

На правах рукописи

СИМАКОВА Светлана Ивановна

ЦИФРОВЫЕ ОБОЗНАЧЕНИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ ГАЗЕТНОГО ТЕКСТА
(на примере «Челябинского рабочего»)

10.01.10 – Журналистика

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Екатеринбург – 2009

Работа выполнена на кафедре журналистики ГОУ ВПО «Челябинский государственный университет»

Научный руководитель кандидат филологических наук, доцент
Киршин Борис Николаевич

Официальные оппоненты доктор филологических наук, доцент
Чепкина Элина Владимировна

доктор филологических наук
Распопова Светлана Сергеевна

Ведущая организация ГОУ ВПО «Белгородский
государственный университет»

Защита состоится 15 декабря 2009 года в 16.00 на заседании диссертационного совета Д 212.286.09 по защите докторских и кандидатских диссертаций при ГОУ ВПО «Уральский государственный университет им. А. М. Горького» по адресу: 620000, Екатеринбург, пр. Ленина, 51, ком. 248.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ГОУ ВПО «Уральский государственный университет им. А. М. Горького».

Автореферат разослан «_____» ноября 2009 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат филологических наук,
доцент



Б. Н. Лозовский

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Под цифровыми обозначениями в нашем исследовании понимаются числительные, представленные в тексте с помощью цифр. Цифровой контент газетного выпуска - отражение многоаспектного явления «математизации мира»¹. Столкновение «математической экспансии» с одновременным «гуманитарным поворотом» в научной и общественной жизни может рассматриваться как одна из ключевых особенностей современной действительности и современной журналистики.

Цифр на газетных полосах становится все больше². Цифровые обозначения охватывают все новые сферы действительности, которые отражают СМИ. Они меняют восприятие газетных текстов. Редакциям СМИ очень важно понимать закономерности данного процесса, знать основные тенденции, управлять потоком цифр, хлынувших на газетные страницы. Исследование динамики цифровых обозначений, качественный анализ их места на газетной полосе позволит выявить основные функции этого элемента журналистского текста и охарактеризовать главные тенденции его функционирования. В данной работе предпринимается попытка изучить эти важные для медиасферы явления, вооружить прессу их пониманием, дать ей инструменты для управления ситуацией.

«Математизация мира» – элемент всеобъемлющего процесса глобализации, который определяет сущность современной эпохи и обуславливает основные направления развития сферы масс-медиа. Для определения этого явления используются разнообразные, порой противоречащие друг другу подходы, однако практически все ученые (М. Кастельс, Ф. Уэбстер, М. Делягин, А. Дугин³ и др.) отмечают его информационную составляющую, базирующуюся, в свою очередь, на цифровых коммуникациях. Это еще одно подтверждение актуальности изучения существенных аспектов процесса «математизации мира», затрагивающих деятельность средств массовой информации.

Актуальность исследования, таким образом, обусловлена растущей потребностью в понимании закономерностей «математизации мира» в современном журналистском тексте и недостаточной изученностью цифровых обозначений в теории журналистики.

¹ По мнению И. Р. Шафаревича, высказанному в докладе на собрании Японского научного общества 28.09.1993 г., «основная догма научной идеологии – это вера в математизацию. Она утверждает, что всё (или, по крайней мере, всё существенное) в природе может быть измерено, превращено в числа (или другие математические объекты), и что путем совершения над ними различных математических манипуляций можно предсказать и подчинить своей воле все явления природы и общества». (Шафаревич, И. Р. Математическое мышление и природа // ВИЕТ. 1996. № 1. URL : http://vivovoco.ibmh.msk.su/VV/PAPERS/NATURE/VV_SC1_W.HTM).

² Об использовании цифровых обозначений в журналистских материалах см.: Тертычный, А. А. Цифра – материя тонкая // Журналист. 2006. № 1. С. 76; Шостак, М. И. Репортер : профессионализм и этика. М. : Изд-во им. Сабашниковых, 1999. С. 47.

³ Кастельс, М. Галактика Интернет : размышления об Интернете, бизнесе и обществе / пер. с англ. А. Матвеева ; под ред. В. Харитонова. Екатеринбург : У-Фактория (при участии Гуманит. ун-та), 2004. 328 с.; Уэбстер, Ф. Теории информационного общества / Фрэнк Уэбстер ; пер. с англ. М. В. Арапова, Н. В. Малюхиной ; под ред. Е. Л. Вартаковой. М. : Аспект Пресс, 2004. 400 с.; Делягин, М. Г. Мировой кризис : Общая теория глобализации. М. : ИНФРА-М, 2003. 768 с.; Дугин, А. Геополитика постмодерна. Времена новых империй. Очерки геополитики XXI века. СПб. : Амфора, 2007. 382 с.

Степень научной разработанности проблемы

В силу многомерности рассматриваемого явления исследование потребовало обращения к разным аспектам изучения цифровых обозначений в рамках различных научных дисциплин: философии (изучение математических объектов, абстракций и т. п.); истории математики (этапы развития, социокультурные аспекты); культурологии (роль чисел в различных культурах); филологии (текстуальные аспекты числовых обозначений); психологии (проблемы восприятия числовой информации); семиотики (знаковая природа чисел) и т. д.

Другой аспект разработки проблемы представлен трудами по теории и практике журналистского текста, вписывающими цифровой контент в поле филологического изучения. Цифровые обозначения (часто именуемые просто «цифрами») рассматриваются здесь в основном в двух аспектах: как особая форма экспликации фактического материала (то есть в рамках общих принципов фактографичности журналистского текста) и с точки зрения рецепции журналистского произведения (то есть в рамках общей стилистики и литературного редактирования текстов в журналистике). О цифрах и их уместности в журналистских публикациях размышляют И. Голуб, В. Костомаров, Г. Солганик, С. Сметанина и др. В частности, К. М. Накорякова отмечает: «Цифра – трудный для журналиста вид фактического материала, требующий внимания, точности, знания предмета и владения приемами литературной обработки текста»⁴. О том же говорится в различных практических руководствах для газетчиков (Н. Саитова, Р. Супрунов и др.). К теме применения цифр в СМИ обращается А. А. Тертычный в статье «Цифра – материя тонкая», который замечает, что «очень часто в журналистских публикациях, особенно аналитических, цифры, отнесенные нами к разным группам, применяются комплексно, что позволяет наиболее точно охарактеризовать в количественном плане изучаемое явление». В этой же работе отмечаются важнейшие задачи, которые журналист может решать с помощью цифр, а именно: «Дать точное представление о масштабе события. <...>. Выявить важную социальную проблему. <...>. Определить актуальную тенденцию развития»⁵.

По теме исследования написана статья Н. Бондарчук «Число в журналистском тексте». Автор настаивает на бифункциональности числа: это, с одной стороны, информативная функция, а с другой – экспрессивная. Исследовательница обратила внимание также на игровые возможности использования чисел в журналистском тексте⁶.

К вопросу применения цифровых обозначений в качестве важного механизма придания тексту наглядности, фактической достоверности, убеждающего воздействия на адресата обращались такие теоретики

⁴ См.: Накорякова, К. М. Цифра в публицистическом тексте / К. М. Накорякова. URL: <http://www.lenizdat.ru/a0/ru/pm1/c-1027135-0.html>.

⁵ Тертычный, А. А. Цифра – материя тонкая / Журналист. 2006. № 1. С. 76.

⁶ Бондарчук, Н. Н. Число в журналистском тексте // Журналистика и медиаобразование-2008 : сб. тр. III Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 25–27 сент. 2008 г.) : в 2 т. Т. II / под ред. проф. М. Ю. Казак, проф. У. Перси, проф. А. В. Полонского, доц. Е. А. Кожемякина. Белгород : БелГУ, 2008.

журналистики как С. Г. Корконосенко⁷, Б. Н. Лозовский⁸, М. И. Шостак⁹. Б. Н. Лозовский в работе «Журналистика: техника безопасности», рассуждая об ответственности журналиста за достоверность информации, обращает внимание на недопустимость фактических ошибок: «...всегда переводите проценты и части целого, о которых говорят собеседники, – в абсолютное число. Ошибок при воспроизведении будет значительно меньше»¹⁰.

Проведенный обзор научных источников демонстрирует, что ряд теоретиков журналистики обращается к теме цифровых обозначений, однако исследований, посвященных непосредственно цифровым обозначениям на газетной полосе в историко-функциональном аспекте, не имеется, что еще раз акцентирует актуальность предпринятого труда.

Объектом исследования являются цифровые обозначения в контексте газетного сообщения.

Предмет исследования – функциональные значения цифровых обозначений в журналистском (газетном) тексте.

В соответствии с поставленной проблемой и определением предмета исследования формулируются цели и задачи диссертационной работы.

Цель работы состоит в том, чтобы исследовать потенциал цифровых обозначений как фактора формирования информационной картины в современном газетном тексте на примере отдельно взятого регионального ежедневного издания.

В рамках реализации поставленной цели предусмотрено решение следующих **задач**:

- выявление многоаспектной природы цифровых обозначений;
- функциональный анализ цифровых обозначений в контексте газетных сообщений; газетного выпуска в целом;
- выявление значения цифровых обозначений как элемента информационной картины мира;
- выявление основных тенденций развития цифрового контента газетного текста.

Теоретико-методологическая база исследования основывается на различных подходах к исследованию журналистского текста (философско-исторический, социокультурный, филологический).

Философско-исторический подход, предполагающий рассмотрение цифр в медиатекстах с точки зрения отражения степени «математизации мира» в диахронном аспекте, нашел свое отражение в трудах Е. В. Ахмадулина, Л. П. Громовой, Б. И. Есина, А. В. Западова, Я. Н. Засурского, М. М. Ковалевой, С. Г. Корконосенко, Е. А. Корнилова, А. П. Короченского, Г. В. Лазутиной, Б. Н. Лозовского, В. Д. Мансуровой, В. Ф. Олешко, Е. П. Прохорова, Л. Г. Свитич, Д. Л. Стровского, В. В. Тулупова, С. К. Шайхитдиновой и др.

⁷ Корконосенко, С. Г. Основы журналистики : учеб. для вузов. М. : Аспект Пресс, 2002. С. 146–147.

⁸ Лозовский, Б. Н. Журналистика : техника безопасности. Изд. 2-е, испр. и доп. Тюмень : Вектор Бук, 2004. С. 8.

⁹ Шостак, М. И. Репортер : профессионализм и этика. М. : Изд-во им. Сабашниковых, 1999. С. 47.

¹⁰ Лозовский, Б. Н. Журналистика : техника безопасности. Изд. 2-е, испр. и доп. Тюмень : Вектор Бук, 2004. С. 8.

Рассматривая работы, отражающие *социокультурный подход* в аспекте «намагниченности символическими смыслами» каждой цифры, восходящей к древнейшим слоям культуры и, тем не менее, не утрачиваемой с течением времени, мы отмечаем важность исследований таких авторов, как М. М. Ковалева, С. Г. Корконосенко, Б. Н. Лозовский, В. А. Сидоров, Д. Л. Стровский, Е. Л. Вартанова, С. М. Гуревич, В. Л. Иваницкий, Б. Н. Киршин, А. Г. Рихтер, А. П. Сергеев, С. Г. Корконосенко, В. Ф. Олешко, Л. Г. Свитич, А. А. Ширяева и др.

Наиболее разработанной ветвью науки о журналистике является *филологическая*, представленная такими разделами, как вопросы языка, стиля, жанров и т. д. Это направление представлено работами целого ряда ученых: Н. А. Богомолова, А. Г. Бочарова, Н. С. Валгиной, В. М. Горохова, Я. Н. Засурского, Ю. В. Казарина, М. Н. Кима, Л. Е. Кройчика, К. М. Накоряковой, Е. И. Пронина, С. И. Сметаниной, Г. Я. Солганика, А. А. Тертычного, Э. В. Чепкиной и др.

Филологический подход мы рассматриваем в аспекте, предполагающем анализ существующих практических рекомендаций по использованию цифровых обозначений в журналистских текстах.

В основе нашего исследования лежит теория текста, предложенная И. Гальпериным, согласно которой под текстом понимается «произведение речетворческого процесса, обладающее завершенностью, объективированное в виде письменного документа, литературно обработанное в соответствии с типом этого документа произведение, состоящее из названия (заголовка) и ряда особых единиц (сверхфразовых единств), объединенных разными типами лексической, грамматической, логической, стилистической связи, имеющее определенную установку»¹¹ (при этом каждый выпуск газеты может рассматриваться как отдельный текст, разбитый на множество самостоятельных «под-текстов»). Вслед за автором мы придерживаемся мнения, что «...тексты можно классифицировать <...> по характеру информации»¹². Учитывая классификацию, предложенную И. Р. Гальпериным, информация может быть содержательно-фактуальной, содержательно-концептуальной, содержательно-подтекстовой¹³.

В контексте нашего исследования оказались востребованными работы в области медиаобразования А. П. Короченского, С. Г. Корконосенко, Г. В. Лазутиной, С. С. Распоповой, И. А. Фатеевой и др.

Что касается основополагающих **методов**, использованных в нашей работе, то можно отметить, что общефилософской базой исследования стал диалектический метод, а также методология междисциплинарного комплексного исследования. На определенных этапах анализа использовались такие общенаучные методы, как абстрагирование, идеализация, формализация, описательный метод. Учитывая многослойную природу изучаемого явления, активно использовались социологические, филологические, журналистские и

¹¹ Гальперин, И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М., 1981. С. 18.

¹² Там же. С. 29.

¹³ Там же. С. 27–28.

исторические методы (метод структурного анализа, метод «медленного чтения», наблюдение и самонаблюдение, комбинированный метод конструирования выборки, метод сплошной выборки, метод контекстного (качественного) анализа текста и т. д.).

Основополагающим при анализе цифрового контента газетных публикаций в нашем исследовании является метод осевого кодирования, состоящий в том, что «данные разделяют, концептуализируют и снова соединяют по-новому. Это центральный процесс, благодаря которому из данных строятся теории»¹⁴.

Классифицируя описанные методы, можно выделить две группы: структурную и коммуникативную. В первом случае исследовательское внимание сосредоточено на самих элементах текста, а во втором – на тех символических значениях, что приобретают эти элементы и текст в целом в момент встречи с воспринимающим сознанием, то есть с аудиторией.

Таким образом, методология исследования многопланова и позволяет достаточно полно выявить специфику изучаемых явлений.

Научная новизна диссертационного исследования состоит в том, что впервые в теории отечественной журналистики предметом комплексного филологического и социокультурного анализа являются цифровые включения в газетном тексте. Новаторским представляется прогнозирование их возможной эволюции как элемента современного газетного сообщения.

Теоретическая и практическая значимость исследования состоит в том, что впервые в отечественной науке выделены и описаны тематические поля цифровых обозначений в журналистском тексте; выявлены некоторые функции цифровых обозначений в тексте; рассмотрены случаи оправданного и неудачного употребления цифровых обозначений в журналистских материалах.

Материалы исследования могут быть использованы при чтении курсов по стилистике и литературному редактированию, по основам творческой деятельности журналиста и в других практико-ориентированных специальных курсах и семинарах. В практической журналистике полученные результаты исследования могут послужить основой при формировании контента газеты. Кроме того, основные положения и выводы работы могут быть востребованы в процессе медиаобразования, под которым в коммуникативистике понимают «овладение не только навыками пользования информационными средствами с соблюдением всех технических и этических правил, но и комплексом научных знаний об истории развития СМИ и их роли в общественно-культурной жизни»¹⁵. Учитывая актуальность и популярность медиаобразования как формы приобщения аудитории к медиаккультуре, сведения о цифровых обозначениях как элементе газетного текста могут использоваться в рамках профессионального и массового видов образования; формального, внеформального и неформального образования в области массмедиа; основного, дополнительного и компенсаторного видов, интегрированного и

¹⁴ Кобрин, Дж. Основы качественного исследования / Дж. Кобрин, А. Страус ; пер. с англ. М., 2007. С. 49.

¹⁵ Землянова, Л. М. Коммуникативистика и средства информации : англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М. : Изд-во Моск. ун-та, 2004. С. 201.

специализированного видов, а также других форм современного медиаобразования¹⁶.

Основные положения, выносимые на защиту:

- 1) в диахронном аспекте прослеживается уплотнение цифрового контента журналистских материалов;
- 2) основными тематическими группами цифровых обозначений в газетных материалах являются «время», «деньги», «нумерация», «люди», «мера»;
- 3) обозначение времени соответствует принципу локализации газетного контента как хроники ближайших событий;
- 4) принципы и способы цифрового обозначения денег дистанцированы от информационной картины мира читателя;
- 5) тенденция округления чисел при обозначении людей создает опасность дегуманизации журналистских материалов;
- 6) благодаря тенденции к нумерованию газета формирует упорядоченную и организованную картину мира человека, одновременно создавая угрозу обезличивания универсума читателя;
- 7) в тематической группе «меры» доминируют цифровые обозначения площади, акцентирующие горизонтальное измерение, соотносимое с жизненным пространством отдельного человека;
- 8) в современных газетных материалах не учитывается символическая нагрузка цифровых обозначений как иконических знаков.

Эмпирической базой исследования послужили выпуски общественно-политической ежедневной областной газеты «Челябинский рабочий» за 2007 год. Фоновым, позволяющим верифицировать полученные данные, – выпуски газеты Петровские «Ведомости» с 1703 по 1727 год¹⁷ и газет рубежа XIX–XX веков («Новости дня», «Московский листок» и др.)¹⁸ Контрольную группу составила выборка федерального издания «Российской газеты». Всего отсмотрено 9752 газетных текста. Газета «Челябинский рабочий» избрана в качестве материала исследования как одно из наиболее успешных региональных изданий в стране, выпускаемое уже более ста лет. В то же время выбор хронологического периода, в течение которого проводился контекстный анализ цифровых обозначений, определен методом обоснованной выборки.

Апробация работы. Материалы исследования прошли апробацию в ходе научно-практических конференций, в том числе международных: «Профессия – журналист: вызовы XXI века» (Москва, факультет журналистики МГУ 5–8 февраля 2007 года); «Философия математики: актуальные проблемы» (Москва, факультет философии МГУ 15–16 июня 2007 года); конференция, посвященная

¹⁶ О видах медиаобразования см.: Фатеева, И. А. Медиаобразование : теоретические основы и опыт реализации: монография. Челябинск : Челяб. гос. ун-т, 2007. С. 34–38.

¹⁷ Использованы материалы электронной коллекции РГБ, созданной в рамках программы «Память России» при финансовой поддержке гранта Президента Российской Федерации. Творческий коллектив проекта: Панфилов М. М. – руководитель проекта, Еремина Л. М. – координатор проекта, Гусева А. А., Фоменко И. Ю. и др.

¹⁸ Использованы материалы сайта «Газетные старости». URL : <http://starosti.ru>.

20-летию высшего журналистского образования на Южном Урале «СМИ. Общество. Образование» (Челябинск, факультет журналистики ГОУ ВПО ЧелГУ, 30 ноября – 2 декабря 2007); Двадцатая международная научно-практическая конференция исследователей журналистики, посвященная 75-летию профессора Л. Е. Кройчика «Проблемы массовой коммуникации» (Воронеж, факультет журналистики ГОУ ВПО «ВГУ», 11–13 мая 2009);

всероссийских: конференции факультета журналистики МГУ (2005, 2006, 2008, 2009); III конференция «Экономические, юридические и социокультурные аспекты развития региона» (Челябинск, НОУ Челябинский институт экономики и права им. М. В. Ладощина, ноябрь 2008);

межвузовских: конференции факультета журналистики Санкт-Петербургского государственного университета «Петербургские чтения» (2005, 2009); VI Межвузовская научно-практическая конференция «Язык и межкультурная коммуникация» (Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский Гуманитарный университет профсоюзов, 23–24 апреля 2009); I, II конференции «Экономические, юридические и социокультурные аспекты развития региона» (Челябинск, НОУ «ЧИЭП им. М. В. Ладощина», март 2007, март 2008); ежегодные научно-практические конференции преподавателей факультета журналистики ЧелГУ (2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009).

Материалы исследования использовались при обучении главных редакторов городских и районных газет Челябинской области на семинарах «Критерии успешности региональной (местной) газеты», 2007 г., и «Критерии качества журналистского текста: традиции и новый взгляд», 2008 г.

Структура диссертационной работы включает введение, две главы (включающих 5 и 6 параграфов соответственно), заключение, библиографический список использованной литературы, представленный 326 наименованиями. Диссертация занимает 184 страницы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность темы исследования, теоретическая и практическая значимость работы, дается характеристика степени изученности проблемы, определяется объект и предмет исследования, устанавливаются цели и задачи диссертации, освещается методология и эмпирическая база исследования. Здесь же указывается научная новизна и положения, выносимые на защиту.

В первой главе – **«Теоретические аспекты цифрового контента в журналистике»** – цифровые включения в медиатекстах рассматриваются с позиций трех магистральных подходов, обозначенных в теоретико-методологической базе (философско-исторического, социокультурного, филологического или практико-стилистического); формулируются основные направления изучения цифрового контента газетных публикаций. В контексте диахронного анализа выявляется динамика «математизации» информационной картины мира, состоящая в уплотнении цифрового контента газетных материалов по мере приближения к современной «информационной» эпохе. Также описывается методика осевого кодирования, лежащая в основе нашего

исследования; определяются ключевые тематические группы цифровых обозначений (время, деньги, нумерация, люди, мера).

В параграфе 1.1. **«Философия чисел (философско-исторический подход)»** показано, как в процессе исторического развития науки отражена динамика представлений о числе. При этом отчетливо вырисовываются два основных направления постижения философии чисел. С одной стороны, это строго научная рефлексия, связанная с проблемой математического абстрагирования и вопросами эпистемологии математического знания. С другой – так называемая «магия чисел», то есть крупные отрасли оккультных и подобных им систем знания, имеющие древнейшие корни и новейшие модификации. В параграфе рассматриваются оба этих направления, т. к. «...в свете современной научной парадигмы кажется в высшей степени интересным проследить развитие философских идей <...>, в том числе и идей мифологических»¹⁹. Дается исторический обзор этапов эволюции представлений о числе, начиная с учения Пифагора и его осмысления в античной философии (Платон, Аристотель) и позднейших философских системах (Н. Кузанского, Р. Декарта, Г. В. Лейбница и др.) вплоть до современности (В. Гейзенберг, А. Ф. Лосев, Э. Кассирер, И. М. Яглом и др.).

В ходе обзора выявлено, что с философской точки зрения сам знак числа (цифровое обозначение) имеет не только поверхностно утилитарный смысл (фиксирование результатов исчисления), но и глубинный ментальный, сакральный, зачастую «стертый», растворенный в быту. На основании проанализированных точек зрения делается вывод о том, что цифровое обозначение числа, имеющее древнейшую историю и нагруженное сакральными смыслами, обладает особым потенциалом воздействия на воспринимающее сознание.

В параграфе 1.2. **«Социокультурные аспекты цифровых обозначений (социокультурный подход)»** показано, что с социокультурной точки зрения цифровое обозначение выступает в сложной роли символа, организующего специфические поведенческие (скрыто ритуальные) реакции людей. Внимание к наиболее значимым в архаических моделях объяснения мира цифрам подтверждает мысль о наличии у цифровых обозначений дополнительного потенциала воздействия на воспринимающее сознание, в том числе в силу их иконической природы, которая объясняется, по мнению известного теоретика масс-медиа Г. М. Маклюэна, тем, что «число имеет, по-видимому, как слуховой и повторяющийся резонанс, так и тактильное измерение. Именно этим качеством числа объясняется его способность создавать эффект иконы, или сжатого инклюзивного образа»²⁰.

Иконическое изображение числа обретает особый вес и смысл в контексте журналистского произведения, становится своеобразным маркером текста, неизбежно влияющим на восприятие.

¹⁹ Свитич, Л. Г. Феномен журнализма / под ред. проф. Я. Н. Засурского. М. : Фак. журналистики МГУ, 2000. С. 24.

²⁰ Маклюэн, Г. М. Понимание Медиа : внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева ; заключ. ст. М. Вавилова. 2-е изд. М. : Гиперборея ; Кучково поле, 2007. С. 123–124.

В данном параграфе как результат анализа применения цифрового контента в журналистской практике отмечается необходимость обучения журналистов приемам применения цифровых обозначений в силу их социальной значимости и высокого потенциала воздействия на массовую аудиторию.

В параграфе 1.3. «**Цифра как форма факта в теории журналистского текста (практико-стилистический подход)**» цифровой контент журналистского текста рассматривается в рамках стилистической уместности, выявляются основные позиции использования журналистами цифровых обозначений.

Во-первых, отмечается, что четкие количественные показатели придают сообщению фактическую точность и достоверность и способствуют эффективной реализации информационной функции СМИ.

Во-вторых, указывается, что при обработке цифровых данных журналистами необходимо учитывать особенности восприятия подобной информации читателем и стараться грамотно поддерживать равновесие между цифрой и словом. Авторы работ на эту тему (например, Н. Бондарчук, К. Накорякова, А. Тертычный и др.) называют основные способы: пересчет в процентах; сравнение; образная расшифровка через сравнение; пояснение.

В-третьих, рассматривается экспрессивно-эмоциональная функция использования цифр в журналистских текстах. В этой связи цифровые обозначения выступают как средство воздействия на читателя в качестве сильнейшего «раздражителя внимания». «Не случайно цифры так часто включают в заголовочные элементы публикаций – собственно заголовки, начальные фразы, выделенные шрифтом, лид. “Оптический эффект” цифры хорошо известен составителям рекламных текстов»²¹.

Подчеркивается, что цифровое обозначение становится экспрессивным именно в рамках журналистского текста, не обладая таковым, например, в рамках статистического отчета.

В-четвертых, отмечается еще одна особенность включения цифровых обозначений в современный журналистский текст – это игровой принцип. Игра может строиться на смене единиц измерения, использовании заведомо гиперболических значений, иронизировании и т. п. Игровой принцип является, с одной стороны, основой современного мировосприятия, по сути своей постмодернистского, но с другой стороны, примеры таких игровых включений мы можем найти и в истории отечественной журналистики.

Рассматривая ситуацию цифровых включений в современный журналистский текст, следует отметить, что контекстуальный характер цифрового обозначения заставляет учитывать фактор визуализации информации на газетной полосе. Данное свойство положено в основу такого актуального медиа-тренда как инфографика.

²¹ Накорякова, К. М. Цифра в публицистическом тексте. URL : <http://www.lenizdat.ru/a0/ru/pm1/c-1026911-0.html#3>.

Таким образом, цифровое обозначение является сложной органичной частью газетного сообщения, имеет свою собственную поэтику, нагруженность дополнительными значениями, подчиняется законам эстетики и т. п. Все это позволяет выявить ряд направлений анализа цифровых включений в газетный текст: подсчет *частотности* использования материалов с числовыми включениями против количества материалов без таковых включений; определение *фильтров исчисления* через выявление лидеров номинаций (что именно исчисляется в журналистском тексте в первую очередь); анализ *качества (порядка) избираемых чисел*; формулирование *основных принципов описания картины мира посредством чисел* с помощью бинарных оппозиций (цельность / дискретность, центростремительность / центробежность, исчисляемость / неисчисляемость, хаотичность / упорядоченность, нумерование / именование и т. п.).

В параграфе 1.4. «Динамика “математизации” информационной картины мира» конкретизируются понятия «картина мира» и «информационная картина мира». Прослеживается трансформация информационной картины мира, выраженной в цифровых обозначениях, со времен новгородских берестяных грамот начала XI века до сегодняшнего дня. При этом обзорно рассматриваются изменения функционирования цифровых обозначений в печатных СМИ переходных эпох (Петровские «Ведомости», издания рубежа XIX–XX веков).

По результатам проведенного обзора делаются выводы о том, что

1) в силу постепенного увеличения количества газет и обострения «борьбы за читателя» точность информации конвертируется в число подписчиков, и как следствие повышается количество цифровых обозначений; 2) другой причиной появления числового материала на страницах печатных изданий стала информационная компрессия. Если петровские «Ведомости» сообщали о двух-трех десятках происшествий, то 200 лет спустя события переполняли газетную полосу, а еще через сто лет появилось выражение «информационная революция»; 3) начиная с рубежа XIX–XX веков набирает силу процесс «дегуманизации» общекультурного пространства (обозначенный еще Х. Ортегой-и-Гассетом). Человеческое сознание становится все более прагматичным, и это приводит к повышенному интересу к исчисленной картине мира.

В параграфе 1.5 «Объекты исчисления в современном газетном тексте: принципы исследования» предложено обоснование метода исследования (осевое кодирование). В основу этого метода положена так называемая «обоснованная теория»²², связанная с проверкой качественных данных, полученных в конкретных условиях, например, не структурированных данных интервью, включенного наблюдения и архивных исследований. Обоснованная теория рассчитана на широкий спектр применения, прежде всего, в социологии, антропологии, философии. Тем не менее разработанные позднее на основе этой теории методики оказались вполне приложимы к большим массивам данных и,

²² Как специальное понятие термин был введен социологами Гласером и Строссом (B. Glaser, A. Strauss, 1967).

в том числе, явились своеобразным развитием и совершенствованием известного метода контент-анализа. Наиболее значимой в этой связи представляется общая схема проведения исследования, предложенная Н. Пиджиным и К. Хенвудом²³, согласно которой выделяется четыре исследовательских этапа. 1) подготовка данных, включающая сбор и фиксацию материала; 2) первичный анализ данных, включающий в себя их кодирование²⁴; 3) ядерный анализ, предполагающий установление связей между кодами; 4) результат, состоящий в обобщении данных и выделении категорий.

На первом этапе нами осуществлена подборка материалов газетных публикаций. Выборка носила хронологический характер: были выбраны, во-первых, газеты, открывавшие историю отечественной журналистики, во-вторых, образцы «развитой» российской журналистики рубежа XIX–XX веков. Перечисленный материал выполнял функцию фонового. В качестве основного материала выступала годовая выборка региональной ежедневной общественно-политической газеты «Челябинский рабочий». Газета, отметившая в 2008 году свой столетний юбилей, отличается стабильностью, склонностью к постоянному поиску в оформлении и содержании при сохранении лучших традиций отечественного газетного журнализма. Для анализа был выбран 2007 год. Основные критерии выбора периода:

- 1) отсутствие крупных потрясений в течение года (докризисный период);
- 2) общая политическая стабильность избранного периода (отсутствие каких-либо крупных внутривнутриполитических изменений);
- 3) экономически благоприятная ситуация (время широкого кредитования населения, еще не перешедшего в кредитный предкризисный бум 2008 года);
- 4) обращение к привычному циклу (год), который во многом организует социальные практики населения;
- 5) стабильность общего дизайна и оформления газеты, а также числа подписчиков и ее репутации в регионе.

Опираясь на методику «конструирования недели»²⁵, разработанную американскими исследователями Р. Джоунсом и Р. Картером, нами была выбрана целенаправленная квота отбора номеров – рубежные показатели: из каждой ежемесячной подшивки мы выбрали по два номера (начало и середину месяца) с целью получить пошаговый срез всей годовой подписки, фиксирующий именно «среднестатистические», «обычные» дни. Тем самым обеспечивалась достоверность исследования. В свою очередь отобранные 24 номера были подвергнуты методу сплошной выборки с целью учета всех случаев использования цифровых обозначений на газетной полосе.

²³ Pidgeon, N. Using grounded theory in psychological research. С. 257. См. также: Янчук, В. А. Методология, теория и метод в современной социальной психологии и персонологии : интегративно-эклетицистский подход. Минск : Бестпринт, 2000. URL: <http://www.academy.edu.by/details/personnels/yanchuk/Instr/Grounded%20theory.html>.

²⁴ Более подробно о методике кодирования см.: Каныгин, Г. В. Разработка контекстно-ориентированных методов анализа качественных данных в социологии управления : автореф. дис. ... д-ра социол. наук. СПб., 2009. С. 21–22.

²⁵ См.: Федотова, Л. Н. Анализ содержания – социологический метод изучения СМИ. М. : Ин-т социологии РАН, 2001. С. 150.

На этапе первичного анализа данных было проведено кодирование цифровых обозначений, включающее в себя три этапа: открытое (определение тематического кода каждого цифрового включения, т. е. выделение так называемых «субкатегорий» – вес, дата, количество людей, количество преступлений и т. д.); осевое (установление качественных связей между всеми этими разнородными кодами и объединение «субкатегорий» в более крупные «категории» – время, деньги, нумерация, люди, мера); избирательное (анализ полученных результатов – интерпретация результатов и описание каждой тематической группы).

Вторая глава **«Анализ газетных текстов, маркированных цифровыми обозначениями»** дает подробный анализ тематических групп, выявленных в первой главе нашей работы, прослеживаются основные тенденции включения цифровых обозначений в журналистский текст регионального издания в сопоставлении с газетой федерального масштаба.

В параграфе 2.1. **«Цифровые обозначения времени в газетном тексте»** проводится анализ тематической группы «время», в которую включается все, что связано с хронологической разметкой: указание дат, периодов времени, возраста людей, годовщин и т. п. Количественный анализ показывает, что от всех цифровых обозначений временные занимают в «Челябинском рабочем» около 28 %. Это свидетельствует о том, что данная тематическая группа является лидером в ряду выявленных тематических кодов, что соответствует реализации одной из основных функций СМИ (информационной).

Внутри отмеченной тематической группы, в свою очередь, выделяются две главные подгруппы временных обозначений – это обозначение дат и возраста человека, при этом годовое измерение превалирует. Это означает, что в газете высока частотность упоминания лет с различным охватом временного периода. С этой точки зрения такая разметка представляется значимой: ее анализ помогает понять временные параметры информационной картины мира, создаваемой газетой.

В годовом измерении газеты «Челябинский рабочий» лидирует круг упоминаний ближайших лет (2004–2009 гг.). Фактически газета демонстрирует обращенность в так называемое недалекое прошлое – и не стремится обратиться к более давнему времени, к истокам событий.

Второе место по частотности внутри группы «время» – у обозначения возраста (человека, предприятия, явления). При этом обозначение возраста человека превалирует, т. к. оно имеет функцию привлечения эмпатии к тому, о чем повествуется в сообщении (неизбежно в читательском сознании возникают отсылки к собственному возрасту и возрасту самых близких людей, что приводит к эмпатическому переносу и делает восприятие сообщения личностным). Отмечается, что особенно часто возраст включается в текст при обозначении лиц преклонного возраста и маленьких детей, поскольку это две категории людей, вызывающие наибольшее сочувствие своей беспомощностью в окружающем мире. Кроме того, обращается внимание на такую функцию возрастных числовых включений, как «возраст достижений». Здесь возраст, когда человек «взваливает» на себя ту или иную ношу, «работает» так же, как и

в случае создания эмпатии к судьбе «чужого» человека.

Возраст есть именно «персонификация» материалов о людях. Результаты сопоставительного анализа данных по ЧР и РГ²⁶ показывают, что в региональной газете эта персонификация представлена чаще, чем в центральной.

Таким образом, проведенный анализ цифровых включений в тематической группе «время» выявил, что хронометраж позволяет постоянно актуализировать принцип «здесь и сейчас» и воздействовать на сознание реципиентов подобно «циферблату», отсчитывающему минуты, хранящему память о «недавнем прошлом» и актуализирующем «недалекое будущее». Тем самым – в отличие от исторической хронологии – газета формирует временной масштаб, соизмеримый с жизнью «обычного человека».

В параграфе 2.2. **«Обозначение денег посредством цифровых обозначений»** отмечается, что второе место в общем рейтинге качественного анализа цифровых обозначений занимает исчисление денег. Исчисление рублями различных сторон жизни является одним из проявлений так называемой «экономической психологии»²⁷.

Если отражение времени – «родовая» черта ежедневной газеты, то деньги оказываются в верхних строках рейтинга по другим причинам, связанным с интеграцией России в пространство мировой рыночной экономики.

Включение в текст газеты цифровых обозначений различных сумм, а также процентного исчисления этих сумм, позволяющего сопоставить расходы и доходы в разные периоды времени или по другим основаниям, может рассматриваться как знак общей коммерциализации информационной повестки дня. При этом сообщений о кражах и убытках в четыре раза меньше, чем сообщений о росте доходов, поступлениях в бюджет или бюджетных выплатах. Рублевые цифровые обозначения проводят границу между миром «больших денег» (например, налоговыми миллиардами, отчисляемыми ММК (Магнитогорским металлургическим комбинатом. – *Прим. авт.*) в областной бюджет) и миром копеечных доходов (размер пенсии героя одного из очерков журналиста ЧР Михаила Фототова). Тем не менее, следует заметить, что граница эта неявная, и газетные цифровые измерения денежных сумм, скорее, говорят о благополучии.

На рассмотренных в параграфе примерах показано, что исчислению денег в газетном тексте должна придаваться большая конкретность, иначе эта информация превращается в экономическую абстракцию за которой не видна реальная действительность.

Отмечается также постепенное увеличение плотности публикаций с включением «валютных» цифровых обозначений: они составляют 12 % от числа всех цифровых обозначений денег. Чаще всего это касается информации о зарубежных событиях (например, краже бочек пива в Дублине, повышении зарплаты зрителей Лувра и т. п.). Но все же встречаются случаи, когда

²⁶ Здесь и далее по тексту: ЧР – «Челябинский рабочий», РГ – «Российская газета».

²⁷ См.: Дейнека, О. С. Экономическая психология в российской политике переходного периода : дис. ... д-ра психол. наук. СПб., 1999. С. 7.

обозначение цены в евро привлекает повышенное внимание к «местному» материалу.

В диахронном аспекте прослеживается увеличение числа денежных включений в газетный текст, в сравнении с изданиями рубежа XIX–XX вв., что обусловлено направлением развития современного российского общества. Однако тенденции, обнаруженные при анализе цифровых обозначений данной группы, позволяют судить о невнимании журналистов к побочным эффектам воздействия, возникающим при восприятии этого материала. Огромные числа, используемые в публикациях, находятся за порогом соотнесения с масштабом обычной жизни и в силу этого их точность не работает, теряясь на уровне ощущения «много».

На уровне сопоставления данных региональной и федеральной газет отмеченное противоречие становится более явным. На наш взгляд, это связано с самим предназначением федеральной газеты, ориентированной скорее не на рядового читателя, а на руководителя соответствующего уровня, чиновника, бизнесмена – несмотря на то, что сама концепция центральных изданий такого типа нацелена на охват большой «рядовой» аудитории.

Параграф 2.3. **«Нумерация объектов как способ освоения социального пространства»** посвящен третьей по частотности категории цифровых обозначений в журналистском тексте – указанию номеров тех или иных объектов. Высокая частотность нумерования представляется важным элементом общей характеристики современного менталитета, и СМИ вносят свой вклад в ее закрепление. В социокультурной практике нумерация объектов окружающего мира противопоставлена номинации (именованию предметов) как средство упорядочивания действительности. Нумерация делает мир более стройным, номинация – более человечным. Тем не менее вся жизнь человека вообще размерена нумеративным принципом, и газетные публикации поддерживают этот принцип, многократно упоминая различные номера на своих страницах. Пронумерованы дома и квартиры, детские сады, школы, предприятия и т. д. Пронумерованный мир вокруг человека стабилен и безопасен, он освоен и привычен, так что на нумеративный принцип мы можем смотреть как на механизм социальной адаптации.

Особое место занимает нумерация статей в упоминаниях различных нормативных документов. Этот тип нумерации имеет аналогично предыдущему упорядочивающий потенциал и характеризуется стремлением упорядочить повседневную общественную практику, предусмотреть самые неожиданные ее проявления и внести их в реестры разного рода. Упоминание в газете номеров статей создает ощущение общей упорядоченности жизни, где на уровне законодательных и других норморегулирующих актов «все учтено».

Делается вывод о том, что нумеративный принцип оказывается чрезвычайно значимым, т. к. номер позволяет дать однозначное представление о том или ином «коллективном субъекте» действия (например, о спортивной школе, больнице и т. п.). В то же время нумерация неизбежно делает пространство «казенным». Мир оказывается расчислен во времени и пространстве. Газета «разлиновывает» мир города и области: действия

совершают не отдельные люди (персоны), но именно «коллективные субъекты», имеющие порядковый номер вместо собственного имени. Что касается «индивидуального нумерования», то оно не распространяется далее замены имени на номер в безобидных формулировках типа «ученица 10-го класса». Здесь нет опасений, что все люди скоро станут «людьми-номераами», однако общая практика идентификации всех объектов через нумерацию (как, например, «инвентаризация»), все прочнее завоевывает свои позиции.

Параграф 2.4. «**Исчисление людей**» касается такой тематической группы цифровых включений, как категория «люди», которая приобретает особую значимость в виду тенденции современных СМИ к гуманизации, т. е. к ориентации газеты на конкретного человека.

Анализ цифрового контента, связанного с обозначением людей, помогает установить следующие закономерности: чаще всего в региональном газетном тексте создается определенный баланс между обозначениями большого и «точечного» количества людей.

Диссертант отмечает, что в журналистской практике необходимо обдуманно относиться к обозначениям людей в числовом эквиваленте, поскольку за каждой цифрой скрывается конкретная человеческая судьба, а поэтому округления при исчислении людей негативно сказываются на читательском восприятии. Введение в текст «некруглых» чисел создает эффект значимости каждого отдельно взятого человека. При обозначении людей очень важным оказывается психологический фактор: крупные числа не поддаются мгновенному осмыслению и оперированию, а малые воспринимаются как нечто более близкое и понятное. На конкретных примерах демонстрируется «работа» и скрытые механизмы воздействия текстов, наполненных цифровыми обозначениями.

При сопоставлении данных по ЧР и РГ, получено подтверждение тезиса о том, что региональная газета, в противоположность федеральной, – в большей степени «издание с человеческим лицом». «Российская газета» использует округление в 89,3 % всех случаев исчисления людей. Это означает, что для центрального издания люди – это именно «крупный массив», здесь нет персонифицирования «человеческого материала», поскольку «персонификацию информации следует рассматривать с позиции наличия в материале конкретных людей»²⁸. Во всей выборке нам не встретилось очень точного подсчета количества людей в случаях, когда цифровое обозначение «переваливало» через сотню. Точные цифровые обозначения встречались только при указании на число жертв или голосов во время голосования.

В заключение параграфа делается вывод о наличии в региональном издании баланса между большими и малыми числами, случаями округления и неточного исчисления, случаями чрезвычайно точного подсчета и скрытой негативной статистики. Полученные результаты позволяют предположить о недостаточном внедрении в практику журналистской деятельности знания об

²⁸ Стровский, Д. Л. Социальная значимость информации как фактор доверия к журналистике // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. Вып. 19. 2006. № 40. С. 83.

основных эффектах воздействия цифровой информации.

Параграф 2.5. **«Мера как способ освоения пространства»** касается измерения внешних параметров различных предметов и объектов, что имеет важное значение в общей организации жизни. В рамках газетных сообщений цифровые обозначения меры становятся мониторингом «измеренного бытия».

Наиболее частотными в этой группе оказались цифровые обозначения площади. Внутри этого сегмента выделяются две подгруппы – площадь помещений и земля. Доминирование измерения площади эксплицирует «горизонтальное» измерение пространства, что связано с особенностями ментальности и принципами его освоения («вширь», а не «ввысь»), и в тоже время выражается в таком значимом эквиваленте как жизненное пространство («квартирный вопрос»). Квадратные метры расцениваются как эквивалент символических значений: качества жизни, обеспеченности, удачливости и успешности.

Вторая по частотности группа в категории меры – расстояние. Измерение пространства в длину рассматривается как частный случай «горизонтальной разметки» и освоения мира «вширь». Расстояние показано чаще всего как преграда, препятствие. В региональной газете нам не встретились случаи обозначения огромных расстояний и указания на огромные пространства: мир области уютен и компактен.

Кроме уже названных подгрупп категории «мера» констатируется также измерение хозяйственной деятельности человека, как индустриальной, так и аграрной. Отмечается, что в ЧР информация о сельскохозяйственных событиях маркируется цифровыми обозначениями чаще, чем промышленная, хотя традиционно Челябинская область воспринимается как промышленный регион. Это можно объяснить тем, что на подсознательном уровне сельскохозяйственная тематика связана с естественными потребностями человека (с потребностью в пище) в отличие от промышленной тематики.

Таким образом подчеркивается, что цифровые обозначения меры связаны с особенностями пространственной ориентации человека в окружающей действительности, они символизируют собой своеобразное «рассматривание» мира, его взвешивание, ощупывание, исследование – отражающееся на газетной полосе в виде числовых данных, выраженных цифрами.

В параграфе 2.6. **«Цифровое дробление» информационной картины мира в региональной газете»** рассматриваются другие разновидности цифровых включений, не вошедшие в основные тематические группы. Многочисленность таких включений свидетельствует о «дроблении» и «дифференциации» информационной картины мира. В данном параграфе делается попытка усмотреть некоторые закономерности в отборе объектов исчисления, не имеющих высокой частотности. При всей тематической разбросанности нечастотных цифровых обозначений принцип осевого кодирования позволяет произвести некоторую избирательную выборку. Выявлено распадение исчисленных объектов на четыре большие группы: природа, техника, предметы быта, человеческая деятельность. Философский аспект подобных исчислений показывает, что наиболее основательно человек

исследует себя самого и все, что связано с его ежедневной деятельностью. Исчисленный мир вокруг человека в региональной газете приближен к нему, сведен к каталогу востребованных в ежедневной практике предметов, явлений; а экзотизмы появляются как некое исключение из общего правила.

Исчисление мира строится по принципу освоения и присвоения его объектов и явлений, поэтому может рассматриваться как адаптивная реакция человека на окружающее пространство.

В **Заключении** подводятся итоги исследования, обобщаются основные выводы, полученные в ходе работы, даются рекомендации практикующим журналистам и студентам факультетов журналистики по использованию цифрового контента в журналистских материалах, а также определяются перспективы дальнейшей работы.

Содержание диссертации отражено в следующих работах:

Статьи, опубликованные в ведущем рецензируемом научном журнале, определенном ВАК:

1. Симакова, С. И. Цифровые обозначения на газетной полосе : контекстный анализ [Текст] / С. И. Симакова // Вестн. Челяб. гос. ун-та. – 2009. – Вып. 31. – № 13 (151). – С. 112–115.

2. Симакова, С. И. Интерпретация цифровых обозначений времени в газетном тексте (время как число) [Текст] / С. И. Симакова // Вестн. Челяб. гос. ун-та. – 2009. – Вып. 36. – № 34 (172). – С. 106–110.

Коллективная монография:

3. Симакова, С. И. Значение математического образования в аспекте общечеловеческой культуры [Текст] / С. И. Симакова // Интеграция научных дисциплин в журналистском образовании : монография / [Л. Г. Александров и др.] ; под ред. М. В. Загидуллиной, И. А. Фатеевой. – Челябинск : Челяб. гос. ун-т, 2007. – (Современное медиаобразование / отв. ред. М. В. Загидуллина) – С. 203–222.

Публикации в других изданиях:

4. Симакова, С. И. Самореализация студентов-журналистов при изучении негуманитарных дисциплин [Текст] / С. И. Симакова // Вестн. Челяб. гос. ун-та. Сер. 11. Журналистика. – 2005. – № 1 (2). – С. 24–28.

5. Симакова, С. И. Развитие личностного потенциала студентов-журналистов при изучении математики [Текст] / С. И. Симакова // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения : тез. межвуз. науч.-практ. конф. / под ред. В. И. Конькова. – СПб. : Роза мира, 2005. – С. 56–57.

6. Симакова, С. И. Нужно ли обучение математике студентам-журналистам? [Текст] / С. И. Симакова // Профессия – журналист : вызовы XXI века : сб. материалов междунар. науч. конф. «Журналистика 2006». – М. : Фак. журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2007. – С. 106–107.

7. Симакова, С. И. Роль математического знания в становлении личности гуманитария [Текст] / С. И. Симакова // Экономические, юридические и социокультурные аспекты развития регионов : сб. науч. тр. / под ред. В. Н. Ни.

– Челябинск : Челяб. ин-т экономики и права им. М. В. Лadoшина, 2007. – С. 50–57.

8. Симакова, С. И. Культурологический аспект как основа преподавания математики при развитии личностного потенциала (на примере студентов факультета журналистики Челябинского государственного университета) [Текст] / С. И. Симакова // Знак : проблемное поле медиаобразования : науч. журн. – Челябинск, 2007. – № 1 (1). – С. 10–20.

9. Симакова, С. И. Философская составляющая математического образования (на примере курса для студентов-журналистов Челябинского госуниверситета) [Текст] / С. И. Симакова // СМИ – Общество – Образование : модели взаимодействия : материалы междунар. науч.-практ. конф., посв. 20-летию высш. журналист. образования на Юж. Урале (Челябинск, 30 ноября–2 декабря 2007 г.) : в 2 ч. / отв. ред. И. А. Фатеева. – Челябинск : Челяб. гос. ун-т, 2007. – Ч. 2. – С. 99–108.

10. Симакова, С. И. Быть или не быть математике при подготовке журналистов? [Текст] / С. И. Симакова // Журналистика в 2007 году : СМИ в условиях глобальной трансформации социальной среды : сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф. – М. : Фак. журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2008. – С. 78–79.

11. Симакова, С. И. Развитие понятия «число» в контексте развития культуры [Текст] / С. И. Симакова // Экономические, юридические и социокультурные аспекты развития регионов : сб. науч. тр. : в 2 ч. / под ред. В. Н. Ни. – Челябинск : Челяб. ин-т экономики и права им. М. В. Лadoшина, 2008. – Ч. 2 : Социокультурное и коммуникативное пространство региона. – С. 273–281.

12. Симакова, С. И. Магия числа [Текст] / С. И. Симакова // Экономические, юридические и социокультурные аспекты развития регионов : сб. науч. тр. : в 2 ч. / под ред. В. Н. Ни. – Челябинск : Челяб. ин-т экономики и права им. М. В. Лadoшина, 2008. – Ч. 2 : Вопросы развития социокультурного и коммуникативного пространства регионов. – С. 66–75.

13. Симакова, С. И. Математика как культурное явление [Текст] / С. И. Симакова // Альманах современной науки и образования : исторические науки, философские науки, искусствоведение, культурология, политические науки, юридические науки и методика их преподавания : в 2 ч. – Ч. 2. – Тамбов : Грамота, 2008. – № 6 (13). – С. 172–173.

14. Симакова, С. И. Цифровые обозначения в журналистском тексте в аспекте теории психологических эффектов средств массовой информации [Текст] / С. И. Симакова // Изв. высш. учеб. заведений. Урал. регион. – Челябинск : ИзЛит, 2009. – № 1. – С. 59–63.

15. Симакова, С. И. Динамика «математизации» информационной картины мира [Текст] / С. И. Симакова // Челяб. гуманитарий. – Челябинск, 2009. – № 2 (8). – С. 43–50.

16. Симакова, С. И. Цифра как форма факта в теории журналистского текста (практико-стилистический подход) [Текст] / С. И. Симакова //

Медиасреда-2009 : альм. фак. журналистики ЧелГУ. – Челябинск, 2009. – С. 87–90.

17. Симакова, С. И. Нумерация в контексте газетных сообщений : освоение социального пространства [Текст] / С. И. Симакова // Знак : проблемное поле медиаобразования : науч. журн. – Челябинск, 2009. – № 1 (3). – С. 85–88.

18. Симакова, С. И. Цифровые обозначения возраста в газетном тексте (один из аспектов интерпретации цифровых обозначений) [Текст] / С. И. Симакова // *Lingua mobilis* : науч. журн. – Челябинск, 2009. – № 4 (18). – С. 68–73.

19. Симакова, С. И. О чем «говорят» цифры на газетной полосе? (на примере изданий «Челябинский рабочий» и «Российская газета») [Текст] / С. И. Симакова // Социокультурные аспекты развития регионов : сб. науч. тр. – Челябинск : Челяб. ин-т экономики и права им. М. В. Ладощина, 2009. – С. 178–180.

20. Симакова, С. И. Креолизованный текст и цифровые обозначения в печатных СМИ [Текст] / С. И. Симакова // Язык и межкультурная коммуникация : материалы VI науч.-практ. конф. (Санкт-Петербург, 23–24 апр. 2009 г.). – СПб. : Изд-во СПбГУ, 2009. – С. 107–108.

21. Симакова, С. И. Цифровые обозначения в журналистском тексте [Текст] / С. И. Симакова // Коммуникация в современном мире : материалы Всерос. науч.-практ. конф. «Проблемы массовой коммуникации» (Воронеж, 11–13 мая 2009 г.) : в 2 ч. / под общ. ред. проф. В. В. Тулупова. – Воронеж : Фак. журналистики ВГУ, 2009. – Ч. 2. – С. 75–77.

Подписано в печать 10.11.09
Бумага офсетная. Формат 60X84 ¹/₁₆
Гарнитура Таймс. Усл.печ.л. 1,5. Уч.-изд.л.0,86.
Тираж 100 экз. Заказ № 1129

Издательство ООО «Энциклопедия»
454084, Челябинск, пр.Победы, 160

Отпечатано в типографии «Два комсомольца» с готового макета
454000, Челябинск, Комсомольский проспект, 2.

