

ЭЛЕКТРОННО-СЕТЕВЫЕ ИЗДАНИЯ КАК НОВЫЙ СЕГМЕНТ ДЕТСКОЙ ПЕРИОДИКИ

В статье анализируются динамические процессы, происходящие в коммуникативном пространстве современного детского журнала, в частности, создание и развитие виртуального коммуникативного пространства. Характеризуются виды периодических детских изданий: печатные (бумажные), аудиовизуальные, электронные и сетевые, охарактеризован новый сегмент детской периодики – интернет-издания, определяется направление развития коммуникативного пространства детской периодики: в сторону усиления наглядности и совершенствования механизма обратной связи.

Ключевые слова: коммуникативное пространство, виртуальное коммуникативное пространство, детский журнал, детский сетевой журнал, детское электронное издание.

Стремительное развитие информационных технологий обуславливает, с одной стороны, появление новых форм подачи информации, с другой, потребности аудитории в моментальном обмене мнениями, в одновременном доступе к нескольким источникам информации, в большей наглядности, в более высокой скорости общения и потребления новостей.

Последние несколько десятилетий внимание украинских и российских филологов направлено на детскую периодику, которая изучается с различных точек зрения: исторический аспект (Антипчук 2008, Вологина 2011, Корнеева 1999, Корнилова 2002 и др.), общие проблемы (Галковская 2002, Капустина 2014, Круль 2009, Орлик 2011, Петрова 2013, Стаднийчук 1999 и др.), типологическая классификация детских периодических изданий (Давидченко 2008 и др.), содержание и форма, общая характеристика детского журнала (Бессараб 2008, Васнева 2006, Сокирян 2006 и др.), анализируются отдельные издания, например, «Ёж» и «Чиж» (Беленькая 1984), «Барвінок» (Давидченко 2004), «Соняшник» (Литвин 2002), «Малютко» (Заец 2010), и др.

Проанализируем особенности коммуникативного пространства современного детского журнала Украины.

Одним из ярких примеров динамики коммуникативного пространства периодических изданий является появление и развитие детского сегмента в сети Интернет. Исследователи отмечают создание новой системы периодики – детских сетевых СМИ как особого вида интернет-журналистики со своей возрастной аудиторией и спецификой организации [Петрова 2013, 3]. Таким образом, в известной модели акта массовой коммуникации Г. Ласуэлла (1948 г.) *кто сообщает – что сообщает – по какому каналу – кому – с каким результатом* реализация позиции канала передачи

информации является наиболее подверженной воздействию экстралингвистических факторов [Ласуэлл, 37].

Об актуальности внимания исследователей и читателей к журналам писал еще Н. В. Гоголь: «Журнальная литература, эта живая, свежая, говорливая, чуткая литература, так же необходима..., как пути сообщения для государства... Она ворочает вкусом толпы. Обращает и пускает в ход все выходящее наружу в книжном мире... Она быстрый, своенравный размен всеобщих мнений, живой разговор всего тиснимого типографскими станками; ее голос есть верный представитель мнений целой эпохи и века, мнений, без нее исчезнувших безгласно... Итак, журнальная литература во всяком случае имеет право требовать самого пристального внимания» [Гоголь 1950, 85].

На наш взгляд, данные положения имеют прямое отношение и к детскому журналу.

В данном высказывании великого писателя определены основные задачи периодического издания: формирование вкуса, знакомство читателя с произведениями искусства, особенно – с новинками и классикой литературы, предоставление возможности обратной связи, формирование общественного мнения. С позиций медиалингвистики, объектом исследования которой является и детский журнал, названные задачи соответствуют воспитательной, информативной, гедонистической, коммуникативной, воздействующей функциям, которые реализуются в рамках коммуникативного пространства издания.

Понятие коммуникативное пространство, вслед за Б.М. Гаспаровым, понимаем как «...мысленно представляемую среду, в которой говорящий субъект ощущает себя всякий раз в процессе языковой деятельности и в которой для него укоренен продукт этой деятельности» [Гаспаров 1996, 295].

Детский периодический журнал, выполняя функцию канала передачи информации и носителя коммуникативного пространства на своих страницах, на сегодняшний день имеет следующие формы существования: печатную («бумажную»), аудиовизуальную (например, радиожурнал), электронную (CD, DVD диски, электронный формат для рассылки на электронный адрес), сетевую (онлайновую).

Детская аудитория, по данным «Каталога периодических изданий Украины» за 2013 г. и поисковых Интернет-систем, имеет возможность общения с печатными, аудиовизуальными, электронными и сетевыми изданиями.

Печатная («бумажная») украинская продукция представлена примерно 175 позициями (газеты, журналы, приложения к журналам (взрослым и детским), в том числе издания развлекательно-познавательного характера (раскраски, кроссворды и т.д., не имеющие литературной составляющей), среди которых, с языковой точки зрения можно выделить следующие группы:

- одноязычные (украинский или русский: «Абетка казок», «Барвінок», «Казковий вечір», «В мире сказок», «Ералаш», «Мурзилка», крымско-татарский «Арманчык» и т.д.);

- би- и полилингвальные (в одном номере материал представлен на двух или трех языках):

- 1) украинский и русский («Бэмс!», «Колосок», «Твой друг муравей», «Класна література» и др.);

2) украинский и английский («Веселі картинки», «Професор Крейд», «Смайлик» и др.);

3) русский и арабский («Веселый светлячок»);

4) украинский, русский и английский («Кешкины кроссворды», «Весела пере-рва – Веселая переменка – Jolly break»);

5) разноязычные версии одного журнала («Пізнайко» / «Познайка» / «POSNAYKO», «Веселий супержурнальчик кенгуру» / «Веселый супержурнальчик кенгуру» и др.).

С точки зрения вариантов подачи информации различаются печатные журналы с CD-дисками, на которых представлено звуковое и видеосопровождение отдельных фрагментов номера, игры, задания, информация о журнале («Умейка» / «Умійко» с CD и без диска, («Пізнайко від 2 до 6» (с CD), «POSNAYKO» (с CD)), и без приложений в виде электронных носителей («Богдан», «Страна знаний», «Шишкин лес» и др.). В качестве электронных изданий в Каталоге зафиксированы 2 журнала для детей школьного возраста, которые рассылаются на указанный электронный адрес: юридический журнал для школьников «Абетка права» и приложение к журналу «Право України» журнал «Правобукварик».

По мнению исследователей, издания с электронными приложениями в виде дисков и кассет стали переходным видом от печатной продукции к онлайн-форме детского периодики [Петрова 2013, 10].

Определимся с терминологией. Ученые отмечают: «"Детский сетевой журнал", в отличие от "детского электронного журнала", обозначает издание, функционирующее в Интернете и обладающее рядом специфических особенностей, основной из которых является интерактивность – возможность организации немедленной обратной связи. "Детский электронный журнал" обладает автономным способом распространения (CD, DVD) и функционирует во внесетевом пространстве... Признак, на основании которого специалисты разделяют периодические интернет-издания, – наличие аналога за пределами Интернета, бумажного, аудиовизуального. Периодическое интернет-издание, имеющее аналог, называется интернет-версия (этот термин утвердился в издательской практике). Периодическое интернет-издание, не имеющее аналога, является оригинальным интернет-изданием» [Петрова 2013, 6].

Анализ сегмента детских изданий, представленных в Интернете, позволил сделать следующие выводы. Выявлены, во-первых, сайты одноименных печатных изданий (так называемые интернет-версии: «Веселые картинки», «Познайка», «Мамине сонечко» и др.); во-вторых, онлайн-журналы (не имеющие аналогов за пределами Интернета «Желтая гусеница», «Ромчик», «Солнышко», «Почитай-ка», «Электронные пампасы»); в третьих, радиожурналы. Отметим, что та небольшая часть оригинальных онлайн-изданий, которые не имеют аналогов за пределами Интернета, в большинстве своем создана энтузиастами и существует благодаря их усилиям.

Остановимся на особенностях коммуникативного пространства детского сегмента изданий, размещенных в сети Интернет, характерной чертой которых является возможность быстрой обратной связи с авторами проекта и общения с собеседниками.

Ученые отмечают: «...новая коммуникативная среда, рождающаяся у нас на глазах (в первую очередь, в лице Всемирной компьютерной сети), налагает на традиционные виды общения свой неповторимый отпечаток...» [Асмус 2005, 18-19]. Речь идет о создании виртуального коммуникативного пространства, в рамках которого активно развиваются детские ресурсы. Исследователи выделяют следующие особенности виртуального коммуникативного пространства: субъективность, интерактивность, гипертекстуальность, глобальность, креативность, анонимность, мозаичность [Асмус 2005, 18-23]. Охарактеризуем их вслед за автором: субъективность подразумевает окрашенность информации мнением, оценкой, т. к. субъективная точка зрения является единственно возможным способом ориентации в новой среде общения; интерактивность – это возможность взаимодействия и непосредственного контакта; гипертекстуальность выражает множественность, одновременность потоков информации; глобальность предполагает размывание территориальных, социальных, половых, возрастных и других ограничений в процессе общения; креативность проявляется в конструировании виртуальной реальности, по словам Умберто Эко, все становятся писателями, оставаясь читателями [Эко 1998, 12]; анонимность – об участнике общения может быть не известно ничего, кроме его стиля; мозаичность характеризует не иерархическое устройство виртуальной среды, неопределенность и асимметричность виртуальной коммуникации [Асмус 2005, 18-23].

Перечисленные особенности виртуального коммуникативного пространства характеризуют детские интернет-издания.

Ученые определяют усиление визуальной составляющей и эффективную обратную связь как основные требования современной детской аудитории, послужившие толчком к появлению детского виртуального сегмента периодики.

Наши наблюдения показывают, что в процессе развития детского журнала на первом месте оказывается стремление к большей наглядности, особенно в периодике для дошкольников, поэтому обратим внимание на взаимодействие вербальных и невербальных компонентов в коммуникативном пространстве детских электронно-сетевых изданий.

По мнению исследователей, информация, полученная реципиентом по разным каналам восприятия, принимает более четкие контуры и является наиболее приближенной к той, которую зашифровал в тексте автор. С позиций психолингвистики Е. Штейнер описывает данный процесс следующим образом: «при кодировании и декодировании текстов из разных моделирующих систем (словесно-алфавитной и визуально-иконической) работают разные части головного мозга. Для умножения количества информации в тексте и для оптимизации ее восприятия оказывается актуальным включение активности одновременно двух полушарий мозга» [Штейнер 1990, 297]. Современные технологии позволяют реализовать и аудиосопровождение материалов издания, доступное в сетевом журнале, интернет-версии печатного издания, на электронных носителях.

Создаются и оригинальные (не имеющие аналогов) электронные дополнения к гаджетам типа планшет iPad и iPhone: одним из первых таких электронных журналов является дополнение к планшету iPad (2011 г., Италия), которое позиционируется

как первый детский журнал для этого устройства и называется Timbuktui (ранее были лишь адаптированные под восприятие малышей интерактивные книги сказок). Как пишут создатели, в Timbuktui сочетаются интересная графическая составляющая (работы иллюстраторов из Индии и стран Европы), звуковое сопровождение и оригинальная навигация – вместо традиционного «перелистывания страниц» электронного издания маленькие читатели открывают новые разделы, двигаясь вверх, вниз и в обе стороны, непосредственно «увлекая» изображения на тач-экране (<http://osvita.mediasapiens.ua/material/2185>). В Украине в 2014 году создан проект «Бумбоны» (также приложение к планшету iPad), который называется «детский интерактивный журнал для дошкольников и не только» (https://www.youtube.com/watch?v=_xcb5XQYEkc).

Однако знакомство с содержательной стороной данных приложений показало отсутствие литературной составляющей, поэтому, на наш взгляд, такие проекты не являются журналами ни в одном из значений этого слова: «ЖУРНАЛ, -а, м. 1. Периодическое издание в виде книжки, содержащей статьи, произведения разных авторов, а также отдельная книжка такого издания. Ежемесячный ж. Литературный ж. Модный ж. (журнал мод). Печататься в журналах. 2. Книга или тетрадь для периодической записи наблюдений, событий, решений, операций. Вахтенный ж. Путевой ж. Ж заседаний» [Ожегов 1990, с.199]. «...3. В кино, на радио и телевидении: периодическая информация – подборка сообщений о текущих событиях или на определенную тему. Кинематографический ж. (киножурнал). Телевизионный ж. (тележурнал). Устный ж. || прил. журнальный, -ая, -ое. Журнальная хроника» (<http://www.ozhegov.org/words/8502.shtml>).

Такие электронные проекты в действительности являются игровыми приложениями к техническим средствам нового поколения, они отличаются наибольшей наглядностью, одновременным воздействием на слуховые, зрительные анализаторы, большим объемом информации (поскольку задания в игровой форме несут обучающий характер) из-за высокой скорости процесса.

Обратим внимание на тот факт, что при общении ребенка с печатным (бумажным) изданием активизируются, кроме уже названных органов чувств, также обоняние, тактильные ощущения (плотность, особенности поверхности бумажных страниц, которые перелистываются вручную и т.д.), развивается мелкая моторика и творческие способности, т.к. есть возможность вырезать детали для поделки, раскрасить картинку, сделать аппликацию.

Таким образом, появление и развитие сегмента электронно-сетевых детских изданий является результатом развития коммуникативного пространства современного детского издания, направленного на совершенствование наглядности и обратной связи. Данный процесс обусловлен экстралингвистическими факторами – развитием информационных технологий и экономической ситуацией, которые побуждают издательства искать новые формы существования и распространения детских периодических изданий: образуются онлайн-журналы, сайты печатных изданий с архивами номеров, так называемые журналы-приложения к гаджетам нового поколения.

Видится перспективным исследование взаимодействия языковых и паралингвистических средств в процессе экспликации языковой картины мира на материале электронных и сетевых периодических изданий, а также изучение дискурса детского журнала как одной из актуальных дискурсивных практик.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Асмус Нина Геннадьевна. Лингвистические особенности виртуально-коммуникативного пространства: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Асмус Нина Геннадьевна. – Челябинск, 2005. – 248 с. – Библиогр. : с.224–248.
2. Библиотека детских журналов <http://detmagazin.ucoz.ru/>
3. Гаспаров Б. М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования / Б. М. Гаспаров. – М. : Новое литературное обозрение, 1996. – 352 с.
4. Гоголь Н. В. Собрание сочинений в 6-ти томах. Т.6. Избранные статьи и письма / Н. В. Гоголь – М. : «Государственное издательство художественной литературы», 1950. – 359 с.
5. Журналы он-лайн [Электронный ресурс]. – Режим доступа к ресурсу : <http://www.chl.kiev.ua/Default.aspx?id=5677>.
6. Книжкин дом: Детям [Электронный ресурс]. – Режим доступа к ресурсу : http://knigin-dom.blogspot.com/2011/10/blog-post_28.html
7. Книжчин Дім [Электронный ресурс]. – Режим доступа к ресурсу : <http://book-house.org/>
8. Ожегов С. И. Словарь русского языка // С. И. Ожегов. – М. :Рус. яз., 1990. – 921 с. – ISBN 5-200-01088-8.
9. Петрова С. А. Детский сетевой журнал в Рунете: становление, проблемы, методы организации Специальность 10.01.10 – Журналистика Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук Москва – 2013.
10. Сайти дитячих журналів і газет [Электронный ресурс]. – Режим доступа к ресурсу : http://ditky.at.ua/dir/novini_ta_zmi/10-1-2
11. Штейнер Е. С. Картины из письменных знаков (из заметок о визуальной поэзии) // Индекс. Альманах по материалам рукописных журналов / Сост. М. Ромм. – М., 1990. – С. 297–321.
12. Эко У. От Интернета к Гуттенбергу // Новое литературное обозрение. 1998. № 32. С. 5–13.
13. Lasswell H. D. The Structure and Function of Communication in Society. // The Communication of Ideas. / Ed.: L. Bryson. – New York: Harper and Brothers, 1948. P. 37–51.

Стаття надійшла до редакції 16.04.2014 р.

Сиромля Н. М., канд. філол. наук, доцент, наук. співр.,
Інститут філології КНУ ім. Т. Шевченка, м. Київ

ЕЛЕКТРОННО-МЕРЕЖЕВІ ВИДАННЯ ЯК НОВИЙ СЕГМЕНТ ДИТЯЧОЇ ПЕРІОДИКИ

У статті аналізуються динамічні процеси, що відбуваються в комунікативно-му просторі сучасного дитячого журналу України, зокрема, створення віртуального комунікативного простору. Характеризуються види періодичних дитячих видань: друковані, аудіовізуальні, електронні й мережеві, виявлено новий сегмент дитячої періодики – інтернет-видання, визначається напрямок розвитку комунікативного простору дитячої періодики: убік посилення наочності та вдосконалення механізму зворотного зв'язку.

Ключові слова: комунікативний простір, віртуальний комунікативний простір, дитячий журнал, дитячий мережевий журнал, дитяче електронне видання.

Syromlya N., Cand.Philol.Sci, Associate Professor, Research Staff Member,
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

CHILDREN'S NET AND ELECTRONIC EDITIONS AS A NEW SEGMENT OF PERIODICALS

The article analyzes the dynamic processes in the communicative space of the modern children's magazine in Ukraine, in particular, the creation of a virtual communication space. Children's periodicals is characterized as printed, audiovisual, electronic and online issues, A new segment of children's periodicals is revealed – Internet publication. It's determined that the communicative space of children's periodicals develops towards strengthening and improving the visibility and a feedback mechanism.

Keywords: communicative space, virtual communicative space, children's magazine, children's online magazine, children's electronic edition.

УДК 811.512.161

Телешун К. О., к. філол. н., асист.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ТЕРМІНОЛОГІЧНА ЛЕКСИКА В СТРУКТУРІ ТУРЕЦЬКОЇ ФАХОВОЇ МОВИ ТОРГІВЛІ

У статті розглянуто теоретичні підходи до визначення термінів, описано їхні функції, запропоновано визначення поняття «торгівельний термін». Особливу увагу приділено явищу міжегалузової термінології.