Факультет
гуманитарных наук

Фундаментальная
и прикладная
лингвистика

Нижний Новгород
2026

Ключевые слова медийных текстов социально ориентированной тематики

Романова Т. В., д. филол. наук, профессор,
ведущий научный сотрудник
НИУ ВШЭ – Нижний Новгород

Сабирова Л.А., студент 4 курса
программы «Фундаментальная и прикладная
лингвистика», НИУ ВШЭ – Нижний Новгород

Доклад подготовлен в ходе проведения исследования (проект 26-00-025 «Термины когнитивистики по данным российских СМИ XXI века: дискурсивный словарь-справочник») в рамках Программы «Научный фонд Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ)».

Актуальность исследования

- Медиадискурс формирует и транслирует ценностные ориентиры общества [Жаркынбекова 2025: 2].
- В условиях активной медиатизации социального дискурса язык служит «своеобразной хроникой жизни общества», а ключевые слова выступают индикаторами социальных изменений [Мустайоки 2016: 123].

Задачи → фреймирование отобранных текстов, выявление ключевых слов и их аксиологической семантики

Методы → метод стратифицированной выборки, фрейм-анализ, выделение ключевых слов, компонентный и сравнительно-дискурсивный анализ

Эмпирическая база

- 3 **равные** группы: Зооволонтерство, Культура, Экология
- **10** региональных интернет-медиа
- **10** федеральных интернет-медиа
- **60** текстов
- Период **2021-2026 гг.**

1. Нижегородская правда (Правда-НН).
2. Комсомольская правда – Нижний Новгород.
3. НН.ру.
4. Независимое информационное агентство «Нижний Новгород».
5. Информационное агентство «Время Н».
6. НьюсНН.ру.
7. Кстово.ру.
8. Дзержинские ведомости.
9. Выкса.РФ.
10. «Знамя победы» – Шарангский муниципальный округ Нижегородской области

1. Известия.
2. Коммерсантъ.
3. Российская газета.
4. Газета.Ru.
5. Lenta.ru.
6. Комсомольская правда.
7. РИА Новости.
8. Аргументы и факты.
9. Аргументы недели.
10. ТАСС.

Фрейм-структура текстов

Вершинные узлы

1. **Субъект деятельности** (*россиянка, бизнесмен-энтузиаст, волонтеры*).
2. **Адресат** (*местные жители, туристы, пернатые*).
3. **Номинация действий** (***возрождает*** *село,* ***ликвидировали*** *восемь нелегальных свалок,* ***подкармливают*** *бездомышей*).

Терминальные узлы

1. **Средства благотворительной деятельности** (*заработанное на выполнении операций, частные пожертвования*).
2. **Виды социальных практик** (*реставрация, уроки добра*).
3. **Инструменты деятельности** (документации, постановления) (*заявление по статье за жестокое обращение с животным, статус некоммерческой организации*).

Фрейм-структура текстов (зооволонтерство)

Тематические сферы	Заполняемость компонентов фрейма					
	Субъект деятельности	Адресат	Номинация действий	Виды социальных практик	Средства благотворительной деятельности	Инструменты деятельности
Зооволонтерство (региональные медиа)	100 %	100 %	100 %	0 %	40 %	20 %
Зооволонтерство (федеральные медиа)	100%	100%	100%	80%	80%	50%

- **Региональные медиа:** сюжеты, посвященные единичным ситуациям спасения животных.
- **Федеральные медиа:** повествование строится вокруг фигуры основателя организации, описывается процесс создания и работы благотворительных организаций.

уроки добра, передержка

общественные организации, методические рекомендации

Фрейм-структура текстов (культура)

Тематические сферы	Заполняемость компонентов фрейма					
	Субъект деятельности	Адресат	Номинация действий	Виды социальных практик	Средства благотворительной деятельности	Инструменты деятельности
Культура (региональные медиа)	100 %	90 %	100 %	80 %	80 %	30 %
Культура (федеральные медиа)	100%	80%	100%	90%	70%	40%

экскурсии, восстановление памятников

заработанное на выполнении операций

- Значительных различий между региональной и федеральной повесткой не наблюдается.
- На обоих уровнях медийной повестки упоминаются компоненты «финансовая поддержка» и «организационные усилия».

Фрейм-структура текстов (экология)

Тематические сферы	Заполняемость компонентов фрейма					
	Субъект деятельности	Адресат	Номинация действий	Виды социальных практик	Средства благотворительной деятельности	Инструменты деятельности
Экология (региональные медиа)	100 %	80 %	100 %	100 %	50 %	20 %
Экология (федеральные медиа)	100%	70%	100%	80%	40%	10%

месячник по благоустройству города, субботник, озеленение

- **Региональные медиа:** в фокусе внимания единичные акции в качестве самостоятельного сюжета.
- **Федеральные медиа:** описывается деятельность конкретных лиц, текст фокусируется на герое и событии.

Наполнение компонентов фрейма (зооволонтерство)

Тематические сферы	Наименование компонентов фрейма		
	Субъект деятельности	**Адресат**	**Номинация действий**
Зооволонтерство (региональные медиа)	*Зоозащитники (5),* ***волонтер (5),*** *альпинист (2),* ***ветеринар (2),*** ***спасатель (2)***	*Животное (8),* ***собака (5),*** ***кошка (4),*** *питомец (4), котёнок (3), пушистик (2)*	*Спасти (7), обнаружить (3), сообщить (2), искать (2), организовать (2)*
Зооволонтерство (федеральные медиа)	***Волонтеры (7),*** *неравнодушные люди (3), хозяйка приюта (2),* ***ветеринар (2),*** *орнитолог (2),* ***спасатель (2)***	*Животные (9) подопечные (4), питомцы (3), кошка (3), собака (3),* ***львица (2),*** *пациент (2),* ***лев (2),*** ***леопард (2)***	*Спасти (6), помочь (3), кормить (3),* ***лечить (3),*** *ухаживать (2), выгуливать (2),* ***выхаживать (2),*** *забирать (2), выкупить (2),* ***обследовать (2)***

Выводы:

- **Региональные медиа:** наименования видов домашних животных
- **Федеральные медиа:** наименования диких и экзотических животных
- **В федеральных медиа** шире представлены наименования медицинских процедур

Наполнение компонентов фрейма (культура)

Тематические сферы	Наименование компонентов фрейма		
	Субъект деятельности	**Адресат**	**Номинация действий**
Культура (региональные медиа)	***Художник*** *(3), волонтер (2), активист (2),* ***семья*** *(2)*	*Жители (6),* ***гости (6)*** ***туристы (4),*** *зрители (2)*	*Присоединиться (3), восстановить (5), поддерживать (2),* ***получить (4),*** ***запланировать (2)***
Культура (федеральные медиа)	*Волонтеры (2), местные жители (2)*	***туристы (4),*** *посетители (3),* ***гости (3)***	*Восстанавливать (6),* ***открыть музей (3),*** ***создать музей (2),*** *сохранить память (2)*

Выводы:

- **Региональные медиа:** больше внимания уделяют подготовительному этапу (*выиграть/получить грант, запланировать*).
- **Федеральные медиа:** ориентированы в большей степени на конечный результат (*открыть/создать музей*).

Наполнение компонентов фрейма (экология)

Тематические сферы	Наименование компонентов фрейма		
	Субъект деятельности	**Адресат**	**Номинация действий**
Экология (региональные медиа)	*Активист (6),* ***сотрудник предприятия (5),*** *волонтер (4), эковолонтер (4), жители (3)*	*Жители (5)*	*Поддержать (6), присоединиться (4), организовать (3), выиграть (3),* ***высадить (3), очистить (3),*** *озеленить (2)*
Экология (федеральные медиа)	*волонтеры (3), местные жители (3), экоактивист (2), активист (2),* ***дети (2), учителя (2), пенсионеры (2),*** *семья (2)*	*горожане (1), гости (1), население (1), соседи (1), местные (1)*	*собирать (5), запустить проект (3), посадить (3),* ***высадить (2),*** *проводить (2), перерабатывать (2),* ***очистить (2)***

Выводы:

Среди номинаций действий в текстах медиа совпадают основные предикаты (*очистить, высадить*).

Ключевые слова: понятие, параметры и инструменты извлечения

Критерии выделения ключевых слов:

1. Частотность (количественный показатель употребления в тексте).
2. Повторяемость.
3. Употребление в сильной позиции текста.
4. Семантическая нагруженность.
5. Употребление в тексте в составе парадигматической группы.

Ключевые слова — «лексико-семантические доминанты, организующие целостное единство текста» [Романова 2009].

Ключевые слова: понятие, параметры и инструменты извлечения

Тематические сферы	Доля ключевых слов с 3 из 5 критериев	
	Региональные медиа	Федеральные медиа
Зооволонтерство	~58%	~78%
Культура	~49%	~63%
Экология	~56%	~83%

- Большая часть ключевых слов в публикациях представлена единицами, в которых соблюдаются **3 из 5 критериев.**
- В **федеральных** медиа доля слов, удовлетворяющих 3 критериям из 5, выше, чем в **региональных**.

Оценка – отношение субъекта к объектам действительности, выраженное эксплицитно или имплицитно [Кузина, 2015].

- Эстетическая (*красивый — некрасивый*)
- Этическая (*моральный — аморальный)*
- Утилитарная (*полезный — вредный*)
- Телеологическая (*эффективный – неэффективный*)

[Арутюнова 1988]

- **Ингерентная** – оценочные семы закреплены в семантической структуре слова
- **Адгерентная** – оценочность формируется за счет контекста [Лукьянова 1986]

Аксиологический компонент текстов

1. Словарное значение исследуемой единицы.
2. Разложение значения на семантические компоненты.
3. Определение наличия оценочного компонента.
4. Соотнесение с признаками, разработанными на основе классификации оценочных значений Н. Д. Арутюновой.
5. Проверка контекста.
6. Определение типа оценки.

Тип оценки	**Диагностический признак**
Этическая	компонент, характеризующий **нравственное качество субъекта**, соответствия/несоответствия нравственной норме
Эстетическая	компонент, характеризующий **красоту/ привлекательность**
Утилитарная	компонент, характеризующий **пользу, вред или благоприятность** для кого-либо/чего-либо
Телеологическая	компонент, характеризующий **эффективность/успешность достижения цели**

Аксиологический компонент текстов

- **Преобладает ингерентная** оценка.
- Часто типы оценок **синкретичны**.
- Тип оценки зависит от тематической сферы:
  - **Зооволонтёрство** → утилитарная + этическая;
  - **Культура:**
    i. федеральные СМИ → утилитарная;
    ii. региональные СМИ → без чёткой тенденции;
  - **Экология** → этическая, эстетическая, утилитарная примерно поровну.
- ~25% лексики не поддаётся однозначной классификаци.

Аксиологический компонент текстов

Контекст: «*За горами мусора в зале обнаружились магазинные тележки с животными. В одной из них сидел кот, под другой пряталась собака. Первым делом решили* ***вызволить*** *кота*» (https://www.nnov.kp.ru/daily/27592.5/4918322/)

- **Ингерентная утилитарная оценка:**
  - Семы ‘избавить’, ‘освободить’
    [Большой толковый словарь русского языка 2000: 171]
- **Адгерентная этическая оценка:**
  - Задается контекстом ситуации спасения животного

Заключение

- Фокус внимания интернет-медиа направлен на действующие лица и их действия: во всех случаях заполнены узлы «субъект деятельности», «номинация действий», «адресат».

- Федеральные медиа чаще выстраивают повествование через личность героя и историю создания проекта, а региональные чаще повествуют о конкретных разовых акциях или случаях спасения.

- Компонентный анализ показал, что степень насыщенности текстов оценочной лексикой и тип оценки обусловлены тематической сферой.

Заключение

- Наиболее насыщенными аксиологической лексикой оказались тексты, относящиеся к сфере «Зооволонтерство», где зафиксировано преобладание **ингерентной утилитарной и адгерентной этической оценок.**
- Для сферы культуры характерно **преобладание утилитарной** оценки в федеральных СМИ и **вариативность** в региональных.
- Экологическая сфера демонстрирует сбалансированное сочетание этической, эстетической и утилитарной оценочности в лексике.
- Полученные результаты позволяют понять специфику репрезентации социальных практик в региональном и федеральном медиадискурсе.

Спасибо за внимание!

Литература

1. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. М.: Наука, 1988. 341 с.
2. Жаркынбекова Ш.К., Селиверстова Ж.Б. Лингвоаксиология ценностей в медиадискурсе Казахстана: анализ ключевых слов как репрезентантов общественных концептов // Terra Linguistica. 2025. Т. 16. № 4. С. 41–58. DOI: 10.18721/JHSS.16403.
3. Большой толковый словарь русского языка / Сост. и гл. ред. С.А. Кузнецов. СПб.: Норинт, 2000. 1536 с.
4. Лукьянова Н. А. Экспрессивная лексика разговорного употребления. Проблемы семантики / Н. А. Лукьянова. — Новосибирск : Наука, 1986. — 230 с.
5. Мустайоки А., Вальтер Х., Вепрева И. Феномен актуального слова 2015 года // Quaestio Rossica. 2016. Т. 4. № 4. С. 121–133. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=27814556.
6. Романова Т.В. Лингвистический анализ художественного текста: Учеб. пособие. Н. Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2009. 271 с.