

Вестник Московского университета

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Основан в ноябре 1946 г.

Серия 10 ЖУРНАЛИСТИКА

№ 2 • 2014 • МАРТ — АПРЕЛЬ

Издательство Московского университета

Выходит один раз в два месяца

СОДЕРЖАНИЕ

Засурский Я.Н. Колонка редактора: «Экономист» о кризисе американских идеалов 3

Новые медиа

Гольденцвайг Г.Д. Феномен «музыки-в-облаке» в российских реалиях: проблематика ценности 9

Фролова Т.И. Практика гражданских коммуникаций в цифровой среде: опыт систематизации 29

Зарубежная журналистика

Овчинникова О.М. Эволюция научно-популярных журналов в Италии 48

Реклама и связи с общественностью

Папченко М.Ю. О понятии «удачная рекламная коммуникация» (на материале немецкоязычной рекламы) 63

Старовойт М.В. Вирусная коммуникация как инструмент воздействия на потребительское поведение. Экспериментальное исследование . . . 75

История журналистики и литературы

Блавацкий С.Р. Украинская русофильская франкоязычная пресса Франции (1919—1921 гг.) 88

Корнилова Е.Н. Погружение в глубины психики и тайна раздвоения личности в романах Э.Т.А. Гофмана и Г. Гессе 97

Язык СМИ

Солганик Г.Я. Категория рассказчика и специфика художественной речи . . 109

Румянцева Е.И. Глагольно-лексический состав заглавий в авторитетной испанской интернет-периодике в контексте социально-политической действительности 120

Дискуссия

Машаринова Т.Ж. Публицистика и литература: общее и отличительные особенности 130

Критика и библиография

Новаторова Д.С. Интернет и свобода слова (рецензия на книгу Д. Нунциато «Виртуальная свобода: сетевой нейтралитет и свобода слова в эпоху Интернета») 149

CONTENTS

<i>Zassoursky Ya.N.</i> Editorial: The Economist Magazine about the Crisis of American Ideals.	3
--	---

New Media

<i>Coldenzwaig G.D.</i> Music in the Cloud in Russia: the Problematics of Value . .	9
<i>Frolova T.I.</i> Civil Communications Practices in Digital Environment: Attempt of Systematization	29

Foreign Journalism

<i>Ovchinnikova O.M.</i> Evolution of Popular Science Magazines in Italy.	48
---	----

Advertising and Public Relations

<i>Papchenko M.Y.</i> The Concept of «Successful Advertising Communication» (on the German-Language Advertisement Materials)	63
<i>Starovoyt M.V.</i> Viral Communication as an Instrument of Influencing Consumer Behavior. Experiment	75

History of Journalism and Literature

<i>Blavatsky S.R.</i> The Ukrainian Russophile French-Language Press of France (1919—1921 yrs)	88
<i>Kornilova E.N.</i> Depths of the Psyche and Mystery of Personality Split in the Novels by E.T.A. Hoffmann and H. Hesse	97

Media Language

<i>Solganik G.Y.</i> The Category of Narrator and the Specificity of Literary Speech.	109
<i>Rumyantseva E.I.</i> Verbal and Lexical Content of the Headlines in the Reputable Spanish Online Newspapers in the Context of the Socio-Political Reality	120

Discussion

<i>Masharipova T.J.</i> Publicism and Journalism: Common and Distinctive . . .	130
--	-----

Critique and Bibliography

<i>Novatorova D.S.</i> Internet and Freedom of Speech (on <i>Nunziato Dawn C.</i> <i>Virtual freedom: net neutrality and free speech in the Internet Age</i>)	149
--	-----

Я.Н. Засурский, профессор, доктор филологических наук, зав. кафедрой истории зарубежной журналистики и литературы, президент факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова

КОЛОНКА РЕДАКТОРА: «ЭКОНОМИСТ» О КРИЗИСЕ АМЕРИКАНСКИХ ИДЕАЛОВ

В течение последних трех лет Соединенные Штаты были озабочены острыми проблемами, связанными с дальнейшими путями развития страны. Дискуссии об этом нашли отражение в многочисленных статьях в журналах, в полемике, и, конечно, их зеркалом были и выборы 2012 г. Вместе с тем американцам не удалось избавиться от преследующего их рока. Америка несколько раз не могла избрать конгресс, который должен управлять бюджетом.

Дело в том, что американское законодательство о выборах и американская Конституция предусматривают множество сдержек и противовесов для того, чтобы обеспечить волеизъявление граждан. На выборах сразу трудно сказать, как определится победитель — человек, который получит большинство голосов. Америка — федеративное государство, у каждого штата есть свои интересы, а президент должен защищать не только интересы большинства, но и интересы каждого штата по отдельности. Поэтому для того чтобы того или иного кандидата объявили победителем выборов, нужно, чтобы он собрал не только большинство голосов избирателей, но и большинство голосов выборщиков. Выборщики действуют исходя из очень разных местных интересов. И в течение нескольких последних выборов американцам не удавалось сразу избрать президента, потому что если один кандидат собирал большинство голосов избирателей, как это сделал Альберт Гор в 2000 г., то он не получал большинства голосов выборщиков в некоторых штатах. Гор боролся за это место, но в Верховном суде было принято решение избрать республиканца Джорджа Буша. И в результате президентом стал не тот, кто получил поддержку большинства населения. Гору отказали в избрании, нарушив волю американского народа.

Буш стал президентом США, совершив решительный поворот направо, в сторону консерваторов, хотя большинство американцев были сторонниками левых. Гор впоследствии получил признание мирового сообщества в виде Нобелевской премии мира за работу по защите окружающей среды. Все это