

УДК 81'42 : 070

ББК 81.0

К 12

Кабаньян Б.С.

Преподаватель и соискатель кафедры общего и славяно-русского языкознания Кубанского государственного университета, e-mail: bell12bell@rambler.ru

Содержательные характеристики дискурса общественно-политических журналов (Рецензирована)

Аннотация:

Исследуется проблема содержания дискурса общественно-политических журналов. Описывается структура этих журналов и их рубрикация. Выявляются ключевые темы дискурса, рассматривается корреляция этих понятий с картиной мира. Практическая и научная значимость работы определяется образом теоретических точек зрения на специфику и характеристику указанных понятий, чем и обусловлена актуальность избранной темы. На основе методов лингвистического анализа – наблюдение, описание, дифференциация, контекстуальный метод – делается вывод об особенностях употребления и восприятия медиатопик в содержании дискурса общественно-политических журналов. Дается обзор теоретических точек зрения на специфику содержания этих журналов. Материалом исследования явились представленные в различных источниках мнения и точки зрения исследователей данных понятий. В свою очередь это вносит определенный вклад в разработку типологии изданий. Установлено, что содержание журналов отражает картину мира общества и охватывает ключевые медиатопики в дискурсе ОПЖ.

Ключевые слова:

Общественно-политический дискурс, политическая картина мира, языковая картина мира.

Kabanyan B.S.

Lecturer and applicant of the General and Slavic-Russian Linguistics Department, the Kuban State University, e-mail: bell12bell@rambler.ru

Informatory features of discourse in social-political journals

Abstract:

Informatory features of discourse of social-political journals are investigated. The structure of these journals and their rubrication are described. The purpose of this paper is to identify the key topics of discourse and to examine correlation of these concepts with the picture of the world. The practical, scientific importance and relevance of this work are defined by presentation of the theoretical points of view on specifics and characteristics of the specified concepts. The following methods of the linguistic analysis are used: observation, description, differentiation and contextual method. The paper discloses features of the use and perception of the media topics in social-political discourse. The theoretical points of view on specifics of the content of the social-political journals are reviewed. In turn, this study

makes a certain contribution to typological researches of the media. The author ascertains that the content of these journals reflects the world view of the society and embraces key media topics in social-political discourse.

Keywords:

Social-political discourse, political worldview, linguistic picture of the world.

Для научных исследований последних лет характерно обращение к проблеме описания различных групп периодики, программ радиовещания и телевидения. Наблюдается стремление ученых к обобщению изученного материала, а именно – к разработке комплексной классификации всех средств массовой информации [1].

Установлено, что на периодическую печать активно влияют процессы становления информационного общества, общественной трансформации и глобализации [1], т.е. информационные ресурсы общества становятся определяющим фактором картины мира нации. В науке отмечается, что роль СМИ непрерывно возрастает, а когнитивное освоение реальности во многом зависит от тех версий и интерпретаций, которые производятся и распространяются по каналам массовой коммуникации. Механизм функционирования средств печати предполагает не только и даже не столько отражение окружающей действительности, сколько, и это гораздо более важно, ее интерпретацию, комментарий, оценку, которая способствует созданию определенного идеологического фона передаваемого сообщения. Информационное пространство печатного издания является той средой, в которой производятся и с помощью которой транслируются культурные коды и формируется политическая картина мира [2]. С этим аспектом связан наш исследовательский интерес к текстам общественно-политических журналов и необходимостью рассмотрения дискурсивных характеристик данной языковой деятельности, которую мы называем общественно-политическим дискурсом.

В работе «Методика типологического исследования периодических изданий» в классификацию печатных средств мас-

совой информации А.И. Акопов включает газеты, журналы, бюллетени, периодические сборники. Причем политические и социально-экономические журналы выделяются в одну группу [3]. Исследователь А.Г. Менделеев в работе «СМИ в социалистическом обществе» делит общественно-политические журналы на два направления: по тематической и целевой направленности [4].

М.И. Шостак приводит следующее определение общественно-политических журналов: издания партийных и общественных объединений и массовые деполитизированные (общедемократической направленности), отражающие интересы широкой аудитории [5].

Обзор научных трудов показывает, что в последние десятилетия произошли резкие изменения в системе средств массовой информации, в том числе и в системе общественно-политических журналов. Это связано с изменением вектора сферы читательских интересов, отражающих новые читательские запросы, особенно в области политики, экономики и новейшей истории, сформировалась определенная рубрикация, свойственная именно общественно-политическим журналам.

Для анализа содержательных характеристик общественно-публицистического дискурса мы отобрали журналы, которые относятся к так называемой качественной прессе: «Итоги», «Власть», «Русский репортер», «The New Times», «Коммерсантъ». В соответствии с целями нашего исследования необходимо описать структуру общественно-политических журналов и их рубрикацию. Общественно-политические журналы, выходящие в нашей стране, имеют практически полное совпадение в базо-

вом новостном формате: экономика, бизнес, новости внутри страны, новости из-за рубежа, аналитика и комментарии.

В общественно-политический журнал входят аналитические статьи, авторские материалы по самому широкому спектру тем: внутренняя и внешняя политика, экономика. Рубрики, которые всегда представлены в общественно-политических журналах в нашей стране:

- в России, вокруг России / страна, мир, политика, мировая политика (в эти разделы входят статьи о событиях в стране и за её пределами, как правило, посвященные политической или экономической тематике);
- бизнес/дело: промышленность / финансы / капитал / банки / потребительский рынок;
- культура и искусство / без политики;
- спорт;
- автомобили, техника /технологии / Hi-Tech / наука.

Из приведенных выше названий рубрик общественно-политических журналов видно, что этот вид качественной прессы принимает участие в различных общественно-политических сферах, формирует общественное мнение. Вслед за С.Г. Корконосенко, мы считаем качественной прессу, для которой характерны аналитичность в подходе к событиям, спокойный тон публикаций, надежность фактов и мнений [6].

Разнообразная тематика рубрик подтверждает, что общественно-политический журнал имеет четкое представление о своем читателе, о собственной аудитории, при этом он не стремится стать прессой для всех. Читатель общественно-политического журнала – представитель интеллектуальной части общества. Мы приходим к выводу о том, что такой журнал формирует информационное поле, оказывая воздействие на властные структуры, принимающие решения в различных общественно-политических сферах. Для общественно-политического журнала важным показателем являются общезначимые темы, поскольку основные функ-

ции изданий – информирование и анализ. Слово *media* означает «посредник», это значит, что средства массовой информации являются связующим звеном между публикой и некой объективной реальностью, существующей в этом мире. Однако следует иметь в виду, что журналисты сообщают нам сведения об этой объективной реальности после тщательного отбора материала и договоренности о том, сколько внимания следует уделять рассмотрению каждой темы. Рассуждая о этом аспекте прессы, Р. Харрис приводит слова литератора Г. Тачмена: «Новости – это рамка, которая придает миру определенные очертания» [7].

Детальное изучение структуры общественно-политических журналов делает обоснованным утверждение, что тематика их рубрик близка. Медиатема получили название медиатопиков, предметов речи в медиатексте [8]. Существенным параметром для типологического описания медиатекста является его содержательная характеристика, которая позволяет выделить его тематические доминанты. Анализ содержательной стороны общественно-политических журналов также демонстрирует наличие устойчивых тематических структур, вокруг которых организуются тексты или медиаконтент [9]. СМИ организуют, упорядочивают динамично меняющуюся картину мира с помощью устойчивой системы медиатопиков, к которым мы относим такие темы, как политика (внутренняя политика/внешняя политика), экономика, общество, спорт и др. На страницах журналов «Русский репортер», «Коммерсантъ – Власть», «Итоги», «The New Times», «Огонек» размещены репортажи из разных точек мира, освещающие экономику, общественно-политические процессы, российский и международный бизнес, науку и инновации. Итак, можно констатировать, что общественно-политические журналы обладают определенным содержанием, обусловленным актуальной политической картиной мира, вербализованной посредством доминантных медиатопиков.

Примечания:

1. Головин Ю.А. Теория журналистики Журнальная периодика: типологические характеристики. М., 2012. С.72-82.
2. Тлехатук С.Р. Картина мира и предметная область: особенность функционально-прагматической и когнитивной репрезентации // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. Филология и искусствоведение. 2016. Вып.1 (172). С. 84-86.
3. Акопов А.И. Методика типологического исследования периодических изданий. Иркутск, 1985. 96 с.
4. Менделеев А.Г. Средства массовой информации в социалистическом обществе: учеб. пособие для ун-тов марксизма-ленинизма / под общ. ред. А.Г. Менделеева. М., 1989. 273 с.
5. Шостак М.И. Журналы России. М., 1995.
6. Корконосенко С.Г. Основы журналистики. М.: Аспект Пресс, 2001. 287 с.
7. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций 4-е изд. СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2001. 448 с.
8. Садыкова Г.В. Медиатопик «экономика» в российских и американских электронных СМИ // Слово и текст: коммуникативный, лингвокультурный и исторический аспекты: материалы междунар. науч. конф. Ростов н/Д: Логос, 2009. С. 318-320. URL: <http://www.kpfu.ru>
9. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М., 2008. 203 с.

References:

1. Golovin Yu.A. Theory of Journalism. Magazine Periodicals: typological characteristics. M., 2012. P.72-82.
2. Tlekhatuk S.R. Picture of the world and subject area: Features of the functional-pragmatic and cognitive representation // Bulletin of Adyghe State University. Ser. Philology and the Arts. 2016. Issue 1 (172). P. 84-86.
3. Akopov A.I. Methods of typological research of periodicals. Irkutsk, 1985. 96 pp.
4. Mendelev A.G. Mass media in the socialist society: a manual for universities of Marxism-Leninism / under general ed. of A.G. Mendelev. M., 1989. 273 pp.
5. Shostak M.I. Magazines of Russia. M., 1995.
6. Korkonosenko S.G. Fundamentals of Journalism. M.: Aspekt Press, 2001. 287 pp.
7. Harris R. Psychology of Mass Communication. 4th ed. SPb.: Prime EVROZNAK, 2001. 448 pp.
8. Sadykova G.V. Mediatopic «economy» in the Russian and American electronic mass media // A word and a text: communicative, lingvocultural and historical aspects: proceedings of the intern. scient. conf. Rostov-on-Don: Logos, 2009. P. 318-320. URL: <http://www.kpfu.ru>
9. Dobrosklonskaya T.G. Medialinguistics: a systematic approach to the study of mass media language. M., 2008. 203 pp.