

ЗАРУБЕЖНАЯ ФИЛОЛОГИЯ

УДК: 800.001

ББК: 81.1

Ахмедова З.М.

КОНЦЕПТ ВРЕМЕНИ В КОГНИТИВНОМ АСПЕКТЕ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Ahmedova Z.M.

THE CONCEPT OF TIME IN THE COGNITIVE ASPECT IN ENGLISH

Ключевые слова: концепт времени, темпоральные отношения, предлоги, реальное время, перцептуальное время, английский язык, развитие времени, темпоральная семантика, когнициция.

Keywords: concept of time, temporal relations, prepositions, real time, perceived time, English, development of time, temporal semantics, cognition.

Аннотация: в статье «время» рассматривается как «ограниченный ресурс», используемый человеком для достижения своих целей. Такая концептуализация времени считается актуальной в культуре Запада. Концепт времени считается одним из основных, одновременно одним из простых концептов. Этот концепт абстрактный и образуется при помощи структур знаний, сохранившихся в течение длительного периода в памяти людей. В английском языке понятие «время» может рассматриваться как «движение в пространстве», точнее как «движущийся объект». Например: *time comes/flows/flies/speeds by*. Следует отметить, что события, отдельные факты или движение направлены в определённом направлении не только в пространстве, они в определённом смысле направлены и на время.

Во многих языках в концепт времени входят различные средства выражения. Предлоги в английском языке на фоне концепта времени могут отражать целый ряд оттенков слов. В английском языке это достигается совместным употреблением общих имён существительных (в том числе темпоральных имён существительных или других субстантивных частей речи, чисел) и предлогов. Учитывая концептосферу времени английского языка, в представленной статье мы уделили особое внимание только одному аспекту концепта времени – описанию происходящих (происходивших) событий (исполнившихся) движений или обстоятельств-положений во временной плоскости. Наличие различных предлогов в английском языке связано с тем, что при использовании различных предлогов время воспринимается по-разному.

Предлоги являются единицами, отличающимися многозначностью и богатой метафоричностью. Многозначность нашла своё отражение в словарях, однако варианты их смысла и контекста не всегда доводятся до сведения читателей. В различных словарях почти перед каждым предлогом представлено разное число их значений. К «представительной лексеме» необходимо отнести вопрос о числе значений, ибо это является сложной проблемой в семантике предлогов. Правда, с такой проблемой сталкивается каждый исследователь, который изучает не только предлоги, но и семантику любой единицы языка. Здесь устанавливаются границы между значениями, однако это – объект другой темы исследования. Выбор предлога связан со сроком, продолжительностью отрезка времени длящегося действия.

Abstract: the article deals with the concept of "time" as a "limited resource" used by a person to achieve his goals. The conceptualization of time in this way is considered relevant in the Western culture. The concept of time, which is considered to be one of the main, at the same time one of the simplest concepts, is abstract and is formed by means of structures of knowledge preserved for a long period in people's memory. In English, the concept of "time" can be considered as "movement in space", more precisely, as "a moving object". It can be perceived in the idioms like time

comes/flows/flies/speeds by. It should be noted that events, individual facts or movements are directed not only in space in a certain direction, but also, to some extent, they are directed towards the time.

In many languages, the concept of time is expressed by various means. Prepositions in English can reflect a number of shades on the background of the concept of time. In English, this is achieved by the joint use of common nouns (including temporal nouns or other substantive parts of speech, numbers) and prepositions. Considering the concept sphere of time in the English language, in this article special attention is paid only to one aspect of the concept of time - a description of occurring (occurred) events, caused by movements made or circumstances is given on the time prism.

The presence of various prepositions in English is due to the fact that time is perceived differently. Prepositions are units that differ in polysemy and rich metaphors. Polysemy is reflected in the dictionaries; however, the variations of their meanings and context are not always brought to the attention of the readers. Almost every preposition has a different number of meanings in various dictionaries. It is necessary to highlight and apply the number to the "represented lexeme", because this is a highly complex problem in the semantics of prepositions. Every researcher who studies not only prepositions, but also the semantics of any unit of language can encounter such a problem. Here the boundaries between the meanings are not established, for this is the object of another study. The selection of the prepositions is related to the duration of the time interval.

УДК: 811.111-26

ББК: 81.1

Ванягина М.Р., Канатаев Д.В.

**ПЕРЕВОДЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ В АНГЛО-РУССКОМ ПЕРЕВОДЕ
СТИЛИСТИЧЕСКИ ОКРАШЕННОЙ ВОЕННОЙ ЛЕКСИКИ**

Vanyagina M.R. Kanataev D.V.

**TRANSLATION TRANSFORMATIONS IN THE ENGLISH-RUSSIAN
TRANSLATION OF STYLISTICALLY PAINTED MILITARY LEXIS**

Ключевые слова: *военный перевод, переводческие трансформации, стилистически окрашенная лексика, калькирование, интерпретация, конкретизация, элиминация.*

Keywords: *military translation, translation transformations, stylistically painted lexis, tracing, interpretation, specification, elimination.*

Аннотация: *в статье рассматривается проблема выбора трансформационных приемов при переводе англоязычных военных текстов, имеющих достаточное количество эмоционально окрашенной лексики. Предлагается использовать различные переводческие трансформации: калькирование, интерпретацию, конкретизацию, демегафоризацию, элиминацию, переводческие метки. Всегда необходимо учитывать особенности текста и контекст.*

Abstract: *the article deals with the problem of the transformational receptions choice during the translation of the English-language military texts having enough emotionally charged lexis. It is offered to use various translation transformations: tracing, interpretation, specification, demetaphorization, elimination, translation tags. Always it is necessary to consider features of the text and a context.*

УДК: 81'33

ББК: 81.1

Детинко Ю.И., Григорьев Р.И.

**ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ВИЗУАЛЬНЫХ ОБРАЗОВ
В БРИТАНСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ**

Detinko I.I., Grigoryev R.I.

**INTERPRETATION OF PRECEDENT VISUAL IMAGES IN BRITISH POLITICAL
DISCOURSE**

Ключевые слова: *прецедентный образ, прецедентный визуальный образ, креолизованный текст, политический дискурс, критический дискурс-анализ, британские СМИ, политическая карикатура.*

Key words: *precedent image, precedent visual image, creolized text, political discourse, critical discourse analysis, British mass media, political cartoon.*

Аннотация: *в статье рассматривается феномен прецедентности в креолизованных политических текстах. Авторы дают определение политического дискурса, креолизованного текста, политической карикатуры и прецедентного визуального образа. В статье представлены результаты анализа прецедентных визуальных образов со сферой-источником «кино». Материалом исследования послужили политические карикатуры, встречающиеся в британских средствах массовой информации. С помощью метода критического дискурс-анализа авторы интерпретируют используемые журналистами прецедентные визуальные образы в британской политической коммуникации.*

Abstract: *the article deals with the phenomenon of precedence in creolized political texts. The authors provide a definition of political discourse, a creolized text, a political cartoon and a precedent visual image. The article presents the results of the analysis of precedent visual images with the general source «cinema». The study material comprises of the political cartoons found in the British mass media. Using the method of critical discourse analysis, the authors interpret the precedent visual images used by journalists in British political communication.*

УДК: 811.111

ББК: 81

Ершов Д.И.

АГНОНИМИЧЕСКИЕ КЛАСТЕРЫ В ТРАГЕДИИ У. ШЕКСПИРА "МАКБЕТ"

Ershov D.I.

**AGNONYMIC CLUSTERS IN THE TRAGEDY "MACBETH"
BY W. SHAKESPEARE.**

Ключевые слова: агнонимы, агнонимический кластер, диктема, лексика, классификация, трагедия.

Keywords: agnonyms, agnonymic cluster, dictema, vocabulary, classification, tragedy.

Аннотация: статья посвящена английским агнонимам и их кластерам в тексте пьесы У. Шекспира. В процессе исследования установлено, что для обычного читателя знакомство с трагедией У. Шекспира «Макбет» может вызвать серьёзные затруднения из-за большого числа в тексте непонятных слов. Особое внимание уделено вопросам анализа текста на предмет наличия в нём незнакомых слов-агнонимов, что позволило выявить их существенные признаки, функции и критерии, необходимые для их последующей классификации и систематизации. Автором рассмотрены различные подходы к выделению и систематизации агнонимических рядов. В статье даётся содержание понятий-агноним, агнонимический кластер, агнодиктема. В работе выявлены закономерности использования агнонимов в тексте с учётом их функций.

Annotation: the article is devoted to English agnonyms and their clusters in the text of the play of William Shakespeare. In the course of the research, it was established that for an ordinary reader acquaintance with the tragedy of W. Shakespeare "Macbeth" can cause serious difficulties due to the large number of obscure words in the text. Particular attention is paid to the analysis of the text for the presence of unfamiliar words-agnonyms, which allowed to identify their essential features, functions and criteria necessary for their subsequent classification and systematization. The author considered various approaches to the isolation and systematization of agnonymic series. The article provides the contents of the concepts-agnonym, agnonymic cluster, agno-dictemma. The work revealed patterns of use of agnonyms in the text, taking into account their functions.

УДК: 81-11

ББК: 81.5

Звада О.В., Кузнецова Л.В.

К ВОПРОСУ ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ДИСКУРСА СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

Zvada O.V., Kuznetsova L.V.

TO THE QUESTION ABOUT THE FEATURES OF PUBLIC SERVICE ADVERTISING DISCOURSE

Ключевые слова: социальная реклама, дискурс, манипулирование, язык рекламы, коммуникативные стратегии, социальные ценности, языковые средства, речевые приёмы.

Keywords: public advertising (public service advertising), discourse, manipulation, language of advertising, communicative strategy, social values, language means; speech devices.

Аннотация: реклама является одним из наиболее распространенных и динамично развивающихся секторов культуры. Дискурс социальной рекламы является определенным видоизменением дискурса императивного, который находится в промежуточном положении между двумя типами дискурсов, с одной стороны – аргументативного, т.е. убеждающего, с другой стороны – пропагандистского, т.е. манипулятивного. Статья посвящена исследованию коммуникативной специфики англоязычной социальной рекламы и проблеме влияния социальной рекламы на формирование ценностных установок современного общества. В статье рассматриваются особенности дискурса социальной рекламы, которая чрезвычайно распространена за рубежом. В данной публикации авторы делают попытку представить анализ социальной рекламы с лингвистической точки зрения, а также попытку проанализировать некоторые языковые средства рекламного дискурса. Проведен анализ особенностей современных рекламных текстов и раскрыты основные принципы формирования и тенденции развития английского рекламного дискурса в социальных сетях. Специфичность рекламного текста представлена поликодовостью, поскольку он включает в себя не только вербальные, но и визуальные знаки.

Abstract: advertising is one of the most widespread and dynamically developing sectors of culture. Public service advertising discourse is defined as a special kind of imperative discourse, which occupies an intermediate position between argumentative (persuasive) and propaganda (manipulative) discourses. The article considers the communicative peculiarity of advertising and focuses upon problem of public service influence upon formation of system of values in modern society. The published work is devoted to public advertising discourse in phenomenological perspective. The article provides the analysis of language of advertising for social causes from linguistic point of view and specifies linguistic means used in advertising texts. The analysis of the characteristics of modern advertising texts and reveals the basic principles of the formation and development trends of English social media marketing discourse, advertising content in social networks. This is important property of the discourse of advertising peculiarities of advertising text having a polycode character (i.e., often including, in addition to verbal, also visual and / or audio signs).

УДК: 811.111-26

ББК: 81.2-7

Кулакова С.А., Мартыненко Н.К.

**АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ ПЕРЕВОДА ЕДИНИЧНЫХ ПОНЯТИЙ
В ХУДОЖЕСТВЕННОЙ И ГАЗЕТНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ**

Kulakova S.A., Martynenko N.K.

**ANALYSIS OF FEATURES OF THE TRANSLATION OF SINGLE CONCEPTS
IN ART AND JOURNALESE LITERATURE**

Ключевые слова: методология перевода единичных понятий, транскрипция, транспозиция, транслитерация, прямой перенос имени в исходной форме, описательный перевод, уточняющий перевод, комментирующий перевод, усеченный перевод, прием опущения.

Keywords: methodology of the translation of single concepts, transcription, transposition, transliteration, direct transfer of a name in crude form, the descriptive translation specifying the translation commenting on the transfer, the truncated transfer, omission reception.

Аннотация: перевод имен собственных на примере произведений из художественной и газетно-публицистической литературы. При переводе единичных понятий применяется прием транскрипции, транспозиции, транслитерации, прием прямого переноса имени в исходной форме, прием описательного перевода, прием уточняющего перевода, комментирующего перевода, усеченный перевод и прием опущения. Методологические установки перевода имен собственных, связанных со сложной их функциональной и стилистической направленностью в художественных произведениях. Антропонимы и топонимы ономастиконов являются самыми многочисленными. Видя орфографические особенности исходного и переводного текстов, переводчик нацелен на выбор в принятии решения на перевод применительно к различным группам ономастиконов. При использовании лингвистического подхода к анализу имен собственных в художественной и газетно-публицистической литературе часть наименований единичных понятий находит свое отражение в переводном тексте, однако довольно часто номинация происходит с помощью имен нарицательных.

Abstract: the translation of proper names on the example of works from art and journalese literature. Receptions when translating single concepts are various: reception of a transcription, transposition, transliteration, reception of direct transfer of a name in crude form, reception of the descriptive transfer, reception of the specifying translation commenting the translation, the truncated translation and reception of omission on Methodological installations of the translation of the proper names connected with their difficult functional and stylistic orientation in works of art. An-troponima and toponyms of onomastikon are the most numerous. Seeing spelling features of initial and translated texts, the translator is aimed at the choice in decision-making on the translation in relation to various groups of onomastikon. When using linguistic approach to the analysis of proper names in art and journalese literature, a part of names of single concepts finds the reflection in the translated text, however quite often the nomination happens to the help of common nouns.

УДК: 851.311

ББК: 81.2

Махмудова Г. Ч.

ПРОЦЕСС ОБРАЗОВАНИЯ НОВЫХ СЛОВ В ТЮРКСКИХ ЯЗЫКАХ В ПЕРИОД НЕЗАВИСИМОСТИ ТЮРКОЯЗЫЧНЫХ ГОСУДАРСТВ

Mahmudova G. Ch.

THE PROCESS OF WORD-FORMATION IN THE TURKIC LANGUAGES DURING THE INDEPENDENCE PERIOD OF TURKISH STATES

Ключевые слова: тюркские языки, азербайджанский язык, казахский язык, турецкий язык, заимствование слов, деривация, период независимости тюркоязычных государств, архаизмы, словарный состав, лексика, национализация.

Keywords: turkic languages, Azeri language, Kazakh language, Turkish language, borrowing words, derivation, period of independence of Turkic-speaking states, archisms, vocabulary, vocabulary, nationalization

Аннотация: в статье исследуется период словообразования в тюркских языках в годы после обретения независимости тюркоязычных государств. Не секрет, что после обретения независимости и, будучи более суверенными, тюркоязычные государства вновь возобновили тесную и дружную связь как в политической, так и в экономической и культурной сфере. Основная цель данного исследования заключается в обозрении всего процесса обогащения лексического словарного состава данных языков и выявлении общих и отличительных положений процесса деривации в тюркских языках в период самосознания национального мышления тюркских народов. Рассмотрев приведенные в статье языковые факты и материалы, подводя итог, отмечается, что после распада Советского Союза в языках многих тюркоязычных государств, которые входили в состав союза, поток заимствований слов резко переключился в европейское русло. Но тем самым, многие заимствованные из русского языка слова стали постепенно уходить из этих языков за счет актуализации архаичных тюркских слов.

Abstract: the article examines the period of word formation in the Turkic languages in the years after independence of the Turkic-speaking states. It is no secret that after gaining independence and being more sovereign, the Turkic-speaking states again resumed close and friendly communication in the political, as well as in the economic and cultural spheres. The main objective of this study is to review the entire process of enriching the lexical vocabulary of these languages and to identify common and distinctive provisions of the process of derivation in the Turkic languages in the period of self-consciousness of the national thinking of the Turkic peoples. Having considered the linguistic facts and materials cited in the article, citing the result, it is noted that after the collapse of the Soviet Union in the languages of many Turkic-speaking states that were part of the union, the flow of borrowings of words sharply switched to the European mainstream. But thus, many words borrowed from the Russian language began to gradually decrease from these languages, due to the actualization of archaic Turkic words.

УДК: 80

ББК: 83

Новицкая И.Я.

**МОЖЕТ ЛИ БЫТЬ КАЧЕСТВЕННОЙ ОБЩЕМИРОВАЯ МАССОВАЯ
КУЛЬТУРА: СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА ОПРЕДЕЛЕНИЙ ТИПА ФИЛЬМОВ
КИНОТРИЛОГИИ «ХОББИТ» ЗРИТЕЛЯМИ РОССИИ И ШВЕЦИИ.
СТАТЬЯ 1. ОТ СКАЗКИ ДО МУЛЬТИМЕДИЙНОЙ ФРАНШИЗЫ**

Novitskaya I.Ya.

**COULD IT BE THE QUALITY OF GLOBAL MASS CULTURE: COMPARATIVE
EVALUATION OF TYPE DEFINITIONS FILMS OF THE TRILOGY "THE HOBBIT"
SPECTATORS, RUSSIA AND SWEDEN
ARTICLE 1. FROM TALES TO MULTIMEDIA FRANCHISE**

Ключевые слова: *восприятие фэнтези, Толкин, Питер Джексон, российская аудитория, шведские респонденты, жанровые особенности кинотрилогии.*

Keywords: *fantasy perception, Tolkien, Peter Jackson, Russian audience, Swedish respondents, genre features of the film trilogy.*

Аннотация: *в этой работе впервые рассматриваются сравнительные характеристики, данные российской и шведской аудиторией фильмам кинотрилогии «Хоббит», что позволяет изучить важную проблему – может ли массовая культура быть качественной. В данной статье исследуются оценки россиянами и шведами качества кинотрилогии Джексона, ее жанровых особенностей – фэнтези, приключенческий фильм, экранизация, блокбастер, характера отображения литературного материала Толкиена и мультимедийности форм существования.*

Abstract: *this research paper for the first time examines the most important problem nowadays: whether the global mass culture can be of high quality. With this purpose, we studied responses of 1785 Russians first took part in the international study "Audience "the Hobbit" in the world", devoted to the Peter Jackson films, and in 1955 the answers of the Swedes, co-stavshij in the country the individual samples of the quality of mass culture. In the first article, the objectives of the study are to assess the quality of the Russian and Swedish film trilogy of Peter Jackson about the hobbit, its genre features-fairy tale, fantasy, adventure film, film adaptation, blockbuster, the nature of the display of Tolkien's literary material-prequel / sequel and multimedia forms of existence-multimedia franchise.*

The main methods of research are: structural-functional method, and heat-neticesi analysis, content-analysis of Russian and Swedish databases, comparative approach, and obtain qualitative-quantitative strategy in the collection and processing of survey data two auditors-ries, as well as receptive method, which helps to study the reaction of the perceiving consciousness and feelings of the reader or viewer to the work and artistic world of the author / Director.

The main results of the study displayed in the first article are as follows:

Despite the presence in the film trilogy typical features of mass culture-action, blockbuster, action, "Hobbit" is the original adaptation of Tolkien. Talented cast, striking views of New Zealand, the depth of content and philosophical meaning. Talented cast, striking views of New Zealand, the depth of content and philosophical meaning of the film trilogy, its transformation into a multimedia franchise make it a significant work of cinema, part of the quality of global mass culture.

УДК: 801.73

ББК: 84

Осьмухина О.Ю., Танасейчук А.Б.

**СПЕЦИФИКА ПРЕЛОМЛЕНИЯ ГОТИЧЕСКОЙ ТРАДИЦИИ В РОМАНЕ
Г. ЛЕРУ «ПРИЗРАК ОПЕРЫ»**

Osmukhina O.Yu., Tanaseychuk A.B.

**SPECIFICITY OF REFLECTION OF GOTHIC TRADITION IN NOVEL
G. LEROUX "GHOST OF OPERA"**

Ключевые слова: Г. Леру, мотив, готика, традиция, образ, прием, роман, сюжет.

Keywords: G.Leroux, motive, gothic, tradition, image, reception, novel, plot.

Аннотация: в статье анализируется своеобразие преломления европейской готической традиции в романе Г. Леру. Актуальность заявленной проблематики обусловлена необходимостью осмысления трансформации готической традиции в европейской литературе, изучению того, с помощью каких художественных средств и приемов литературная готика преобразуется в неоготику. В частности, с помощью сравнительно-исторического метода и метода целостного анализа литературного произведения исследуется специфика готической атрибутики в романе «Призрак Оперы». Установлено, что в произведении синтезируются черты готического романа (особый замкнутый хронотон Гранд Опера, являющийся аналогом замкового хронотона; появление Призрака, способствующего созданию атмосферы ужаса и тайны; герой-злодей, определяющий сюжетное разворачивание) и психологического детектива (герой-расследователь, реконструирующий события прошлого, опирающийся на логику в раскрытии тайны и придающий реалистическую мотивировку происходящему).

Abstract: the article analyzes the originality of the refraction of the European Gothic tradition in the novel by G. Leroux. The relevance of the stated perspective is due to the need to reflect on the transformation of the Gothic tradition in European literature, the study of what artistic means and techniques of literary Gothic trance is formed into neo-gothic. In particular, using the comparative historical method and the method of integral analysis of a literary work, the specifics of the Gothic paraphernalia in the novel «The Phantom of the Opera» are explored. It was found that the work synthesizes the features of the Gothic novel (a special closed chronotope Grand Opera, which is an analogue of the castle chronotope; the appearance of the Ghost, contributing to the creation of an atmosphere of horror and secrecy; events of the past, based on the logic of disclosing secrets and giving a realistic motivation for what is happening).

УДК: 811.111'371

ББК: 81.5

Позняк Л.П.

**ЭТНОСПЕЦИФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ВЕРБАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПТА
СЛАВА В НАЦИОНАЛЬНОЙ КАРТИНЕ МИРА БРИТАНЦЕВ**

Roznyak L.P.

**ETHNOSPECIFIC PECULIARITIES OF VERBALIZATION OF THE CONCEPT
GLORY IN THE NATIONAL PICTURE OF THE WORLD OF THE BRITISH**

Ключевые слова: культурный концепт, концептуальная метафора, понятийная составляющая, образный компонент, национальная картина мира, ценностный смысл, лексема, афоризм, концепт-регулятив.

Keywords: cultural concept, conceptual metaphor, conceptual component, figurative component, national picture of the world, value meaning, lexeme, aphorism, concept-regulator.

Аннотация: актуальность данной публикации состоит в изучении этноспецифических особенностей культурного концепта СЛАВА в национальной картине мира британцев. Целью исследования является анализ понятийной, образной и ценностной составляющих данного концепта в современном английском языке. С помощью методов анализа словарных дефиниций, компонентного и концептуального анализа автор статьи выявляет ряд концептуальных признаков, образующих понятийную составляющую вышеуказанного концепта. На основе изучения лексической сочетаемости имен концепта СЛАВА выявляются особенности формирования когнитивных метафор, посредством которых формируется образный компонент данного концепта. Ценностный компонент концепта СЛАВА выражается в суждениях, объективирующих особенности оценочного смысла в национальной картине мира англичан. Автор приходит к выводу о противоречивости ценностных представлений англичан в отношении концепта СЛАВА. Данный концепт относится к концептам-регулятивам, которые входят в систему понятий, формирующих морально-нравственные устои общества. Результаты исследования могут применяться в теоретических исследованиях других концептов, входящих в национальную картину мира британцев, а также и других этносов.

Abstract: the urgency of the publication is in the investigation of ethnospecific peculiarities of the cultural concept GLORY in the national picture of the world of the British. The research aims at an analysis of the conceptual, figurative and value components of the given concept in the modern English language. With the help of methods of dictionary definitions analysis, componential and conceptual analysis the author of the article reveals a number of features constituting the conceptual component of the concept mentioned above. Based on the study of lexical compatibility of the names of the concept GLORY, peculiarities of formation of cognitive metaphors are identified. Through these metaphors the figurative component of the concept is formed. The value component of the concept GLORY is expressed in judgments that objectify the characteristics of the evaluative meaning in the national picture of the world of the British. The author comes to the conclusion about the contradictory value ideas of the British in relation to the concept GLORY. This concept refers to the concepts-regulators, which are included in the system of concepts that form the moral foundations of society. The results of the research work can be used in theoretical studies of other concepts included in the national picture of the world of the British, as well as of other ethnic groups.

ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ФИЛОЛОГИЯ

УДК: 821.112.2

ББК: 83.3(Гем)

А 657

Андреюшкина Т.Н.

**«ПРЕПОСТИГАЯ ВЕЛИМИРА»: ПОЭТИЧЕСКИЙ ДИАЛОГ С. БИРЮКОВА
С В. ХЛЕБНИКОВЫМ**

Andreiushkina T.N.

**«COMPREENDED VELIMIR»: POETICAL DIALOG OF SERGEY BIRIUKOV
WITH VELIMIR KHEBNIKOV**

Ключевые слова: *В. Хлебников, С. Бирюков, авангард, неоавангардизм, поэтическая и языковая рефлексия, поэтический эксперимент, восприятие и продолжение традиции.*

Keywords: *V. Khlebnikov, S. Biriukov, avant-garde, new avant-gardism, poetical and linguistic reflection, poetical experiment, perception and continuation of the tradition.*

Аннотация: *в статье речь идет о восприятии и продолжении авангардистской поэзии Велимира Хлебникова в творчестве современного поэта Сергея Бирюкова, проживающего в Германии. Бирюков, как поэт и ученый, многие годы исследует российский исторический и современный авангард в поэзии. Для его стихотворений характерна поэтическая и языковая рефлексия. В свои поэтические эксперименты он вовлекает материал не только поэзии русского и зарубежного авангарда, но и мировой поэзии и искусства прошлого и настоящего.*

Abstract: *article deals with the perception and continuation of the avant-garde poetry of Velimir Khlebnikov in the work of the modern poet Sergey Biriukov, who wants in Germany. As poet and scientist, Biriukov explores the Russian historical and modern avant-garde in the poetry. For his poetry is typical poetic and linguistic reflexion. In his poetic experiments he includes the material not only of the Russian and foreign avant-garde, but of the world poetry and art of past and present.*

УДК: 81+811.161.1'38

ББК: 81.411.2-7

Анисимова Т.В.

К ВОПРОСУ О ЗНАЧЕНИИ ТЕРМИНА РЕЧЕВОЙ ЖАНР¹

Anisimova T.V.

ON THE QUESTION OF THE MEANING OF THE TERM SPEECH GENRE

Ключевые слова: *речевой жанр, система жанров, рекламный дискурс, теория жанров М.М. Бахтина, жанроведение.*

Keyword: *speech genre, system of genres, advertising discourse, theory of genres M.M. Bakhtin, genre studies.*

Аннотация: *в работе поднимается вопрос о необходимости выработки единообразного подхода к трактовке термина речевой жанр, поскольку в последнее время этим термином стали называть самые разнородные и разноуровневые явления: от бытовых - извинения, благодарности и просьбы до фейсбука, сайта и дискурса СМИ, что не способствует пониманию жанрового состава как системы. Разница принципов выделения жанров учеными иллюстрируется анализом того, что обычно называют жанром в рамках рекламного дискурса. Автор приходит к выводу: поскольку на нынешнем этапе развития жанроведения нет возможности создать общую систему речевых жанров, необходимо подробно прорабатывать и акцентировать системы жанров отдельных дискурсов.*

Abstract: *the work raises the question about the necessity of developing a uniform approach to the interpretation of the term speech genre, since the last time this term came to be called the most heterogeneous and different-level phenomenon of domestic apology, gratitude and requests to Facebook, website and mass media discourse that contributes to the understanding of genre structure as a system. The difference between the principles of allocation of genres by scientists is illustrated by the analysis of what is usually called a genre within the advertising discourse. The author comes to the conclusion that because at the current stage of development of genre studies within the context there is no possibility to create a General system of speech genres, it is necessary to understand the details and to focus the system of separate genres of discourse.*

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Администрации Волгоградской области в рамках научного проекта № 18-412-340005

УДК: 82.02

ББК: 80/84

Дёрина Н.В., Антропова Л.И., Залавина Т.Ю., Дёрина К.С.

**СПЕЦИФИКА ГНОСЕО-ОНТОЛОГИЧЕСКИХ СИСТЕМ
В ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТЕКСТАХ АКМЕИЗМА И РОМАНТИЗМА**

Dyorina N.V., Antropova L.I., Zalavina T.Yu., Dyorina K.S.

**SPECIFICITY OF GNOSEA-ONTOLOGICAL SYSTEMS
IN ARTISTIC TEXTS OF ACMEISM AND ROMANTICISM**

Ключевые слова: художественно-онтологические законы, художественное бытие, проблема равновесия-истины, поиск истины и гармонии, равенство характеристик, синтез, поэзия озерников, западноевропейский романтизм, акмеизм.

Keywords: artistic and ontological laws, artistic being, the problem of equilibrium-truth, the search for truth and harmony, equality of characteristics, synthesis, poetry of lake men, Western European romanticism, Acmeism.

Аннотация: актуальность заявленной в статье проблемы обусловлена тем, что особенностями художественного мироздания Н. Гумилева в системе взаимосвязей с идеей гармонизации противоположностей, восходящей к творческим исканиям романтизма, не исследованы в полной мере.

Цель статьи заключается в выявлении концептуально-значимых схождений художественного сотворения новых вселенных Н. Гумилевым с соответствующими художественными воплощениями романтической идеи, в способе гармонизации хаотической реальности, апробированный в художественных произведениях представителей старшего английского романтизма.

В данной работе широко применяется сравнительно-исторический метод, который позволяет корректно соотнести произведения Н. Гумилева и романтический дискурс.

Выявлены факторы, определяющие органичное единство творческих исканий Н. Гумилева и поэтов «озерной школы» как общее стремление к созданию идеала. Отличительной чертой художественно-философских систем, создаваемых и Н. Гумилевым, и английскими романтиками, явилось одновременное присутствие в них мотивов поиска гармонии и истины, разочарования в результатах исканий и вместе с тем – стремления к преодолению непримиримости полюсов и сотворению отсутствующей в мире гармонии.

Результаты исследования могут применяться при чтении лекционных и специальных курсов по истории русской литературы начала XX в., в трудах по проблемам художественного сознания в России этого периода.

Abstract: the urgency of the problem stated in the article is due to the fact that the features of N. Gumilev's artistic universe in the system of interconnections with the idea of harmonizing opposites, going back to the creative quest of romanticism, have not been fully explored.

The purpose of the article is to identify conceptually significant convergences of the artistic creation of new universes by N. Gumilev with the corresponding artistic embodiments of the romantic idea, in a way of harmonizing chaotic reality, tested in works of art by representatives of the older English romanticism.

In this work, the comparative-historical method is widely used, which makes it possible to correctly correlate the works of N. Gumilev and romantic discourse.

The factors that determine the organic unity of N. Gumilev's creative searches and the "lake school" poets as a common desire to create an ideal are revealed. A distinctive feature of the artistic and philosophical systems created by both N. Gumilev and the English romantics was the simultaneous presence in them of the motives for the search for harmony and truth, disappointment in the results of the searches and at the same time the desire to overcome the intransigence of the poles

and the creation of the missing in the world of harmony.

The results of the research can be applied when reading lecture and special courses on the history of Russian literature at the beginning of the 20th century, in works on the problems of artistic consciousness in Russia of this period.

ЖУРНАЛИСТИКА И МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ

УДК: 070
ББК: 80; 76.0

Алексеева Т.С.

**ДУХОВНАЯ МИССИЯ СОВРЕМЕННОЙ ИНТЕЛЛИГЕНЦИИ В МЕДИЙНОМ
ПРОСТРАНСТВЕ**

Alekseeva T.S.

**THE SPIRITUAL MISSION OF INTELLIGENTSIA IN CONTEMPORARY
MEDIA EXPANSE**

Ключевые слова: интеллигенция, нравственные ориентиры, роль СМИ, лидерство, мессианская функция, интеллектуалы, духовные скрепы.

Keywords: *intelligentsia, moral guidelines, the role of mass media, leadership, Messiah function, intellectuals, spiritual bonds.*

Аннотация: *вопрос о роли интеллигенции в жизни общества всегда оставался одним из ключевых вопросов нашего социального и духовного бытия. С того момента, когда это слово начало использоваться во второй половине XIX в. для обозначения людей, которые не только занимаются умственным или творческим трудом, но и представляют собой индивидов с высоким уровнем нравственных качеств, и до сего дня не утихают споры о предназначении интеллигенции, ее положительном или отрицательном влиянии на духовное состояние нации. В настоящей статье предпринимается попытка представить миссию современной интеллигенции и роль СМИ в пропаганде этой миссии. Также прослеживается преемственность осознания интеллигенцией своего высокого предназначения, приводятся точки зрения таких авторитетных философов и писателей, как С. Булгаков, О. Платонов, А. Солженицын. Особое внимание уделяется роли интеллигенции в событиях начала 90-х гг. XX в., ее окончательному расколу после штурма и расстрела Белого дома в октябре 1993 г.*

Роль и место интеллигенции в жизни современного российского общества определяет и ее миссию. Причем осуществление ее, как отмечается в статье, затрудняет все тот же раскол и образование многих структур, объединений, организаций. В свете этого представляется возможной и неотъемлемой консолидация сил для духовного равновесия нации, в какой-то степени заявленного и как основная задача государства. В статье рассматриваются точки зрения некоторых современных исследователей проблемы интеллигенции – О. Золотарева, А. Бурганова, Т. Берсирова, Л. Зубановой, А. Труфанова. При всем разнообразии и неоднозначности их позиций в большинстве работ четко обозначено желание возродить духовное лидерство интеллигенции в социуме, определить не только цели и задачи этой группы людей, но и их мессианскую функцию, так как общество действительно нуждается в нравственных ориентирах с учетом контекста эпохи. И дать эти нравственные ориентиры, забыв о расколе, о разности политических взглядов, национальных и религиозных идентичностях, должна именно современная интеллигенция. Иначе лишенная ориентиров, прагматически настроенная, нация может перестать быть таковой. И слово интеллигенции должно быть озвучено средствами массовой информации.

Abstracts: *the issue of the significance of intelligentsia in the life of society has always been one of the key problems of our social and spiritual existence. Since the moment this word came into being in the 2nd half of the 19th century to denote people not only engaged in intellectual and creative work, but also individuals with a high level of moral qualities, up to present day, there has been a lot of controversy on the role of intelligentsia, its positive or negative influence on the spiritual state of the nation. The following article attempts to represent the mission of contemporary intelligentsia and the role of mass media in the promotion of this mission. It also traces the continuity of*

intelligentsia's perception of their exceptional role, it gives the viewpoints of such authoritative philosophers and writers as S. Bulgakov, O. Platonov, A. Solzhenitsyn. Special emphasis is made on the role of intelligentsia in the events of the 90s of the 20th century and their final split after the siege and shooting at the White House in October, 1993.

The role and place of intelligentsia in the life of contemporary Russian society determines their mission as well. Moreover, its realization, as stated in the article, is hindered by the above mentioned split and the formation of many structures, institutions and organizations. In connection with this concept, it is relevant and significant to consolidate powers for maintaining the spiritual balance of the nation proclaimed as one of the main aims of the state. The article considers the points of view of some modern scholars studying the problems of intelligentsia: O. Zolotaryov, A. Burganov, T. Bersirov, P. Zubanov, A. Trufanov. Despite all the differences and discrepancies in their opinions, most of their works express their genuine desire to revive the spiritual leadership of intelligentsia in society, to determine not only the goals and objectives of this group of people, but their Messiah function as well, as society definitely needs moral guidelines taking into account the context of the epoch. And it is modern intelligentsia that is supposed to give such moral guidelines, forgetting about the split, different political views, national and religious identities. Otherwise, a pragmatically oriented nation deprived of such guidelines may even cease exist as such. And the position of intelligentsia ought to be voiced by mass media.

УДК: 070:654

ББК: 80; 76.01/031

Баканов Р.П.

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ САЙТОВ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН КАК ВОЗМОЖНОСТЬ ПРИВЛЕЧЕНИЯ НОВОЙ АУДИТОРИИ

Bakanov R.P.

THE WEBSITE FUNCTIONS PERIODICALS OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN AS AN OPPORTUNITY TO ATTRACT A NEW AUDIENCE

Ключевые слова: журналистика, Республика Татарстан, аудитория, газета, Интернет, сайт, социальные сети, медийный холдинг «Татмедиа», газета «Республика Татарстан», газета «Ватаным Татарстан», газета «Вечерняя Казань», районная газета «Волжская новь».

Keywords: journalism, Republic of Tatarstan, audience, newspaper, Internet, websites, social networks, media holding “Tatmedia”, “Respublika Tatarstan” newspaper, “Vatanim Tatarstan” newspaper, “Vechernaya Kazan” newspaper, regional newspaper “Volzhskaya Nov”.

Аннотация: актуальность данного исследования обусловлена тем, что редакциям всех видов СМИ и авторам публикаций в настоящее время необходимо не только создавать медиатексты, но и постоянно думать о расширении своей аудитории. Тиражи печатных СМИ Республики Татарстан постепенно сокращаются, учредителям газет и журналов приходится обращать внимание на новые медиа. Именно через сайты и активность в социальных сетях медийные менеджеры планируют увеличить аудиторию СМИ и, соответственно, добиться монетизации содержания и зарабатывать на этом.

Цель статьи заключается в выявлении и изучении современной практики функционирования сайтов периодических изданий Республики Татарстан как возможности привлечения туда новой (дополнительной) аудитории. Эмпирическую базу составили сайты четырех газет, три из которых издаются на русском и одна на татарском языке. Две газеты являются государственными, одна частной и еще одна районной, входящей в состав крупнейшей медийной компании региона АО «Татмедиа». 100% акций данной компании принадлежат государству.

Применив методы функционального, структурного, содержательного, проблемно-тематического и сравнительно-сопоставительного анализа содержания и предлагаемых аудитории сервисов эмпирической базы было установлено, что, во-первых, электронный ресурс каждой из газет полностью дублирует контент печатных номеров за исключением оперативной информационной рубрики. Она обновляется в режиме реального времени по мере поступления новостей и готовности заметок. Сообщений, специально для онлайн-версий СМИ написанных в более крупных чем заметка жанрах (репортаж, корреспонденция, отчет, рецензия и т.д.), выявлено не было. Во-вторых, сайт каждой из изученных нами газет предлагает аудитории стандартный и ограниченный набор коммуникативных сервисов: возможность комментирования / обсуждения статей, предложить редакции новость (услуга отсутствует на сайте газеты «Волжская новь»), опубликовать понравившийся читателю текст на его личных страницах в социальных сетях, поиск статей по ключевым словам и рубрикам, интерактивное голосование на злобу дня, знакомство с дополнительным содержанием газеты на ее страницах в соцсетях (отсутствует у сайта газеты «Республика Татарстан»). Оригинальных сервисов (например, геймификации контента, интерактивных фотографий или коллажей, инфографики, мультимедийных спецпроектов и лонгридов, текстового стрима, онлайн-трансляций пока редакциями не предлагается). В-третьих, мы считаем, что из составивших эмпирическую базу нашего исследования можно выделить

сайт газеты «Вечерняя Казань», где опубликованы лучшие репортажи и корреспонденции за последние двадцать лет. Каждый человек может сравнить актуальные темы прошлого и настоящего, а также стиль подачи информации. Исследовав эмпирическую базу, мы пришли к выводу о том, что редакции данных газет пока слабо работают на представителей Интернет-аудитории, а также привлечение новых читателей. Необходимо находить новые привлекательные форматы «упаковки» содержания, предлагать их аудитории, вызывая ее интерес.

Результаты исследования могут применяться в практической работе журналистов печатных и онлайн-изданий, а также исследователей для осмысления качества подачи современных медиатекстов и редакционных возможностей расширения аудитории.

Abstract: *the relevance of this study is due to the fact that editors of all types of media and authors of publications now need not only to create media texts, but also to constantly think about expanding its audience. Circulation of printed media of the Republic of Tatarstan is gradually decreasing, the founders of Newspapers and magazines have to pay attention to new media. It is through websites and social media activity that media managers plan to increase the media audience and, accordingly, to monetize content and make money on it.*

The purpose of the article is to identify and study the functioning of the sites of periodicals of the Republic of Tatarstan as an opportunity to attract new (additional) audience. The empirical base consists of the websites of four Newspapers, three of which are published in Russian and one in Tatar. Two Newspapers are state-owned, one private and another district, which is part of the largest media company in the region of Joint stock company “Tatmedia”. 100% of the company's shares are owned by the state.

Applying the methods of functional, structural, content, problem-thematic and comparative analysis of the content and services offered to the audience of the empirical base, it was found that, firstly, the electronic resource of each of the Newspapers completely duplicates the content of printed issues with the exception of operational information column. It is updated in real time as news and notes become available. There were no reports specifically for online versions of the media written in genres larger than the note (report, correspondence, report, review, etc.). Secondly, the website of each of the Newspapers studied by us offers the audience a standard and limited set of communication services: the ability to comment / discuss articles, offer news (services not available on the website of the newspaper "Volzhskaya Nov"), publish the text on its personal pages on social networks, search for articles on keywords and headings, interactive voting on the topic of the day, familiarity with the additional content of the newspaper on its pages in social networks (not available on the website of the “Respublika Tatarstan” newspaper). Original services (e.g., gamification of content, interactive photos or collages, infographics, multimedia special projects and longido, a text stream, online broadcasts until revision not available). Third, we believe that the website of the “Vechnaya Kazan” newspaper, where the best reports and correspondence over the past twenty years are published, can be distinguished from the empirical base of our research. Everyone can compare the current topics of the past and the present, as well as the style of presenting information. Having studied the empirical base, we came to the conclusion that the editorial staff of these newspapers still work poorly for representatives of the Internet audience, as well as attracting new readers. It is necessary to find new attractive formats of “packaging” of content, to offer them to the audience, causing its interest.

The results of the study can be used in the practical work of journalists of print and online publications, as well as researchers to understand the quality of presentation of modern media texts and editorial opportunities to expand the audience.

УДК: 070
ББК: 80: 76.0

Виноградский В.С., Куницына Н.В.

EDUTAINMENT В ФОРМАТЕ ДАЙДЖЕСТ

Vinogradskiy V.S., Kunicyna N.V.

EDUTAINMENT IN DIGEST FORMAT

Ключевые слова: дайджестовая стратегия, дайджест-методология, дайджест-путеводитель, медиажанры, интеграция, конвергенция, журналистские навыки, анализ медиатекста, лексико-семантические тренинги, «событие – медиасобытие – медиатекст».

Keywords: digest strategy, digest methodology, digest guide, media genres, integration, convergence, journalistic skills, media text analysis, lexical and semantic trainings, “event – media event – media text”.

Аннотация: уровень современной конвергентности настолько высок, что качество потребления информации становится движущей силой медиабизнеса. Среди студентов российских вузов много желающих изучать такой сложный язык, как китайский. В свою очередь, возрастает китайская аудитория в России: студенты приезжают в Москву для того, чтобы повысить свой профессиональный уровень. Курс обучения «Edutainment в формате дайджест» дает возможность расширить подготовку китайских специалистов в области разных медийных форм коммуникации.

Abstract: the level of modern convergence is so high that the quality of information consumption becomes the driving force of the media business. Among the students of Russian universities there are many ones who want to learn such a complex language as Chinese. In turn, the Chinese audience in Russia is growing: students come to Moscow to improve their professional level. The training course “Edutainment in digest format” provides an opportunity to expand the training of Chinese specialists in the field of different media forms of communication.

УДК: 070
ББК: 80; 76.01

Витковская Н.Г.

КРИТЕРИИ ТИПОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА КОРПОРАТИВНЫХ ИЗДАНИЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Vitkovskaya N.G.

CRITERIA FOR TYPOLOGICAL ANALYSIS OF CORPORATE EDITIONS OF EDUCATIONAL ORGANIZATIONS

Ключевые слова: авторский состав, корпоративные издания, образовательная организация, тематика СМИ, типологический анализ, типологические группы, учредитель, цель издания, функции СМИ, целевая аудитория, рыночная журналистика, связи с общественностью.

Keywords: authors, corporate publications, educational organization, media topics, typological analysis, typological groups, founder, publication purpose, media functions, target audience, market journalism, public relations.

Аннотация: развитие и усложнение рынка СМИ диктует новые требования к содержанию и оформлению корпоративных изданий. Они совершенно определённо всё больше уходят от PR к журналистике. Визуально на этом фоне выделяются корпоративные СМИ образовательных организаций, перед которыми стоят не только задачи продвижения услуг и консолидация персонала, но и цели, связанные с образованием, воспитанием, просвещением аудитории, раскрытием её творческих способностей.

Чтобы определить нишу, которую занимают данные издания в системе региональных СМИ, и дать им типологическую характеристику, необходимо систематизировать критерии типологического анализа. В статье показано, какие критерии можно использовать для типологической характеристики корпоративных СМИ образовательных организаций. К уже известным типоформирующим и формальным признакам добавлен критерий взаимодействия контента издания с контентом официального сайта корпорации.

Abstract: the development and complexity of the media market dictates new requirements for the content and design of corporate publications. They are definitely more and more moving away from PR to journalism. Visually against this background stand out the corporate media of educational organizations, which face not only the task of promoting services and consolidating staff, but also goals related to the education, upbringing, education of the audience, the disclosure of its creative abilities.

To determine the niche that these publications occupy in the regional media system, and to give them a typological characteristic, it is necessary to systematize the criteria of a typological analysis. The article shows which criteria can be used for the typological characteristics of corporate media of educational organizations. The criterion of interaction between the content of the publication and the content of the official site of the corporation has been added to the already known type-forming and formal features.

УДК: 316.77; 070

ББК: 80; 76.0

Воинова Е.А., Сивякова Е.В.

**ДИСКУРС КАК РЕСУРС ПРЕОДОЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ АНОМИИ:
ПРОБЛЕМАТИКА НАСИЛИЯ В МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Voinova E.A., Sivyakova E.V.

**DISCOURSE AS A RESOURCE OF SOCIAL ANOMIE OVERCOMING:
ISSUES OF DOMESTIC VIOLENCE IN MASS COMMUNICATION**

Ключевые слова: проблематика насилия, домашнее насилие, гендерное насилие, социальная anomia, гендерные установки, гендерный контракт, трансформирующееся общество, публичный язык, публичная дискуссия, дискурсивные практики, массовые издания.

Keywords: violence issues, domestic violence, gender violence, social anomie, gender attitudes, gender contract, transforming society, public language, public discussion, discursive practices, mass media.

Аннотация: статья посвящена изучению особенностей публичного дискурса как значимого ресурса для преодоления ценностной неструктурированности российского общества. Авторы анализируют роль медиа в преодолении социальной anomie и на основании данных, полученных в ходе эмпирического исследования, приходят к выводу о том, что для выработки общественного согласия необходим константный, а не локальный и ситуативный, глубокий, а не эмоционально-поверхностный публичный разговор. Журналисты сегодня редко анализируют проблемный контекст описываемых событий и практически не предлагают конструктивных вариантов решения артикулируемых проблем.

Abstract: the article examines a specific of public discourse as a significant resource of the Russian society axiological absence of pattern overcoming. Authors analyze the role of media in social anomie overcoming, and, relying on the research results, arrive at the conclusion that for social consensus developing, constant and rational public talk is needed. Today Russian journalists rarely analyze problematic context of the agenda they cover, as well as almost never suggest a constructive ways of articulated issues solving.

УДК: 076
ББК: 80; 070

Вологина Е.В.

**ВОЗМОЖНОСТИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
ПО СТАБИЛИЗАЦИИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ: ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ
И ФЕНОМЕНОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ ПРОБЛЕМЫ**

Vologina E.V.

**POSSIBILITIES OF MASS MEDIA ON STABILIZATION OF PUBLIC PROCESSES:
INSTITUTIONAL AND PHENOMENOLOGICAL ASPECTS OF A PROBLEM**

Ключевые слова: общество, государство, социальная динамика, социальная структура, социальные процессы, глобализация, социальный кризис, общественное сознание, средства массовой информации, стабилизация общественной структуры, социально сберегающие механизмы, политические процессы.

Keywords: the society, the state, social dynamics, social structure, social processes, globalization, social crisis, public consciousness, mass media, stabilization of public structure, socially preserving mechanisms, political processes.

Аннотация: современное общество выходит на тот уровень развития, когда интенсивность возникновения социальных проблем существенно возрастает, в то время как возможности политической власти по регулированию основных функциональных процессов снижаются. Это влечет за собой актуализацию проблемы социально сберегающих факторов протекания общественных процессов, а также альтернативных механизмов воздействия на область общественных отношений. В данном контексте большой интерес приобретает сфера социального сознания как один из основных регуляторов общественных отношений. В ходе рассмотрения роли социального сознания в стабилизации ситуации в обществе ставится вопрос о значении современной сферы масс-медиа как одного из ведущих факторов формирования общественного сознания. В статье исследуется потенциал воздействия средств массовой информации на область социальных процессов. В ходе исследования доказывается тезис о том, что в текущих условиях ведущее направление стабилизации общественной структуры связано с формированием у населения конструктивных социальных установок. По этой причине область информационной коммуникации и, в частности, деятельность СМИ выступает в качестве важнейшего фактора, определяющего состояние и перспективы развития современного общества.

Abstract: modern society reaches that level of development when the intensity of emergence of social problems significantly increases while possibilities of the political power on regulation of the main functional processes decrease. It involves updating of a problem of socially preserving factors of course of public processes and also alternative mechanisms of impact on area of the public relations. In this context great interest is gained by the sphere of social consciousness as one of the main regulators of the public relations. During consideration of a role of social consciousness in stabilization of a situation in society, it is asked about value of the modern sphere of mass media as one of the leading factors of formation of public consciousness. In article the potential of impact of mass media on area of social processes is investigated. During the research the thesis that in the current conditions the leading direction of stabilization of public structure is connected with formation at the population of constructive social installations is proved. For this reason area of information communication and, in particular, activity of media acts as the major factor defining a state and the prospects of development of modern society.

УДК: 070; 32.019.5

ББК: 80; 076; 66.3(2Рос)

Гладкова А.А.

СМИ В КОНТЕКСТЕ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ¹

Gladkova A.A.

MASS MEDIA IN THE CONTEXT OF THE STATE NATIONAL POLICY OF THE RUSSIAN FEDERATION IMPLEMENTATION

Ключевые слова: *СМИ, этнические СМИ, Россия, Стратегия государственной национальной политики Российской Федерации, полиэтничность, мультикультурализм, информационное обеспечение государственной национальной политики, цифровое неравенство, журналистика, Интернет.*

Keywords: *mass media, ethnic media, Russia, Strategy of the State National Policy of the Russian Federation, multiethnicity, multiculturalism, informational provision of the state national policy implementation, digital divide, journalism, Internet.*

Аннотация: *в статье рассматривается роль СМИ в контексте информационного обеспечения реализации государственной национальной политики Российской Федерации и гармонизации межнациональных отношений в современном российском обществе. Обсуждаются возможные направления исследований в сфере информационного обеспечения реализации государственной национальной политики Российской Федерации применительно к этническим СМИ (т.е. СМИ на языках этнических групп России), а также вызовы, с которыми сталкиваются этнические СМИ в многонациональном российском обществе.*

Abstract: *the paper examines the role of mass media in the context of the informational provision of the state national policy of the Russian Federation implementation, and harmonization of interethnic relations in the modern Russian society. The paper also discusses possible directions of research in the field of informational provision of the state national policy of the Russian Federation implementation in relation to the ethnic media (i.e. media in the languages of Russian ethnic groups), as well as different challenges ethnic media face in multi-ethnic Russian society today.*

¹ Исследование выполнено за счет средств гранта Президента Российской Федерации для государственной поддержки молодых российских ученых - кандидатов наук (проект № МК-1102.2018.6)

УДК: 81-139; 811.161.1

ББК: 81в

Грошева А.В.

**ПОЛИТИКО-ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ КОНЦЕПТЫ В РОССИЙСКИХ
МЕДИА: К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ**

Grosheva A.V.

**POLITICAL-INSTITUTIONAL CONCEPTS IN RUSSIAN MEDIA: DEFINE
OF THE TERM**

Ключевые слова: концепт, концептология, медиалингвистика, аксиология журналистики, политический дискурс, институциональный дискурс, политика, медиа, политико-институциональные концепты, ценностный анализ.

Keywords: *concept, conceptology, mediallynguistics, axiology of journalism, political discourse, institutional discourse, politics, media, political-institutional concepts, value analysis.*

Аннотация: актуальность статьи обусловлена вошедшим в широкое применение лингвистических методов анализа журналистских текстов, в частности, имеется в виду ценностный анализ медиатекстов в призме лингвоконцептологии, то есть на основе выделения основных концептов медийного дискурса, через которые будет транслироваться смысловое наполнение издания. Именно поэтому рассматриваются различные классификации изучаемых в научных трудах концептов, среди которых отдельной группой идут концепты, принадлежащие массмедийному дискурсу. Целью статьи является формулировка определения новой семантической группы концептов, фигурирующих в медиа – политико-институциональных концептов. Используя социолингвистический подход, автор приходит к выводу, что политико-институциональными концептами будут называться те концепты, которые принадлежат к центральным политическим институтам – государство и власть – и функционируют строго в этих кругах, при этом к данной семантической группе нельзя отнести так называемые политически нейтральные концепты, которые будут заходить в данное поле время от времени.

Abstract: *the relevance of the article is due to the widely used linguistic methods of analyzing journalistic texts, in particular, it refers to the value analysis of media texts in the prism of linguistic conceptology, that is, based on identifying the leading concepts of media discourse through which the semantic content of the publication will be broadcast. That is why various classifications of concepts studied in scientific works are considered, among which concepts belonging to the mass media discourse are a separate group. The purpose of the article is to define the new semantic group of concepts appearing in the media – political-institutional concepts. Using the sociolinguistic approach, the author comes to the conclusion that the political-institutional concepts will be called those concepts that belong to the central political institutions - the state and the power - and function strictly in these circles, while the so-called politically neutral concepts cannot be attributed to this semantic group. that will enter this field from time to time.*

УДК: 070.19
ББК: 80; 76.0

Деева И.В., Кихтан В.В., Клеменова Е.Н.

**ИННОВАЦИОННАЯ ФОРМА ПОДАЧИ КОНТЕНТА ТЕЛЕВИЗИОННОГО
КАНАЛА «РОССИЯ-24»**

Deeva I.V., Kikhtan V.V., Klemenova E.N.

AN INNOVATIVE FORM OF CONTENT DELIVERY TV CHANNEL "RUSSIA-24»

Ключевые слова: телевизионный канал, информационная концепция, круглосуточное вещание, контент, мобильная верстка эфира, «новостка» дня, деловая журналистика.

Keywords: television channel, information concept, round-the-clock broadcasting, content, mobile layout of the air, "agenda" of the day, business journalism.

Аннотация: отслеженная в последние годы общемировая тенденция создания новых медиа и их нишевизация, рассчитанная на конкретный круг аудитории с учетом ее информационных интересов, а также противоположные процессы: универсализация и демассовизация стали благодатной почвой для укрепления деловой журналистики. В рамках этого процесса у отечественного телезрителя назрела потребность в общенациональном по своему контенту канале, рассказывающем о жизни России.

Исследование характеристик и особенностей подачи информации телеканала «Россия-24» подтвердило, что масс-медиа представляет собой уникальную медиасистему: на одном федеральном канале круглосуточно отражается жизнь около ста регионов страны, что требует сложносогласованного управления человеческими, творческими и техническими ресурсами. Исследование пришло к выводу, что канал эффективно выполняет свою миссию: создает социальную идентификацию, позволяющую телезрителям соотносить себя с жизнью своего региона и ощущать информационную взаимосвязь со всей страной.

Abstract: the global trend of creation of new media and its niche-setting, designed for a specific audience, taking into account its information interests, and two opposite processes that have emerged in recent years: universalization and demassovization have become fertile ground for strengthening business journalism. As part of this process, the domestic TV viewer has a need for a nationwide content channel that tells about the life of Russia.

The study of the characteristics and features of the information channel "Russia-24", confirmed that the media is a unique media system: one Federal channel around the clock reflects the life of about a hundred regions of the country, which requires a complex management of human, creative and technical resources. The study concluded that the channel effectively fulfills its mission: creates a social identification that allows viewers to relate themselves to the life of their region and feel the information relationship with the whole country.

УДК: 070
ББК: 80; 76.02

Князева М.Л., Зеленина Е.В.

ПОНЯТИЙНО-СМЫСЛОВАЯ ПАРАДИГМА ПАТРИОТИЗМА В ПУБЛИЧНОМ ДИСКУРСЕ РОССИИ

Knyazeva M.L., Zelenina E.V.

CONCEPTUAL AND SEMANTIC PARADIGM OF PATRIOTISM IN THE PUBLIC DISCOURSE OF RUSSIA

Ключевые слова: общественная дискуссия о патриотизме, патриотизм и национализм, природно-географический, историко-культурный, государственно-политический, психологически-народный аспекты патриотизма, объекты патриотизма, критерии патриотизма, виды и формы патриотизма, национальное самосознание, контент-стратегии СМИ.

Keywords: public discussion about patriotism, patriotism and nationalism, natural and geographical; historical and cultural; state and political; psychological and national aspects of patriotism, patriotism objects, criteria of patriotism, types and forms of patriotism, national consciousness, content strategy of media.

Аннотация: в статье предпринят анализ общественной дискуссии о проблеме патриотизма. Патриотизм стал одной из актуальных тем в ведущих СМИ. Исследуется концепция патриотизма как многоуровневого явления. Рассматриваются константные составляющие патриотизма и его переменные. Патриотизм акцентируется как естественное проявление человеческой психологии, а не проекция политических явлений. Предлагается классификация аспектов патриотизма: природно-географический, историко-культурный, государственно-политический, психологически-народный. Предпринимается анализ трансформации концепта «патриотизм» в публичном дискурсе России, дана характеристика процессу трансформации, выявлены важнейшие тенденции и факторы, влияющие на проявление различных коннотаций данного понятия в СМИ, предложена типология этих коннотаций. Используются результаты качественного анализа публикаций ведущих изданий – «Российская газета», «Аргументы и факты», «Независимая газета», «Комсомольская правда». Результаты исследования позволяют корректировать контент-стратегии разного типа СМИ.

Abstract: in article the analysis of a public discussion about a patriotism problem is undertaken. The patriotism became one of hot topics in the leading media. The concept of patriotism as multilevel phenomenon is investigated. Constant components of patriotism and its variables are considered. The patriotism is accented as natural manifestation of human psychology, but not a projection of the political phenomena. Classification of aspects of patriotism is offered: natural and geographical; historical and cultural; state and political; psychological and national. The analysis of transformation of a concept «patriotism» in a public discourse of Russia is undertaken, characteristic is given to transformation process, the major trends and factors influencing manifestation of various connotations of this concept of media are revealed, the typology of these connotations is offered. Results of the qualitative analysis of publications of the leading editions – Rossiyskaya Gazeta, Argumenty i Fakty, Nezavisimaya Gazeta, Komsomolskaya Pravda are used. Results of a research allow to adjust the content strategy of miscellaneous media.

УДК: 070.45(533)

ББК: 80; Ч600.5

Мохаммед Ахмед Хади Нассер, Кошкарлова Н.Н.

**ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО
АНТИКОЛОНИАЛЬНОГО ДИСКУРСА В АДЕНСКОЙ ПРЕССЕ 1958-1967 ГГ.**

Mohammed Ahmed Hadi Nasser, Koshkarova N.N.

**FORMATION AND DEVELOPMENT OF THE NATIONAL ANTI-COLONIAL
DISCOURSE IN THE ADEN PRESS 1958-1967**

Ключевые слова: национальный антиколониальный дискурс, аденская пресса, Мохаммед Али Баширахил, освободительная борьба, национальная независимость, политическая позиция, журналистская деятельность, национальное самосознание, жанрово-стилистические особенности, журналистский дискурс.

Keywords: national anti-colonial discourse, Aden press, Mohammed Ali Bashrahil, liberation struggle, national independence, political stance, journalistic activity, ethnic self-awareness, genre and stylistic peculiarities, journalistic discourse.

Аннотация: настоящее исследование посвящено анализу формирования и развития национального антиколониального дискурса в Аденской прессе (Южный Йемен) в период 1958-1967 годов на материале трудов известного журналиста Мохаммеда Али Баширахила. Для решения поставленной цели в работе решаются следующие задачи: 1) изучение вклада прессы Адена в формирование национального самосознания и в поддержке освободительной борьбы; 2) изучение вклада великого журналиста Мохаммеда Али Баширахила и его газеты «Аль-Айям» в указанных областях; 3) анализ журналистской деятельности, стиля написания, интеллектуальных взглядов и политических позиций Мохаммеда Али Баширахила, его вклада в борьбу народа за свободу и национальную независимость.

Abstract: this research is devoted to studying and analysing the formation and evolution of the national anti-colonial discourse if the Aden press (South Yemen) in the period of 1958-1967 on the basis of the works by the famous journalist Mohammed Ali Bashrahil. In order to achieve this goal the following tasks were met: 1) the contribution of the press of Aden in the formation of the national awareness and the support of the liberation struggle was studied; 2) a detailed study of the contribution of the great journalist Mohammed Ali Bashrahil and his newspaper "Al-Ayyam" in the indicated cases was carried out; 3) the journalistic activities, writing style, intellectual views and political point of view of Mohammed Ali Bashrahil and his contribution to support the people's struggle for freedom and national independence were analysed.

УДК: 070
ББК: 80; 76,0

Симакова С.И., Енбаева А.П., Исакова Т.Б.

**МУЛЬТИМЕДИЙНЫЙ СТОРИТЕЛЛИНГ – ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ
ОСМЫСЛЕНИЕ**

Simakova S.I., Enbaeva A.P., Isakova T.B.

MULTIMEDIA STORITELLING – THEORETICAL UNDERSTANDING

Ключевые слова: сторителлинг, digital-сторителлинг, мультимедийный сторителлинг, журналистский сторителлинг, нарратив, лонгрид.

Keywords: storytelling, digital storytelling, multimedia storytelling, journalistic storytelling, narrative, longrid.

Аннотация: статья формирует целостное представление о сторителлинге в интернет-СМИ. Сторителлинг помещается в контекст технологических изменений, приведших за последние несколько десятилетий к кардинальным трансформациям медиасферы, заставившим пересмотреть принципы медиакоммуникации и характеристики медиапотребления. Рассматриваются качественные характеристики мультимедийного сторителлинга, его преимущества и форматы (лонгрид, вебдок, мультимедийный спецпроект). Практическая значимость исследования обусловлена возможностью использовать его основные положения и выводы в учебном процессе и в научной деятельности студентов, магистрантов и аспирантов медианаравлений.

Abstract: the article forms a holistic view of storytelling in online media. Storytelling is placed in the context of technological changes that have led to dramatic transformations of the media over the past few decades, forcing to revise the principles of media communication and characteristics of media consumption. The qualitative characteristics of multimedia storytelling, its advantages and formats (longrid, webdock, multimedia special project) are considered. The practical significance of the study is due to the possibility of using its main provisions and conclusions in the educational process and in the scientific activities of students, undergraduates and graduate students of media directions.

УДК: 80; 070; 321.02

ББК:80; 76.0; 60.56

X 17

Халиуллина М.С.

**ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС И КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ
РЕГИОНАЛЬНЫХ ПОЛИТБЛОГЕРОВ**

Khaliullina M.S.

**POLITICAL DISCOURSE AND COMMUNICATIVE STRATEGIES OF REGIONAL
POLITICAL BLOGGERS**

Ключевые слова: *политический дискурс, блог, блогосфера, массовая коммуникация, образ автора, медиааудитория, диалоговые технологии, Интернет-коммуникация, коммуникативные стратегии, коммуникативные цели.*

Keywords: *the discurs of politic, the blog, the blogosphere, mass communication, the image of author, auditoria of the media, the dialogue technologies, Internet communication, communication strategies, communication goals.*

Аннотация: *блогосфера сегодня становится важной частью политического дискурса в России. В настоящее время политические блоги находятся на начальной стадии развития: политблогеры неэффективно используют возможности онлайн-коммуникации, информационная открытость зачастую носит декларативный характер, сам же дискурс тяготеет к односторонней коммуникации. В разных регионах политическая виртуальная коммуникация имеет свои особенности, поэтому сравнительный анализ опыта субъектов федерации и коммуникативных стратегий политиков представляет интерес как с теоретической, так и с практической точек зрения. В данной статье автор вводит в широкий научный оборот новый эмпирический материал, а предлагаемая методология исследования политических дискурсов может послужить основой для дальнейшего исследования указанной проблематики в компаративном ключе.*

Abstract: *today the blogosphere is becoming an important part of political discourse in Russia. However, now political blogs are at the initial stage of development: political bloggers use the possibilities of online communication ineffectively, transparency is often has a declarative nature, the discourse tends to be communication of one direction. In different regions, political virtual communication has its own characteristics, so a comparative analysis of the Federation subjects' experience and communicative strategies of politicians seems actual from a practical and theoretical point of view. In this article, the author introduces the new empirical material into the broad scientific turnover and methodology of research of political discourse can serve as a basis for further researching of these issues in a comparative manner.*