

УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ ДИСКУРСА СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

А. М. Шилин¹⁾, С. А. Шилина²⁾

*¹⁾ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет
им. академика И. Г. Петровского»,
ул. Бежицкая, 14, 241023, г. Брянск, Россия,
supershilin2012@yandex.ru,*

*²⁾ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет
им. академика И. Г. Петровского»,
ул. Бежицкая, 14, 241023, г. Брянск, Россия,
supershilin2012@yandex.ru*

В статье рассматриваются актуальные вопросы управленческих технологий, применяемых в дискурсе средств массовой информации. Показаны приемы формирования общественного мнения посредством дискурса средств массовой информации.

Ключевые слова: средства массовой информации; дискурс средств массовой информации; управление; технологии; общественное мнение.

MANAGEMENT TECHNOLOGIES MASS MEDIA DISCOURSE

A. M. Shilin^a, S. A. Shilina^b

*^aFSBEI HE Petrovsky Bryansk State University,
14, Bezhitskaya Str., 241023, Bryansk, Russia
Corresponding author: A. M. Shilin (supershilin2012@yandex.ru),*

*^bFSBEI HE Petrovsky Bryansk State University,
14, Bezhitskaya Str., 241023, Bryansk, Russia
Corresponding author: S. A. Shilin (supershilin2012@yandex.ru)*

The article deals with topical issues of management technologies used in the discourse of mass media. The methods of forming public opinion through the discourse of the mass media are shown.

Key words: mass media; discourse of mass media; management; technologies; public opinion.

Изучение эффективных средств формирования общественного мнения очень актуально в современную эпоху развития цифровых технологий [1; 2; 3]. Формирование лояльного отношения получателей информации к постулируемой через средства массовой информации политике государства предполагает использование управленческих технологий в дискурсе массмедиа [4; 5].

К данным технологиям можно отнести сам дискурс – текст, «погруженный в жизнь», по меткому определению Н. Д. Арутюновой.

Любая технология включает как минимум три компонента: 1) совокупность операций; 2) определенную последовательность операций; 3) определенные способы осуществления операций.

По отношению к дискурсу средств массовой информации операции – это, по нашему мнению, «действия, связанные, с одной стороны, с композиционной организацией текста и его структурных единиц, а с другой стороны, с отбором из арсенала языковых средств именно тех, которые позволят при их речевом использовании наиболее успешно достичь прагматических целей в рамках требований, заданных условиями кодирования» [6, с. 27].

Умение выбрать из языкового арсенала те слова и выражения, которые сделают высказываемые в средствах массовой информации мысли доходчивыми, способствует формированию лояльного отношения к постулируемым государством положениям, создает благоприятное общественное мнение, снимает социальную напряженность.

Очень важно при этом учитывать конкретную коммуникативную ситуацию.

В качестве кодовых единиц выступают прежде всего слова как «номинативные элементы языковой системы, а прагматически важной закодированной информацией следует признавать то приращение в их смысловом содержании, которое производно как от системных языковых оппозиций (например, антонимических, синонимических), так и от характера соединения, расположения слов, а также их частотности в коммуникативных структурах» [6, с. 27].

Очень важно видеть те трансформации, которые происходят в языке [7], с тем, чтобы понимать, почему то или иное языковое явление утратилось [8; 9], перестало использоваться в средствах массовой информации, а другое появилось, хотя кажется совершенно не подходящим для прессы, радио и телевидения как ретрансляторов и культуры

речи, и культуры бытия [10; 11]. Поэтому необходимо быть чутким к социальным и языковым явлениям, постоянно обновлять свои знания [12], помнить о необходимости поиска проявлений идентичности [13], чтобы затрагивать в читателях и чувство гордости своим народом, своей страной.

Очень важным средством взаимодействия социума и государства [14; 15; 16] являются средства массовой информации, призванные наладить контакт власти и общества. В этом одна из составляющих миссии журналистики, выполнить которую помогают управленческие дискуссионные технологии.

Таким образом, в широком смысле социальная технология – последовательность этапов социального взаимодействия, в ходе которых каждый субъект, участвующий во взаимодействии, реализует собственную управленческую стратегию по отношению к другим и формирует социальную действительность, которая отражается и интерпретируется в общественном мнении.

Библиографические ссылки

1. Мамедов А. К., Коркия Э. Д. Идентичность в виртуальной реальности: новые альтернативы // Теория и практика общественного развития. 2017. № 2. С. 9–12.
2. Мамедов А. К. Личность в информационной матрице: незавершенный проект Трансформация коммуникации в цифровую эпоху. 2020. С. 76–96.
3. Мамедов А. К., Писарева Л. Ю. Метаморфозы цифрового общества: трудности роста и риски // Социология. 2020. № 3. С. 4–17.
4. Шилина С. А. Коммуникативные технологии в системе отношений государства и общества // Власть. 2013. № 2. С. 43–46.
5. Гостенина В. И., Шилина С. А., Лупенкова Е. Ю., Лифанова Т. Е. Социальные тренды управления и технологии критического дискурса в условиях российской реальности // Ежегодник НИИ фундаментальных и прикладных исследований. 2015. Т. 2. № 1 (2). С. 147–158.
6. Шилина С. А. Политический дискурс как разновидность управленческого дискурса: подходы к определению и интерпретации // Вестник Российск. ун-та дружбы народов. Сер. Социология. 2017. 17 (1). С. 116–123.
7. Шилин А. М. Актуальные проблемы изучения русского слова: функционирование языка в эпоху информатизации // С любовью к Слову. сб. статей. Арзамас, 2021. С. 430–432.
8. Головачева О. А. Окказионализмы – признаковые слова в идиолекте Н. С. Лескова. М., 2018. 130 с.

9. Головачева О. А., Стародубец С. Н. Символическое значение обрядов рождения и крестин: по материалам публицистики Н. С. Лескова и фольклорных исследований // Вестник Моск. гос. област. ун-та. Сер. Русская филология. 2015. № 5. С. 19–28.
10. Киричек П. Н. Коллизии «визуальности – духовности» в межкультурной коммуникации // Знание. Понимание. Умение. 2016. № 1. С. 167–177.
11. Киричек П. Н. Лики медиакультуры и маски политики // Российская акад. гос. службы при Президенте Российской Федерации. М., 2010. 55 с.
12. Мамедов А. К., Темнова Л. В., Липай Т. П. Общество знания: метаморфозы становления // Социологический альманах. 2012. № 3. С. 30–41.
13. Мамедов А. К., Якушина О. И. Поиск идентичности в современных реалиях: дикретность, посттрадиционализм и индивидуализм // Вестник Российск. ун-та дружбы народов. Сер. Социология. 2015. Т. 15. № 4. С. 20–30.
14. Киричек П. Н. Под знаком фигуры умолчания: информационный фактор административной реформы // Социология власти. 2009. № 4. С. 16–27.
15. Киричек П. Н., Золина Г. Д. Социальная политика региональной общности в публичной сфере // Культурная жизнь Юга России. 2014. № 3 (54). С. 46–50.
16. Киселев А. Г., Киричек А. Г. Информация в периметре управления: алгоритмы реконструкции // Социологическая наука и социальная практика. 2016. № 1 (13). С. 35–47.

РЕГУЛИРОВАНИЕ ЖУРНАЛИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В КИТАЕ (2000–2020)

Ян Чжи

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
497384292@qq.com*

Освещается роль идеологического и государственного регулирования в системе подготовки специалистов медиа. Подчеркивается, что приоритетным стимулом этого является сохранение гуманистического начала деятельности китайских СМИ в условиях глобализации.

Ключевые слова: журналистское образование; глобализация; дигитализация; национальная основа; государственное регулирование.