегодня интернет-медиа играют важную роль в формировании специфических особенностей публичной (массовой)

коммуникации. Наиболее ярко эта тенденция проявляется в предвыборном дискурсе. Новостной контент таких медиа, – часто имеющих свои сообщества в социальных сетях, – определяет речевые практики и представления пользователей о выборах, тиражируясь в информационных сообщениях. В рамках этого дискурсивного образования можно выделить набор устойчивых нарративов, репрезентирующих когнитивную модель [1. С. 161–164] «выборы». Термины «нарратив», «нарративная коммуникация» являются актуальными с точки зрения практики порождения текстовых сообщений и с точки зрения метода анализа, но одновременно с этим имеют чрезвычайно размытый референс. Под нарративом мы понимаем любой повествовательный с драматической точки зрения текст (или их набор), в котором есть событийный ряд, конструируемый под влиянием конкретного предметно-тематического поля, и субъект речи, кто рассказывает историю. Таким образом, нарратив в предвыборном дискурсе интернет-медиа – это совокупность текстов самой разной жанровой природы, формирующихся вокруг мероприятий и субъектов избирательной кампании.

Современные технологические возможности позволяют авторам сообщений создавать сложные по морфологии тексты, сочетающие различные типы знаков и кодов. Показательно, что в этой среде появился новый субъект – пикчер, то есть сотрудник интернет-медиа, который обеспечивает визуально-графическое и вербальное воплощение готовой новостной публикации в социальных сетях. Нарратив формируется так называемыми поликодовыми текстами, или multimedia text в англоязычной традиции. Иными словами, это – специфические сообщения, включающие «гетерогенные по своей семиотической природе составляющие, которые воздействуют на реципиента в рамках одной модальности восприятия – обычно зрительной» [3. С. 165]. В подобном виде текстах происходит смешение факта и мнения, информирования и воздействия, что выражает оппозиционный настрой большинства независимых цифровых медиа. Таким образом, объектом нашего рассмотрения является предвыборный дискурс в информационной повестке независимых интернет-медиа, предметом – устойчивые нарративы («бродячие сюжеты») о выборах

и формы их экспликации. Эмпирической базой исследования (материалом) стали новостные сообщения в сообществах таких медиа, как «Медуза», «Лента», «Лентач» с января по сентябрь 2018 года (в рамках исследования, поддержанного Российским научным фондом, № 18-18-00007).

В корпусе текстов мы выделили три базовых нарратива (сюжета), репрезентирующих оппозиционный взгляд на институт выборов в современной России. Во-первых, это сюжет о злоупотреблении полномочиями представителями власти (конкретной партии), которые стали субъектами электоральных процедур. Во-вторых, это нарратив о нарушении избирательных процедур и технологий. В-третьих, деятельность оппозиционных кандидатов, которые выступают как независимые от властных структур субъекты выборной кампании. Таким образом, уже на уровне содержания конструируется модель выборов, которые не могут претендовать на статус легитимных и рациональных, отвечающих демократическим нормам. Этот вектор проявляется и на уровне экспликации новостных публикаций. Сотрудники редакции, пикиеры, применяют особый прием для создания негативной модели выборов в сознании пользователей – прием креативной деконструкции. Иначе говоря, для создания поликодового текста используются прецедентные для интернет-дискурса феномены (мемы, стереотипные и клишированные речевые образования) в ироничной модальности. Чаще всего креативная деконструкция выражается в высмеивании (стеб, сатира, глум) официальной «высокой» культуры и публичной предвыборной коммуникации. Термин «деконструкция» разработал Ж. Деррида, подразумевая, что разбирается, снимается бинарная оппозиция, организующая иерархичную систему. Возникает относительность принципов существующего типа культуры, поскольку разрушаются нормативные представления, снимается противопоставление ценностного «верха» и «низа»: «Но суть именно дерридеанской деконструкции, как сам Деррида об этом неоднократно заявлял, состоит в том, что его знаменитое «опрокидывание» ценностного ряда иерархически организованных бинарных оппозиций никогда не доходило до кардинальной смены, грубо говоря, «позитива» на «негатив» \diamond ему всегда была чужда позиция «революционного»

разрушения ценностных установок» [2]. Иными словами, деконструкция становится конфигурацией креативности как формы социального активизма. Она проявляется в сознательном упрощении построения креативного высказывания, в травестии и обыгрывании всего, что считается эстетической нормой, в демократизации языка и коммуникативного поведения.

Таким образом, в информационной повестке независимых интернет-медиа формируется негативный предвыборный дискурс. Важную роль в его создании играет креативная деконструкция, с одной стороны, выражающая гражданский протест, а с другой – представляющая собой нативную для социальных сетей форму коммуникации.

Список литературы

1. Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация: пер. с англ. / сост. В. В. Петрова. М.: Прогресс, 1989.
2. Ильин И. П. Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм. М.: Intrada, 1996. URL: http://www.lib.ru/CULTURE/ILJN/posifstrukt.txt_with-big-pictures.html (дата обращения: 20.12.2018).
3. Сонин А. Г., Мичурин Д. С. Эволюция поликодовых текстов: от воздействия к взаимодействию // Вопросы психолингвистики. 2012. № 1 (35). Т. 35. С. 164–173.

Федоров Василий Викторович – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций факультета журналистики, Челябинский государственный университет, vvf-82@mail.ru.