

**Новогоднее обращение
лидера государства**

**как ритуальный жанр медиадискурса
на материале
российских, немецких и польских выступлений**

MARTA NOIŃSKA

**Новогоднее обращение
лидера государства
как ритуальный жанр медиадискурса
на материале
российских, немецких и польских выступлений
Медиалингвистический анализ**

WYDAWNICTWO UNIWERSYTETU GDAŃSKIEGO
GDAŃSK 2020

Recenzenci / Рецензенты
dr hab. Jolanta Józwiak, prof. UKW
prof. dr hab. Aleksander Kiklewicz

Redaktor Wydawnictwa / Редактор издательства
Tatiana Korac

Projekt okładki i stron tytułowych / Оформление
Nadia Issa

Skład i łamanie / Верстка
Maksymilian Biniakiewicz

Publikacja sfinansowana z działalności statutowej Wydziału Filologicznego
Uniwersytetu Gdańskiego w ramach grantu dla młodych naukowców
i uczestników studiów doktoranckich (nr projektu 539-F255-B408-19) /
Публикация подготовлена в рамках гранта для молодых ученых и аспирантов
Гданьского университета (проект № 539-F255-B408-19)

© Copyright by Uniwersytet Gdański
Издательство Гданьского университета

ISBN 978-83-7865-956-3

Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego
ul. Armii Krajowej 119/121, 81-824 Sopot
tel./fax 58 523 11 37, tel. 725 991 206
e-mail: wydawnictwo@ug.edu.pl
www.wyd.ug.edu.pl

Księgarnia internetowa / Интернет-магазин издательства: www.kiw.ug.edu.pl

Druk i oprawa / Печать и переплет
Zakład Poligrafii Uniwersytetu Gdańskiego
ul. Armii Krajowej 119/121, 81-824 Sopot
tel. 58 523 14 49

Содержание

Введение	9
1. Медиадискурс как объект лингвистики	13
1.1. Возникновение, развитие и основные направления медиалингвистики .	14
1.1.1. Медиалингвистика в русскоязычной научной литературе	15
1.1.2. Медиалингвистика в немецкоязычной научной литературе	19
1.1.3. Медиалингвистика в польскоязычной научной литературе	23
1.1.4. Критический анализ медиадискурса	27
1.1.5. Мультиmodalный подход	32
1.2. Ключевые понятия (медиа)лингвистики: (медиа)дискурс, (медиа)текст, жанр	37
1.2.1. Дискурс	37
1.2.2. Текст и стиль <i>versus</i> дискурс	44
1.2.3. Медиадискурс и медиатекст	50
1.2.4. Жанр	53
1.3. Выводы по первой главе	58
2. Жанр новогоднего обращения в политическом и медийном дискурсе	61
2.1. Основные жанры политической коммуникации в России, Германии и Польше	62
2.1.1. Типология жанров политической коммуникации	62
2.1.2. Медийные жанры политической коммуникации в России, Германии и Польше (президентский и канцлерский дискурс)	66
2.2. Признаки жанра новогоднего обращения в России, Германии и Польше	72
2.2.1. Название	73
2.2.2. Структура	75
2.2.3. Адресант и адресат	76
2.2.4. Цель	76
2.2.5. Оппозиция «письменный – устный»	76
2.2.6. Жанровые признаки по классификации Е.И. Шейгал	77
2.3. Генезис жанра новогоднего обращения	78
2.3.1. Первые новогодние радио- и телеобращения	78
2.3.2. История новогоднего обращения в России	80
2.3.3. История новогоднего обращения в Германии	81
2.3.4. История новогоднего обращения в Польше	82

2.4. Новогоднее обращение как медиатекст	84
2.4.1. Новогоднее обращение согласно классификации Т.Г. Добросклонской	84
2.4.2. Новогоднее обращение согласно классификации Л.Р. Дускаевой ..	86
2.5. Выводы по второй главе	89
3. Специфика жанра новогоднего обращения в России, Германии и Польше	91
3.1. Организация семиотического пространства	92
3.1.1. Хронотоп (время и место)	92
3.1.2. Знаки-символы	100
3.1.3. Акустические знаки	103
3.1.4. Знаки-артефакты	104
3.1.5. Политик как знак	106
3.1.6. Визуальные эффекты	106
3.2. Ценности	107
3.2.1. Типологии ценностей	108
3.2.2. Общие ценности в новогодних обращениях	109
3.2.3. Различия новогодних обращений глав государств: аксиологический аспект	125
3.2.4. Актуальные и прошлые события	128
3.3. Сфера своих и чужих	130
3.3.1. Образ своих	132
3.3.2. Сфера чужих	140
3.4. Фатическая функция в новогодних обращениях	146
3.4.1. Формулы обращения	148
3.4.2. Пожелания	149
3.4.3. Приемы, сближающие адресанта и адресата	150
3.5. Выводы по третьей главе	154
4. Новогоднее обращение в свете теорий интертекстуальности и прецедентности	157
4.1. Понятия интертекстуальности и прецедентности	158
4.1.1. Интертекстуальность	158
4.1.2. Прецедентность	161
4.1.3. Прецедентность и интертекстуальность – разграничение понятий	163
4.2. Интертекстуальность в жанре новогоднего обращения	165
4.2.1. Прецедентные высказывания в новогодних обращениях	166
4.2.2. Автоцитаты	170
4.2.3. Отсылки к прецедентным ситуациям	171
4.2.4. Отсылки к высказываниям граждан	172
4.2.5. Прецедентные изображения и звуки	174

Содержание	7
4.3. Прецедентность новогоднего обращения в медиапространстве	175
4.3.1. Обращения президентов РФ и лидеров СССР	175
4.3.2. Обращения немецких канцлеров	184
4.3.3. Новогодние обращения польских президентов и лидеров ПНР	190
4.4. Выводы по четвертой главе	194
Заключение	197
Литература	201
На русском языке	201
На немецком языке	206
На польском языке	207
На английском языке	214
Словари и энциклопедии онлайн и CD-ROM	215
Приложение	217