

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 интервьюерами (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., Соломенна 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., Гребенщикова А. В. Медиатексты как содержательный компонент персональной образовательной среды студента .....325
- Телешева И. В., Денисова И. В. Особенности перевода метафоры в журналистском тексте (на примере морбиальной метафоры) .....329
- Теплякова 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
- Фатеева 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
- Чепкина Э. В. Дискурсивные практики конструирования биографического нарратива на видеоканале «вДудь» .....362
- Шакиров С. М. О роли архетипов в трансмедиаальном преобразовании .....365
- Шарахина Л. В., Азарова Л. В., Кудрявцева 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 брендовой 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 Zaghلامي 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

## ВЛИЯНИЕ «СМЕХОВОЙ КУЛЬТУРЫ» НА ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДВЫБОРНОГО НОВОСТНОГО ОНЛАЙН-ДИСКУРСА

**Ключевые слова:** смеховая культура, новости, выборы, онлайн-дискурс.

Ж. Липовецки в своей статье «Юмористическое общество», напечатанной в сборнике «Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме», отмечает, что в эпоху юмористического общества постмодерна смех исчезает [3]. Таким образом, возникает вопрос о содержательной стороне смеха в ситуации тотальной иронии, о статусе традиции. В русскоязычной научной мысли изучение смеховой культуры является одним из базовых векторов. В работах М. М. Бахтина, Д. С. Лихачева, А. М. Панченко и Н. В. Поньрко подробно изучалась народная смеховая культура (синонимы: карнавальная культура, низовая культура). Этот тип культуры противопоставлялся официальной, серьезной, культуре. Так, М. М. Бахтин даже выстраивает антигетичные пары, в которых эксплицируются основные эстетические принципы конкурирующих парадигм (верх–низ, голова–телесный низ и т. п.). «Низовая» культура наделяет смех символическим значением: смех как символ вечного обновления, снятия страха смерти [1]. В работах Д. С. Лихачева смех предстает формой особого сакрального мировоззрения, регулирующего социальную действительность, религиозно-нравственный аспект жизни [4].

Таким образом, смеховая культура предстает как система, порождающая смыслы. Как пишут Л. С. Лихачева и К. А. Фадеева, опираясь на понятие «культурное производство», смеховая культура – «это способ производства, трансляции и потребления смешного как эмоциональной реакции на разоблачение нелепостей, стереотипов, иллюзий, жизненных явлений и ситуаций» [5. С. 137].

Вопрос об актуализации смеховой культуры в рамках интернет-дискурса встает с новой силой. Так, в статье А. Е. Боровенкова «Смеховая культура видеоблогинга» утверждается, что юмор и ирония – фундамент коммуникации блогера и аудитории [2. С. 127]. Всеми признано, что сегодня использование форм смешного определяет эффективность онлайн-коммуникации (забавная реклама, комические сообщения индивидуальных пользователей социальных сетей и интернет-медиа, юмор блогеров и т. п.). Однако остается проблема символического «сакрального» смеха? Вытесняют ли юмористическое и комическое «сакральный» смех?

Одним из трендов в создании новостного контента интернет-медиа является использование различных форм смешного, то есть текстопорождающей практики, которая транслирует особые ценности и общественно-политическое взгляды определенной части российского общества. Эти практики конструируют отношение к различным социальным институтам, в том числе к выборам. Эмпирической базой исследования (материалом) стали новостные сообщения в группе «Настоящий Ленгач» с января по сентябрь 2018 года (в рамках исследования, поддержанного Российским научным фондом, № 18-18-00007). Даты были определены в связи с проведением избирательной кампании и выборов президента Российской Федерации (18 марта 2018 года) и региональными выборами (сентябрь 2018 года). В корпус вошло 73 текста.

Было установлено, большинство сообщений представляет собой карикатуры, сюжет которых построен на ироничном и саркастичном обыгрывании реальных событий или фактов предвыборной кампании. Это примеры политической сатирической карикатуры, использующей различные прецедентные феномены (цитаты, мемы, фото, «гифки», видео) и выражающей критическое отношение к официальному дискурсу. Основной установкой здесь является разрушение ценностей и норм этого официального дискурса. Однако радикальная критика дискредитирует само понятие выборов, то есть отдельные сферы политической коммуникации становятся источником комического, юмористического. Возникает феномен «юмористического общества» (Ж. Липовецки), новость о выборах будет прочитана/просмотрена, только когда будет смешной, только тогда вызовет желание дать комментарий.

Таким образом, сформировался предвыборный новостной онлайн-дискурс независимых интернет-медиа, в котором на первый план выходит юмористическая форма подачи информации. С одной стороны, это способ трансляции мнения несогласных социальных групп, их настроений, с другой стороны, использование эффективного тренда, быть смешным, демонстрировать чувство юмора.

#### Список литературы

1. Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. М.: Художественная литература, 1990.
2. Боровиков А. Е. Смеховая культура видеоблогинга // Человек. Культура. Образование. 2017. № 1 (23). С. 122–128.
3. Липовецки Ж. Юмористическое общество // Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме. М.: Владимир Даль, 2001.
4. Лихачев Д. С., Панченко А. М., Поньрко Н. В. Смех в Древней Руси. Л.: Наука, Ленинградское отделение, 1984.
5. Лихачева Л. С., Фадеева К. А. Смеховая культура как способ производства, трансляции и погребления смешного // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2015. Том 144. № 4. С. 135–144.

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

**Третьякова Евгения Алексеевна** – магистрант факультета журналистики, Челябинский государственный университет, trea96@yandex.ru.

**Е. Б. Фуртерман**  
Челябинский государственный университет  
Челябинск (Россия)

## АДАПТАЦИЯ АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ ПРИЕМОВ АВТОРСКОЙ ТЕЛЕПРОГРАММЫ ПРИ СОЗДАНИИ БЛОГА В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ

**Ключевые слова:** блог, адаптация, аудиовизуалистика, технологические приемы, авторский контент.

Процесс адаптации будем рассматривать на примере видеоблога Леонида Парфенова «Парфенон» (Parfenon. YouTube). Журналист и телеведущий Л. Г. Парфенов долгие годы создавал авторские программы для ТВ. В этом, 2018 году, он начал вести персональный блог, разместив его на видеохостинге YouTube [1]. При помощи сравнительного анализа, систематизируя отдельные элементы, рубрики аудиовизуального произведения, мы выделяем в них общее и особенное, группируем принципы, выделяем отличительные черты. И для ТВ, и для интернета используется один и тот же подход в отборе освещаемых фактов на основе принципа: «Люди, события, явления. То, без чего нас невозможно представить, еще труднее понять!» (программа «Намедни. Наша эра»). Так и в телепрограмме «Намедни» и в блоге «Парфенон» автор нанизывает на повествовательную нить калейдоскоп разновременных, на первый взгляд, фактов и событий. В «Намедни» это мини-юбки и строительство БАМа, «Пражская весна» и водевиль в эфире. В блоге «Парфенон» – воспоминания о детстве в Вологодской области и заявление премьера Медведева про санкции (где он сказал, что это не вопрос жизни и смерти). Здесь же рассуждения о вине и виноградниках, следом – про последние достижения отечественного кинематографа, такое жонглирование событиями и явлениями кажется, на первый взгляд, поверхностным, однако, все они в последствии, оказываются вписаны в общую мировоззренческую картину современности с экстраполяциями в прошлое и прогнозами на будущее. Эта тематическая и жанровая схожесть авторской телепрограммы и персонального