**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Бауськовой Юлии Сергеевны**

**«Журнал «Форбс» как субъект формирования**

**социально-экономического дискурса»**

**Forbes magazine as subject of social**

**and economic discourse's, building**

**Н. рук. Мельник Галина Сергеевна, профессор, д-р полит. н.
Кафедра периодической печати
Деловая журналистика и бизнес-коммуникации**

 **Ключевые слова:**деловое издание, бизнес-среда, медиатекст, редакционная политика, влияние

 **Key words:** business media, business environment, mediatext, editorial policy, influence

**Актуальность исследования.** Деловая журналистика – одно из наиболее стремительно развивающихся направлений системы средств массовой информации. Непрерывно растет количество СМИ, обеспечивающих аудиторию объективной деловой информацией, что вызвано большим спросом на эту информацию со стороны читателей. Аудитория деловой журналистики, в своем большинстве, влиятельные предприниматели, политики, а потому нельзя недооценивать воздействие деловых СМИ на бизнес-среду. Журнал «Форбс» **(**Forbes) – один из наиболее авторитетных журналов в современном экономическом мире. Несмотря на этот факт, большинство аналитиков, при составлении прогнозов развития социально-экономической среды, не учитывают влияние на нее данного издания. Приоритетным заданием нашего исследования мы видим определение особых качеств журнала как субъекта формирования социально-экономического дискурса.

**Новизну** исследования определяет, прежде всего, объект исследования (до настоящего момента в российской науке о массмедиа не появилось ни одной работы, анализирующей в рамках деловой прессы особенности общенационального ежемесячного делового журнала Forbes как субъекта, формирующего социально-экономическую среду.

**Цель исследования:** выявление факторов значительного влияния Forbes на формирование социально-экономического дискурса на основе изучения концепции и направлений издания, проблемно-тематической структуры, состава экспертов и авторов журнала, а также редакционной политики.

Ракурс исследования определяется типологическими характеристиками издания.

**Задачи**:

* изучение типологических характеристик журнала Forbes
* анализ проблемно-тематического диапазона и жанровой политики издания, формирующих социально-экономический дискурс
* оценка экспертной составляющей среди авторов издания, являющихся лидерами мнений
* сравнительный и контекстуальный анализ публикаций трех главных редакторов Forbes, размещенных в колонке редактора и влияющих на формирование социально-экономического дискурса
* определение принципов выстраивания редакционной политики на основе мировоззренческих взглядов главного редактора Н.Ф. Ускова.

**Объект исследования:** российская версия журнала Forbes.

**Предмет исследования:** воздействие Forbes на формирование социально-экономического дискурса**.**

**Методы исследования.** В ходе исследования использовались: метод сравнительного анализа, структурно-функциональный метод, контент-анализ текстов.

**Научно-теоретической базой** исследования являются научные работы специалистов, анализирующих деловые СМИ как особый тип издания, рассматривающих их функции, цели, структуру аудитории, влияние на состояние деловой среды. Методологическое значение для данной работы имели труды Бережной М.А., Вартановой Е.Л., Виноградовой С.М., Виноградовой, К.Е. Гавры Д.П., Грабельникова А.А., Засурского А.Н., Ереминой Л.Д., Кима М. Н., Кулева В.С., Мельник Г.С., Мисонжникова Б.Я., Мордовской Е.И., Овсепяна Р.П., Письменной Е.В., Тепляшиной А.Н., Тулупова В.В. и др. Приняты во внимание работы, намечающие подходы к определению понятия дискурс (Дускаева Л.Р., Добросклонская Т.Г., Клушина Н.И.)

**Эмпирическую базу исследования** составил массив журналистских материалов печатной версии и онлайн-версии российского Forbes, а также иных качественных СМИ, оценивающих журнал и возглавляющих его редакторов и издателей – прошлых и настоящих (Е.Осетинская, Э. Муртазаев, Н. Усков и др.).

**Положения, выносимые на защиту:**

* Влияние издания Forbes на социально-экономическую среду настольно велико, что позволяет ее формировать и изменять, что определяется высоким доверием аудитории к изданию.
* Материалы Forbes направлены непосредственно на активных участников бизнес-среды, включенных в социально-экономический дискурс.
* Экспертная составляющая среди авторов Forbes достаточна для устойчивого и эффективного воздействия на аудиторию и стимулирования необходимого социально-экономического дискурса.
* Редакционная политика издания формируется на основе взглядов и установок его главного редактора и издателей, может меняться при смене руководителя издания.
* Оппозиционность главного редактора к действующей власти, а также отсутствие его опыта работы в деловой прессе могут отразиться на публикуемых материалах издания и формируемом социально-экономическом дискурсе.

**Структура работы.** Состоит из Введения, трех глав, шести разделов, Списка литературы, Заключения.