

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»

Институт массмедиа и рекламы
Факультет журналистики



Новые тренды
журналистики и массовых коммуникаций – 2024
Сборник научных трудов
III Международной научно-практической конференции

Москва, 19 апреля 2024 г.

Москва 2024

УДК 070:004(063)
ББК 76.01+32.81я431
Н72

Ответственный редактор
Д.В. Неренц

Рецензент
Е.А. Глазкова, канд. филол. наук, доцент, доцент РАНХиГС при Президенте РФ

Н72

Новые тренды журналистики и массовых коммуникаций – 2024: Сборник научных трудов III Междунар. научно-практич. конф. Москва, 19 апреля 2024 г. / Отв. ред. Д.В. Неренц. М.: РГГУ, 2024. 1 файл PDF: 371 с. Текст: электронный.

ISBN 978-5-7281-3391-9

Данный сборник представляет собой важный и актуальный научный труд, в рамках которого рассмотрены всевозможные трансформационные процессы медиарынка, медиаиндустрии, медиапространства и в целом медиареальности. В условиях практически неконтролируемого развития цифровых технологий, в том числе искусственного интеллекта, меняется восприятие информации, запросы аудитории, методология работы журналистов, маркетологов, пиарщиков, рекламистов. В то же время с возможностями приходят и новые вызовы, и серьезные угрозы, о которых необходимо говорить. На страницах этого научного труда представлено осмысление происходящего в контексте информационных войн, развития аудиовизуальных медиа, социальных сетей, а также новых форматов представления контента. Отдельный раздел посвящен трендам в медиаобразовании, а последний раздел предлагает осмысление современного состояния и перспектив развития подходов к освещению социальной проблематики в СМИ.

Для студентов, магистрантов, аспирантов, преподавателей гуманитарных дисциплин, а также широкого круга читателей.

УДК 070:004(063)
ББК 76.01+32.81я431

Материалы публикуются в авторской редакции

ISBN 978-5-7281-3391-9

© Российский государственный
гуманитарный университет, 2024

Содержание

Раздел I. Место и роль традиционных медиа в реалиях XXI века

<i>Большов С.В.</i> Цифровая журналистика как новый тренд региональных СМИ ХМАО-Югры	8
<i>Градюшко А.А.</i> Переход журналистики на цифровые платформы: новые олигополии и власть алгоритмов	10
<i>Иванова Е.А.</i> Вклад иностранных СМИ в реализацию сценариев цветных революций	14
<i>Киричѣк П.Н.</i> О трансфере медийного опыта в теории и практике прессы	17
<i>Лебедев А.Л.</i> Эксперты в традиционном региональном медиа в контексте перспектив медиапотребления: опыт «Первого Ярославского областного телеканала»	21
<i>Лю С.</i> Российско-китайское сотрудничество в области СМИ в XXI веке на примере традиционных медиа	26
<i>Махкамзода Д.Ю.</i> Роль региональной прессы в освещении политики государства	28
<i>Смирнова А.С.</i> Освещение событий на Украине в латиноамериканских СМИ	34
<i>Чернышева Л.М.</i> Экспрессивность эллиптических предложений в современной публицистике (на примере удмуртского языка)	39
<i>Шарипов С.И.</i> Освещение строительства туннеля «Накби Истиклол» в публицистике Бахтиѣра Муртазо	41

Раздел II. Актуальные способы подачи контента в традиционных и новых медиа

<i>Галкина А.А.</i> Провокация как детонатор скандального публичного дискурса (на примере певицы Манижа).....	47
<i>Глазкова Е.А.</i> Инфоповод как инструмент управления контентом в телеграм-канале музея	52
<i>Ермолаева Н.Ю.</i> Просветительские возможности YouTube-каналов	63
<i>Клемѣнова Е.Н., Зинченко Ю.О.</i> Жанровое разнообразие контента интернет-сайта мужского журнала «Правила жизни»	67
<i>Карманников Д.А.</i> Создание современной аудиовизуальной рекламы (мифотворчество и знаковая система)	69
<i>Ромашкин В.А.</i> Технологии цифровизации специальных событий	72
<i>Тимофеев В.И.</i> Основные направления работы пресс-служб в цифровой среде	75
<i>Цалко Т.В.</i> Влияние контента на продажи: маркетинговый подход	78
<i>Чэнь В., Газизов Р.Р.</i> Подходы к репрезентации инфографики в китайской медиасистеме	81
<i>Khot A.R.</i> Genre Features Of Blogging And their Impact On The Submission Of Content In Blogs	84
<i>Qian F.</i> Research on Short Video Strategy of TV Drama Industry Based on the Perspective of Time Sociology	86

Раздел III. Социальные медиа: контент, инструменты, технологии

<i>Астанов С.Е.</i> Фактоид как инструмент воссоздания реальности в современном медиапространстве	90
---	----

<i>Бохан А.С.</i> Современные медиа как инструмент формирования национальной идентичности	94
<i>Захарова М.В.</i> Пользовательский контент в продвижении туристских услуг в социальных медиа	98
<i>Кулешова Е.Е.</i> Каким социальным СМИ доверяет молодежь?	102
<i>Москаленко Я.А., Скобелева В.В.</i> Феномен политического Telegram-канала «Nexta» и его роль в белорусских акциях протеста 2020-2021 гг.	105
<i>Муха А.В.</i> Анализ работы редакции «РИА Новости» в социальной сети «ВКонтакте»	107
<i>Первушина В.А.</i> Сложности репрезентации легкой атлетики современными СМИ	109
<i>Попов П.П.</i> Цифровые стратегии развития современных информационных агентств (на примере МАУ ГО Балашиха «ИА «Большая Балашиха»)	113
<i>Си Л.</i> Состояние ТикТока: содержание и технологии	126
<i>Скобелева В.В.</i> Субъектная идентичность в социальных сетях: причины ее деформации	131
<i>Федорова Е.И., Симаков И.О.</i> Социальные медиа в наши дни	136
<i>Хуан С.</i> Столкновение между огромным населением и распространением новых медиатехнологий: исследование деятельности китайского WeMedia	140
<i>Kotilov J.K.</i> The role of graphic tools in social communications	144
<i>Naumov T.A.</i> Patriotism in Russia: exploring sociocultural trends and perspectives	148

Раздел IV. Медиакоммуникации как основа формирования общественного мнения

<i>Бекетова А.А., Газизов Р.Р.</i> Telegram-аккаунты и каналы медицинской направленности: структурная, содержательная, сравнительная характеристика	155
<i>Бондарева-Кутаренкова Т.С.</i> «Петля Примакова» и другие феномены: прецедентность в российских медиатекстах, посвященных годовщинам бомбардировок Югославии	158
<i>Власова Е.В., Мазикова Н.Ю.</i> Online-курсы и инфобизнес: как не стать жертвой маркетинга в социальных сетях	163
<i>Дудько А.Д.</i> Прагматические и стилистические функции приема гиперболы в англоязычных газетно-публицистических текстах	167
<i>Колосова А.Д.</i> Селебрити как инструмент влияния на российское общество	172
<i>Парамонова М.И.</i> Реализация коммуникативной стратегии дискредитации в мультимодальном заголовочном комплексе англоязычного газетного текста	176
<i>Рустамов И.А.</i> Влияние метафор в футбольных комментариях	180
<i>Рыхлицкая А.С.</i> Оказациональные трансформации антропонимов в медиатекстах как способ речевого воздействия	183
<i>Сотникова К.В.</i> Языковые средства манипуляции на обучающих каналах при построении индивидуального обучения	187
<i>Телегина П.А.</i> Актуальные экологические тренды в современных медиакоммуникациях	189
<i>Тетеркина А.С.</i> ПППП1111ППППП или блогер эстетического просвещения	193
<i>Ходжамуратова Г.Т.</i> PR-коммуникации в оборонной системе: факторы эффективности и особенности жанра	196
<i>Шестерина А.М.</i> Интерактивность видеоблогов как один из инструментов влияния на аудиторию	201
<i>Шиловских П.А.</i> Медиастилистика и музыка: взаимодействие и особенности проявления	205

<i>Эргашев Д.У.</i> Освещение вопросов устойчивого развития в средствах массовой информации узбекистана на примере экологической тематики.....	208
<i>Nerents D.V.</i> Ways of Using Crowdsourcing within a Journalist’s Work with User-Generated Content	210

Раздел V. Искусственный интеллект в медиа: новые вызовы времени

<i>Белозерская К.А., Абрамов А.С.</i> Перспективы применения LLM (больших языковых моделей) в медиасфере	215
<i>Вальковский М.А.</i> Искусственный интеллект и тенденции трансформации медиасреды	219
<i>Ересько П.В.</i> Правовые проблемы и перспективы искусственного интеллекта в сфере медиа	223
<i>Зорина В.А.</i> Дипфейки: плюсы и минусы инновационной технологии	226
<i>Колобова С.В.</i> Современные информационные технологии по созданию фейков, в том числе с использованием искусственного интеллекта	228
<i>Писаревская Н.С., Толмачева И.В.</i> Использование искусственного интеллекта при создании медиаконтента: тенденции и перспективы	234
<i>Тяжельникова Ю.А., Ветрова А.Д.</i> Влияние искусственного интеллекта на современный дизайн и медиасферу	237
<i>Федчук А.В.</i> Анализ влияния искусственного интеллекта на учебный процесс	240
<i>Шестерин Н.О.</i> Технологический аспект функционирования искусственного интеллекта в медиасфере	245

Раздел VI. Информационная война в современных СМИ

<i>Гавришев А.А.</i> К вопросу об отечественных источниках проверенной информации в эпоху информационных войн	251
<i>Коханая О.Е.</i> Медиакоммуникации как инструмент формирования картины мира нового поколения россиян	253
<i>Макашова В.В., Козачок А.В.</i> «Законы о фейках» и правоприменительная практика: проблема эффективности.....	258
<i>Потапова Д.С.</i> Роль кибербезопасности в информационной войне через современные СМИ в эпоху цифрового развития	263
<i>Савостьянов А.И.</i> Массмедиа как орудие манипуляции и как средство социотерапии	265
<i>Фомина О.Н., Цвижба С.Ю.</i> Фейковые сообщения о специальной военной операции как инструмент дестабилизации информационного пространства в период предвыборной кампании в России.....	269
<i>Чеботарева И.В.</i> Негативные явления в сетевой коммуникации	274
<i>Шафир Т.В.</i> Манипуляция массами: психологические аспекты информационной войны в медийном пространстве	278
<i>Шур Е.А.</i> Стратегическая коммуникация Пентагона на современном этапе	282
<i>Щербаков В.С., Макашова В.В.</i> Международные события на страницах зарубежных и отечественных СМИ (на примере СВО на Украине).....	288

Раздел VII. Медиаобразование: образовательные и профессиональные стандарты и требования рынка труда

<i>Артемова Ю.В.</i> Формирование профессиональной компетентности будущих журналистов в процессе медиаобразовательной подготовки в вузе	293
<i>Богатырева Т.Б., Матвеева А.Д.</i> Функционал современного музея в системе подготовки профессионального журналиста: практический опыт	296
<i>Захаров А.В.</i> Требования рынка труда к организаторам курсов для медиаиндустрии.....	301
<i>Зорин К.А.</i> «Визуальные жанры» журналистики как отражение «деятельностного» подхода в жанровой классификации	302
<i>Кожемякин А.В.</i> Использование инструментов искусственного интеллекта студентами Факультета дизайна и медиакоммуникаций ИОН РАНХиГС.....	306
<i>Прохорова Е.Н.</i> Новые способы формирования навыка работы с текстами у будущих журналистов.....	310

Раздел VIII. Специальный раздел по итогам конференции «Социальная журналистика в условиях реалий XXI века»

<i>Алита И.И.</i> Интерактивные способы подготовки обучающихся в рамках социальной журналистики.....	316
<i>Боева Г.Н.</i> Медийное заглавие в контексте истории словесности	319
<i>Большакова Н.Л., Козлитина Д.Д.</i> Проблема отсутствия доверия к СМИ в области благотворительности среди граждан.....	324
<i>Бушев А.Б.</i> Состояние рефлексии и возможности журналистики	326
<i>Давшан И.И.</i> Правовые основы работы журналиста с людьми с инвалидностью.....	333
<i>Исмайлова И.Ш., Исмайлова А.И.</i> Пути формирования экологической культуры при подготовке к школьному обучению	336
<i>Какасьева А.М.</i> Отражение «новой этики» в современных отечественных СМИ: анализ и тенденции	340
<i>Колобова С.В.</i> Социально-профессиональная востребованность военных корреспондентов	344
<i>Непокрытов Д.В.</i> Совершенствование технологий медиакоммуникаций в образовательной среде направления «Социальная журналистика».....	347
<i>Савостьянов А.И.</i> Информационные войны и психологическая защита от них.....	350
<i>Сумзина О.С.</i> Этика и ответственность: какие подходы к освещению домашнего насилия в СМИ могут оказать наиболее положительное влияние?	356
<i>Шарипова Э.Р.</i> Формирование дискурса насилия: критический анализ подходов к освещению домашнего насилия в современных СМИ	358
<i>Шашкова Е.В.</i> «Бьет мама, помогите»: проблема домашнего насилия в освещении омских СМИ (тематическая специфика).....	362
<i>Щелокова С.Д.</i> Учебные и внеучебные форматы взаимодействия студентов с благотворительным фондом Advita	367

Экспрессивность эллиптических предложений в современной публицистике (на примере удмуртского языка)

Л.М. Чернышева

Удмуртский государственный университет

larisa-chernysheva.98@mail.ru

Аннотация. В данной статье рассматриваются экспрессивные возможности эллиптических предложений в удмуртской публицистике на примере текстов газеты «Удмурт дунне» (за 2020-2022 гг.). Отмечается количественное преобладание данного типа предложений в современной публицистике в сопоставлении текстами газеты «Гудыри» (за 1920-1922 гг.). Актуальность распространения эллиптических предложений в удмуртском языке обусловлена выполнением ряда важных функций: соблюдения принципа языковой экономии, акцентирования внимания на конкретных коммуникативных единицах, придания тексту динамичности, усиления выразительных возможностей текста.

Ключевые слова: удмуртский язык, эллиптические предложения, публицистика

Публицистический стиль располагает различными средствами достижения экспрессивности, присутствующими на всех уровнях языка. Одним из экспрессивных средств синтаксического уровня являются эллиптические предложения.

Ученые предлагают различные дефиниции понятиям «эллипсис» и «эллиптические предложения». В этой статье мы придерживаемся более узкой формулировки эллиптических предложений и опираемся на определение Е.М. Галкиной-Федорук согласно которому

Эллиптическими предложениями называются предложения с отсутствующим глагольным сказуемым, не являющимся необходимым для передачи сообщения, задача которого – не изображение самого процесса действия, способа его протекания и т. д., а сообщение о цели, месте, времени, способе, обстоятельствах, задаче и т. п., характеризующих действие или состояние подлежащего, об объектах, на которые его деятельность направлена и т. п. [1, с. 325].

Анализ текстов газеты «Удмурт дунне» (за 2020–2022 гг.) и его предшествующего варианта под названием «Гудыри» (за 1920–1922 гг.) показал увеличение количества эллиптических предложений в современной удмуртской публицистике. Так, в настоящее время на 1000 предложений приходится приблизительно 2,3% эллиптических предложений, тогда как сто лет назад на то же количество предложений приходилось только 1%, что в соотношении дает показатель 70 на 30 с преобладанием данного типа предложений в «Удмурт дунне». Следовательно, количество эллиптических предложений в современном публицистическом стиле заметно возросло. Это можно объяснить усилением экспрессивности публицистического стиля, законом экономии языковых средств, функционалом эллиптических предложений.

Рассмотрим функционирование эллиптических предложений на примерах из общественно-политических статей газеты «Удмурт дунне» (за 2020–2022 гг.).

Так, эллиптические предложения в первую очередь служат для экономии языковых средств, что позволяет выразить максимальное количество информации с использованием минимального количества языковых единиц. Данная способность эллиптических предложений является довольно важной с учетом ограниченного пространства газетных

страниц. В особенности важна экономия языковых средств в заголовках статей, поскольку здесь эллиптические предложения позволяют передать более полную информацию о содержании статьи имплицитно, посредством меньшего количества знаков: *3 ар чоже – 37 нылли сад*¹. ‘В течение трех лет – 37 детских садов’. В данном заголовке лаконично предоставлена главная информация. Для более содержательных сведений читатель может обратиться к самому тексту статьи.

Исходя из экономии языковых средств можно отметить, что эллиптические предложения также служат для акцентирования внимания на первостепенных коммуникативных элементах. Так автор исключает из предложения менее значимые лексические единицы, обращая тем самым все внимание реципиента на словах с большей коммуникативной значимостью. Подобное можно наблюдать на вышеприведенном примере заголовка, где без уточнений о дополнительных фактах на передний план выдвигается основная идея. При этом экономия языковых средств и акцентирование внимания на определенной фразе важно не только в заголовках, но и непосредственно в текстах. К примеру, в тексте акцентирование внимания служит для выделения основной мысли из общего потока повествования: *Ваньмыз валамон: семьяослы юрттэт сётон – вальтйсь интыын*². ‘Все понятно: обеспечение жильем семей – на первом месте’. В этом примере подчеркивается, какой вопрос наиболее важный. При этом значимость акцентированной фразы усиливается его пунктуационным разграничением от первой части предложения посредством тире.

Эллиптические предложения в «Удмурт дунне» позволяют выразить динамичность, стремительность ситуации. По мнению В.В. Семеновой, эффект ускорения движения объясняется плотностью эксплицитного материала [2, с. 148]. Рассмотрим пример: *Нырысь ик – вормонъёс сярыйсь*³. ‘Сначала – о победах’. С данных слов начинается статья, тем самым сразу же подводя реципиента к теме обсуждения. Таким образом читатель с первых слов вовлекается в содержание текста, что выражает стремительный переход к теме разговора без отвлечения на предварительные вступления.

Также эллиптические предложения служат для выражения или усиления эмоциональности текста. К примеру, данный тип предложений может служить средством для выражения радости: *Зор – удалтонлы!*⁴. ‘Дождь – к удаче!’ Стоит отметить, что в данном примере усилению чувства радости также способствует восклицательный знак.

В другом случае может быть передано другое эмоциональное состояние, например, гордость: *Но асьмелэн кужыммы – огазе кариськыны быгатон бордын. Асьмелэн кужыммы – тii бордын, асьсэды жалаятэк пöртэм удысьёсты азинтйсьёс бордын, – люкаськемъёслы вазиськиз Тöро*⁵. ‘Но наша сила – в умении объединяться. Наша сила – в вас, в продвижении разных сфер через вашу усердную работу, – обратился к собравшимся Глава’. В данном примере пропуск сказуемого участвует в усилении чувства единства и в некоторой степени выражает чувство гордости за свою работу.

Эллиптические предложения способны выражать эффект обманутого ожидания, неожиданность: *Фермае – чеберьяськыса*⁶. ‘На ферму – нарядившись’. Как правило, для

¹ Захаров С. 3 ар чоже – 37 нылли сад // Удмурт дунне. 2021. 21 янв.

² Кумачева Э. Шаер выльдйськонъёслы дась // Удмурт дунне. 2020. 30 янв.

³ Снигирева А. Хоккей борды футбол // Удмурт дунне. 2020. 16 янв.

⁴ Радость: Корепанова О. Зор – удалтонлы! // Удмурт дунне. 2021. 17 июня.

⁵ Никитина Е. Асьмеос кужмоесь! // Удмурт дунне. 2022. 3 нояб.

⁶ Емельянова В. Фермае – чеберьяськыса // Удмурт дунне. 2021. 18 март.

работы на ферме требуется специальная рабочая одежда, поскольку красивые наряды могут быстро испачкаться. Однако, данное предложение, используемое в качестве заголовка, создает некоторое несоответствие, что может вызвать удивление, задумчивость реципиента. Тем самым заголовок позволяет заинтриговать читателя и побуждает его обратиться к чтению самой статьи.

Таким образом, эллиптические предложения в современной публицистике выполняют ряд важных функций. Так, в удмуртской публицистике данный тип предложений служит для:

- 1) уплотнения коммуникативного содержания за счет экономии языкового материала;
- 2) акцентуализации наиболее значимых коммуникативных единиц;
- 3) придания динамики, стремительности текста;
- 4) передачи или усиления эмоциональности;
- 5) выражения эффекта обманутого ожидания, неожиданности.

Все вышеперечисленное позволяет обогатить газетный текст большей экспрессивностью. При этом актуальность эллиптических предложений в современной публицистике возрастает, о чем свидетельствуют показатели анализа публицистических статей, написанных век назад в газете «Гудыри».

Литература

1. *Галкина-Федорук Е.М.* Современный русский язык. Синтаксис / Под ред. Е.М. Галкиной-Федорук. М.: Изд-во Московского университета, 1957. 516 с.
2. *Семенова В.В.* Эллиптические конструкции в реагирующих репликах русской полилогической речи // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. Т. 12. Вып. 7. С. 147–151.

Научное электронное издание

Новые тренды
журналистики и массовых коммуникаций – 2024

Научные труды
III Международной научно-практической конференции
Москва, 19 апреля 2024 г.

*Рекомендовано к публикации
Редакционно-издательским советом РГГУ*

Оригинал-макет подготовлен на кафедре журналистики
Института массмедиа и рекламы РГГУ

Компьютерная верстка *Д.В. Неренц*

Подписано к использованию

Уч.-изд. л. 27,0
Заказ № 2000

Издательский центр
Российского государственного
гуманитарного университета
125047, Москва, Миусская пл., 6
www.rsuh.ru