



Original Article: IMMAGINE DISCORSIVA DELLA STAMPA ECONOMICA RUSSA

Citation

Selezneva L.V., Tortunova I.A. Immagine discorsiva della stampa economica Russa. *Italian Science Review*. 2014; 10(19). PP. 320-323.

Available at URL: <http://www.ias-journal.org/archive/2014/october/Selezneva.pdf>

Authors

Larissa V. Selezneva, Russian State Social University, Russia.

Irina A. Tortunova, Russian State Social University, Russia.

Submitted: October 2, 2014; Accepted: October 22, 2014; Published: October 31, 2014

La stampa economica è una componente importante del discorso di business, con la quale si intende un insieme di pratiche professionali che formano lo spazio soggetto-oggetto in diversi settori economici e l'attuazione delle intenzioni dei partecipanti di comunicazione aziendale. Secondo gli esperti, presso l'Istituto russo continua a sviluppare la stampa economica [1], vale a dire, caratteristica costitutiva di questa istituzione ha contribuito alla formazione della pratica discorsiva, la cui analisi ci permette di parlare circa la forma discorsiva della stampa economica, che si è formata in Russia.

Ci sono due approcci al concetto di "stampa economica" e, di conseguenza, a due vie discorsiva. Dal punto di vista del primo approccio, la stampa economica comprendono pubblicazioni, progettati secondo V.Ya. Sergachev, "fornire le esigenze di informazione delle imprese, dei materiali di stampa (tra cui lo scarico di statistica, la pubblicità informativa, legale, ecc) per creare un campo di informazione che promuove lo sviluppo delle imprese" [2]. Tali media spesso si riferiscono alla stampa economica, e si riferiscono alla formazione del nostro paese dall'inizio delle riforme di mercato.

Nel secondo approccio si basa su una comprensione della stampa economica come una struttura testuale che riproduce le informazioni aziendali, che riflettono il carattere di fatti ed eventi, la distribuzione, stile testo è diviso in massa e specializzata. Di conseguenza, la stampa economica è intesa in senso ampio: comprende non solo la pubblicazione, il target di riferimento che sono specialisti, ma anche periodici rivolge ad un vasto pubblico. Ad esempio, la pubblicazione "Business World" pubblica sei riviste ("Proprietà e prezzi", "Cars e prezzi", "Salute e bellezza", "World Business. Lavoro e salario", "Costruzione e riparazione", "L'istruzione e carriera") che riguardano la pubblicità e pubblicazioni informative. "Da questo punto di vista - dice A. Sidorin - un segmento della stampa economica può essere incluso qualsiasi giornale, che ha una sezione di messaggi pubblicitari, in quanto questa sezione di pubblicazioni e anche stimola crea demand" [3].

In accordo con questo approccio, si fa riferimento al primo campione dei domestici riviste di business media e giornali orientamento scientifico ed economico che sono emersi in Russia nel XVIII secolo e provenienti da pubbliche autorità, la Banca di Stato, il Ministero di

Stato, Ministero delle finanze et al., E indossava gli stessi nomi dei tipi "Atti della Società Economica libero", "saggio mensile", "Commenti", "negozio economico» (XVIII secolo). "Tecnologia Magazine", "Journal of produce e commercio", il quotidiano: Nella prima metà del XIX secolo nel supporto di stampa sono stati finalmente caratteristiche della stampa economica, che si caratterizza per la velocità e la precisione delle informazioni fornite sotto forma di articoli, relazioni, pareri, previsioni, tema economico formati "commerciantе", "Borsa News" e altri. Più tardi, nella seconda metà del XIX secolo, ci sono i "Exchange Gazette", "raccolta Trading", "Informazioni economiche e finanziarie", "la vita e l'agricoltura", "Ferrovia Affari", "The Economist" "Economic Journal", "mercante russo di legno", "equina", "allevamento", "Bollettino d'oro", "Borsa News", "Banche e Cambio", "Scambio della settimana", "Banche e stock affare", "Exchange Giornale" "La vita banche e d'affari", "Piccola finanziere", "giorno di negoziazione", "Money" e altri.

Specificità dell'economia del periodo sovietico ha portato ad una mancanza di stampa economica come una serie separata di supporto durante l'esistenza dell'URSS. Tuttavia, le pubblicazioni più importanti, come ad esempio "News of Higher dell'economia nazionale", "vita economica", "Economia", "Giornale Economico", "Russia sovietica", "True", "Izvestia", "L'industria socialista" presta attenzione ai problemi dello sviluppo economico paesi.

Rinascita stampa economica nazionale ha registrato nel 1990. Quando notevolmente ampliato lettori coinvolti nei problemi economici e di business, "Kommersant", "Giornale Economico", "quotidiano economico russo", "Vedomosti", "Business Pietroburgo" "Oggi", "RBC al giorno e la rivista "Expert", "Money", "profilo", "potere", "The Economist", "comunicazione d'impresa", "Journal per gli azionisti", "Carriera", "la Società" "Tuttavia", "il segreto della ditta",

"business Journal", la versione russa di "Forbes", "BusinessWeek", "Avvio di Money", ecc.. A.A. Grabelnikov osserva: "Come negli anni pre-rivoluzionari, gruppo chiaramente indicate pubblicazioni create banca e il capitale di scambio per le proprie esigenze. Disegno paralleli storici si può notare che la capitalizzazione della società, la transizione verso il mercato fa sì che gli stessi processi per l'ambiente informazioni, nonostante l'ampio divario nel tempo"[4]. Ovviamente, non l'edizione moderna di affari dello stesso tipo, tra i quali ci sono tali varietà come la pubblicazione "per i professionisti", si è concentrata su una gamma più ristretta di lettori professionali (ad esempio, un giornale per gli avvocati 'ej-Avvocato', gli insegnanti 'prima di settembre, ecc ecc), e le pubblicazioni profili generali destinati ad un vasto pubblico (rivista "Money", "profilo", "potere", etc.).

Così, nel nostro studio, esaminiamo come le pubblicazioni della stampa commerciale, comprese le informazioni di business per diversi tipi di pubblico. Definisce il concetto di creare un modo discorsivo della stampa economica per noi non è il pubblico, ed i valori su cui l'azienda è orientata discorso (ricchezza, successo, prestigio). In altre parole, consideriamo l'immagine discorsiva come "il processo di mappare l'orientamento umano nell'universo dei loro valori" [5].

Il sistema di valori del mondo degli affari si riflette soprattutto nei metodi di presentazione delle informazioni, argomenti di articoli, la lingua di riferimento. E' importante che, in primo luogo, il tema della stampa economica (eventi politici, la copertura di notizie economiche e culturali) direttamente correlato al livello di istruzione dei lettori altamente motivati, i suoi interessi, impegni e il ritmo della vita attiva. Analisi rubricatori moderne pubblicazioni leader aziendali hanno dimostrato uniformità di organizzare le informazioni e ha permesso di identificare la varietà di pubblicazioni aziendali. In genere, gli articoli sono organizzati intorno

a temi chiave illuminare stanze o notizie di politica, economia, economia, cultura e sport, vale a dire principali rami di business moderno. In questo caso, i titoli sono denominati dal principio della nomina diretta - "Politica", "economia", "Business News", "cultura", etc. In secondo luogo, la stampa economica distingue vista delle informazioni fornite - un fatto diventa importante non solo come un fenomeno indipendente, tenendo conto dei processi sociali in corso, ma applicata anche in una luce pragmatico, come il lettore interessato e le conseguenze di ciò che è accaduto, i possibili scenari.

La comunicazione commerciale avviene di solito nella situazione discorsiva canonica e di una tradizione associata con il discorso, svolge quindi un importante ruolo galateo discorso. Nel galateo di formule del linguaggio, che nella stampa economica spesso ricorrono alle lettere al direttore, indirizzato al lettore, riflette la specificità della comunicazione d'impresa: una rigorosa regolamentazione dei rapporti di partecipanti al processo comunicativo, appelli mirati, la pertinenza e la tempestività delle informazioni fornite. Moderno Business Press, che serve nel processo di comunicazione, come il mittente, crea un'immagine di uomo d'affari e gli dà le informazioni affidabili e tempestive necessarie.

Specificità della comunicazione d'impresa determina un appello al business stile funzionale ufficiale di parola, intesa come un insieme di discorso significa servire i lavoratori del settore, le imprese, le relazioni politiche e commerciali quando comunicandi agiscono come rappresentanti delle aziende, organizzazioni, partiti politici e stati. In questa analisi stilistica dei testi della moderna stampa economica (ej-Avvocato, Profilo, Kommersant, Denaro) dimostra che il linguaggio di queste pubblicazioni è tipico mix di stile giornalistico ed ufficiale, che ha portato l'uso delle parole in senso letterale, linguaggio neutrale uso attivo, acronimi , forme narrative del discorso.

Immagine discorsiva della stampa economica e si compone di materiali specificità di genere. Così A. Tertychny offre tali nomi dei gruppi generi stampa economica come informazione e di analisi (note, articoli, corrispondenza, interviste, recensioni, revisione) [6], e V. Tretyakov dice che "storicamente e nel giornalismo pratico dal scremato minore come il più economico ed efficiente di tutti e quattro main (principale) del genere classico del giornalismo. Queste informazioni, relazioni, interviste e l'articolo"[7].

Sulla base delle informazioni di fatto per creare una notizia testi, che costituiscono una parte del campo di informazioni della struttura del discorso. Questo perché le funzioni di base di business media includono informare circa gli eventi più importanti del paese, sui problemi sociali connessi con i cambiamenti nell'economia e il loro impatto sulla vita economica, su notizie economiche internazionali. Problemi News - cattura e presentare i fatti in modo imparziale. Uno dei criteri all'interno del genere-divisione delle notizie è la quantità di testo. Ad esempio, un messaggio di informazione può essere costituita da una sola frase, che definisce la notizia in sé: Il primo giorno d'autunno ha iniziato il concorso di tutta la Russia "Il Pontefice - 2014", che fornisce informazioni di giornale supporto "ej-Avvocato" ("pe-Avvocato", 1 settembre 2014) . News article assumere un volume più grande contiene i dettagli, i dettagli, le opinioni delle persone competenti. Ovviamente, la notizia è occasione informazioni per presentare il punto di vista delle persone con esperienza nel campo della politica e da posizioni diverse. Stylistic articolo di notizie eterogeneità, l'uso attivo delle forme colloquiali nel suo discorso debita forma che il giornalista ha scelto di nutrirsi.

In questo modo, la stampa economica russa, che fornisce le informazioni ha bisogno delle imprese, materiali di stampa (tra cui lo scarico di statistica, la pubblicità informativa, legale, ecc) per creare un campo di informazioni, contribuendo alla

realizzazione dei valori del mondo degli affari. Immagine discorsiva della stampa economica si compone di metodi di presentazione delle informazioni, il tema, i materiali specificità di genere e le caratteristiche stilistiche del testo.

References:

1. Kulev V. The business press in Russia: state and prospects. Business press Russia: present and future

2. Sergachev V.Ya. 2000. Business press region: state and development prospects. p 4.

3. Sidorin A. "Business Press": what is it? The business press in Russia: present and future.

4. Grabelnikov A.A. Types of business press Russia. Russian business press: present and future.

5. Borbotko V.G. 2006. Principles of formation of discourse: from psycholinguistics to. pp 55

6. Tertychny A. 2002. Genres periodicals. 320 pp.

7. Tretyakov V. 2004. How to become a famous journalist. 596 pp.