

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра «Журналистика»

**Курсовая работа
по дисциплине «Социальная журналистика»
на тему «Социальная проблематика в журнале «Огонёк»»**

Направление подготовки – 42.03.02 Журналистика

Профиль подготовки – Общий

**Выполнил студент : Бурлакова Е.Г
Группа: 15ИЖ1**

**Руководитель:
д.ф.н., доцент Рева Е.К.**

Работа защищена с оценкой _____

Преподаватели

Дата защиты _____

2017

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

«УТВЕРЖДАЮ»

Зав.кафедрой «Журналистика»

_____ Е.К. Рева

ЗАДАНИЕ

На курсовую работу по дисциплине «Социальная журналистика»

Тема: «Социальная проблематика в журнале «Огонёк»»

Необходимо:

1. Изучить историю журнала «Огонёк»;
2. Проанализировать выпуски журнала за 2017 год;
3. Выявить социальные проблемы, раскрывающиеся в изучаемом издании.

Руководитель работы, профессор, д.ф.н.

Содержание

Введение	4
Глава 1. Специфика журнала «Огонёк»	7
1.1 Концепция и история журнала «Огонёк»	7
1.2 Жанровые и тематические особенности издания	12
1.3. Современные принципы журнала и перспективы дальнейшего развития	14
Выводы к главе 1	19
Глава 2. Социальная проблематика журнала «Огонёк»	20
2.1 Социально-политические проблемы – основа публикаций журнала «Огонёк».	20
2.2 . Социально-бытовые проблемы и их отражение на страницах издания	23
2.3 Социально-экономические проблемы и их значимость в публикациях журнала «Огонёк»	28
Выводы к главе 2	32
Заключение	33
Литература	34

Введение

Жизнь современного человека невозможно представить без таких средств массовой информации, как пресса, радио, телевидение, Интернет, которые уникальны по охвату разнородной аудитории и влиянию на неё, по разнообразию тематики и, прежде всего, по объёму и активности использования языка, который является главным средством связи с читателем, зрителем, слушателем. Журнальный текст - это сообщение о важнейших событиях сегодняшнего дня, которое не только отражает явления окружающей действительности, но и интерпретирует их в свете той или иной идеологии или прагматической цели. В журнале для публикации отбираются в первую очередь такие сообщения, которые способны повлиять на читателей, возбудить общественное мнение и даже изменить ценностные ориентиры. Социальная сфера выступает одним из объектов отражения в журналистике и обладает сложной структурой, которая при разложении ее в тематическом спектре обнаруживает неисчерпаемое множество фактов, явлений, проблем, сопряженных с иными сферами жизни. В этом и кроется **актуальность** данного исследования.

Огромная социальная значимость любого вида СМИ, и журнала «Огонёк» в частности, в современном обществе определяет актуальность их всестороннего изучения. Исходя из этого, **целью** данной работы является исследование социальной проблематики публикаций журнала «Огонёк» за 2017 год.

Для реализации данной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- исследовать научную и учебно-методическую литературу, посвящённую истории журнала «Огонёк»;
- определить жанровую и тематическую концепцию журнала;

- проанализировать публикации журнала в направлении социальной тематики за 2017 год;
- выявить спектр социальных проблем, которые рассматриваются журналистами в рамках данного печатного издания.

Для решения поставленных задач в работе используются **методы** контекстуально-интерпретационного анализа и непосредственного наблюдения.

Предмет исследования – социальная проблематика журнала «Огонёк».

Объект исследования – печатное издание «Огонёк» за 2017 год.

Новизна данной работы в том, что комплексного анализа журнала «Огонёк» на предмет представления в нем социальной тематики ранее не проводилось. Кроме этого, в работе представляются стилистические анализы публикаций данного печатного издания.

Структура работы представляет собой: введение, основную часть, состоящую из двух глав, заключение, список использованных источников и приложение. Во введении определяются цели и задачи, материал и методы исследования, а также его актуальность, научная новизна, теоретическая и практическая ценность исследования. Первая глава представляет собой исследование истории и специфики публикаций журнала «Огонёк». Во второй главе проводится стилистический анализ публикаций социальной тематики данного печатного издания. В заключении даются основные выводы по главам, касающиеся социальной проблематики журнала.

Теоретическая значимость исследования определяется возможностью применения основных наблюдений и выводов в дальнейших исследованиях по истории отечественной современной журналистики. Проведенный анализ публикаций журнала «Огонёк», подтверждает значимую роль социальной проблематики в тематическом своеобразии данного издания.

Практическая значимость данной работы состоит в том, что ее результаты могут быть использованы в практике вузовского и школьного преподавания журналистских курсов, посвященных тематики и проблематики в рамках отечественной журналистики.

Глава 1. Специфика в журнале «Огонёк»

1.1 Концепция и история журнала «Огонёк»

«Огонёк» - российский и советский общественно-политический и литературно-художественный иллюстрированный еженедельный журнал. В 1974 году тираж составил 2 миллиона. Награждён Орденом Ленина Высшая награда Союза Советских Социалистических Республик в 1973 году. С 1923 года выходит в Москве. Журнал выходит по понедельникам тиражом 69 000 экземпляров в формате А4, объем журнала составляет 64 - 80 полос.

Журнал о современной жизни для современного человека, которому интересно жить в XXI веке в нашем изменяющемся обществе. Читатель журнала имеет собственный взгляд на жизнь. Для него важна карьера и профессиональная самореализация, но также важно жить полной жизнью: иметь семью, друзей, интересный досуг и увлечения. Читатель «Огонька» - активный потребитель, он хорошо ориентируется в море информации и имеет собственные приоритеты выбора.

«Огонёк» для такого читателя - умный и доверительный собеседник, с которым можно говорить практически обо всем. Журнал щедро иллюстрирован фотографиями, рисунками, схемами и элементами инфографики. Содержит много прикладной, потребительской информации. Стиль подачи - говорить просто о сложном. Этим он и актуален в наши дни.

В 1899 году появился журнал, которому суждено было на протяжении целого века исполнять роль единственного еженедельника, который в России совмещал традиции «Лайфа» и «Тайма», «Пари матч» и «Шпигеля». С этим журналом сотрудничали лучшие фотографы, писатели и поэты, репортеры и фельетонисты [16].

Подшивки «Огонька» бережно сохранялись и передавались от старших читателей к подрастающим младшим. Статьи в «Огоньке» обсуждались,

пересказывались. На мнение, высказанное в журнале, ссылались как на неоспоримый авторитет. Из цветных вкладок первого в России иллюстрированного журнала читатели «Огонька» составляли альбомы и украшали этими скромными репродукциями свое бытие, развешивая картинки по стенам.

Все годы существования «Огонёк», как в зеркале, четко отражал на страницах журнала реальную жизнь с ее многообразием событий. Менялась страна, менялись и люди: «Огонёк» становился другим вместе с ними, но всегда оставался «своим» журналом для огромного круга читателей. И для каждого читателя он публиковал что-то очень важное.

Первый номер «Огонька» вышел в свет в четверг 9 (21) декабря 1899 года как еженедельное иллюстрированное литературно-художественное приложение к газете «Биржевые ведомости», которую выпускал в Петербурге крупный издатель С.М. Проппер. С 1902 года «Огонёк» стал самостоятельным, самым дешевым и очень популярным журналом с тиражом в 120 тысяч экземпляров, отставая по тиражу только от ежемесячной «Нивы». Примерно одну треть журнала уже в те годы занимали фоторепортажи. В начале века «Огонёк» выходил на восьми страницах в 1/8 печатного листа. В революционные годы (с 1918 по 1923) выпуск «Огонька», как и многих других российских газет и журналов, прекратился. И хотя в начале двадцатых годов в российской журналистике началось оживление, ни одно из новых изданий не смогло заменить такой родной и знакомый «старорежимный» «Огонёк» [16].

В 1923 году несколько московских журналистов, писателей и издательских работников объединились вокруг Михаила Кольцова, одного из самых ярких журналистов революционной эпохи. Кольцов говорил: «Мы решили попробовать, удастся ли со старым названием поставить советский журнал». Вся редакция помещалась в тесной комнате в одном из московских переулков. Журнал выходил на шероховатой бумаге, с разной периодичностью -

от одной недели до десяти дней. Но уже в конце 1923 года тираж «Огонька» составил 42 тысячи экземпляров, а уже в 1925 году достиг полумиллиона. Тогда же сформировались основные принципы: хороший литературный язык, одобренный известной долей консервативного официоза, ставка на иллюстративный ряд, на классический макет, на присутствие в каждом номере обязательных элементов (довольно скоро таким элементом стал кроссворд).

После того, как Кольцов был репрессирован в 1938 году, недолгое время журналом руководил один из соавторов «12 стульев» Евгений Петров. Редакторы менялись, а в начале 50-х редактором журнала на несколько лет стал знаменитый советский поэт Алексей Сурков. Именно при Алексее Суркове окончательно оформились «фирменные» черты огоньковского стиля: портрет знаменитого человека на обложке (космонавта, спортсмена, артиста, передовика труда), рассказ и стихи в каждом номере, иногда - детектив с продолжением, фоторепортаж и яркие цветные слайды, имеющие декоративный характер. Также появилась так называемая «вкладка», имевшая в истории советской культуры уникальную функцию - с помощью цветных репродукций громадные массы людей знакомились с шедеврами мировой культуры, с русской классикой и с официозной советской живописью. Так с помощью «Огонька» очень активно и действенно формировались эстетические вкусы поколений, «эстетика миллионов», с которой потом пришлось сражаться в 60-е годы советской интеллигенции, и которая была одним из самых твердых базисных опор консервативного общества брежневского периода[15;117].

Фактически это был журнал для консервативных обывателей, который в середине 80-х гг. переживал упадок. Тираж журнала не расходил, и его продавали в киосках по сниженной цене. Но уже в конце 1987 г. «Огонёк» стал самым популярным из еженедельных журналов. Сам В. Коротич не особенно отличился здесь как писатель и публицист, но он сумел привлечь в журнал

много интересных и оригинальных авторов. С журналом начали сотрудничать такие ученые, как Д.С. Лихачев, С.С. Аверинцев, И.В. Петрянов-Соколов.

Одной из центральных тем журнала стала судьба деятелей культуры, пострадавших от репрессий и преследований властей. Мы могли узнать благодаря «Огоньку» подробности трагической судьбы поэта Николая Гумилева, но также и подробности разгрома журнала «Новый мир» в 1969 - 1970 гг. Мы смогли прочесть о судьбе и работах художника Роберта Фалька, о подробностях травли Бориса Пастернака. Журнал публиковал не только новые серии стихов Евгения Евтушенко, но и подборки стихов поэтов, погибших в годы сталинских репрессий или вернувшихся домой, но после долгих лет заключения и ссылки. Журнал рисовал по-новому образы многих деятелей революции - А. Луначарского, А. Коллонтай, Ф. Раскольникова, В. Чапаева, П. Дыбенко. «Огонёк» первым опубликовал фрагмент из романа А. Рыбакова «Дети Арбата».

В 1991 году главным редактором стал Лев Гущин. Ему предстояла непростая задача - реформировать «Огонёк», приспособив его к рыночным условиям. К концу 1994-го года экономическая ситуация не позволяла выжить на рынке печати такому дорогому, громоздкому и старомодному культурному продукту. Последние преобразования в «Огоньке» в начале 1995 года наиболее приблизили его к стандартам западных иллюстрированных изданий - и объем, и информационная насыщенность, и использование компьютерной графики сделали журнал совершенно другим, не похожим на старый советский журнал.

В 1998 году главным редактором «Огонька» стал Владимир Чернов, пришедший в журнал еще при Виталии Коротиче [16].

В октябре 2003 года пост главного редактора занял известный российский журналист Виктор Лошак. В ноябре 2004 года Виктор Лошак заявил о своем уходе после того, как владельцы журнала предложили новую концепцию издания - журнал для молодых и богатых. В. Лошак в тот момент посчитал, что

журнал «Огонёк» не может одновременно стать подобным журналом. По его мнению, «Огонёк» с его 105-летней историей (на момент обсуждения вопроса) нельзя было быстро и резко развернуть. И его как главного редактора устраивал статус журнала как общественно-политического издания. Внутри журнала можно было сделать некие ходы, однако радикальная революция на пользу старому бренду вряд ли пошла. Известно, что часто бренд сам определяет рамки своей аудитории. И жизнь - полугодовая работа по новой идее - показала, что данная новация была ложной, что был сделан неверный шаг. Из «Огонька» хотели сделать еще один гляцевый журнал о прекрасной жизни для прекрасных молодых людей.

После того, как «Огонёк» в новой концепции не пошел, владельцы задумались о возможном выставлении на рынок его как бренда. Тут и появились покупатели - питерская компания «Телеком-Инвест», которая ранее планировала выйти на рынок СМИ. После приобретения журнала «Огонёк» она сделала В. Лошаку предложение о создании издательского дома журнала «Огонёк», которое показалось интересным редактору. Лично для него это стало вызовом.

Виктор Лошак отметил, что «Огонёк» больше не будет журналом для молодых и богатых. Как пояснил Лошак, к этому выводу его привели ожидания читателей и потребности рынка. «Нельзя не использовать то, что «Огонёк» является брендом, известным в каждой российской семье», - добавил он. В дальнейшем журнал будет развиваться как общественно-информационное периодическое издание, он не будет насыщен политикой, хотя какая-то политическая картинка в нем будет. Это будет журнал о меняющемся человеке в меняющейся стране. В целом журналу будет интересен человек, а потом уже государство и его проблемы. Каждый материал в журнале будет чтивом, а читатель мог бы вместе с «Огоньком» подумать и поспорить. Но в то же время, в журнале должна быть и какая-то развлекательная часть, потому что

современная аудитория - это не столько читатели книг, сколько телезрители и поклонники Интернета. Поэтому визуальный ряд журнала будет не менее важным, чем его содержательная часть. При этом журнал займет либерально-патриотическую позицию, то есть это будет журнал либеральных взглядов людей, которые связывают свою жизнь и жизнь своей семьи с Россией.

«Огонёк» - политическое печатное издание, имеющее свою историю, не зная которую трудно понять специфику становления издания в целом.

1.2. Жанровые и тематические особенности издания

«Огонёк» долгое время являлся иллюстрированным литературно-художественным и общественно-политическим еженедельником, выходившим миллионными тиражами и пользовавшийся огромной популярностью.

В период перестройки и гласности в «Огоньке» впервые политическая коммуникация - процесс передачи политической информации, благодаря которому она циркулирует от одной части политической системы к другой и к социуму - включает в свою структуру три равно заинтересованных, объединенных общим целеполаганием коммуниканта: власть - СМИ - общество.

Отметим, что с тематической точки зрения журнал полон статей разной тематики: от событий из жизни известных людей до событий из культуры, истории и искусства. Присутствуют в издании и статьи социальной проблематики. Под социальной проблематикой мы понимаем спектр проблем общества, относящихся к сфере его самосохранения и выживания. Данный тематический сегмент в СМИ может оказывать серьезное воздействие на отношение общества к социальным проблемам. Социальная сфера выступает одним из объектов отражения в журнале и обладает сложной структурой, которая при разложении ее в тематическом спектре обнаруживает неисчерпаемое множество фактов, явлений, проблем, сопряженных с иными сферами жизни.

В наши дни «Огонёк» – печатное издание больше политической направленности.

Широкий охват событий оправдывает разнообразие жанров данного журнала. Так, публикации, размещенные в журнале, представляют собой разные жанры. Рассмотрим подробнее.

Журнал «Огонёк» представляет собой масштабное издание, но это не дает повода для столь широкого представления в нем жанров печатной журналистики. Наличие художественно-публицистических жанров в журнале говорит о том, что издание богато в жанровом отношении, но наиболее в информационных жанрах, нежели в художественно- публицистических. А. А. Тертычный в своей работе «Жанры периодической печати» подробно рассмотрел художественно-публицистические жанры и отнес к ним следующие: очерк, фельетон, памфлет, пародия, сатирический комментарий, житейская история, легенда, эпиграф, эпитафия, анекдот, шутка и игра [13; 174]. Такого спектра жанров в журнале нет, но это не говорит о его жанровой бедности.

Тексты информационных жанров составляют большой пласт в журнале «Огонёк». Эти жанры характеризуются оперативностью, краткостью, точностью и ясностью подачи информации. Их целью является быстрое сообщение о событии с некоторыми подробностями. К группе информационных жанров относятся: заметка, отчет, информационное интервью, опрос, репортаж [13;132].

Интервью жанр, присутствующий в каждом номере журнала «Огонёк». Как информационный жанр, интервью не предполагает журналистский анализ ответов интервьюера. Здесь главной задачей является получение сведений без их оценки [13;139]. В каждом номере размещаются подробные, масштабные интервью со звездами кино, театра. Например, в №13 от апреля 2017 года «Мы общались, как две девчонки» - интервью Марины Влади в виде воспоминаний о Белле Ахмадулиной, которой могло бы исполниться 80 лет. Другой пример, в

№8 от февраля 2017 года – интервью «легенды театра «Ленком»» - Марка Захарова и т.д.

Отметим, что журнал «Огонёк» является социально- политическим изданием, поэтому основная тема – политическое состояние нашей страны.

1.3. Современные принципы журнала и перспективы дальнейшего развития

В начале марта 2009 года права на выпуск журнала перешли от ОАО «Телекоминвест», владевшего торговой маркой «Огонёк», к издательскому дому «Коммерсант». С переходом «Огонёк» не изменился ни политически, ни содержательно, что заметили все его читатели. Но он изменился визуально - «Огонёк» опирается на очень мощную базу «Коммерсанта», журналом занимается профессиональная служба распространения, дизайна, рекламы. С момента перехода в «Коммерсант» до сегодняшнего дня - тираж был увеличен в три раза. Изменилась внешность журнала - он стал привычного для читателя советских времен большого формата, что позволило значительно увеличить объем иллюстрирования.

«Огонёк» был всегда визуальным изданием, не зря здесь выросла целая плеяда знаменитых фотожурналистов, авторов фотолетописи страны - Карл Булла - первый фоторепортер начала 20 века и следующее поколение, среди которых самых знаменитый Дмитрий Бальтерманц, и те, кто делают «Огонёк» сегодня [16].

Отличие современного «Огонька» от журнала 110 лет назад является сложным вопросом - настолько разные это издания. Общее - это интерес к человеку в издании, которое появилось в 1899 году в Петербурге как приложение к «Биржевым ведомостям», и в сегодняшнем «Огоньке».

«Огонёк» - это всегда журнал о человеке. Человек, его судьба, его быт, изменения - всегда были в центре внимания журнала. Готовясь к 110-летию,

журнал выпустил трехтомник - публицистику журнала с 1899 года до сегодняшнего дня, какие-то примеры литературы.

Рядом с «Огоньком» многие годы издавалась знаменитая «Библиотечка». Например, о чем писал первый номер «Огонька»? - Журнал очень переживал о ходе англо-бурской войны, с интересом рассказывал о том, что в Америке появились деловые женщины, которые работают для личного удовольствия. Журналистам 1899 года, наверно, было бы интересно почитать сегодняшний «Огонёк», но то, что интересно читать «Огонёк» начала 20 века - это безусловно. Они очень много прогнозировали. Например, в первом номере 1901 года прогнозировали, каким будет 20 век.

Основными принципами журнала «Огонёк» в 1920-е годы были - хороший литературный язык с некоторой долей консервативного официоза, обязательный иллюстративный ряд и присутствие в каждом номере обязательных элементов (например, кроссворда).

У «Огонька» была особая изобразительная роль - это было время, когда не было телевидения. Во многих семьях очень многие люди помнят вкладки «Огонька».

Центральная вкладка «Огонька» всегда была картиной из Пушкинского музея или из Третьяковской галереи. Таким образом, в отсутствии ТВ и альбомов по искусству - «Огонёк» был единственным, кто рассказывал огромной стране о художественных достояниях страны. В истории «Огонька» есть парадоксальный факт. В 30-х годах Сталин закрыл все журналы и расстрелял большинство главных редакторов, в том числе был расстрелян Михаил Кольцов. Но не было понятно, почему же «Огонёк» Сталин не закрыл. Все терялись в догадках, и только много позже стало понятно почему. Это есть в воспоминаниях Светланы Аллилуевой - сам Сталин вырывал из каждого номера «Огонька» вкладку и наклеивал у себя на стену на ближней дачи.

Главного редактора расстрелять он легко мог, но лишиться себя удовольствия выдергивать эти вкладки - не мог.

Изобразительная роль «Огонька» связана еще и с тем, что «Огонёк», как единственное цветное издание, знакомил страну с вождями. Ведь люди, живущие в провинции не могли знать в лицо Калинина, Суслова, а «Огонёк» публиковал их портреты к юбилеям.

Что касается сегодняшнего дня, то «Огонёк» пытается такие черты - хорошие фотографии, литературный язык, отрывки из хорошей публицистики и литературы - сохранить. У журнала есть свой круг писателей, которые как публицисты работают только с «Огоньком» - это Михаил Жванецкий, Захар Прилепин, Денис Гуцко, Сергей Каледин.

В 2008 году был возобновлен выпуск знаменитого приложения к «Огоньку» - «Библиотека». Журналы привлекают читателя по-разному - кто-то приклеивает шампунь, кто-то прикрепляет билет на выставку, «Огонёк» в своей традиции счел возможным издавать и прикладывать к каждому номеру - какую-то книжечку - либо репринт того, что уже было когда-то, либо что-то новое. Современная реальность - совершенно нет поэзии. Казалось, что она ушла, но книжечки с поэтическим содержанием в силу пустоты рынка - пользовались огромным спросом.

«У журнала есть перспективы и за них можно быть спокойным», говорит главный редактор Виктор Лошак РИА Новости [16]. Журнал был и будет общественно-политическим, это журнал, что называется, *general interest* - общего интереса, таких журналов в мире не мало - это Spiegel, Stern, Time. Это журнал, в котором есть все, который закрывает широкий спектр интересов читателя от политики до развлечения. Конечно, что-то будет перенесено в Интернет.

Два самых ярких периода в многолетней жизни «Огонька» - когда пресса была очень востребована и когда пресса аудиторией воспринималась как провидец, провожатый в новую жизнь.

Первый этап - когда «Огонёк» возобновился, это было потрясающее издание, которое возглавлял Михаил Кольцов - свежее, интересное, много репортажей, необычное визуально. Один пик - это «Огонёк» времен Кольцова и конца 20 - начала 30-х годов, совпадает с очень интересным периодом в изобразительном искусстве, литературе - это шло в одном мейнстриме Мейнстримм (англ.mainstream -- основное течение) - преобладающее направление в какой-либо области (научной, культурной и др.).- [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki>. Второй период - когда главным редактором был Виталий Алексеевич Коротич, время перестройки. Это время незабываемое, время бесконечной веры в журналистов, в журналистику, время, когда с «Огоньком» произошел парадокс. «Огонёк» был знаменит тем, что в нем было очень много материалов по истории, журнал заново строил для советского человека историю страны - Сталин, коллективизация, война - читатель все узнавал с совершенно другой стороны, по-новому. Два пика - «Огонёк» Кольцова и Коротича. Хотя у «Огонька» сильная плеяда главных редакторов - Евгений Петров, Алексей Сурков, Лев Гуцин, Владимир Чернов - и очень много интересных журналистов.

Сегодня журнал по-прежнему стоит на жестких политических позициях, поддерживая нынешнее правительство только в рамках проводимых им демократических реформ [16]. Он по-прежнему много места уделяет культуре и литературе. Возрождаются традиции огоньковского репортажа. Осталось неизменным «любимое» лицо на обложке, вернулся кроссворд и принцип макетирования «от иллюстрации». Новый «Огонёк» для новой страны остается вместе с тем наиболее старым изданием со старыми традициями в отборе текстов и формировании своего стиля. Преемственность журналистского

коллектива помогла не потерять то качество, которое всегда было неизменным в журнале, несмотря на все потери и «лихие годы».

Выводы к главе 1

1. «Огонёк» - российский и советский общественно-политический и литературно-художественный иллюстрированный еженедельный журнал.
2. Его история обширна и начинается она с 1974 года и публикуется и в наше время.
3. Тематическая основа издания – социально- политическая сфера.
4. Сегодня журнал по-прежнему стоит на жестких политических позициях, поддерживая нынешнее правительство только в рамках проводимых им демократических реформ.

Глава 2. Социальная проблематика журнала «Огонёк»

Социальность восходит к функционированию прессы: получая информацию от общества, журналистика дает ему возможность получить информацию о самом себе. Понятия «социальное», «социальность» традиционно связываются в теории журналистики с понятиями социальной роли, социальной значимости, социальной ответственности, соотносятся с категорией гуманизма, несут в себе представление о ее позитивной миссии. Обращение журнала к социальной проблематике рассматривается в русле реализации ее природных функций, а показ «обыкновенного человека», вовлеченного в общественную жизнь, становится важнейшим направлением гуманизации отечественной журналистики в целом. Спектр социальных тем журнала рассмотрим подробнее.

2.1. Социально-политические проблемы – основа публикаций журнала «Огонёк»

Журнал не насыщен политикой, хотя политическая картинка в нем присутствует. Множество публикаций является доказательством тому. Например: в №20 – *«Волна отказов станет массовой: чем обернется для украинцев дарованный Европой «безвизовый статус»?»; в №19 – «Немецкий выбор Франции: Эммануэль Макрон как ресурс Ангелы Меркель»; в этом же номере – «Китайские штыки русской революции»; в №34 – «Халлифаат при смерти. Терроризм не сдастся»; в №34 «Мы можем ответить взаимностью: решение США о приостановке выдачи виз на территории России» и др. Статей данной направленности большинство. Они присутствуют в каждом номере журнала «Огонёк». Это и определяет политическую направленность издания.*

Рассмотрим подробнее публикацию №37 – «Сюрпризы безальтернативности: Ангеле Меркель предстоит трудный коалиционный выбор».

Публикация представляет собой репортаж Виктор Агаев из Бонна.

Основная функция текста данной статьи - сообщение новой информации о том, что после выборов 24 сентября канцлером ФРГ на четвертый срок останется та же Ангела Меркель. А вот с кем и как она будет править — большой вопрос.

Анализ языковых средств:

Лексика:

- преобладание политической лексики (*канцлер, голосование, лидер партий, заседание, капитализм, революция* и др.);
- наличие слов иноязычного происхождения (*аргумент, демократия, альтернатива, канцлер* и др.).

Словообразование:

- сложные слова: *евроскептики, «антимеркелевских» настроений* и др.;
- преобладание простых слов: *опрос, вопрос, борьба, народ, политика* и др.;
- наличие аббревиатур: *ГДР, ФРГ, АдГ*.

Морфология:

- наличие имен собственных: *Меркель и Шульц* и др.;
- изобилие имен существительных в данной статье (*машина, опрос, политика* и др.) передает тематику публикации;
- наличие числительных: *Ни у кого -ответили 50 процентов, у Меркель — 15 процентов, у Шульца (лидер социал-демократов) —*

7 процентов, у Шойбле (министр финансов) — 6 процентов. Это передает точность повествования политических фактов.

Синтаксис:

- преобладание сложных предложений: *Конечно, немцы выбирают не канцлера, а партию, которая его предложит, но и здесь принципиальные изменения не ожидаются. И тот, и другой показатель хуже того, что получили эти же партии на федеральных выборах в 2013-м. И др.;*
- наличие афоризма: *Дуэт вместо дуэли ;*
- преобладание повествовательных предложений: *Классические опросы дают еще больший отрыв. Скажем, по опросу телерадиокомпании ARD, до 59 процентов избирателей считают, что Меркель лучше ее соперников способна справляться с проблемами страны. Этот опрос проводился после теледискуссии Меркель и ее главного соперника Мартина Шульца (СДПГ). Оценки этой дискуссии в немецких СМИ звучали иронически: «Меркель и Шульц демонстрируют единство», «Деловая встреча, а не дискуссия». А главный вывод был сформулирован афоризмом: «Дуэт вместо дуэли». И др.*

Вывод: перед нами яркий пример публикации- репортажа, которая отражает ключевую тему журнала - политику. Сама тема актуальна и этим привлекает внимание широкой публики.

Отметим, что в журнале находят отражение и темы социально - бытовой направленности. Рассмотрим подробнее.

2.2. Социально-бытовые проблемы и их отражение на страницах издания

Социально-бытовые проблемы – направление социальной тематики данного издания. Этот спектр рассматривает вопросы жилищных проблем, поддержки пенсионеров, молодёжи и студентов, укрепление связей народов, проведение массовых мероприятий (акции, выставки и т.д.).

Например, «в №8 – *«Каждый второй ребенок в Интернете в группе риска»*, в № 13 сразу несколько статей данной тематической направленности: *«Возраст несогласия» о протестных акция по вопросу борьбы с коррупцией»* и *«Патриотизм на вырост»* и др.).

Отметим, что не все вопросы находят свое отражение в данном печатном издании. Наиболее ярко представлен жилищный вопрос на страницах журнала «Огонёк». Рассмотрим подробнее на примере публикации в № 20 - *«Пять этажей проблем: Координатор «Архнадзора» Константин Михайлов анализирует ошибки, допущенные властями при разработке программы реновации ветхого жилья»*.

Публикация размещена в № 20, 2017 г. Она представляет собой повествование о том, что запланировано государством осуществимо не будет: *«Реновации-2017 нет — нет даже намек на нее — в генплане Москвы...»*.

Текст статьи представляет собой рассказ о перечне актуальных проблем в жилищной экономики России.

Основная функция текста данной статьи - сообщение новой информации, ранее неизвестной читателям.

Жанр – политическая статья, в которой рассматриваются вопросы, интересующие жителей нашей страны, которые хотят расширяться в жилплощади или которые рассчитывали получить то, то обещало им государство.

Отличительные стилевые черты текста статьи: официальность, точность, бесстрастность. Анализ языковых средств:

Лексика:

- наличие профессиональной терминологии (*голосование, капремонт, программа, законопроект о реновации, право собственности* и др.);
- преобладание стилистически нейтральной лексики (*правительство, переработка, срок, деталь, документ* и др.);
- наличие слов иноязычного происхождения (*реновация, дискуссия, документация* и др.);
- наличие просторечных лексем: *чрезвычайщины, лужковская, пятиэтажка* и др.

Словообразование:

- сложные слова: *законопроект, домостроение* и др.;
- преобладание простых слов: *счет, расселение, закон, проект, решение* и др.

Морфология:

- наличие имен собственных: *Берлину, Калининграду, Москве* и др.;
- изобилие глаголов в данной статье (*не хватает, объявила, остаются* и др.) отражает динамичность действия происходящего события, о котором рассказывается в данной статье.

Синтаксис:

- преобладание сложных предложений: *Разумеется, при столь катастрофически стремительном запуске программы организаторам не хватает времени выверить все ее аспекты, архитектурно-градостроительный — не исключение. Спасибо мэрии, она объявила, что все основные поселки и комплексы конструктивизма, за который всегда много переживаний, остаются вне программы реновации. И др.;*
- преобладание повествовательных предложений: *Отдельную проблему составляет реновация в границах охранных и защитных*

зон объектов культурного наследия, а то и на самих территориях объектов культурного наследия, где по закону новое строительство либо запрещено, либо серьезно ограничено. То, что в сокращенном списке до сих пор остаются такие объекты,— еще одно свидетельство непроработанности списка, который сначала публикуется, а потом обсуждается с экспертами и профильными городскими ведомствами. Остается надеяться, что в процессе консультаций и обсуждений все эти недоработки удастся устранить. И др.;

- отсутствие риторических восклицаний;
 - наличие вопросительных предложений: *Наконец, почему реновация — обязательно синоним сноса и нового строительства?*
- И др.

Вывод: перед нами яркий пример статьи о жилищных неурядицах, которые происходят в нашей стране. Разнообразие лексики, своеобразие синтаксиса и морфологии даёт возможность утверждать факт того, что журналист подает информацию очно и детально для доступного понимания читателей.

Отметим, что на страницах журнала «Огонёк» присутствует ряд публикаций о проведении массовых мероприятий. Рассмотрим статью об акциях, проходивших в России. Наиболее яркой является публикация «*Патриотизм на вырост*». Рассмотрим подробнее.

Публикация представляет собой повествование о массовом явлении поколения 12+, которое на протестных акциях 26 марта заслонило не менее массовое явление того же поколения на сугубо патриотической акции днем раньше. 25 марта в подмосковном парке «Патриот» состоялась церемония вручения значков «Юнармии» сразу тысяче школьников.

Основная функция текста данной статьи - сообщение новой информации, участниками которой стали дети, что привлекает интерес младшей читательской аудитории.

Жанр – хроника событий 25 и 26 марта 2017 года.

Анализ языковых средств:

Лексика:

- преобладание стилистически нейтральной лексики (*автобусы, школьники, построение, стрельба* и др.);
- наличие слов иноязычного происхождения (*инструктаж, оружие, галерея, бронепоезд* и др.).

Словообразование:

- сложные слова: *бронепоезд, юнармейцы* и др.;
- преобладание простых слов: *ребята, соревнование, штаны, гимн* и др.;
- наличие аббревиатур: *БТР, ОБЖ*.

Морфология:

- наличие имен собственных: *из Дубны и Зарайска, из Кубинки и Электростали* и др.;
- изобилие глаголов в данной статье (*успел, тренируется, играли* и др.) отражает динамичность действия происходящего события, о котором рассказывается в данной статье.

Синтаксис:

- преобладание сложных предложений: *Зачем детям подробности внутригородских военных операций, не очень понятно, но*

Минобороны явно не поскупилось на деньги и ресурсы. Среди макетов почты, банка и магазина стоит и настоящий БТР, и «Волга» с черными армейскими номерами, покрашенная под такси. Есть еще телефонные будки, есть даже мусорные баки, которые, как разъясняют несовершеннолетним курсантам, в боевых условиях можно катить перед собой в качестве щита. И др.;

- наличие цитирования в виде элементов интервью в статье: — *Движение новое, и мы к нему пока еще присматриваемся,— признается районный координатор по работе с молодежью Наталья Павлова.— Но наши собственные дети в "Юнармию" вступили, мы всегда все на своих проверяем. Вот и тут сын со мной. И др.;*
- преобладание повествовательных предложений: *Уничтожение друг друга в городских условиях лазерной аппаратурой у юнармейцев имеет ошеломительный успех — детям очень нравится. Льстит и то, что рядом опытные инструкторы. А за размокишем весенним полем строится макет Рейхстага. К майским праздникам здесь запланирована большая историческая реконструкция с бронетехникой, авиацией и 10 тысячами участников, в первую очередь — юнармейцами. И др.;*
- наличие приема умолчания: *Типа Аргунского ущелья и Алеппо. Отчего-то в слухи верится: ведь все лучшее — детям...*

Вывод: перед нами яркий пример публикации, которая интересна не только взрослому читателю, но и юному. Сама тема актуальна и этим привлекает внимание широкой публики. В журнале присутствуют и статьи социально-экономической направленности. Рассмотрим подробнее.

2.3. Социально-экономические проблемы – основа публикаций журнала «Огонёк»

Тематически все публикации журнала за 2017 год в направлении рассмотрения социально-экономических тем можно разделить на следующие группы:

Финансовое положение в нашей стране (в №13- *«Друг, товарищ, блат. Как связи помогают выживать в кризис»*; в № 20 – *«Рынок на обочине. Что загоняет в тень малый и средний бизнес?»*; в №37 – *«Похоронен за плинтусом»* - публикация о курсе «открытых дверей» как о слабой стороне нашей экономике и др.);

Валютный вопрос (в №13 – *«Нынешнее соотношение рубля к доллару – объективный показатель»* или п в № 40- *«Общий случай частного: выдача ваучеров»* и др.).

Для анализа обратимся к статье *«Нынешнее соотношение рубля к доллару – объективный показатель»*, которая сразу же привлекает внимание своей тематической и стилистической оснащённостью.

Публикация размещена в № 13, 2017 г. Она представляет собой интервью, участниками которого стали экономист Михаил Портной, который поделился своим прогнозом со Светланой Суховой об изменении курса рубля: *««Огонёк» обратился к руководителю Центра внешнеэкономических исследований Института США и Канады РАН Михаилу Портному с просьбой пояснить, кто ближе к истине и какого курса рубля ждать к лету — Михаил Анатольевич, почему у российских властей не получается уронить рубль?»*. Тема привычная для публикации на страницах политического издания, очень актуальная и важная в наши дни. Этим она и привлекает первоначальное внимание читателя журнала.

Текст статьи представляет собой рассказ о перечне актуальных проблем в экономике нашей страны, которые касаются изменения валютной стороны экономики.

Основная функция текста данной статьи - сообщение новой информации, ранее неизвестной читателям.

Жанр - интервью, в котором представлены ответы экономиста Михаила Портного на вопросы Светланы Суховой.

Отличительные стиливые черты текста статьи: официальность, точность, беспристрастность. Анализ языковых средств:

Лексика:

- наличие профессиональной экономической терминологии (*биржа, инфляция, экспорт, баррель, доллар, резервный фонд, валюта, девальвация, конвертация* и др.);
- преобладание стилистически нейтральной лексики (*разговоры, вопросы, факт, закупка* и др.);
- наличие слов иноязычного происхождения (*клиринг, резерв, санкции, фонд эксперт, тенденция* и др.).

Словообразование:

- сложные слова: *монокультурная (экономика,) нацвалюта, гособлигаций*);
- преобладание простых слов: *рубль, фонд, страна, рост* и др.

Морфология:

- наличие имен собственных: *Центробанк, Минфин, США, Китай, Россия* и др.;
- преобладание качественных прилагательных, что создает необходимую оценочность: *широкой общественность, заинтересованные участники, низкий рубль* и др.;

- изобилие глаголов в данной статье (*предложить, купить, уменьшить, вбросить, добиться, округлить* и др.) отражает динамичность действия происходящего события, о котором рассказывается в данной статье.

Синтаксис:

- преобладание сложных предложений: *Вы верите, что кто-то сегодня целенаправленно играет против низкого рубля? или Но серьезно укрепить рубль ЦБ тоже не может — его возможности ограничены, он не может подменить собой реальный рынок с его законами.* И др.;
- преобладание повествовательных предложений: *Да у Китая сегодня и нет возможности предложить столько юаней, сколько было бы нужно мировому рынку. Как и уменьшить объем юаней он не в состоянии — финансовый рынок страны не настолько развит. Наконец, какое-то количество юаней на руках инвесторов третьих стран экономически бессмысленно: на эти деньги нельзя купить акции или облигации КНР. Но все это день сегодняшний. Я уверен, что Китай займется конвертацией юаня в ближайшие 5-10 лет и тогда многое что изменится.* И др.;
- наличие риторических восклицаний: *Да рубль некому искусственно удерживать!; Не такое уж сильное укрепление!* И др.;
- наличие вопросительных предложений: *Иными словами, укрепление валют 7 из 10 развивающихся стран — это тенденция?; Инвесторы рискуют?; Могут ли курсы валют развивающихся стран попадать во все большую зависимость от темпов роста китайской экономики, чем от ставки ФРС?* И др.

Вывод: перед нами публикация – интервью о валютном вопросе нашей страны. Разнообразие лексики – от профессиональной до общепринятой, своеобразие синтаксиса и морфологии даёт возможность утверждать факт того, что журналист подает информацию очно и детально, но рассчитывает на широкую читательскую аудиторию и поэтому подает материал просто и доступно.

Таким образом, социальная тематика журнала «Огонёк» ярко выражена. Она представлена следующими направлениями: социально- политические проблемы, социально – бытовые и социально – экономические.

Выводы по второй главе

1. Стилистика журнала «Огонёк» имеет свои особенности: языковое своеобразие публикаций (от разговорных - до профессиональных лексем), преобладание риторических вопросов, восклицаний и умолчаний в синтаксисе статей, очевидная яркость и эмоциональность повествования;
2. Тематика публикаций в номерах за 2017 год сводится к следующим направлениям: социально – политические, социально-бытовые и социально - экономические;
3. Большинство статей в журнале социально – политической направленности;
4. Жанровая специфика в публикациях журнала «Огонёк» за 2017 год своеобразнее, так как в них представлены интервью, статьи и репортажи.

Заключение

Журнал «Огонёк» - ведущий российский (а также советский) общественно-политический и литературно-художественный иллюстрированный еженедельный журнал. С 1923 года выходит в Москве. В советский период тираж журнала достигал нескольких миллионов экземпляров. По состоянию на 2017 год выходит тиражом около 80 тыс. экз., что свидетельствует о его актуальности в наше время.

В данной работе мною была рассмотрена социальная проблематика публикаций данного печатного издания. Интерес к этому вопросу с каждым годом только возрастает, так как каждый из нас – часть социума, мы социально значимы. В работе выявлены стилистические особенности публикаций на всех уровнях современного русского языка.

С точки зрения жанрового своеобразия, публикации в данном журнале представляют собой статьи, интервью и репортажи.

С точки зрения тематической направленности, а именно социальной тематики, публикации соответствуют следующим направлениям: социально – политические, социально-бытовые и социально - экономические.

Подводя итог, следует отметить, что «Огонёк» занимает особое место в рейтинге наиболее популярных еженедельных изданий, причем в течение года динамика его рейтинга устойчиво положительна в отличие от многих других изданий. Благодаря этому «Огонёк» значительно опережает конкурентов.

Таким образом, можно с уверенностью утверждать, что журнал «Огонёк» является лидером рынка еженедельной прессы социально- политической тематики.

Литература

1. Богданов Н.Г., Вяземский Б.А. Справочник журналиста. Л., 1971.
2. Васильева Л.А. Делаем новости. М., 2016.
3. Ворошилов В. В. Журналистика. Учебник. СПб., 2008.
4. Горохов В. М. Закономерности публицистического творчества. М., 2005.
5. Грабельников А. А. Работа журналиста в прессе: Уч. пособие. М., 2001.
6. Караван историй. 2016- 2017 гг.
7. Кенжегулова Н. Информационные жанры журналистики. М, 2010.
8. Ким М.Н. Технология создания журналистских произведения. М., 2000.
9. Козлова М.М. История отечественных средств массовой информации. Ульяновск, 2000.
10. Солганик Г.Я. Язык современной публицистики. Сборник статей (составитель). Изд.3. М., 2008.
11. Солганик Г.Я. Толковый словарь. Язык газеты, радио, телевидения. М., 2008.
12. Солганик Г.Я. Язык массовой и межличностной коммуникации (составитель). М., 2007.
13. Тертычный А. А. Жанры периодической печати: Учебное пособие. М., 2000.
14. Тырыгина В.А. Жанры в информационно-массовом дискурсе. М., 2007.
15. Шостак М. И. Журналист и его произведение: Практическое пособие. М., 1998.
16. Справочный интернет-портал «Огонёк» [<http://zhurnaly-online.ru/zhurnaly/4335-ogonek-37-sentyabr-2017.html>].