



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

СЕРТИФИКАТ

Глобина Анна Константиновна

Санкт-Петербургский государственный университет

участник IV международной научной конференции
ЯЗЫК В КООРДИНАТАХ МАССМЕДИА, ЭТИКИ И ПРАВА
Санкт-Петербург, 9-11 ноября 2020 года

Директор института
«Высшая школа журналистики
и массовых коммуникаций» СПбГУ

А. С. Пую



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ

МЕДИАЛИНГВИСТИКА

Выпуск 7

Язык в координатах массмедиа,
этики и права

Материалы IV международной научной
конференции

Санкт-Петербургский государственный
университет, 9–12 ноября 2020 г.

*Мероприятие организовано при финансовой поддержке РФФИ,
проект № 20-012-20015*

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

2020

ББК 76.02
М42

Редакция:

Л. Р. Дускаева — научный редактор

В. В. Васильева — ответственный редактор

Е. В. Выровцева

Ю. М. Коняева

А. А. Малышев

Е. А. Щеглова

Медиалингвистика. Вып. 7. Язык в координатах массмедиа, этики и права: матер. IV Междунар. научн. конференции (Санкт-Петербург, 9–12 ноября 2020 г.) / науч. ред. Л. Р. Дускаева, отв. ред. В. В. Васильева. — СПб.: Медиапир, 2020. — 280 с.

В сборнике представлены одобренные руководителями секций материалы докладов участников IV Международной конференции «Язык в координатах массмедиа, этики и права», организованной в Санкт-Петербургском государственном университете при финансовой поддержке РФФИ (проект № 20-012-20015). Авторы сборника — представители научных и образовательных организаций разных городов России, Болгарии, Чехии, Польши, Словакии, Белоруссии.

Многие российские авторы сборника являются грантодержателями Российского фонда фундаментальных исследований.

Ряд докладов указанной проблематики был представлен на Международном научном форуме «Медиа в современном мире. 59-е Петербургские чтения», проходившем в те же дни в Институте «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ, и опубликован в томе 3 материалов Форума.

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

Фактические сведения приводятся в авторской редакции.

© Авторы статей, 2020

© Медиапир,

оформление 2020

ISBN 978-5-00110-188-8

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие.....	9
В. В. Антропова. Конструирование концептов в дискурсе разнокачественных изданий (на примере концепта «добро»)	11
Л. В. Балахонская. Питч как инструмент бизнес-PR: коммуникативно прагматический аспект	15
В. Ц. Бонджолова. Невербальное в графических окказионализмах и его функции	19
Е. П. Буторина. Об одном способе выражения креативной модальности в языке документов	23
Е. В. Быкова. Грета Тунберг как медиатизированный феномен	27
П. Вамвака, Р. А. Савастенко. Медиадискурс стран Евросоюза и России с точки зрения этических и моральных норм в период коронавирусной инфекции.....	31
Е. Г. Власова. «Немузейный разговор»: особенности коммеморации в урбанистически ориентированных сетевых изданиях	35
А. А. Ворожбитова. Лингвориторическая организация глянцевого журнального дискурса: «диалог прагматиконов» медиадеятеля и читателя	40
О. В. Врублевская. Коннотативные топонимы в современном медиатексте как инструмент социальной оценки	44
Е. В. Генералова. Лексика разных эпох в современном медиатексте и в словарях русского языка	47
С. В. Глебова, А. К. Глобина. Этическая оценка конфликтов личного публичного в новых медиа	52
А. В. Грошева. Политико-институциональная сфера в текстах региональных СМИ: ценностно-смысловой анализ	55
Д. А. Девяткин, В. А. Салимовский, Н. В. Чудова. Категория речевой системности в автоматическом анализе текста	59
Е. Н. Доброхотова. Язык юридического консалтинга и правового просвещения	64
А. Ю. Дорский. Глорификация и чувство вины в государственных коммуникациях: интенции мемориального законодательства	68
Г. Драппанова. Профессиональная этика адвоката: проблемы коммуникации и поиски путей их решения	72

words and expressions in Russian language dictionaries of different type to find out the relation “media text” — “dictionary”.

Keywords: media text, lexicography, neologism, obsolete vocabulary, the latest phraseology.

Софья Валерьевна Глебова

Санкт-Петербургский государственный университет
ветеринарной медицины

Анна Константиновна Глобина

Санкт-Петербургский государственный университет

ЭТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА КОНФЛИКТОВ ЛИЧНОГО-ПУБЛИЧНОГО В НОВЫХ МЕДИА

Специфика формирования информационного блока в социальной сети подразумевает участие в процессе как блогера, так и аудитории; информационный обмен становится более коммуникативно обусловленным и требует адаптации этических норм к пространству новых медиа.

Ключевые слова: этика, конфликт, новые медиа, публичное.

Новые медиа унаследовали ключевые черты традиционных СМИ: сохранилась основная ориентация на предоставление предварительно обработанной информации в формате, располагающем к комфортному массовому потреблению. Такое «родство» отразилось на этической регуляции: зачастую именно кодекс этики журналиста приходит на помощь в базовых вопросах качества информации, цитирования источников, стилистики контента и размещения рекламы.

Тем не менее эпитет «новые» закрепился в общественном дискурсе неслучайно: специфика социальных сетей, блогосферы, определяет этически значимые отличия блогов от новостных газет,

а прямых эфиров — от репортажей. Современная медиасфера, прошедшая структурную трансформацию, интенсифицирует вовлеченность аудитории и авторов в информационный контент. Иронично, но именно в эпоху постправды как никогда заметен спрос не столько на сухие факты, сколько на мысли по поводу инфоповода; сама направленность социальных сетей подталкивает «новых журналистов» к искренности и перманентному диалогу. Как следствие, цифровое общение становится более непосредственным, чем между журналистом и читателем, но при этом оно сохраняет дистанцию, невозможную «в реальной жизни». Медийность, ловко интегрированная в нашу бытовую жизнь, стимулирует высказывание собственной позиции, одновременно позволяя абстрагироваться от последующей реакции.

Учитывая самые мощные действующие силы, новые медиа можно рассматривать с нескольких позиций:

- 1) форма адаптации СМИ к новой среде;
- 2) пространство социального действия;
- 3). публичное пространство цифрового взаимодействия;
- 4). новая технология обеспечения коммуникации.

Неоднозначность трактовки медиа позволяет пересмотреть представления о статусе личного пространства пользователя в сетевой коммуникации. Более того, не лишен смысла вопрос о том, возможно ли «личное» в социальных сетях. Р. Финн, Д. Райт и М. Фридвальд охарактеризовали семь типов неприкосновенных сфер частного: приватность тела, поведения, коммуникации, данных и изображений, мыслей и чувств, места и пространства, ассоциаций [Friedewald и др., 2013]. Механизмы существования медиаплатформ гарантируют приватность тела, коммуникации, данных и право личности на свободную ассоциацию. Более уязвимыми оказываются приватности чувства, места и поведения. Важно, что защищаться приходится не от технологии, а от других пользователей.

Конфликтность и дискриминация в интернете уже стали притчей во языцех: блогеров и просто публичных личностей регулярно критикуют за некорректное поведение все — от посетителей страницы до коллег по «цеху». В центре внимания оказываются девиантные публичные проявления, например,

высказывания в сети, кажущиеся либо излишне резкими, либо «умышленно толерантными». Цифровые коммуникативные конфликты нередко перекачиваются в реальную жизнь, становясь поводом для увольнений, семейных драм и разрывов рабочих рекламных договоров с информационными площадками. Принцип приватности места, утверждающий право человека на относительно незаметное перемещение в пространстве (пусть и виртуальном), оказывается не в силах это предотвратить.

С другой стороны, ученые фиксируют право на выражение мыслей и чувств без радикальных последствий для личности. Такой тип приватности закрепляет обязанность уважать любую реакцию на опубликованную информацию. С этой целью социологи акцентируют внимание на тезисе о том, что деятельность, в том числе комментирование, не обязательно определяется осознанными мотивами. Цифровое пространство менее терпимо к необдуманным поступкам, вшитым в человеческую природу.

Приватность поведения позволяет человеку фильтровать круг общения, которому он готов демонстрировать тот или иной стиль поведения. Несмотря на то что эта повестка частично реализуется в настройках приватности, личная информация из раза в раз попадает в публичное поле. В идеальном сценарии, исходя из принципа уважения к личности, новые медиа призывают игнорировать подобного рода источники, автоматически присваивая им статус второсортных.

Таким образом, этика новых медиа постепенно приходит к необходимости учитывать коммуникативный характер социальных сетей и охватывать всех участников производства информационного блога: как публикующих, так и комментаторов. Более тонкая настройка этических основ взаимодействия может быть обеспечена за счет обоюдного принятия права пользователей на публикацию своих мыслей и чувств. В заключение стоит подчеркнуть необходимость ограничения сферы взаимовлияния поступков, принадлежащих пространству социальных сетей и повседневной жизни реальных людей.

Литература

Friedewald M., Finn R.L. Wright D. Seven Types of Privacy. In: Gutwirth S., Leenes R., de Hert P., Pouillet Y. (eds) European Data Protection: Coming of Age. Springer, Dordrecht. 2013. Pp.3–32.

Sofia V. Glebova

St Petersburg State University of Veterinarian Medicine

Anna K. Globina

St Petersburg State University

ETHICAL VALUATION OF CONFLICTS BETWEEN PRIVATE AND PUBLIC IN THE NEW MEDIA

The specifics of an information formalization in a social network implies participation of a blogger and an audience; information exchange becomes more communicatively depended and requires the adaptation of ethical norms to the space of new media.

Keywords: ethics, conflict, new media, public.

Алла Владимировна Грошева

Челябинский государственный университет

ПОЛИТИКО-ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ СФЕРА В ТЕКСТАХ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ: ЦЕННОСТНО-СМЫСЛОВОЙ АНАЛИЗ

В статье рассматриваются концепты «власть» и «государство» в материалах регионального медиа 74.ru. Автор приходит к выводу, что данные концепты демонстрируют дистанцию между регионами и федеральной властью.

Конференция Медиалингвистика 11 ноября 2020

От: **Вадим Перов** | vadimperov@gmail.com

пятница,
6 нояб.
2020 г.,
11:34

Кому: **Райганат** | tanagar1303@mail.ru, **ekwladmi** | mail.ru, **Барташевич Татьяна** | nfyz-27@yandex.ru, **bebchuk52** | yandex.ru, **vamvaka_p** | pfur.ru, **st064733** | student.spbu.ru, **r.iglikova** | shu.bg, **Софи Игнатьева** | sophi_ign@mail.ru, **1193339513** | qq.com, **evakallas** | rambler.ru, **ОЕФ** | trandafir@yandex.ru, **Ovchinnikova Elena** | ovchinnikovaea@mail.ru, **Вадим Перов** | vadimperov@gmail.com, **zlatica.plasienkova** | uniba.sk, **savastenko_ra** | pfur.ru, **vlvtul** | mail.ru, **suncrown** | yandex.ru, **Маша Чуднова** | magra_piter@mail.ru, **Александр Бродский** | abrodsky59@mail.ru, **Igor Larionov** | i.y.larionov@gmail.com, **Ирина** | fridu77@mail.ru

Уважаемые коллеги

Хочу проинформировать Вас о некоторых нюансах проведения конференции «Язык в координатах массмедиа, этики и права» (9–12 ноября 2020 года) (Программа в приложении).

Я сразу обращаюсь к участникам **Панельной дискуссии** «Новая этика для новых СМИ? (Профессия. Миссия. Кодекс)» (11 ноября 2020 (среда) с 12.15 до 14.00) и **Круглого стола** «Влияние нейроэтики на формирование коммуникации цифрового общества» (11 ноября 2020 (среда) с 14.30 до 16.30) (оба мероприятия проводятся только в режиме онлайн).

Проблема в том, что у организаторов конференции возникли некоторые проблемы, которые я постараюсь кратко описать. Дело в том, что руководство СПбГУ обещало обеспечить техническую поддержку проведения конференции посредством ZOOM, но ограниченное число подключений. В результате нам было выделено очень мало времени при достаточно большом количестве участников (Панельная дискуссия - 12, Круглый стол – 10). Но в результате количество подключений было сокращено, поэтому я был вынужден самостоятельно организовать видеосеанс через GoogleMeet (ссылка ниже) на оба мероприятия, поскольку ряд участников заявлены на оба. Обращаю внимание, что подключение/ отключение возможно и в процессе проведения онлайн мероприятия.

meet.google.com/sfk-xnth-gss

Перед мероприятием я вышлю ссылку ещё раз с небольшими комментариями для подключения.

Для успешной организации наших мероприятий я предлагаю обсудить и решить несколько вопросов:

- 1) Имеет ли смысл перенести начало Панельной дискуссии на 1 час ранее (в 11.15)?
- 2) Есть среди участников те, кто обязательно хотят или должны выступить, а кто готов принять участие только в обсуждении?
- 3) Кто готов выступить посредством презентации PowerPoint в режиме автоматической смены слайдов? Поясню. Получается, что презентация без голосовых комментариев демонстрируется в течение заданного времени (10-12 слайдов за 3-4 минуты). После этого устраивается обсуждение и ответы на вопросы. (Лично я предпочту именно этот вариант в целях экономии времени)

Для обсуждения этих вопросов я создал опрос в GoogleForm (ссылка ниже).

docs.google.com/forms...f_link

Прошу дать ответы до вечера воскресенья (08.11.2020)

Готов ответить на возникшие вопросы.

С уважением

Перов Вадим Юрьевич

к.ф.н., доцент

заведующий кафедрой этики

Институт философии

Санкт-Петербургский государственный университет

Университетская наб. 7/9

Санкт-Петербург

Россия

+7 911 999 42 43

vadimperov@gmail.com
