

ЖУРНАЛ «МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ»: ФАКТОР АДРЕСАТА

Описаны главные признаки, черты, характеристики и основные категории, позволяющие определить тип адресата научного текста (на примере научного журнала «Медиаобразование»). Образ читателя напрямую связан с образом автора. Именно пишущий выстраивает, налаживает диалог с аудиторией, подбирает нужный стиль передачи информации, делает акценты в статье. От образа и основных целей автора зависит успех коммуникации «автор—адресат», а образ реципиента является главной текстообразующей единицей научного текста.

Ключевые слова: журналистика, образ адресата, медиаобразование

Большая роль массовой коммуникации, распространение современных технологий и гаджетов позволили полностью изменить подходы к преподаванию, к распространению и получению новых знаний. Слияние техники, технологий и методик преподавания позволили развить такое направление в педагогике, как «медиаобразование».

По мнению ученых, первые шаги медиаобразования в России были сделаны в начале XX века с появлением кинематографа. Расцвет же этого педагогического направления произошел лишь в начале XXI века, и неразрывно связан с выходом российского журнала истории, теории и практики медиапедагогике «Медиаобразование» (2005 год).

Учредители журнала — Бюро ЮНЕСКО в Москве, Ассоциация кинообразования и медиапедагогике России, Таганрогский государственный педагогический институт им. А.П.Чехова. Главный редактор — профессор, доктор педагогических наук А.В.Фёдоров. Журнал издается четыре раза в год. Авторы поднимают ряд вопросов и проблем на темы: медиаобразование, медиаграмотность, медиaprостранство, медиазависимость и другие [1].

«Медиаобразование» — это первый из печатных и электронных ресурсов, предназначенный для размещения информации по вопросам медиаобразования не только в России, но и во всём мире. Основными задачами журнала являются:

- содействие сравнительному анализу существующих методологий и методик медиаобразования в развивающихся странах (последующее распространение наиболее перспективных из них);
- проведение исследований в области медиаобразования;
- обучение медиаграмотности преподавателей, студентов, инструкторов и т.д.;
- освещение местных, национальных и международных медиаобразовательных форумов.

Журнал уже существует на протяжении десятилетия — по его публикациям можно проследить за развитием медиаобразования во всем мире. За эти годы научный журнал успел сформировать свою аудиторию. Она, как и целевая аудитория любого другого средства массовой информации, имеет ряд своих особенностей, определенных качеств и признаков. Четкое представление образа реципиента является главной текстообразующей категорией, а также помогает авторам достигнуть главных коммуникативных целей: информирование, образование и налаживание диалога с читателями.

Как отмечалось, «Современная коммуникативная ситуация (СМИ-аудитория) характеризуется жесткой ориентацией текстов на конкретные типы аудиторий. Автор текста СМИ неизбежно включает фактор адресата в свою творческую деятельность. Ориентируя журналистские тексты на «своего» читателя, авторы материалов конкретных СМИ вынуждены эксплицитно свое представление о нем <...> Независимо от того, является ли автор текста представителем целевой аудитории текста и разделяет ли он мнения и оценки своего адресата, установка на определенный угол зрения и способ интерпретации событий прослеживается на всех уровнях структуры текста (лексическом, грамматическом, стилистическом)» [2].

Тема образа адресата современной коммуникации напрямую связана не только со сферой лингвистических исследований, но и рядом смежных наук: психология, социология, философия. Изучением вопроса «автор—адресат» публицистического текста (в том числе газетного) занимаются такие ученые? как В.З.Демьянков, И.И.Бакланова, Т.Л.Каминская и другие. Однако об адресате научного текста известно немного, не четко выделены его характеристики, не определены критерии анализа типологических черт и не описаны категории, позволяющие очертить основные интересы и преследуемые цели реципиента.

Подробнее проанализируем и нарисуем портрет образа читателя научного журнала «Медиаобразование» (бесплатная, электронная версия журнала на сайте «Информация для всех» <http://www.ifap.ru/projects/mediamag.htm>).

Технологию вычленения из текста образа адресата текста массовой коммуникации предлагает Т.Л.Каминская, включая в данную текстовую категорию такие элементы, как самоидентификация, указание на стиль жизни и социальный статус предполагаемого читателя, ориентацию на речевой опыт и другие [2].

Как мы видим, главными категориальными характеристиками образа реципиента становятся лингвистический, социальный и психологические аспекты во всесторонних проявлениях. На конкретных примерах рассмотрим и выделим категории, которые помогают очертить портрет читателя научного текста рассматриваемого нами издания.

На страницах журнала «Медиаобразование» Вы не встретите публикаций рекламы или журналистских жанров, характерных для массовой прессы (таких как репортаж, очерк, заметка). Однако иногда появляются рецензии, обзоры и даже новости.

Стиль повествования «Медиаобразования» — научный, учебно-научный и учебно-практический, иногда сочетающий в себе особенности научного текста и журналистской статьи. Разница в трактовке понятий заключается в том, что учебно-научный текст рассчитан на не совсем подготовленного читателя — пишущий ориентируется на речевой опыт аудитории — автор вводит в структуру текста ряд примечаний и разъяснений, схемы и модели, есть примеры сказанного, иногда в повествование привлекается жизненный опыт автора. Так, например, некоторые публикации написаны словно автобиографические заметки: ученый присутствует в статье, в тексте проскальзывают его эмоции и мысли. Такое повествование не редкость в первых выпусках журнала: *Да и среди коллег моих были люди разные. Историк, например, частенько в школе появлялся в таком состоянии, что десятиклассники, наблюдая за истовыми попытками своего учителя добраться от стола до висящей на доске карты Родины, сочувственно выкрикивали с задних парт: «Михалыч, держись за печку!..»* [3].

Пишущий акцентирует внимание читателя на притяжательном местоимении *моих*, тем самым пытается войти в доверительные отношения с читателем, показать свое внутренне состояние, мнение по обсуждаемой проблеме: она ему знакома не понаслышке, хочет найти ее решение.

Научный стиль повествования диктует стандартизированность, наличие большого понятийного аппарата; бэкграунд текста (предыстория, вводная часть) опущена, так как автор предполагает, что читатель достаточно владеет вопросом и не нуждается в излишних разъяснениях прочитанного материала. Такие тексты адресованы коллеге, профессору, ученому, поскольку неподготовленному человеку понадобится больше времени, чтобы разобраться в полученной информации: будет необходимо прочитать и ряд дополнительных источников.

Когда автор упоминает исследования, он не пишет подробно об их результатах, а с помощью сноски сразу направляет читателя за более подробной информацией, тем самым не перегружает информацией знающего читателя, а неопытного реципиента ориентирует на нужный, дополненный источник информации: *Согласно данным научных исследований было подтверждено, что механизмы воздействия экранных медиапроизведений (в том числе — и содержащих сцены насилия) могут вызывать неоднозначную реакцию школьников и молодежи»* [4].

Характеризуют адресатов таких публикаций уже их заголовочный комплекс: *Медиаобразование и прессолингводидактика, Медиааттрактор как ключевой компонент линеаризации когнитивной медиасреды.*

Авторы публикаций делятся своим практическим опытом работы: говорят они при этом не только о педагогическом процессе, но и предоставляют в свободный доступ документальные наработки. На страницах журнала часто можно встретить подробное описание хода семинарских занятий с использованием современных технологий и практические курсы по конкретным темам:

— *А вы знаете о том, что музыка тоже может быть средством общения? И экранные искусства здесь не исключение. Именно музыка позволяет нам понять и ощутить всю полноту настроения, эмоций и чувств героев. Средства общения в экранных искусствах (кино, телевидении, видео) представляет собой систему аудиовизуальных образов, которую использует автор для того, чтобы установить эмоциональные, интеллектуальные контакты со зрителем. При помощи этих средств зритель узнает о том, каково отношение автора медиапроизведения к жизни, к добру, злу, миру в целом и т.д.* [5].

Еще одной особенностью научного журнала является наличие рубрик — обзоров литературы по теме медиаобразование и медиаграмотность за определенный период. Использование этого жанра показывает, что предполагаемый читатель журнала стремится быть в курсе современных научных педагогических трендов. Он экономит массу времени и сил на поиск необходимой информации, которые пригодятся не только в практической, но и научной деятельности.

Работая с тематическим наполнением журнала и с его рубрикой, можно выявить ряд категорий, из которых складывается ясный образ адресата журнала.

Самыми популярными рубриками, которые появлялись на страницах журнала «Медиаобразование» за период с 2005 по 2015 год являются (было опубликовано 47 номеров) — *книжная полка* (статьи посвящены обзору медиаобразовательных изданий последнего времени); *практика медиаобразования* (рассуждения о практическом аспекте медиаобразования); *актуальные новости* (новости мира медиапедагогики и ближайших сфер), *страницы истории* (история развития и становления медийного образования), *теория медиаобразования* (теоретические измышления о различных сферах медийной педагогики), *медиапедагогика за рубежом* (примеры внедрения новых технологий в систему образования в разных странах).

Кроме этого, в журнале встречаются публикации, касающиеся *учебных программ* (даются практические рекомендации), *проблем медиакультуры* (обзор проблем в медиатекстах); авторы рассказывают о *библиографии* — последних книжных новинках в области медиапедагогики, пишут о социологии развития и *соприкосновении* образования, медиа и подрастающего поколения, рассказывают о *деятелях* и выдающихся лицах, связанных с популяризацией и развитием медиаобразования в России и в мире, упоминают о *медиакультуре*, описывают практические опыты и *ведут дискуссии* на страницах журнала.

Главная функция рубрикации журнала — помочь читателю отфильтровать информацию, расставить акценты и приоритеты в прочтении. Рубрикация помогает проследить за эволюцией образа адресата — какие направления в медиаобразовании были интересны аудитории в тот или иной промежуток времени, узнать о

всплеске интереса к теме, о последствиях их развития. Наличие постоянных рубрик, таких как *Новости*, *Страницы истории*, *Книжная полка*, *Практика медиаобразования* показывают, что журнал в первую очередь ориентирован на читателя-исследователя, на человека, которому интересны вопросы зарождения, эволюция и перспективы поднятых проблем. Кроме того, рубрикация позволяет очертить круг лиц, профессий, направлений, которым будет полезна работа с журналом.

Помогают описать образ читателя научного журнала «Медиаобразование» следующие аспекты. Во-первых, как уже было описано выше — это способ преподнесения и подачи материала. Этот аспект напрямую связан с образом автора, является ведущей текстообразующей стратегией, так как автор посредством выбора стиля, языковых средств, понятий и манеры изложения материала, налаживает коммуникацию «автор—читатель», доносит до реципиента информацию в доступной, понятной форме.

Во-вторых, четко ограниченные сферы вопросов обсуждения — образование и медиасфера молниеносно очерчивают круг лиц, на которых ориентируется журнал: это работники образования — от нянечек и воспитателей в детских садах до министра образования. Кроме того, и всем, чьи профессии связаны с областью массмедиа, будет интересно узнать о соприкосновении мира медиа и современных тенденций сферы образования.

Тематический плюрализм четко показывает категории граждан, кому будет интересна предоставляемая информация.

Немалое внимание авторы уделяют практическим примерам: считая читателя своим коллегой, рассказывают о своем опыте преподавания, использования медиа в образовательном процессе, делятся трудностями работы. Обзор литературы о медиаобразовании является важным составным элементом журнала, часто затрагиваются такие темы как педагогическое, студенческое медиаобразование, пишется об опыте иностранных коллег. В научном журнале жанр «новости» находит свою нишу — повествует о достижениях в исследуемой области. Авторы акцентируют внимание читателя на таких темах как кинообразование, медиаобразование в сети, а также упоминают об итогах научных конференций и научных мероприятиях.

Тематическое наполнение журнала помогает узнать конкретные детали и характеристики аудитории — возраст (от 16 до 75), профессиональная принадлежность (студенты, преподаватели, воспитатели, библиотекари), социальные категории (родители, учителя, ученые). Мы видим, что реципиент интересуется большим кругом вопросов, это не только исследовательское направление проблем, но и практическое применение знаний.

Большое внимание авторы журнала уделяют заголовкам, подчас слишком громоздким и подробным, однако напрямую подробно представляющим тему публикации — читателю не нужно искать скрытые смыслы, как в газетных заголовках: *Студенческая печать киевского политехнического института (1923—1938)*, *Медиаграмотность как результат медиаобразования детей дошкольного возраста*, *Медиапедагогика и основные этапы реформы отечественного образования в период перестройки*.

Нельзя не отметить тот факт, что журнал оперативно и объективно отражает современную действительность, описывает реальную картину миру (в частности, научной области знаний — медиапедагогика).

Коммуникация «автор—адресат» выстраивается на таких уровнях как:

- автор = коллега (передача опыта);
- автор = учитель, преподаватель (образовательный аспект, исследование вопроса);
- автор = друг (доверительные отношения = советы, примечания).

Из заключительного аспекта вытекает еще один — адресат может стать автором журнала, вступить в дискуссию, дополнить сказанное, рассказать о своей практике по данному вопросу.

Автор с помощью аргументов, межфазных связей и комментариев налаживает коммуникацию «автор—читатель».

Таким образом, можно сделать выводы, что адресат журнала «Медиаобразование» — человек, который любит получать новые знания, постоянно узнавать новое, применять полученные знания в своей педагогической практике. Реципиент хочет быть в курсе дела, вносить замечания и дополнения. Об этом говорят отзывы читателей на страницах, посвященном пятилетнему юбилею журнала «Медиаобразование»: — *Ваш журнал, уважаемые коллеги, стал едва ли не первым журналом, в котором можно было найти ответы на ВСЕ вопросы — узнать об основных направлениях и школах медиаобразования, прочитать про новинки и познакомиться с историей кинопедагогике. Он стал отправной точкой для многих педагогов, работающих в данной области. В том числе и для меня (С.И.Колбышева, Республика Беларусь); — На страницах Вашего журнала многие ученые, молодые и маститые, посвятившие свои исследования медиапедагогике, медиакритике и медиаобразованию, имеют возможность высказать свое слово, отстоять свои, иногда революционные, взгляды. Это очень важно (В.И.Луговой, вице-президент Академии педагогических наук Украины); — Ваше издание — это не только «журнал истории, теории и практики медиапедагогике», не только «музей» идей и творческая мастерская, но и территория для активного диалога и профессиональной саморефлексии (редакция журнала «Вища освіта України») [6].*

По откликам мы видим, что журнал имеет практическую пользу, вопросы, которые поднимают авторы, актуальны, требуют разъяснения и оглашения. На реальных примерах можно убедиться, что российский медиаобразовательный опыт интересен педагогам из других стран. Кроме этого, отзывы показывают, что

журнал — это площадка для освещения и отстаивания своих профессиональных методик, взглядов. Начинающим педагогам полезен опыт коллег, в журнале каждый найдет рекомендации для практического применения в работе.

Читатель журнала «Медиаобразование» — грамотная, образованная личность, способная вникнуть в глубину проблемы, проанализировать прочитанное, найти дополнительную информацию, если что-то стало непонятно. Предполагается, что адресат интересуется последними научными исследованиями и достижениями в сфере образования. Автор же, в свою очередь, ориентируясь на основные постулаты речевого общения, Г.П.Грайса — категории качества и количества — стремится привлечь к тексту новую аудиторию посредством предоставления узкоспециализированной информации в удобной, компактной форме, чтобы публикация была понятна аудитории с первого раза. Передаваемые сведения не вызывают сомнений у читателей, потому что аргументированы, детализированы, доказаны. Такой способ передачи информации позволяет сделать сложные данные интересными даже для тех категорий лиц, которые далеки от сферы медиапедагогики.

Журнал «Медиаобразование» четко выполняет свои основные задачи, стремится к главным целям — просветить население, оперативно рассказать о последних новинках в области медиапедагогики, подтолкнуть педагогов и студентов на реализацию новых проектов, улучшающих стиль преподавания.

1. Медиаобразование (журнал) [Электр. ресурс]. URL: [http://www.wikigrain.org/?req=Медиаобразование%20\(журнал\)](http://www.wikigrain.org/?req=Медиаобразование%20(журнал)). (дата обращения 15.01.2016).
2. Каминская Т.Л. Адресат в массовой коммуникации. Великий Новгород, 2008. 166 с.
3. Поличко Г.А. Автобиографические заметки педагога // Медиаобразование. 2010. № 1 [Электр. ресурс]. URL: <http://www.ict.edu.ru/ft/006149/67100.pdf>. (дата обращения 15.01.2016).
4. Чельшева И.В. Взаимодействия медиа и современной детской и молодежной аудитории: «за» и «против» // Медиаобразование. 2011. № 3 [Электр. ресурс]. URL: http://www.medigram.ru/netcat_files/101/119/h_efa57957f3324755132e175d081045c9. (дата обращения 15.01.2016).
5. Чельшева И.В. Сценарные разработки на медиаобразовательных занятиях в школьной аудитории // Медиаобразование. 2012. № 2. [Электр. ресурс]. URL: http://www.medigram.ru/netcat_files/101/119/h_081706c43d2b0964aacdca333a8e9c31 (дата обращения 15.01.2016).
6. Российский журнал истории, теории и практики медиапедагогики «Медиаобразование» [Электр. ресурс]. URL: <http://www.ifap.ru/projects/mediamag.htm>. (дата обращения 15.01.2016).

References

1. Mediaobrazovanie (zhurnal) [Elektr. resurs]. URL: [http://www.wikigrain.org/?req=Mediaobrazovanie%20\(zhurnal\)](http://www.wikigrain.org/?req=Mediaobrazovanie%20(zhurnal)). (data obrashcheniya 15.01.2016).
2. Kaminskaya T.L. Adresat v massovoy kommunikatsii. Velikiy Novgorod, 2008. 166 s.
3. Polichko G.A. Avtobiograficheskie zametki pedagoga // Mediaobrazovanie. 2010. № 1 [Elektr. resurs]. URL: <http://www.ict.edu.ru/ft/006149/67100.pdf>. (data obrashcheniya 15.01.2016).
4. Chelysheva I.V. Vzaimodeystviya media i sovremennoy detskoy i molodezhnoy auditorii: «za» i «protiv» // Mediaobrazovanie. 2011. № 3 [Elektr. resurs]. URL: http://www.medigram.ru/netcat_files/101/119/h_efa57957f3324755132e175d081045c9. (data obrashcheniya 15.01.2016).
5. Chelysheva I.V. Stsenarnye razrabotki na mediaobrazovatel'nykh zanyatiyakh vshkol'noy auditorii // Mediaobrazovanie. 2012. № 2. [Elektr. resurs]. URL: http://www.medigram.ru/netcat_files/101/119/h_081706c43d2b0964aacdca333a8e9c31 (data obrashcheniya 15.01.2016).
6. Rossiyskiy zhurnal istorii, teorii i praktiki mediapedagogiki «Mediaobrazovanie» [Elektr. resurs]. URL: <http://www.ifap.ru/projects/mediamag.htm>. (data obrashcheniya 15.01.2016).

Veselova A.A. “Mediaobrazovanie” (“Media studies education”) magazine: image of the recipient. The article describes the main features, features, features and basic categories, allowing the recipient to determine the type of scientific text (using a scientific “Mediaobrazovanie” magazine). The image reader is directly connected with the image of the author. It builds a writer, to establish a dialogue with the audience, selects the desired style of communication, making emphasis in the article. From the image, and the main goals of the author depends on the success of communication, “the author—a destination”, and the image of the recipient is the primary text-forming unit of the scientific text.

Keywords: journalism, the image of the destination, media studies education.

Сведения об авторе. А.А. Веселова — магистрант филологического факультета; НовГУ им. Ярослава Мудрого; anastasveselova@yandex.ru.

Статья публикуется впервые. Поступила в редакцию 03.03.2016 г.