

РАЗДЕЛ 11.  
СЛАВЯНСКИЕ ЛИТЕРАТУРЫ И МЕДИАКУЛЬТУРА  
ТРЕТЬЕГО ТЫСЯЧЕЛЕТИЯ



УДК 811

Н. С. Цветова

ТЕХНИКИ МЕДИАТИЗАЦИИ  
СОВРЕМЕННОГО ДИСКУРСА О «ДЕРЕВЕНСКОЙ ПРОЗЕ»<sup>5</sup>

Актуальность изучения процесса медиатизации современного дискурса о литературе определяется включенностью данной проблемы в исследовательское поле, сформированное под влиянием глобального вопроса о преобразующем влиянии медиа на общество. Специалисты по арт-журналистике, работающие над соответствующей проблематикой, сосредоточены, прежде всего, на интеграционном взаимодействии медиа и искусства. Но объект исследования в нашем случае – медиапрезентация одного из ключевых историко-литературных явлений второй половины XX века, направленность которой обусловлена конфликтом между доминировавшей в течение последнего десятилетия либеральной интерпретацией данного феномена и современной общественной установкой на восстановление интереса к ценностям национальной культурной традиции.

*Ключевые слова:* деревенская проза, медиатизация, конфликт, традиционные ценности.

Как известно, преобразующее влияние массмедиа на общество изучается с начала 1990-х годов. Современные специалисты сосредоточены, прежде всего, на интеграционных процессах между медиасредой и искусством (М. П. Абашева, Н. Маслова и др.). Но наши размышления – в русле концепции Т. В. Шмелевой о возникновении «медиатизированного общества», специфика которого заключается в особом восприятии реальности (произведений искусства в том числе) сквозь призму (с подачи) медиа.

Объект исследования – современный российский медиадискурс о «деревенской прозе». Особая значительность этого литературного феномена не требует аргументации. В течение нескольких десятилетий художественные тексты В. Шукшина, В. Распутина, В. Астафьева – лидеров литературного течения, находились в зоне внимания критиков, историков литературы, журналистов, но специфика динамики коммуникативного про-

<sup>5</sup> Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-18-00408, <https://rscf.ru/project/23-18-00408/>; Русская христианская гуманитарная академия имени Ф. М. Достоевского.

странства, которое создавалось и создается разнотипными средствами массовой информации как контекстное, фоновое для «деревенской прозы», не изучалась.

Медийный дискурс о «деревенской прозе» формируется с разной интенсивностью в публичном коммуникативном пространстве с начала 1960-х годов при доминирующем участии специализированных СМИ. «Литературная газета», «Литературная Россия», «Книжное обозрение», «Культура» и практически все «толстые» советские журналы использовали для презентации этого явления два жанровых формата – литературно-критическая статья и «круглый стол» («Вопросы литературы»). В соответствии с традицией литературная критика была ключевым средством формирования дискурса о литературе в публичном пространстве. Траектория продвижения включала техники анонсирования («Книжное обозрение»). Один из сегментов траектории – научные конференции в ведущих научно-исследовательских центрах, публикации, фиксирующие премиальный процесс. По мнению исследователей, эта ситуация просуществовала до начала нового столетия. Целью медийного сопровождения являлось формирование читательского представления об историко-литературном статусе «деревенской прозы», т. е. миссия дискурса была просветительской, несмотря на то что оценочные суждения, представленные в специализированном гипертексте, иногда были прямо противоположными.

Сегодня же специалисты констатируют, что литература оказалась по многим причинам (социально-историческим в том числе) на периферии общественного интереса, что привело к возникновению нескольких новых тенденций при оформлении дискурса о литературе:

– вытеснение из публичного коммуникативного пространства профессиональной художественной критики, малорелевантной для массового (профанного) читателя;

– перераспределение пристрастий (интересов) адресата: современное читателя привлекает не только и даже не столько собственно литературное явление, сколько презентация имени литератора и его текста [2].

Нас интересовало, с применением совокупности каких средств (методов, приемов, технологий, т. е. техник) эти процессы запускаются и поддерживаются, как они сегодня модернизируются.

При формировании научной гипотезы мы исходили из необходимости выявления особенностей траектории продвижения литературного феномена (имени, литературного явления, конкретного продукта-произведения). В основе гипотезы – признание постоянного переформатирования литературного пространства, под влиянием изменений, которые открыто признаются, учитываются современными культуртрегерами.

На первом этапе исследования мы пришли к выводу, что ведущим технологическим инструментом сегодня можно назвать веб-сайт, создаваемый компетентным, профессиональным коммуникатором, деятельность которого определяется просветительской миссией. Думалось, что субъектом, а часто и инициатором коммуникации теперь становятся просветительские организации: библиотеки, литературные музеи.

Однако при анализе продвигающих по целеустановке медиапубликаций возникло несколько «но». Во-первых, литературный сегмент медиaprостранства в новых условиях делят между собой просветители и коммерсанты-издатели. Интересный в этом отношении пример привел в недавнем интервью Н. Иванов, глава Союза писателей России. Он рассказал, как теперь действует активно «раскручиваемая» медиа премия «Большая книга»: государство вкладывает в эту премию средства, собирается чаще всего ангажированное жюри, включающее в премиальные листы названия произведений, которые в случае их признания обязательно печатаются в престижном издательстве Елены Шубиной, а далее, в соответствии с действующими «премиальными» правилами, распространяются по библиотекам (Иванов Н. «Мы научились работать без денег. Но это неправильно» // Культура. 2024. 25 апреля. С. 13). Получается, самый серьезный доход сегодня получают коммерсанты-издатели, обслуживающие премиальный процесс, а просветительские центры (библиотеки) уже вынужденно занимаются продвижением соответствующих литературных произведений. Ситуация осложняется еще и появлением селф-менеджмента (С. Данилова и др.).

Но теперь «деревенской прозе» посвящен тот сегмент дискурса о литературе, в котором перечисленные механизмы запустить невозможно: объект продвижения вне ставших типовыми коммерциализированных проектов. Даже специализированного сайта в данном случае быть не могло, т. к. такие сайты теперь преимущественно именные. Субъект коммуникации, разрабатывающий соотносимый с «деревенской прозой» круг проблем, теперь обрел преимущественно территориальный статус: В. Распутин – в зоне ответственности иркутян, например; творчеством В. Астафьева занимаются в Красноярске, В. Шукшина – в Барнауле, В. Белова – в Вологде и т. д. Достаточно эффективным в этой ситуации может быть юбилейный сегмент дискурса.

Но перечисленное – уже «отработанные» основания для поддержания интереса к «деревенской прозе». Последнее по времени возникновения обновление интереса к «деревенщикам» было спровоцировано полемикой, организованной литературным альманахом «Двина» (г. Архангельск). «Затравкой» полемики стали выдержки из интервью непоименованного автора (*«есть такая точка зрения»*) и реакция на них одного из современных

молодых критиков, имя которого также не названо. В данном случае были актуализированы два коммуникативных явления, возникновение которых спровоцировано интернет-эпохой: анонимность и провокативность. Эти позиции напрямую связаны с коммуникативными установками участников полемики, которые, как показало время, не были заинтересованы в постижении сути явления. В чем это проявилось?

1. В процессе полемики не назывались ставшие хрестоматийными произведения «деревенщиков». Инициаторы полемики апеллировали не столько к «деревенской» классике, сколько к современным то ли «неодеревенским», то ли «постдеревенским» текстам, причем без научного, терминологического описания этих явлений.

2. Неаргументированные негативные оценки «деревенской» классики предъявлялись как проверенные временем.

3. Игнорировались наиболее значимые для оценки произведений «деревенщиков» проблемно-тематические блоки: историко-психологический статус созданных «деревенщиками» персонажей, стилистика их произведений [1].

Суть состоявшегося дискурсивного обновления была обусловлена, с одной стороны, изменением прагматических установок спикеров, формирующих медийный контекст для литературного явления. Так, вряд ли, например, Д. Быкова интересовал истинный историко-литературный статус «деревенской прозы». Субъективность транслировавшихся им оценок и речевая форма их выражения позволяют говорить о нацеленности, прежде всего, на самопрезентацию. С другой стороны, в полемику, кроме профессиональных литераторов включились читатели. Возросло почти сошедшее на нет в 1980–1990-ые годы влияние гражданских («народных») читательских литературно-критических высказываний, напоминающих о том времени, когда споры о литературном тексте превращались в серьезную общественную дискуссию о насущных национальных и государственных проблемах, что свидетельствует о восстановлении стремления читательской аудитории к сохранению высокого социального статуса литературного текста. В-третьих, в процессе этой полемики в качестве инструмента активно привлекались порожденные спецификой интернет-пространства литературные мистификации, иногда в формате откровенного подлога. Приведем один пример: в интернете активно распространялось оценочное высказывание З. Прилепина, бесспорного лидера «новых реалистов», о ненависти к деревенской прозе. Не менее активно применялся манипулятивный прием подмены объекта полемики.

Все это – показатели уже случившихся изменений содержания процесса медиатизации: если ранее медиатизация – насыщение массмедиа пуб-

личного коммуникативного пространства, то на достаточно продолжительное время это пространство оказалось под прямым давлением массмедиа, осуществляемым с использованием продвигающих техник. Эта тенденция проявлялась и проявляется в формировании достаточно сложной жанровой системы текстов продвижения, характеристики которых только на начальной стадии обновления специализированного дискурса в значительной степени напрямую соотносились с уникальностью продвигаемого литературного объекта. Очевидно, что система разрасталась, масштабировалась, но, как это ни парадоксально, ее динамика определялась массовизацией, стереотипизацией жанровой и речевой формы продвигающих текстов, средств и приемов. Думается, самая яркая реализация данной тенденции – современная медиапрезентация творческой индивидуальности В. М. Шукшина.

Но в сегодняшних социально-политических условиях в публичном коммуникативном пространстве формируется новая возможность – возможность создания принципиально иной ситуации, позволяющей актуализировать «деревенскую прозу» как транслятора традиционных ценностей, что должно изменить целевую установку продвижения историко-литературного явления, откорректировать коммуникативные условия его существования, повлиять на характер восприятия. Интенсивность и философия медиального давления в новой ситуации должны зависеть от феноменальных характеристик «деревенского» сегмента дискурса о литературе. Как следствие, медиарефлексия по поводу соответствующих литературных фактов в идеальной коммуникативной ситуации может быть выведена при лидерстве просветителей из зоны рыночно-прагматичных ограничений и в то же время может преодолеть установку на выполнение сугубо идеологической функции. Можно сказать, открывается окно иных возможностей.

#### *Список литературы*

1. Галимова, Е. Ш. Динамика медиапрезентации одного литературного феномена / Е. Ш. Галимова, Н. С. Цветова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Русский язык и литература (Филология. Востоковедение. Журналистика). – 2017. – № 4. – С. 650–664.

2. Колядич, Т. М. Русская проза XXI века в критике. Рефлексия. Оценки. Методика описания : учеб. пособие / Т. М. Колядич, Ф. С. Капица. – М. : Флинта, 2010. – 360 с.

***Цветова Наталья Сергеевна***, Санкт-Петербургский государственный университет, Русская христианская гуманитарная академия имени Ф. М. Достоевского, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация.

УДК 81'1  
ББК 81.0  
С47

Рекомендовано Редакционно-издательским советом  
ГрГУ им. Янки Купалы

Редакционная коллегия:

*Т. А. Пивоварчик* (гл. ред.), *И. А. Герасимчик*,  
*А. В. Зезюлевич*, *И. И. Минчук*, *Т. В. Сивова*

Рецензенты:

*Биюмена А. А.*, доктор филологических наук, доцент  
(Минский государственный лингвистический университет);  
*Автухович Т. Е.*, доктор филологических наук, профессор  
(Гродненский государственный университет имени Янки Купалы)

Издаётся в авторской редакции  
Ответственный за выпуск *А. В. Зезюлевич*

Техническое редактирование: *Я. Я. Пекарь*, *М. В. Вахмянина*  
Компьютерная вёрстка: *И. П. Зимницкая*  
Дизайн упаковки: *Ю. В. Минчук*  
Подготовка упаковки: *А. И. Соболева*

**Славянский мир** и национальная речевая культура в современной коммуникации [Электронный ресурс] : сб. науч. ст. : в 2 ч. Ч. 2 / ГрГУ им. Янки Купалы ; редкол.: Т. А. Пивоварчик (гл. ред.) [и др.]. – Объём электрон. дан. 7,6 Мбайт. – 34,0 уч.-изд. л. – Гродно : ГрГУ, 2024. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – Тираж 10 экз. – Заказ 059.

ISBN 978-985-582-639-3 (ч. 2)  
ISBN 978-985-582-637-9

Сборник научных статей содержит результаты исследований, представленных на XVII Международных Карских чтениях (16–17 мая 2024 г.), посвящённых изучению и развитию научного наследия академика Е. Ф. Карского. Организатором чтений выступил коллектив кафедры журналистики Гродненского государственного университета имени Янки Купалы. По структуре сборник состоит из двух частей. Первая часть включает разделы, в которых представлены статьи о научном наследии Е. Ф. Карского и его современников, актуальных вопросах современного славянского языкознания, языковой стереотипии и языковой моде в современном медиатексте, лингвистике цвета. Во второй части сборника опубликованы результаты исследований в русле медиалингвистики, цветоведения и литературоведения. Издание адресовано научным работникам, преподавателям вузов, аспирантам, магистрантам, студентам, учителям-словесникам, журналистам, специалистам в области информации и коммуникации.

УДК 81'1  
ББК 81.0

**Издатель и изготовитель:**  
учреждение образования

«Гродненский государственный университет имени Янки Купалы».

Свидетельство о государственной регистрации издателя,  
изготовителя, распространителя печатных изданий  
№ 1/261 от 22.02.2024.

Ул. Ожешко, д. 22, 230023, Гродно, Республика Беларусь.  
[www.grsu.by](http://www.grsu.by)

ISBN 978-985-582-639-3 (ч. 2)  
ISBN 978-985-582-637-9

© Учреждение образования  
«Гродненский государственный университет  
имени Янки Купалы», 2024

## СОДЕРЖАНИЕ



<b>РАЗДЕЛ 6. СЛАВЯНСКАЯ МЕДИАРЕЧЬ В ДИСКУРСИВНОМ, РЕЧЕЖАНРОВОМ, СТИЛИСТИЧЕСКОМ АСПЕКТАХ.....</b>	<b>3</b>
<i>Ивченков В. И.</i> Динамические процессы в современном медиадискурсе.....	3
<i>Белая Е. И., Васильева Т. Ю.</i> Репрезентация национальной персониферы в современном медийном пространстве.....	9
<i>Белюсова В. В.</i> Интервью в чешском политическом дискурсе: языковые средства формирования медиаимиджа.....	17
<i>Герасімчык І. А.</i> Фразеалагізм як аб’ект метамоўнай рэфлексіі ў сучасным беларускім медыядыскурсе.....	23
<i>Долбик Е. Е.</i> Чужая речь в медиатекстах (на материале веб-сайта «Беларусь сегодня»).....	30
<i>Медведева Н. Е.</i> Метафоры войны в медиадискурсе США как инструмент антикризисного управления.....	36
<i>Піваварчык І. В.</i> Рэлігійныя практыкі мінулага ў рэгіянальных медыятэкстах.....	43
<i>Шимолін В. І.</i> Проблема языка в епархиальных изданиях Беларуси (конец XIX – начало XX вв.).....	47
<i>Семак Д. С.</i> Лингвистические особенности фуд-обзоров.....	52
<i>Сироткина Т. А.</i> Региональные медиатексты как средство социокультурной адаптации детей-инофонов.....	58
<i>Сун Кэлин.</i> Языковая личность Конфуция и её репрезентация в основном корпусе Национального корпуса русского языка.....	60
<b>РАЗДЕЛ 7. РЕЧЕВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ МЕДИАТЕКСТА.....</b>	<b>66</b>
<i>Вольнец Т. Н.</i> О трансформации и деформации языковых норм в медиатексте.....	66
<i>Борисова Е. Г.</i> Лексический состав политического субдискурса.....	73
<i>Болтовская Е. А.</i> О конкурирующих вариантах формы именительного падежа множественного числа одушевлённых имён существительных.....	77
<i>Голубева В. К.</i> О расширении сентенциального употребления наречий и их прагматике в медиатексте.....	83
<i>Мамонова Н. В.</i> Особенности репрезентации категории «ДЕТИ» в современном российском медиадискурсе.....	89
<i>Меньшова П. М.</i> Анализ оценочного потенциала слова «мать» в сравнении с синонимом «мама» в русскоязычном медиадискурсе.....	94

<i>Инь Цзыюань.</i> Речевой жанр «интернет-отзыв туриста» в разных типах дискурса.....	98
<i>Костюшко Е. Т.</i> Лексические средства адресации в модульном рекламном тексте (на примере модульной рекламы в газете «Советская Белоруссия»).....	101
<i>Мерчи А. П., Якубюк Ю. П.</i> Структурно-семантические особенности прагматических текстов на английском языке.....	107
<i>Рыжкович А. Ч.</i> Прилагательные <i>реальный / рэальны</i> и их смысловые актуализации в медиатексте (на примере антитетических конструкций).....	113
<i>Савенок И. О.</i> Языковые средства репрезентации гнева в современных белорусских СМИ.....	121
<i>Хвесько С. Г.</i> Функционально-семантический потенциал прилагательного <i>качественный</i> в белорусском медиадискурсе.....	126
<i>Чжу Шэнминь.</i> Репрезентация китайских политических концептов в русскоязычных текстах белорусских СМИ.....	135
<b>РАЗДЕЛ 8. ЦИФРОВАЯ ЖИЗНЬ НАЦИОНАЛЬНЫХ МЕДИАСИСТЕМ И НАЦИОНАЛЬНЫХ ЯЗЫКОВ.....</b>	<b>142</b>
<i>Полонский А. В.</i> «Сделано в Сети»: научный текст в новой коммуникативной реальности.....	142
<i>Маслова В. А.</i> Сайты православных храмов Республики Беларусь и Российской Федерации: специфика языковых средств.....	150
<i>Синельникова Л. Н.</i> Аксиологемы в фразео-паремическом стриминге радиоподкаста.....	155
<i>Гурова И. В.</i> Славянские языки в цифровых коммуникациях (на примере производных с компонентом <i>-гейт</i> ).....	161
<i>Войтищенко Е. В.</i> Регулятивная стратегия и тактики её реализации в интерактивной телебеседе (на материале англоязычных и белорусскоязычных телепрограмм).....	166
<i>Кулаженко Ю. В.</i> Речевые модели презентации докладчика в методических вебинарах.....	178
<i>Павлова А. А.</i> Дискурсивно-прагматические свойства междометий в новостных интернет-комментариях.....	183
<i>Хасанова Т. Г.</i> Грани и границы медиакультуры русскоязычных СМИ современного Таджикистана.....	190
<i>Шуманская О. А.</i> «ТикТок» как формат корпоративной коммуникации учреждений высшего образования: вербальный аспект.....	195
<b>РАЗДЕЛ 9. ЛИНГВИСТИКА ЦВЕТА В КАРТИНАХ МИРА.....</b>	<b>199</b>
<i>Перфилова М. Н.</i> Лексика цвета в русских аргю.....	199



<i>Григорьева О. Н.</i> Поэзия серого цвета в повседневной речи и художественном тексте.....	206
<i>Тарумова Н. Т.</i> Обычное и необычное в цветовом поле поэзии Андрея Белого.....	211
<i>Ермаковская Т. А.</i> Цветовая палитра сборника хантыйского поэта Р. П. Ругина «Снежная держава».....	219
<i>Катрецкая Д. С.</i> Лексико-семантические особенности цветообозначений в идиостиле Бориса Горбатова.....	224
<i>Иванов К. И.</i> Цвет в образной системе рассказов Йордана Йовкова «Старопланинские легенды» и адекватность его воссоздания в переводе с болгарского языка на русский.....	227
<i>Бородулина Н. Ю., Макеева М. Н.</i> Метафоры-колоронимы в профессиональной коммуникации экономистов.....	233
<i>Сабирова С. Г.</i> Анфилада колоронимов медийного дискурса русского языка в лингвокогнитивном и социально-экономическом прочтении.....	242
<i>Русина Ю. Н.</i> Семантика прилагательных цвета и особенности их функционирования в составе терминологических единиц (на материале английского, русского и белорусского языков).....	247
<i>Ускова А. И.</i> Прагмасемантические характеристики флоронимов с компонентом цветообозначения.....	253
<i>Цуй Сяоцин, Миронова А. А.</i> Наименования цвета губной помады с семьей «растение» в китайской рекламе.....	257
<i>Маджаева С. И.</i> Термины с компонентом цвета в медицинском дискурсе: когнитивный аспект.....	262
<i>Баландина Е. С.</i> Специфика географических терминов с компонентом цветообозначения.....	266
<i>Дымова А. В.</i> Всё не то, чем кажется: цвет в создании эффекта обманутого ожидания в анимационном сериале «Over the Garden Wall».....	270
<i>Чжан Ди.</i> Символика цвета масок в пекинской опере.....	276
<b>РАЗДЕЛ 10. ЛИНГВОЦВЕТОВЫЕ АСПЕКТЫ ЛИНГВОКУЛЬТУР.....</b>	<b>284</b>
<i>Крамкова О. В.</i> Национально-культурные особенности терминов жёлтого цвета в русском языке.....	284
<i>Переход О. Б.</i> Сочетательные возможности прилагательных <i>зелёный</i> и <i>жёлтый</i> в русском языке.....	290
<i>Прохорова М. Е.</i> Особенности концептуализации характеристик человека, описываемых посредством цветовых сравнений.....	295
<i>Передриенко Т. Ю.</i> Стереотипы цветовосприятия в русской лингвокультуре.....	302

<i>Астахова Я. А.</i> Конструкция «в цвете X» в современной разговорной речи: причины возникновения.....	308
<i>Ельничева И. В.</i> Неоднословные колоративы как лексические средства вербализации цвета в современном русском языке (на материале Национального корпуса русского языка).....	313
<i>Широкова А. А.</i> Признак цвета во флоронимах современного литературного польского языка (на восточнославянском фоне).....	319
<i>Хмелевский М. С., Савченко А. В., Кузнецова И. В.</i> Цветовая палитра у славян во фразеологическом и лингвокультурологическом аспектах.....	325
<i>Рогожников Т. М.</i> Ассоциативная цветность вербальной модели как этнокультурный код.....	330
<i>Яковлева Р. В.</i> Исследование ассоциативной цветности звуков немецкого языка на материале поэзии В. Буша.....	335
<i>Хабибулина Э. А.</i> Структурно-семантические особенности вербализации оттенков синего цвета в немецком и русском языках.....	341

## **РАЗДЕЛ 11. СЛАВЯНСКИЕ ЛИТЕРАТУРЫ И МЕДИАКУЛЬТУРА**

<b>ТРЕТЬЕГО ТЫСЯЧЕЛЕТИЯ.....</b>	<b>347</b>
<i>Цветова Н. С.</i> Техники медиатизации современного дискурса о «деревенской прозе».....	347
<i>Саенкова-Мельницкая Л. П.</i> Праксиологический аспект кинокритического текста в представлении «нового белорусского кино».....	352
<i>Булгакова А. А.</i> Продакт плейсмент в романах Дж. Кеннер: маркеры рекламности и тактики воздействия на адресата.....	356
<i>Пастернак Е. А.</i> «Благополучно жил у трона / До старости в почёте он»: об образе русских поэтов-классиков в современной любительской поэзии.....	362
<i>Правда Е. А.</i> К вопросу о составе славянских литературных языков и славянских литератур (опыт сводной классификации).....	367
<i>Радько Е. В.</i> Роман В. Пелевина «b» и рассказ В. Набокова «Занятой человек»: сюжетные параллели.....	372
<i>Скибицкая Л. В.</i> Пьесы Влады Ольховской в контексте «новой драмы» для детей и подростков.....	378
<i>Ян Цзинь.</i> Ценность образа героя в межкультурной коммуникации.....	384

## **РАЗДЕЛ 12. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ**

<b>ЛИТЕРАТУРЫ И СЛОВЕСНОСТИ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ....</b>	<b>389</b>
<i>Баранова Т. Н.</i> Стихотворение Иосифа Бродского «Не выходи из комнаты...» в современных условиях (период пандемии).....	389

<i>Богданова О. В.</i> Трансформация культурных архетипов в художественном дискурсе М. Горького.....	392
<i>Румянцева О. С.</i> Языковая репрезентация образа Богородицы в польском медиадискурсе (на материалах Национального корпуса польского языка).....	397
<i>Букарева Н. Ю., Константинович П. В.</i> Влияние компьютерного дискурса на коммуникативно-речевую организацию современной драмы (на примере пьесы А. Иванова «Это всё она»).....	403
<i>Жилене Е. С.</i> Взаимодействие художественной литературы и словесности массовой коммуникации в романе Владимира Сорокина «Очередь»: жанровый, поэтологический, стилистический аспекты.....	409
<i>Зезюлевич А. В.</i> Сюжет о продавшемся таланте как объект художественной рефлексии в романной прозе конца XX в. ....	414
<i>Локтевич Е. В.</i> Интернет-активность современного рок-поэта в контексте философии медленных медиа.....	419
<i>Пекарь Я. Я.</i> Редукция экфрасиса в книге «Картинные девушки» А. Матвеевой.....	425
<i>Полтевская К. Е.</i> Приёмы нарративной репрезентации «Я» в литературе, которая вышла из блогов (на примере романа Е. Гришковца «Год ЖЖизни»).....	429
<i>Робустова В. В.</i> Сюжетно-ролевые трансформации сказки «Василиса Прекрасная» в англоязычных комиксах.....	435