

МЕДИАЛИНГВИСТИКА

Выпуск 8

Язык в координатах массмедиа



Санкт-Петербургский
государственный
университет



Медиалингвистическая
комиссия Международного
комитета славистов

Санкт-Петербург 2021

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ

МЕДИАЛИНГВИСТИКА

Выпуск 8

Язык в координатах массмедиа

Материалы V международной научной
конференции

Санкт-Петербургский
государственный университет,
30 июня — 2 июля 2021 г.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

МЕДИАПАПИР

2021

УДК 070
ББК 76.02
М42

Редакция:

Л. Р. Дускаева — научный редактор
А. А. Малышев — ответственный редактор
В. И. Коньков
Н. С. Цветова

Медиалингвистика. Вып. 8. Язык в координатах массмедиа :
М42 мат-лы V Междунар. научн. конференции (Санкт-Петербург,
30 июня — 2 июля 2021 г.) / науч. ред. Л. Р. Дускаева, отв. ред.
А. А. Малышев.— СПб. : Медиапайр, 2021.— 410 с.

ISBN 978-5-00110-237-3

В сборнике представлены одобренные руководителями секций материалы докладов участников V Международной конференции «Язык в координатах массмедиа», организованной в Санкт-Петербургском государственном университете в рамках юбилейного Форума «Медиа в современном мире. 60-е Петербургские чтения» в Институте «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций».

Авторы сборника — представители научных и образовательных организаций разных городов России, Болгарии, Бразилии, Польши, Республики Беларусь, Турции, Украины.

В условиях пандемии COVID-19 большая часть панельных дискуссий и круглых столов прошла в онлайн-формате.

Фактические сведения приводятся в авторской редакции.

ББК 76.02

© Авторы статей, 2021

© Медиапайр,

оформление 2021

ISBN 978-5-00110-237-3

СОДЕРЖАНИЕ

ГРАММАТИКА МЕДИАРЕЧИ

<i>Ахметзянов И. Г., Гараева А. К., Муллагалиев Н. К.</i> Коммуникативная связь представителей власти Республики Татарстан с населением на онлайн-площадках	11
<i>Беляева И. В.</i> Категориальная лакунарность: анализ-прилагательные и безлично-предикативные слова	15
<i>Богуславская В. В., Кувычко А. А.</i> Лексико-семантические характеристики медиатекстов о материнстве	19
<i>Бонджолова В. Ц.</i> Езиковая игра с цифри в медийни и в рекламни текстове	23
<i>Брусенская Л. А.</i> Могут ли слова незначительных частей речи быть источником коммуникативных конфликтов?	27
<i>Градюшко А. А.</i> Приемы создания вовлекающих заголовков и текстов в цифровой журналистике (на примере белорусских медиа)	31
<i>Каверина В. В.</i> Адъективные флексии мужского и среднего рода единственного числа родительного и винительного падежей в орфографии «Ведомостей» эпохи Петра I как этап формирования нормы русского литературного языка	35
<i>Кобяков А. В.</i> Феминитивы в грамматике и современном языковом сознании ...	39
<i>Колмогорова А. В.</i> Феномен «я ж мать» и идеология чайлдфри: языковая специфика стратегий делигитимации материнства в дискурсе российских массмедиа	42
<i>Конюшкевич М. И.</i> Номинативное поле «бчб» — символа «белорусского майдана»	46
<i>Ляшенко Е. С.</i> Вариативность актуализации объекта изменения в англоязычной естественнонаучной статье	50
<i>Мальшев А. А.</i> Грамматика имени собственного в петровских «Ведомостях»: державный и полудержавный властелины	54
<i>Норман Б. Ю.</i> Есть ли у медиатекстов своя грамматика?	59
<i>Фролова А. А.</i> “Events”, “setting”, “actants” и «картирование» глубинных абстрактных слоев нарратива в структурализме	62
<i>Шмелева Т. В.</i> Грамматика оценочности: событийно-оценочные предложения	65

ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ДИСКУРСОЛОГИЯ

<i>Александрова И. Б., Славкин В. В.</i> Сайт сатирических новостей «Панорама»: ирония как интенция и как лингвистическое средство выражения комического	69
<i>Асмус Н. Г.</i> Прагматический потенциал заголовка как средства актуализации социальных проблем города (на примере челябинских медиаресурсов)	73
<i>Асташова О. И.</i> Интердискурсивные связи политического и церковно-религиозного медиадискурса: голос оппозиции	77
<i>Биюмена А. А.</i> Стратегия сопереживания в медиадискурсе толерантности	81
<i>Быкова Е. В.</i> Язык новой этики в виртуальном дискурсе	85
<i>Васильева В. В.</i> О роли просодии в понимании юмора: к вопросу о просодическом стандарте радионовости	89
<i>Власова Е. Г.</i> Юмор как технология партисипаторной коммуникации: на материале городских медиа	93
<i>Волкова Е. В.</i> Варьирование коммуникативного поведения врача в медиадискурсе	97
<i>Выровцева Е. В.</i> Комическая стратегия в медиадискурсе YouTube-канала «Редакция»	101
<i>Гнездилова Е. В.</i> Мультимедиаальность текста как основа эффективной коммуникации в социальных медиа	105
<i>Добросклонская Т. Г.</i> Лингвомедийное конструирование события в новостном дискурсе	108
<i>Дускаева Л. Р.</i> Деонтический медиадискурс как средство оценки качества виртуального общения	112
<i>Дьмова А. В., Золотайко А. И.</i> Композиционные особенности превью русскоязычных новостных видеороликов	116
<i>Иванова Л. Ю.</i> Специфика комической рефлексии в анонимных telegram-каналах о политике и медиа	121
<i>Иванова Т. К.</i> Инаугурационное обращение в зарубежном медиадискурсе: стилистико-семантический анализ	125
<i>Ивченков В. И.</i> Мадэль публіцыстычнага твора ў лінгвадыкурсалогіі	128
<i>Калганова С. О.</i> Ослабление информационной привлекательности интернет-дискурсов	132
<i>Кара-Мурза Е. С., Морозова О. Б.</i> Рекламный копирайтинг на русском языке в Instagram (на примере продвижения вязаной одежды)	136

<i>Киуру К. В.</i> Юмор как новая ценность в дискурсе люксовых брендов	141
<i>Колесникова Н. Л.</i> Лингвокоммуникативные свойства интерактивного новостного медиатекста	144
<i>Лебединская Е. Ю.</i> Жанровая и речевая структура комического в новостном гипертексте	148
<i>Мамонова Н. В.</i> Особенности дискурсивных практик в медийном пространстве города Челябинска	152
<i>Марченко А. Н., Алвес В., Сенаторова А. В.</i> Медиадискурсы о здоровье в России и Бразилии (2010–2020 гг.)	156
<i>Минчук И. И.</i> Проявление национальной идентичности белорусов в мемах о бульбе	160
<i>Нестерова Н. Г., Сабаева Ю. С.</i> К вопросу о статусе публичной страницы радиостанции	164
<i>Пивоварчик Т. А.</i> Эмпатический дискурс в коммуникативных практиках белорусских онлайн-сообществ: местоимённые проекции	168
<i>Пильгун М. А.</i> Восприятие пандемии Covid-19 сетевыми акторами	172
<i>Повалко П. Ю.</i> «Не выходи из комнаты»: хронотоп пандемии в медиапространстве	175
<i>Полонский А. В.</i> Медиалект: языковая реальность современной культуры ...	179
<i>Прокофьева Н. А., Щеглова Е. А.</i> Освоение речевого материала анекдота в мемах	183
<i>Ремчукова Е. Н.</i> Интеллектуально-информативные и эстетические составляющие «продвигающего текста» в сфере культуры	187
<i>Рысакова П. И.</i> Юмор и диалогичность в цифровой новостной среде	191
<i>Старостина Е. В.</i> Влияние рекламных медиатекстов на языковое сознание современного носителя русского языка	195
<i>Субботина О. А.</i> Процедура фактчекинга: матрица стратегических альтернатив TOWS	199
<i>Федоров В. В.</i> Нарративизация травмирующего события в дискурсе региональных медиа	203
<i>Чанышева З. З., Ишемгулова А. И.</i> Нефтегазовый дискурс в кризисной медийной коммуникации	207
<i>Чэнь Ди.</i> Языковые новации сетевого дискурса в практике китайских коротких видеонОВОСТЕЙ	210
<i>Шестакова Э. Г.</i> Живое слово и аудиальность в системе координат медиалингвистики	214

<i>Ширинкина М. А.</i> Лингвокомпозиционные особенности пресс-релиза	218
<i>Ширяева О. В.</i> О влиянии новых медиа на жанровую систему (на примере медиажанров)	222
<i>Щеглова Е. А.</i> Особенности женского общения в социальных сетях как медиалингвистическая проблема	226
<i>Якоба И. А.</i> Дискурсивный эпатаж: мода, провокация или аксиологический аттрактор?	231
<i>Cheshmedzhieva-Stoycheva D.</i> Multimodality in humour during a pandemic. The Covid: The Battle for the Curve	234
<i>Susskaya O. A.</i> Discourse of mass media and cultural practices during the COVID-19 pandemic	237

ПРАКСИОЛОГИЧЕСКАЯ КРИТИКА МЕДИАРЕЧИ

<i>Арсеньева Т. Е.</i> Научные новости в непрофильных медиа: дополнительная экспертиза как признак качественного материала	242
<i>Басовская Е. Н.</i> «Конфликтное понимание» в современной медиаречи: pro et contra	245
<i>Бабчук Е. М.</i> Экспериментальное выявление и оценивание агрессивного компонента в медиаречи	249
<i>Борисова Е., Джесур К.</i> Езикът на безцелната политическа некоректност (Филмът „Борат 2“ на Саша Барън Коен и наградата „Златен Глобус“)	253
<i>Воробьева О. И.</i> Праксиологическое исследование вербальной агрессии в медиадискурсе	255
<i>Воронцова Т. А.</i> Прагматическая эффективность аллюзивного заголовка в медиатексте	258
<i>Запрягаева М. Я., Шишлянникова А. М.</i> Приемы вербального и невербального манипулятивного воздействия в телевизионной коммуникации (на материале ток-шоу «60 минут»)	262
<i>Иваненко Г. С.</i> Непрямая референция негативной информации как средство ухода от правовой ответственности	266
<i>Кузьмина Л. А.</i> Этические аспекты использования прецедентных феноменов в медиатексте	270
<i>Малявкина И. В.</i> Эстетика речепорождения (из опыта обучения китайских магистрантов)	274

<i>Недопекина Е.М.</i> Культура современной медиаречи в контексте пресс-конференции Президента Российской Федерации	278
<i>Романцова Т. Д.</i> Сетевая редакторская критика региональных медиатекстов в аспекте праксиологии и профессиональной идентичности	283
<i>Саакян Л. Н.</i> Гендерная заряженность эвфемии и дисфемии	287
<i>Саенкова-Мельницкая Л. П.</i> Выражение категоричности оценки в блогерской киножурналистике	291
<i>Сурикова Т. И.</i> Лингвоэтика в современном медиадискурсе	294
<i>Тактарова А. В., Черкасова М. Н.</i> Прагмалингвистический анализ поля деструктивности подростковой интернет-коммуникации	297
<i>Тулупов В. В.</i> «Язык вражды» в современных СМИ	300
<i>Цветова Н. С.</i> Медиаречь в зоне этико-эстетической рефлексии	303
<i>Чернышова Т. В.</i> Множественность интерпретаций медиатекста в аспекте критико-оценочной деятельности эксперта-лингвиста (к вопросу о критериях оценки спорных медиа)	307
<i>Шилина А. Г.</i> Гендерная информационная война в условиях пандемии COVID-19	311

СТИЛИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В МЕДИАЛИНГВИСТИКЕ

<i>Бойкова Н. Г.</i> Спортивный подкаст как вид нишевой журналистики: психолингвистический аспект	316
<i>Вещикова И. А.</i> Информационная программа «Время»: правила и стилистика	320
<i>Гаврилова М. В.</i> Коммуникативная стратегия самопрезентации в выступлениях президента	324
<i>Глинка Е. В.</i> Языковые средства имиджеформирующей политической речи	328
<i>Голокова М. С.</i> Речевая структура аудиоподкаста спортивного СМИ	332
<i>Зайцева И. П.</i> Взаимодействие элементов близкородственных языков в публицистическом тексте как способ повышения экспрессии	336
<i>Каминская Т. Л.</i> Медиакраудфандинг в России как способ соучастия адресата	340
<i>Кольшикина Т. Б., Шустина Е. В.</i> Медиаобраз Ярославля как столицы российской масленицы	343

<i>Коньков В. И.</i> Комическое начало в публицистической речи	347
<i>Коняева Ю. М.</i> Речевая репрезентация насмешки в медиатексте: средства категории персональности	350
<i>Кривоносов А. Д.</i> Дискурсивные и речевые признаки имиджеформирующего текста	354
<i>Куликова Э. Г.</i> Субстандарт в медиатексте: лингвоэкологические параметры и нормативность	358
<i>Малышев А. А.</i> Парижские модницы времён Регентства (1715–1723) и Марсельской чумы (1720–1723)	362
<i>Михеева Е. С.</i> Прагмастилистические особенности сайтов городов (на примере сайтов Москвы, Калуги, Нальчика)	366
<i>Олизько Н. С.</i> Социальные проблемы города через призму медиадискурса ...	370
<i>Прокофьева Н. А., Щеглова Е. А.</i> Особенности обращения к оценочной лексике в журнале «Вокруг света» первого периода	374
<i>Рацибурская Л. В.</i> Актуальные социальные реалии в медийных неодериватах	378
<i>Северская О. И.</i> «Деятели» и «деятельницы» в зеркале русской прессы XIX–XX вв.	382
<i>Сергеева Е. В.</i> Прецедентные феномены как способ оптимизации речевого воздействия рекламного текста в педагогической сфере	386
<i>Симонова М. В.</i> Роль национальных СМИ в борьбе с гендерным насилием в Испании	389
<i>Фацанова С. В.</i> Прецедентный текст как основа языковой игры в просветительском медиадискурсе	393
<i>Фролова О. Е.</i> Страница в социальной сети как персональное СМИ	396
<i>Чарыкова И. А.</i> Приёмы создания положительного образа А. Лукашенко в протестный период (на примере социальной сети «Инстаграм»)	401
<i>Эзериня С. А.</i> «Цензурная нецензурность»: лексика цензуры русской околожурнальной сферы второй половины XIX века	405

ГРАММАТИКА МЕДИАРЕЧИ

Ильдар Габдрашитович Ахметзянов
Казанский федеральный университет

Альмира Кадыровна Гараева
Казанский федеральный университет

Наркиз Камилевич Муллагалиев
Казанский федеральный университет

КОММУНИКАТИВНАЯ СВЯЗЬ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ВЛАСТИ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН С НАСЕЛЕНИЕМ НА ОНЛАЙН-ПЛОЩАДКАХ

В данной статье рассматривается коммуникативная связь представителей власти Республики Татарстан с населением. Авторы анализируют тексты сквозь призму волеизъявления, разъяснения, информирования на официальных порталах РТ и в социальных сетях Instagram и Facebook.

Ключевые слова: представители власти, коммуникация, официальные порталы РТ, Instagram, Facebook.

В XXI в. общение в основном происходит на онлайн-площадках, в этой связи меняется и восприятие информации. Медiateксты — одна из самых распространенных форм бытования языка сегодня [1].

Современные реалии предполагают языковой анализ медиатекстов с прагматической и когнитивной позиции, что от-

крывает новое пространство для языковых и общественно-политических исследований в рамках политического дискурса. Нами рассматриваются особенности коммуникации, которую осуществляют представители власти Республики Татарстан на онлайн-площадках.

В зависимости от цели воздействия различают:

1. Приветственные обращения. Основоположителем данного тренда можно считать Президента Республики Татарстан Р. Н. Миннеханова, начинающего каждый день с приветствия жителей республики с добрым утром на своей личной странице в Instagram практически с момента ее создания. Неизменным атрибутом к посту «Хәерле иртә» является фотография сквера перед зданием Государственного Совета РТ и здание Театра оперы и балета им. Мусы Джалиля.

По данному образцу приветствия публикуют во многих официальных аккаунтах государственных и муниципальных органов управления РТ: в официальном аккаунте Республики Татарстан в Instagram, на официальной странице в Instagram и в официальном сообществе в социальной сети Facebook мэрии Казани, в официальном аккаунте Татар-Информ и др.

2. Волеизъявление осуществляется через медиатексты приказов, просьб, отказов, советов. Волеизъявление может быть выражено несколькими речевыми актами: 1) побуждение, призыв, требование, повеление; 2) желание, указание, намерение; 3) рекомендация, совет, размышление.

Побуждение и призыв к действию можно встретить в речи Президента РТ Р. Н. Минниханова, размещенной 24.12.2020 г. на официальном портале РТ: «Катлаулы шартларда безнең алда Татарстан икътисадының конкуренциягә сәләтлелеген арттыру бурычы тора. Безгә финанс, житештерү, энергетика һәм хезмәт ресурсларына сакчыл мөнәсәбәт булдырырга кирәк. Конкурста жиңүчеләр республиканың киләчәк инновацион үсешенә һәм анда яшәүчеләрнең тормыш-көнкүрешен үстерүгә зур өлеш кертүләрен дәвам итәр дип ышанам» [3]. В данном контексте выражения «конкуренциягә сәләтлелеген арттыру бурычы тора» (стоит задача повышения конкурентоспособности), «сакчыл

мөнәсәбәт булдырырга кирәк» (создать бережливое отношение), «зур өлеш кертүләрен дәвам итәр дип ышанам» (надеюсь, продолжат вносить большой вклад) содержат призыв к действию в том числе со стороны аудитории.

Волеизъявление имеет место в обращениях с выражением желания, указания, намерения. Например, в выступлении министра образования и науки РТ И. Г. Хадиуллина от 9.03.2021: «Без хәзер информатика буенча БДИ узачак аудиторияләрне жиһазландырабыз. Имтиханнар башланганчы барлык шартларны булдырачакбыз» [3], в котором слова «барлык шартларны булдырачакбыз» (создадим все условия) указывают на желание и намерение министра.

3. Информирование и разъяснение. Данный тип речевого воздействия используется для объяснения какого-либо действия со стороны представителей властей, разъяснения тех или иных указаний, информирования населения о предстоящих событиях.

Приведем пример информирования в социальной сети Facebook: «В регионах России пройдут Дни татарстанского кино. 18–19 марта зрителям Нижегородской области представят музыкальную комедию “Апипа” (реж. Ильшат Рахимбай). Показы пройдут в селах Пошатово, Большое Рыбушкино и Уразовка. Зрители смогут пообщаться с популярной артисткой татарской эстрады Дилей Нигматуллиной».

Разъяснение на официальном портале Кукморского района, как не попасться на уловки мошенников: «Чит номерлардан шалтыратучылар белән сөйләшкәндә игътибарлы һәм сак булыгыз. Кемгәдер акча күчәргәнче, телефонны сүндереп, мәгълүматның, шулай ук шик тудыручы хәбәрләренә дөреслеген яңадан тикшерегез. Банк картасы һәм счет номерлары турындагы мәгълүматларны бары тик үзегез генә белегез, таныш булмаган кешеләр яисә интернет сату-алучылары юллаган шикле сылтамалар аша кермәгез» [2]. Выражения «игътибарлы һәм сак булыгыз» (будьте осмотрительны), «дөреслеген яңадан тикшерегез» (удостоверьтесь в ее достоверности), «шикле сылтамалар аша кермәгез» (не проходите по подозрительным ссылкам) предупреждают читателей данного медиатекста.

4. Оценка какой-либо деятельности и эмоций говорящего. Согласно О. С. Иссерс, к данной группе относятся порицание, похвала, обвинение, оскорбление, угроза.

Благодарность, выраженная на торжественной церемонии награждения конкурса «Руководитель года–2020» государственным советником РТ Минтимером Шаймиевым руководителям, возглавляющим различные предприятия и организации республики в непростые годы становления экономики современного Татарстана: «Житәкче булу — ул сәләт. Әгәр син кешеләрне яратсаң, үзеңнең эшеңне яратасың, үзеңә йөкләнгән бурычларны үтәргә әзер икән — шул вакытта гына уңышлы житәкче булырга мөмкин» [3]. Оценка деятельности выражается следующими лексическими единицами, как «сәләт» (призвание), «уңышлы житәкче» (успешный руководитель), что соотносится с похвалой.

Анализ коммуникативных стратегии, использованных представителями властных органов РТ в своих публикациях, позволяет заключить, что онлайн-площадки в Интернет-пространстве активно используются для осуществления коммуникации. Социальное речевое воздействие, такое как приветствие, активно проводится в официальных аккаунтах сети интернет. Волеизъявление выражается побуждением, призывом, пожеланием, указанием, намерением, рекомендацией, советом или размышлением, а также разъяснением и информированием со стороны представителей власти РТ, при этом имеет место как на официальных порталах, так и в социальных сетях. Оценочное речевое воздействие активно ведется на личных страницах представителей власти РТ, а также на официальных порталах Республики Татарстан.

Л и т е р а т у р а

1. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). М., 2005.
2. <http://kukmor-rt.ru>.
3. <https://tatarstan.ru/tat/>.

Ildar G. Akhmetzyanov
Kazan Federal University

Narkiz K. Mullagaliev
Kazan Federal University

Almira K. Garayeva
Kazan Federal University

COMMUNICATIVE LINKS OF TATARSTAN OFFICIALS WITH THE CITIZENS ONLINE

The article deals with communicative links of Tatarstan officials with citizens. The authors analyse texts through the expression of will, instructions, clarifications, information in official websites and social accounts like Instagram, Facebook.

Keywords: officials, communication, official websites, Instagram, Facebook.

Ирина Васильевна Беляева
Ростовский государственный экономический университет

КАТЕГОРИАЛЬНАЯ ЛАКУНАРНОСТЬ: АНАЛИТ-ПРИЛАГАТЕЛЬНЫЕ И БЕЗЛИЧНО-ПРЕДИКАТИВНЫЕ СЛОВА

К категориальному типу лакунарности относятся аналит-прилагательные и безлично-предикативные слова. Оба класса грамматически продуктивны, что дает основания полагать: они войдут в грамматические описания как полноправные части речи.

Ключевые слова: лакунарность, аналит-прилагательные, безлично-предикативные слова, категория состояния.