

так и с взрослыми людьми; умение построить диалоги и правильно задавать вопросы – получить нужную информацию.

Детская фантазия не имеет границ, и крайне важно, чтобы у каждого ребенка имелась возможность примерить на себя разные профессии, разные роли. Период проб в становлении и самоопределении ребенка – это, вероятно, основной определяющий момент в выборе будущего. Кроме того, пресс-центр – это площадка для развития литературных способностей личности, реализации творческого потенциала школьников. И даже если ребенок не выберет журналистику своей профессией, данный опыт даст ему преимущество в среде абитуриентов, расширит его знания в социальной сфере и поможет найти себе занятие по талантам и по душе.

УДК 070.1:124.5 + 004.032.6:008

Вольская Н. Н.
Московский государственный университет

ПРОБЛЕМА ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТИРОВ В СМИ

Аннотация: Сегодня в сфере СМИ остро стоит очень важный вопрос не только для журналистики, но и для всего российского общества – вопрос ценностных ориентиров. Понятие духовности как «ценности высшего ранга, аккумулирующей в себе все “царство ценностей” Вселенной» становится одним из наиболее востребованных в новейшее время.

Ключевые слова: *ценность, ценностные ориентиры, духовность, медиасфера, СМИ.*

Volskaya N. N.

THE PROBLEM OF VALUES IN THE MEDIA

Abstract: Today a very important issue not only for journalism, but also for the entire Russian society – the issue of value orientations-is acute in the media sphere. The concept of spirituality as «the value of the highest rank, accumulating all the» Kingdom of values» of the Universe» is becoming one of the most popular in modern times.

Keywords: *value, value orientations, spirituality, media sphere, mass media.*

Сегодня в сфере СМИ остро стоит очень важный вопрос не только для журналистики, но и для всего российского общества – вопрос ценностных ориентиров. В «Большом энциклопедическом словаре» слово «ценность» толкуется как «положительная или отрицательная значимость объектов окружающего мира для человека, социальной группы, общества в целом, определяемая не их свойствами самими по себе, а их вовлеченностью в сферу человеческой жизнедеятельности, интересов и потребностей, социальных отношений; критерии и способы оценки этой значимости, выраженные в нравственных принципах и нормах, идеалах, установках, целях. Различают материальные, общественно-политические и духовные ценности; положительные и отрицательные ценности» [1, с. 1023].

Говоря о ценностных ориентирах, следует выделить такие духовные ценности, как справедливость, милосердие, здоровье, чуткость, самосовершенствование, любовь, красоту, активно-деятельную жизнь, мудрость, знания, честность, дружбу, смелость, ответственность, труд, творчество, свободу. Сам феномен духовности в контексте реалий текущего момента, с его диффузностью ориентиров, обнаруживает трудноуловимую природу духовности, пронизывающей все ценностное пространство современного социума. Понятие духовности как «ценности высшего ранга, аккумулирующей в себе все “царство ценностей” Вселенной» [2, с. 30] становится одним из наиболее востребованных в новейшее время в исследованиях по философии и культурологии, т. к. возникновение интереса к «вечным проблемам» совпадает с кризисными моментами развития общества и инициируется обострением социальной потребности в человеке духовном. Выявляются все новые грани духовности в стремительно меняющемся социокультурном пространстве России, при этом отчетливо звучит мысль о том, что радикальные трансформации общества становятся причиной становления новой системы смыслов и ценностей бытия, перечеркивающей старую. Сегодня мы являемся свидетелями конфликта полярных ценностей, который может завершиться непредсказуемым результатом [3]. В соответствии с этими тенденциями в медиалогии актуализировалась проблема духовно-ценностного измерения журналистики, продуцирующей и репродуцирующей ценности. Таким образом, медиасфера стала своеобразным полем боевых действий, на котором ломаются копыя вокруг острого и очень важного для современного общества – общества переходного периода – и для самой журналистики вопроса ценностных ориентиров.

Что касается смыслового наполнения духовности, то оно до сих пор остается неизученным и, следовательно, неопианным. Анализ медиатекстов под этим углом зрения становится надежным универсальным методом исследования массовой коммуникации, а акцент на поиске именно духовно-ценностных смыслов медиаккультуры обеспечит анализу медиатекста направление в семантическое поле культуры. Такой вектор анализу медиатекста сможет обеспечить методология лингвокультурологии, с ее ориентацией на моделирование ценностно-смыслового пространства языка. Отсюда логически вытекает необходимость рассматривать духовно-ценностный контент массмедиа с помощью методологии лингвокультурологии, в частности – концептосферы «духовность», репрезентантом которой и являются медиатексты. Это позволит, во-первых, описать духовно-ценностные коды пространства СМИ; во-вторых, проанализировать роль массмедиа в формировании аксиологической парадигмы современного общества, характеризующегося концептуальным переходом от ценностей индустриального мира к ценностям информационного общества.

Литература

1. Большой энциклопедический словарь. М. ; СПб., 2001.
2. Канапацкий А. Я. Онтологическая истинность духовности : автореф. дис. ... д-ра филос. наук / Канапацкий А. Я. Уфа, 2004.
3. Сидоров В. А. Ценностный анализ в журналистике: время и метод [Электронный ресурс] // Глобальный медиажурнал. URL: http://www.gmj.sfedu.ru/v2il/v2il_sidorov.html (дата обращения: 15.03.2019).

УДК 821.161.1 – 4Куприн + 325.2

Гладышева С. Н.
Воронежский государственный университет

ТЕМА ДЕТСТВА В ПУБЛИЦИСТИКЕ А. И. КУПРИНА ПЕРИОДА ЭМИГРАЦИИ

Аннотация: В статье анализируются публицистические произведения А. И. Куприна периода эмиграции, посвященные теме детства. Выявляется отношение публициста к трагедии русских детей, растущих вне родины. Подчеркивается, что Куприн, призывая эмигрантов помочь детям, обращает внимание на вину и ответственность старшего поколения. Определяются предлагаемые публицистом