

Е.Н. Ежова,
Ставропольский государственный университет

Картины мира в СМИ: типология, функциональность, каналы трансляции

Краткая аннотация. В работе рассматриваются различные типы картин мира, формируемых в пространстве СМИ, устанавливаются принципы корреляции картин мира с жизненным миром как сферой дотеоретического, повседневного и очевидного. Выдвигается положение о формировании современными СМИ особого семиотико-ментального социокультурного поля – медиа-рекламной картины мира, которая осмысливается как новое симбиотическое образование, возникающее в результате взаимодействия и сосуществования мира медиа- и мира рекламы.

Abstract. The various types of pictures of the world, that formed in the area of Mass Media are considered in this article. Also, principles of the correlation of the pictures of the world with the vital world as a sphere of pretheoretical, daily and obvious are determined in this work.

The principal proposition of forming by modern Mass Media of a special semiotic-mental, sociocultural field, which is a media-advertising picture of the world, and thus, it is conceptualized as a new, symbiotic formation, resulting from the interaction and co-existence of the world of Mass Media and the world of advertesity is in this paper.

Ключевые слова: картины мира в пространстве СМИ, жизненный мир, информационная картина мира, рекламно-информационная картины мира, журналистская картина мира, медиа-картина мира, медиа-рекламная картина мира, симбиотический феномен медиа-рекламной картины мира.

Key words: pictures of the world in the area of mass-media, the vital world, an informative picture of the world, advertising-informative pictures of the world, a journalistic picture of the world, a media picture of the world, a media advertising picture of the world, a symbiotic phenomenon of a media-advertising picture of the world.

Использованная литература

1. Красных, В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? / В.В. Красных. – М.: Гнозис, 2003. – С. 17.
2. Попова З. Д. Концептосфера и картина мира // Язык и национальное сознание / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж: Изд-во Воронежского государственного ун-та, 2002. – Вып. 3. – С. 4–8.
3. Казыдуб Н Н. Дискурсивное пространство как фрагмент языковой картины мира (теоретическая модель): автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – Иркутск, 2006. – 34 с.
4. Жидков, В. С. Искусство и картина мира / В. С. Жидков, К. Б. Соколов. – СПб.: Алетейя, 2003. – С. 62.
5. Дьякова, Е.Г. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов / Е.Г. Дьякова, А.Д. Трахтенберг. – Екатеринбург: УрО РАН, 1999. – 130 с.
6. Мансурова В. Д. Журналистская картина мира как фактор социальной детерминации. – Барнаул: Изд-во Алтайского государственного университета, 2002. – 236 с.
7. Луков, М.В. Телевидение: Телевизионная картина мира // Электронный журнал «Знание. Понимание. Умение», 2008. – http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2008/4/Lukov_TV_World-view [12.12.2009].
8. Рогозина, И.В. Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект: дис. ... д-ра филол. наук / И.В. Рогозина. – Барнаул, 2003. – 430 с.
9. Кириллова, Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова. – М. : Академический проект, 2005. – С. 187.
10. Тулупов, В. В. Газета: маркетинг, дизайн, реклама. Новые тенденции в издании газет / В. В. Тулупов. – Воронеж : Кварта, 2001. – С. 167–168.