

**ФИЛОЛОГИЯ И ЛИНГВИСТИКА****Варавва Валентина Васильевна**

аспирант, главный редактор

газета «Залив Восток»

г. Находка, Приморский край

**ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ АППАРАТ НАУКИ ЖУРНАЛИСТИКИ**

***Аннотация:** в статье рассматривается проблема типологической классификации системы СМИ, процесс изменения понятийного содержания терминов, анализируется территориальный признак, дается расширенное значение термина «местные» СМИ.*

***Ключевые слова:** терминологический аппарат, рефлексия, парадигма, территориальный признак, понятийное содержание термина, местные, локальные и гиперлокальные СМИ и медиа.*

Терминологический аппарат науки журналистики находится в процессе изменений из-за трансформационных процессов в государстве и обществе в конце XX и начала XXI века, которые в свою очередь повлияли на все аспекты деятельности журналистики.

Проблемам терминологии в журналистике посвящено немало работ (Е.Л. Вартанова, Е.П. Прохоров, А.А. Калмыков, Т.В. Назарова, В.М. Горохов, И.Д. Фомичева, Т.И. Сурикова и др.). В них справедливо отмечается необходимость приведения терминологического аппарата к единому знаменателю. Это краеугольный вопрос, как для диалога ученых, так и для подготовки специалистов в вузах, так и при подготовке профессиональной литературы, учебников, пособий и методичек. Разнотенность ведет к хаосу в науке. Но это, ни в коей мере, не говорит о том, что новое открытие, новый подход, новое видение не должны иметь место в профессиональном сообществе. Наука – это живой организм, который не стоит на месте, и чем интенсивнее процессы в обществе, тем интенсив-

нее меняется наука; чем интенсивнее происходят изменения в науке, тем интенсивнее развитие социальных, экономических, политических, экологических аспектов общества. Стремление общества к истине и познанию бесконечен. С одной стороны рефлексия, с другой парадигма являются движущей силой науки.

Начать надо с фундаментальных вопросов, например, в журналистике с типологической классификации системы. Рассмотрим данный вопрос на примере печатных СМИ, но остановимся только на одном из признаков. Как показывает исследование, территориальный признак характеризуется различными авторами по-разному. С.Г. Корконосенко называет его «регион распространения» [1]; Я.Н. Засурский – «географический признак» [2]; М.В. Шкондин использует термин «аудиторный фактор» [3], а Википедия дает понятие принципа территориального распространения и охвата аудитории [4].

При этом понятийное содержание термина не однозначно. Примеры наименований параметров (уровней) по территориальному признаку представлены в таблице №1.

Таблица №1

Источник и автор	Наименование параметра по территориальному признаку				
Корконосенко С.Г. Основы журналистики. 2004 г.	Транснациональный (наднациональный) уровень	Общенациональный уровень (для России – общероссийские, федеральные) центральные (старое название – изжило себя)	-	Региональный уровень	Местный уровень
Средства массовой информации России. Учеб. пособие под ред. Засурского. 2005 г.	-	Общероссийская	Центральная (национальная)	Региональная	Местная
Материал из Википедии. Виды и типы газет.	-	Общенациональные	-	Региональные (республиканские, областные, краевые)	Местные (городские и районные)

*Примечание:* в таблицу № 1 из Википедии не вошли три последних наименования (внутрикорпоративные, многотиражные и профессиональные), т. к. они не отвечают территориальному признаку.

Если термины «территориальный» и «географический» близки по понятийному содержанию – территория покрытия, то «аудиторный» признак не вписывается в данную концепцию. По конкретному признаку СМИ должно иметь одну характеристику. Газета может характеризоваться как по территориальному признаку, так и по аудиторному.

На современном этапе трансформацию претерпел термин «местные газеты». Его содержание изменилось и расширилось. Согласно современным тенденциям «местные» – это локальные и гиперлокальные СМИ и медиа.

В состав «локальных» вошли областные, краевые, городские и районные газеты, которые ранее характеризовали термин «местные».

Термин «гиперлокальность» отражает современный процесс в медиaproстранстве. Это объединение нескольких локальных СМИ в сеть под единым руководством.

Таким образом, мы видим, что необходим пересмотр типологической классификации системы СМИ и медиа.

### ***Список литературы:***

1. Корконосенко С.Г. Основы журналистики: Учебник для вузов // [Интернет ресурс] PDF // С.Г. Корконосенко. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 287 с. // стр. 86 –107. Типология и система СМИ.
2. Система средств массовой информации: Учебное пособие для вузов // [Интернет ресурс] // Под ред. Я.Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2004. // [Режим доступа] <http://evartist.narod.ru/text/62.htm>
3. Шкондин М.В. Газетно-журнальная типология в условиях становления коммуникативной системы информационного общества [Текст] // Вестник Московского университета // Серия 10 Журналистика №2/2003 // с. 12–32// стр.26–27.
4. Виды и типы газет [Интернет ресурс] // Википедия // [Режим доступа] [http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B0%D0%B7%D0%B5%D1%82%D0%B0#.D0.92.D0.B8.D0.B4.D1.8B\\_.D0.B8\\_.D1.82.D0.B8.D0.BF.D1.8B\\_.D0.B3.D0.B0.D0.B7.D0.B5.D1.82](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B0%D0%B7%D0%B5%D1%82%D0%B0#.D0.92.D0.B8.D0.B4.D1.8B_.D0.B8_.D1.82.D0.B8.D0.BF.D1.8B_.D0.B3.D0.B0.D0.B7.D0.B5.D1.82)