

ОРГАНИЗАЦИЯ ДИСКУРСА СОВРЕМЕННЫХ ДЕТСКИХ И ДЕТСКО-ЮНОШЕСКИХ ЖУРНАЛОВ В РОССИЙСКОЙ СИСТЕМЕ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ

В статье на основе проведенного мониторинга языкового материала рассматриваются вопросы организации дискурса современных российских детских и детско-юношеских журналов. Регистрируются дискурсивные параметры, используемые в коммуникативном поле журналов. В системе российского медиаобразования детские журналы ориентированы на решение гносеологических задач, в то время как детско-юношеские ставят своей целью привлечение массовой аудитории к медиапродукту.

Ключевые слова: медиаобразование, дискурс, детские журналы, детско-юношеские журналы.

Введение

Данная статья посвящена вопросам организации дискурсивного пространства современных детских и детско-юношеских журналов в системе российского медиаобразования.

В настоящее время медиаобразование определяется как междисциплинарное направление, объединяющее ряд наук (педагогика, социологию, психологию, лингвистику), изучающее закономерности массовой коммуникации и возможности использования медиаресурсов разными социальными группами.

Несмотря на достигнутый уровень в системе медиаобразования в России, существует ряд вопросов, которые остаются нерешенными. Реалии современного мира, эффективность медиасферы и медиакультуры, коммерциализация процесса создания медиапродуктов существенным образом повлияли на возникновение в мире новой ситуации для функционирования телевидения, Интернета и печатных изданий для детей и юношества. Необходимость рассмотрения медиаобразовательной деятельности детских СМИ связана с комплексом проблем, возникающих в поле дискурсов современных материалов детских и детско-юношеских СМИ, рассматриваемых в качестве средства общения, орудия познания и обучения, ориентированных на коммуникативные потребности личности.

Методология исследования

Медиасфера представляет собой совокупность социально значимых дискурсов, при этом на макроуровне в рамках самой медиасферы данные дискурсы имеют иерархическую упорядоченность. Дискурс первого порядка (поверхностный) воссоздает картину о текущих социальных событиях. Дискурс второго порядка – историко-культурный – репрезентирует знания о роли социальных институтов в обществе, процессах идеологизации и деидеологизации, трансформациях социокультурных практик. Дискурс третьего порядка медиасферы (глубинный) – гносеологический, в фокусе которого находятся сведения о познании личности, общества, государства, смыслов жизни, добра и т. п. [5. С. 17].

Несмотря на нарастающий в мире научный и практический интерес к исследованию институциональных дискурсов и появлению многочисленных работ, приведших к становлению дискурсологии, вопрос о моделировании детского и юношеского медиадискурса остается малоизученным.

Современные дискурсивные исследования вышли за рамки узкого понимания, используемого З. Харрисом, для которого дискурс представлял собой цепочку слов и предложений. Дискурс-анализ также не является анализом ментальных моделей, используемых Т. ван Дейком в 80-е годы. Дискурс в современном понимании представляет интегрированную, иерархически упорядоченную систему знаний, включающую помимо текста и ряд экстралингвистических параметров. Исследование любого институционального дискурса, в том числе и детского, зиждется на когнитивно-дискурсивной интерпретации текстов с учетом конкретных исторических, культурных, социологических, психологических условий, влияющих на его формирование и развитие.

Проблематика дискурсивных исследований постоянно расширяется. В эпоху широкой экспансии дискурсивных исследований показательными являются труды Дж. Келли (теория когнитивных конструктов), труды французской школы «Анналов» (исследование менталитета), труды Ж. Деррида, П. Брудье, Ж. Делеза, М. Мерло-Понти, исследующих феномен медийности. Актуальность приобретают вопросы конструкции в современных СМИ политических платформ, проблем социальной идентичности, терроризма, гендера. Исследователи справедливо замечают, что в современном обществе уровень манипулирования социумом при помощи СМИ очень высок. Опыт использования медиа в манипулятивных целях пытаются обсуждать П. Брудье, Н. Хомский, Д. Боллинджер, Г. Лассуэл, У. Вайнрах, а также представители Франкфуртской школы изучения массмедиа Т. Адорно, Ю. Хабермас.

Проблема изучения детских СМИ до настоящего времени оставалась маргинальной. Дети, их культура, социальный опыт исключались из большого количества дискурсивных исследований. На сегодняшний день разносторонние исследования и эксперименты привели в различных странах (преимущественно в Великобритании) к заметному смещению традиционных подходов к рассмотрению понятия «культура» и формированию целой системы «культурных исследований» (работы Л. Альтюссера, А. Грамши, Р. Хоггарта, С. Холла).

«Британские культурные исследования» связаны с теорией языка, где язык выступает основным орудием познания культуры, имея в своем арсенале концепты, моделирующие дискурсивные процессы. Изучение последних работ, выполненных в рамках «культурных исследований» показывает смещение исследовательских акцентов в сторону исследования детского медиадискурса (телевизионных передач для детей, социальных сетей, Интернета и компьютерных игр) в связи с коммерциализацией детской культуры (Д. Келлнер, Р. Хайнс, Д. Бакинхэм).

Стремление любого современного общества перейти на новый уровень построения информационного общества и воспитать информационно-грамотного человека обуславливает привлечение в массмедийное коммуникативное и образовательное поле детско-юношескую аудиторию. Погружение детей и юношества в массмедийное пространство современных журналов, как в печатном, так и в электронном виде, в свою очередь, актуализирует проблему интеллектуального и духовного содержания данного пространства.

Детская и молодежная отечественная периодика с начала XIX века оставалась наиболее мощным и действенным каналом духовного обогащения детей и их нравственного воспитания. Детско-юношеские журналы стали первым посредником трансляции знаний, мировоззренческим ориентиром и продуктом национальной культуры, импортирующим определенные системы ценностных предпочтений и поведенческих норм. Однако сегодня роль чтения детей в духовном и интеллектуальном развитии общества в неполной мере осознается как общенациональная проблема. Проблема «кризиса детского чтения» в настоящий момент нарастает и требует принятия целого комплекса мер. Среди таких проблем, прежде всего, следует отметить недостаточность знаний о чтении детей и подростков в масштабе страны, негативные последствия развития медиасреды и «культурной глобализации детей», отсутствие организаций, в функции которых входило бы фундаментальное изучение детского чтения и литературы для детей [7. С. 28].

Результаты исследований, проведенных в последние годы Российской государственной детской библиотекой (РГДБ) – главным научно-методическим и исследовательским центром по библиотечной работе с детьми в России – показывают, что читательская аудитория периодики продолжает расширяться. Активное обращение современных детей к периодике продиктовано тотальными массмедийными установками на использование в журналах иллюстративных когнитивных образов, связанных с формированием и развитием потребительской и развлекательной культуры. Как отмечает В. П. Чудинова, особым спросом у детей пользуются такие журналы, как «Молоток», Cool, «Клепа», «Свирель», «Ровесник», «Цветной телевизор», «Семь дней», «Антенa», Cosmopolitan [8. С. 14].

В нашей стране современная картина детского чтения и медиаобразования изучается главным образом как социолого-психологическая проблема (В. П. Чудинова, Е. И. Голубева, Н. Н. Сметаникова, С. Н. Щеглова, А. Бандура, В. В. Абраменкова, А. Г. Когатько). Необходимо отметить, что изучение детской литературы предшествовало этапу изучения современных детских СМИ. Анализ детской литературы как источника образов реального и фантастического

мира, детского фольклора проводился как зарубежными, так и отечественными исследователями, среди которых Д. Кристал, И. Норрис, В. Нэш, В. Я. Пропп, Ю. М. Лотман, Р. Раскин. Показателен ряд работ, описывающий хронологию детских периодических изданий, который включает труды И. Н. Арзамасцевой, Л. Н. Колесовой, М. И. Холмова. Вопросы детской литературы, культуры, социального взаимодействия, психологии и развития личности долгое время изучались в узконаправленном ключе. Ученые не ставили перед собой задачу комплексного изучения дискурсивно-коммуникативного пространства детской и молодежной медиакультуры, в основном отдавая предпочтение воспитательным и развивающим методикам обучения детей.

Детские и детско-юношеские журналы интегрируют в свое пространство различные дискурсы, ориентируются не только на детские интересы и потребности, определяемые взрослой аудиторией. На протяжении нескольких столетий детские и детско-юношеские журналы перерабатывали «сведения, взятые из разных областей в познавательном упорядоченном, эмоционально окрашенном и жизненно ценном картине мира» [6. С. 32]. Журналы для детей и юношества с начала их появления укрепили свои позиции за счет того, что предоставляли материалы, которые являются актуальными и сегодня. Литературно-художественная составляющая дискурсивного пространства журналов представляет собой самую устойчивую часть материала, которая не подвластна трансформациям во времени.

Ключевым моментом при написании данной статьи являлся мониторинг языкового материала дискурсивного пространства современных детских и детско-юношеских журналов. Материалом для анализа послужили три детских журнала: «Клёпа» (2006-2007), «Мурзилка» (2015-2017), «Свирелька» (2012-2014) и пять детско-юношеских изданий: «Юный натуралист» (2016-2018), «Молоток» (2004-2005), Cool (2003), Cool Girl (2005), Yes (2010-2015). Анализ языковых средств позволил определить роль социально-гуманитарного знания и образования как инструментов воспроизводства и трансформации ценностей и смыслов, значимых для благоприятных условий воспитания и устойчивого гармоничного развития детей и молодежи. Мониторинг организации дискурсивного пространства современных детских и детско-юношеских журналов предусматривает учет двух важных этапов:

1. Мониторинг – оценка. Понимается как непрерывный процесс наблюдения и регистрации совокупности дискурсивных параметров, используемых в коммуникативном поле журналов для детей и юношества (знания, коммуникативные стратегии, социальный статус, ценностные ориентиры, идеалы, идеологические установки, цели и условия общения). В процессе общения ребенка и взрослого посредством текстов СМИ происходит усвоение систем культурных знаков, поэтому мониторинг дискурсивного пространства детских и детско-юношеских СМИ позволяет зафиксировать существенные скачки и переходы от натуральной к культурной форме поведения детей (Л. С. Выготский), а также проследить возникающие конфликты и коллизии в процессе репрезентации и передачи знаний подрастающим поколениям. Решение данной задачи позволяет также рассмотреть социально-культурную деятельность индивида, которая, будучи изначально коллективной, становится впоследствии его внутренним способом мышления.

2. Мониторинг – управление. Рассматривается как систематический сбор и обработка информации, которая может быть использована для принятия решения относительно организации процесса чтения детей. Дискурс детских и детско-юношеских журналов, моделируемый в соответствии с современными контекстами развития медиа, отражает идеологические установки общества. Этот факт должен учитываться в целях выработки аддитивности детей к чтению, информирования общественности для осуществления социологических проектов и выбора политики государства относительно путей и условий формирования позитивных и негативных общегражданских, культурно-исторических символов как факторов развития современного ребенка.

Результаты исследования

Дискурс современных детских журналов в российской системе медиаобразования

Организация дискурса детских журналов («Клёпа», «Мурзилка», «Свирелька») способствует созданию образовательного и воспитательного пространства, вовлекая в проблемное поле журнала весь спектр прогнозируемых возможностей коммуникативного и социального взаимодействия детей. Вместе с тем, очевидно, что в сфере изучения печатного слова для детей усиление его влияния на детское сознание, с одной стороны, и значительное расширение

медиаобразовательных, эстетических и воспитательных возможностей детской периодики, с другой, побуждают по-новому оценить их соотносительную роль в реализации общения и познания окружающего мира детьми.

Следует заметить, что в российской медиаобразовательной системе детские журналы «Клёпа», «Мурзилка», «Свирелька» представлены как познавательно-развлекательные. Организуя познавательную деятельность детей, журналы призваны выполнять три гносеологических задачи: 1) представлять зафиксированное традиционное знание о мире в дискурсе журнала; 2) способствовать усвоению зафиксированного традиционного знания и развивать умение оперировать полученными знаниями об окружающем мире; 3) являться коммуникативной платформой в процессе организации познавательной и медиаобразовательной деятельности детей и взрослых.

Целью дискурса иллюстрированных детских журналов «Клёпа», «Мурзилка», «Свирелька» является представление и популяризация знаний о естественном мире, сказочных героях, известных людях. Постоянным дискурсоформирующим фактором журналов является локализация художественно-эстетических материалов для чтения. Журналы придерживаются четкой структуры оформления материалов, рубрики по определенной тематике содержат небольшие по объему тексты, разбитые на смысловые части. Тексты, связанные с описанием природного мира, преобладают в дискурсивном пространстве журналов «Клёпа», «Мурзилка», «Свирелька». Описание природного мира предопределяет ситуацию помещения адресата в контекст образовательных, социальных и культурных ситуаций.

Всеобъемлющими пространственными символами в дискурсе детских журналов являются природный и волшебный (сказочный) мир. Дискурс журналов имеет константную литературно-художественную составляющую – традиционные народные сказки, литературные (авторские) образуют основу текстов для детского чтения. Важно заметить, что в дискурсе журналов происходит смешение народных и авторских сказочных текстов в плане культурно-исторических контекстов, репрезентации взаимоотношений волшебства и реальности, предоставления формы повествования. Н. Н. Миронова отмечает, что в текстах сказочного дискурса «реализуются аксиологические микростратегии под влиянием разного рода экстралингвистических факторов: ментальных, исторических, культурологических, этнопсихологических и др.» [4. С. 39].

На историко-культурном уровне организации дискурса детского журнала формируются архетипические образы детства, присущие каждой эпохе и каждому поколению. Известно, что художественная литература диктовала различные образы детства в разные эпохи. К примеру, литература классицизма устанавливает культ ребенка, демонстрирует ценностные символы некоего идеального мира и идеализированного детства. Реалисты же рисуют образы бедных, обездоленных детей, с ярким проявлением мотива одиночества. При анализе медиатекстов современных детских журналов обнаруживаются существенные трансформации ценностных ориентиров и образов детства, сдвигаются рамки дискурсивного пространства в силу взаимодействия таких дискурсов, как научно-популярный, художественный, культурно-просветительский, идеологический и др. В рамках дискурса журнала «Клёпа» формируется идеальный образ грамотного, творческого, веселого ребенка, умеющего разбираться в «модных» информационных носителях. Журнал «Мурзилка» с момента своего существования устанавливает культ дружбы между детьми и взрослыми. Детский журнал «Свирелька» формирует образ современного ребенка-эрудита. Журнала представляет необычные факты о естественном мире, мотивируя детскую аудиторию к познавательной деятельности.

Детский журнал представляет собой диалог различных авторских позиций, а также постоянный диалог с читателем. Образ ребенка отмечен тесной связью с образом взрослого – модератора дискурсивного пространства журналов для детей и юношества, а сами журналы создаются как интерактивные средства взаимной координации деятельности взрослого и ребенка.

На современном этапе развития общей системы медиаобразования важной составляющей организации дискурсивного пространства для детей является предоставление возможности общения на платформе медиа. Так, при помощи журналов «Клёпа» и «Мурзилка» разрешаются многие проблемы, в том числе и психологического характера. Специфика организации подобного общения позволяет помещать в дискурсивное пространство детский авторский текст (небольшой по объему), который является личностно-ориентированным и раскрывает индивидуальное сознание автора-ребенка.

Дискурс детских журналов «Клёпа», «Мурзилка», «Свирелька» представляет собой одновременно закрытую и открытую систему в плане привлечения в коммуникативное поле дискурса самого адресата. Дискурсивное пространство журналов позволяет разнообразить базовые представления ребенка о явлениях природы, выявить особенности детской логики и расшифровать механизмы создания познавательного пространства. Соединение двух принципиальных антропологических категорий – мира детской игры и мира учебно-познавательной деятельности – является существенным фактором организации дискурсивного пространства для детей. В системе российского медиаобразования данные категории одновременно проявляют себя на социологическом и психологическом уровнях, способствуя конструированию статусных ролей и пониманию образов «Я» и «других».

Ребенок, будучи активным участником дискурса, выражает потребность в диалоге с обществом, ролевой коммуникации. Главным ориентиром построения такого дискурсивного пространства детских журналов является публичная интеракция – взаимодействие между группами взрослых и детей, коммуникативно обусловленная социальная практика, основанная на непрерывном диалогическом сотворчестве. В центр внимания дискурса помещается коммуникативное поведение, которое запускает механизмы манифестации знаний и обмена информацией между участниками коммуникации. Одним из принципиальных факторов осуществления публичной интеракции является помещение в дискурс журналов интерактивных агентов (Мурзилка, Клёпа), которые выступают в роли носителя определенных знаний и рассматривают ребенка-участника диалога как объект для обучения, воспитания и управления. Выполняя управляющую функцию в процессе диалогического взаимодействия, интерактивный агент является связующим звеном в моделях коммуникации «взрослый – ребенок» и «ребенок – ребенок». Образы интерактивных агентов выступают в дискурсивном пространстве журналов в качестве носителей ценностных ориентиров и норм поведения современного ребенка в обществе. Организация ролевой коммуникации, введение в дискурсивное пространство «интерактивного агента» позволяют формировать генеральную линию дискурса журнала, акцентировать внимание на репрезентации внешнего пространства культуры через внутренние духовные постулаты и устанавливать закономерности коммуникативного и социального баланса.

Медиапространство, которое формируют детские журналы «Клёпа», «Мурзилка», «Свирелька», отвечает целям «истинного общения, творческого объединения, интегративного развития культуры и мироустройства» [1. С. 107]. В дискурсивном пространстве журналов реализуется диалогическое сотворчество коммуникантов – взрослых и детей. Дети как участники коммуникации принимают разные статусные позиции в рамках организации игровой деятельности в пространстве дискурса журналов. Интерактивный агент всегда выступает в роли носителя определенных знаний и выполняет управляющую функцию в процессе диалогического взаимодействия коммуникантов. Интерактивный агент в дискурсе журнала является транслятором коллективного знания о ценностных установках общества, активным пропагандистом, заинтересованным участником дискурса, он оказывает помощь в процессе познания действительности как для индивидуального, так и для массового адресата.

Дискурс современных детско-юношеских журналов в российской системе медиаобразования

Несмотря на тот факт, что в системе СМИ молодежные журналы направлены на массового потребителя, каждый отдельно рассматриваемый журнал может иметь и свою аудиторию. К примеру, среди детско-юношеских журналов, которые существовали в советское время, можно выделить такие журналы, как «Пионер», «Ровесник», «Смена», «Собеседник». Журналы «Юный натуралист», «Юный техник», «Техника молодежи» были направлены на определенную аудиторию детей и юношества, которая проявляла интерес к технике и естественным наукам. Детско-юношеская аудитория при помощи организации игровой и учебно-познавательной деятельности в дискурсивном пространстве журнала получала возможность усвоения знания о природном мире. Интеллектуальная деятельность, организованная, к примеру, через дискурс детско-юношеского журнала «Юный натуралист», сводится не только к усвоению совокупности фактов об окружающем нас мире, но и выводит дискурс на уровень открытой интеракции.

Динамика распространения печатной продукции на современном этапе определяется прежде всего привлечением подростковой аудитории (13-18 лет) в дискурсивное пространство

молодежных журналов. С появлением на российском рынке западных издательских компаний и крупных рекламодателей в дискурсивное пространство детско-юношеских журналов помещаются материалы гедонистического характера, подобранные по образу и подобию американских печатных аналогов. Причиной появления прессы западного образца (75 %) является получение заметной прибыли от тиража молодежных изданий в России [9. С. 91].

Появление новых журналов для молодежи («Молоток», Cool, Cool Girl, Yes) привносит ряд проблем в общую систему массовой коммуникации и медиакультуру общества. В целом, по характеру предоставляемой информации все издания для подростков и молодежи подразделяются на универсальные, где освещаются различные вопросы из жизни и деятельности молодежи, и специализированные, или тематические, которые ориентированы, к примеру, на девушек или юношей, отвечают на запросы молодежи дифференцированно.

В дискурсе юношеских изданий используется особый язык для установления контакта с аудиторией, суггестивные приемы и методы с целью вербального и невербального воздействия на подростка, оригинальные выразительные средства для создания ярких и запоминающихся образов действительности. Так, существенный сдвиг в дискурсивном пространстве современных журналов для юношества произошел в сторону широкого использования ресурсов разговорной речи. К примеру, в дискурсе журнала «Молоток» можно обнаружить ряд употреблений сниженной лексики: *кони, предки, родаки, ща порву, че кому грозит, бухать, разгильдяи, дружбаны, знакомство по аське, спелись, поболтаем, свалить жить за бугор, жессть* и т.п. Кроме этого, стилизованные слова и выражения в основном американского происхождения используются в дискурсивном пространстве современных молодежных журналов Cool, Cool Girl, Yes, которые принадлежат к следующим тематическим блокам:

- массовая культура (*имидж, шоу, шоу-биз, ток-шоу, гламур, кастинг, DJ, фан-клуб, фишка, пирсинг, тату, ноутбук, онлайн, сайт, слоган, эксклюзив, лайфхак, лайфстайл, тренд, продвинутый, гаджет*);
- современная молодежная музыка (*сингл, мейнстрим, рок, рэп, трэп*);
- спорт, игры (*аквабайк, сноубординг, виндсерфинг, дайвинг, бодибилдинг, боулинг, фитнес*);
- еда, напитки (*гамбургер, коктейль, кока-кола, поп-корн, сникерс*);
- дом, предметы обихода (*смартхауз, джакузи, микроволновка, кофеварка*);
- одежда, материалы (*дресс-код, адидас, боди, капри, пуховик, свингер, топless, органза, стретч, лайкра, эластан, полиэстер*);
- косметика (*мейк, бьюти-тренд, лук, хайлайтер, гель, скраб, кондиционер*).

При организации дискурса детско-юношеских изданий учитываются возрастные особенности целевой аудитории. Каждому изданию для определенной возрастной группы присуще свое содержание, которое определяется психологическими особенностями восприятия информации и окружающего мира. Основными топиками дискурса детско-юношеских и молодежных изданий являются следующие:

- новости из мира шоу-бизнеса;
- новые стили и направления в музыке;
- молодежная мода;
- любовные истории, секс;
- карьера;
- проблемы в отношениях с родителями;
- проблемы заработка, деньги;
- путешествия и хобби;
- компьютерные игры и Интернет;
- алкоголь и наркотики;
- развлекательный материал (тесты, гороскопы, анекдоты, кроссворды).

Журналы «Молоток», Cool, Cool Girl, Yes формируют ценностные установки, моделируют нормы поведения для молодых людей, являются законодателями моды освещения событий на определенную тематику. Ценности медиакультуры, аккумулируемые дискурсивным пространством детско-юношеских журналов, навязываются современному молодому читателю. Интерпретируя полученную информацию из медиатекстов, молодой читатель входит в

коммуникативное поле медиакультуры, «выбирает ту интенцию текста, которую моделирует для него автор, опираясь на слабые точки дискурса» [3. С. 12]. Анализ дискурсивного пространства детско-юношеских журналов «Молоток», Cool, Cool Girl, Yes показал, что существует большое множество таких слабых точек, но все они сосредоточены вокруг основных топикальных блоков дискурса молодежных журналов.

Молодежные журналы, пытаясь привлечь как можно более широкий круг потребителей, размывают границы целевой аудитории, что приводит к снижению уровня журналистских материалов, их сознательной «облегченности». В этой ситуации отличительной чертой современных молодежных СМИ стал их сенсационно-бульварный характер, неизменное обращение к некогда запретным темам, ярко выраженный эпатажный стиль в подаче информации [2. С. 19]. Данная проблема соотносится с вопросами экологии медиaprостранства и удаленного положения молодежи от процесса создания медиапродуктов. По справедливому замечанию А. А. Беляцкой, «из медиaprостранства изымается жизнетворное содержание культуры, ее глубинный ценностный пласт как творческое основание языковой способности человека. Сегодня вместо подлинного словесного творчества в лингвокультурном пространстве преобладает «шумовой фон» примитивных текстовых сообщений <...>, через единое медиaprостранство в сознание человечества внедряются вербально низкие, дезинтегрирующие смысловые структуры как никогда глобализованного, но при этом культурно разобщенного человечества» [1. С. 107].

Процессы глобализации, происходящие в мире, привели к сложным социально-экономическим проблемам и культурным несоответствиям. В связи с различными трансформациями в обществе, связанными с внедрением новых технологий и инноваций, мы можем наблюдать, как современное поколение молодых людей вовлекается в поле «глобальной медиакультуры» в качестве пассивных потребителей, не участвующих в создании СМИ.

Следует отметить, что за последние несколько лет большое количество программ и проектов было разработано с целью исследования вовлеченности молодежи в развитие и совершенствование системы средств массовой информации. К примеру, во Всемирном докладе по мониторингу Программы ЮНЕСКО «Образование для всех 2007» отмечается, что в связи с активным развитием системы медиаобразования молодежь должна привлекаться в качестве активных участников создания медиапродуктов. В связи с этим проблема привлечения и участия молодежи в создании медиа стоит сейчас на повестке дня и обсуждается на разных уровнях: региональном, национальном и международном.

Основные положения и принципы привлечения молодежи в образовательную среду были обозначены в документе «Цели развития тысячелетия, 2015» (Millennium Development Goals, 2015), в котором подчеркивается значимость вопроса проявления инициативы молодежи в современных медиакультурных контекстах [11. С. 28]. Привлечение молодежи в медиасреду связано с широкой сферой деятельности, включая умение использовать технические средства, навыки производства репортажа, подробный анализ медиаконтента, что в свою очередь повышает уровень медиаобразованности и медиаграмотности молодых людей [10. С. 7].

Выводы

В системе медиаобразования России организация дискурсивного пространства детских и детско-юношеских журналов играет огромную роль, так как через дискурс журнала организуется учебно-познавательная и коммуникативная деятельность детей и молодежи.

Организация коммуникативной платформы для взрослых и детей в рамках дискурсивного пространства детских журналов позволяет обратить внимание на ряд особенностей. Дискурс детских журналов строится с учетом фактора адресата (ребенка) в качестве активного участника коммуникации. При реализации коммуникации в дискурсивном пространстве акценты смещаются в сторону совместного сотрудничества взрослых и детей в решении текущих общественных проблем. Разнообразие речевых форм и визуальных образов, высокая степень интертекстуальности, построение интерактивной коммуникации в дискурсе детского журнала позволяют говорить об успешности реализации основной медиаобразовательной задачи – воспитать образованного и гармонично развитого человека.

Организация дискурсивного пространства детско-юношеских журналов строится с учетом расширения масштабов читательской аудитории. Молодой читатель является в основном пассивным потребителем информации. В отличие от детских журналов, дискурсивное

пространство детско-юношеских изданий не содержит в себе «экологически чистые продукты». Это касается таких журналов, как «Молоток», Cool, Cool Girl, которые до недавнего времени выходили в свет. С позиций системы современного медиаобразования молодежная аудитория должна получать доступ к необходимой информации, анализировать ее и уметь выявлять наиболее подходящие ресурсы для повышения своего уровня медиаграмотности.

Список литературы

1. Беляцкая, А. А. Лингвокультура и медиа: поворот к свету, или экология медиапространства // Вестник ВГУ. Серия: Журналистика. 2014. № 2. С. 106–110.
2. Жилавская, И. В. Медиаобразование молодежной аудитории. Томск: ТИИТ, 2009. 322 с.
3. Костяшина, Е. А. Медиадискурсивные механизмы моделирования томского городского публицистического текста // Язык и культура. 2012. № 1 (17). С. 5–12.
4. Миронова, Н. Н. Дискурс – анализ оценочной семантики: учебное пособие. М.: НВИ – ТЕЗАУРУС, 1997. 158 с.
5. Сидоров, В. А. Публичный дискурс и медиасфера: условия и субъекты функционирования // Журналистский ежегодник. 2013. № 2. С. 15–19.
6. Тулякова, Е. И. Детский журнал второй половины XIX в. как метатекст (к постановке проблемы) // Научно-практический журнал «Текст. Книга. Книгоиздание». 2012. № 1. С. 27–34.
7. Чернышева, Л. В. Кризис детского чтения – общемировая проблема // Школа: день за днём. 2006. № 7. С. 7–9. URL: <http://www.rgdb.ru>. (дата обращения: 12.04.2014).
8. Чудинова, В. П., Голубева, Е. И., Сметанникова, Н. Н. Недетские проблемы детского чтения: Детское чтение в зеркале «библиотечной» социологии. М., 2004. 70 с.
9. Шостак, М. И. Журналы в системе СМИ: типология и «ниши» изданий // Типология периодической печати: Учеб. пособие для студентов вузов / М. Е. Аникина, В. В. Баранов, О. А. Воронова и др.; под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. М.: Аспект Пресс, 2007. С. 79–93.
10. Asthana, Sanjay Innovative Practices of Youth Participation in Media: a research study on twelve initiatives from around the developing and underdeveloped regions of the world, UNESCO 2006. Published by United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. URL: [http://www.cto.int/wp-content/themes/solid/.../dc/.../149279e.pdf](http://www.cto.int/wp-content/themes/solid/_dc/.../149279e.pdf) (дата обращения: 15.04.2014).
11. The Millennium Development Goals Report 2015. United Nations, New York, 2015. URL: <http://www.un.org>. (дата обращения: 28.03.2018).

DISCOURSE MODELLING OF MODERN CHILDREN'S AND YOUNG ADULTS' MAGAZINES IN RUSSIAN MEDIA EDUCATION SYSTEM

Marugina N. I., National Research Tomsk State University, Tomsk, marugina_nadya@mail.ru

This paper puts insight into the issues of discourse modelling of modern children's and young adults' magazines in Russian media education system. Language means monitoring demonstrates different discourse categories registered in the communicative domain of the magazines. The main goal of children's magazines is to fulfil gnoseological tasks, whereas young adults' magazines are mainly targeted at a vast audience of readers towards their media products. Children's and young adults' magazines offer their readership an educational game organized directly through texts. The aim of the magazines in organizing the discursive space for children and young adults is to maintain a communicative platform in the processes of social and cultural interaction between children and adults. In children's magazines the addressee, being an active participant in the discourse, expresses his willingness and desire for an open dialogue with the whole media community. The organization of media discourse makes it possible to form a general communicative direction, to focus on external culture through the representation of the internal moral postulates and to establish the patterns of communicative and social balance.

Key words: media education, discourse, children's magazine, young adult's magazine.

References

1. Belyackaya, A. A. (2014). Lingvokul'tura i media: povorot k svetu, ili ehkologiya mediaprostranstva [Linguaculture and media: a turn to light, or ecology of media landscape]. *Vestnik VGU. Seriya: Zhurnalistika* [Bulletin of Voronezh State University]. Voronezh, 2, pp. 106–110 (in Russ.).
2. Zhilavskaya, I. V. (2009). *Mediaobrazovanie molodezhnoj auditoria* [Media education of young people]. Tomsk, TIIT, 322 p. (in Russ.).
3. Kostyashina, E. A. (2012). Mediadiskursivnye mekhanizmy modelirovaniya tomskogo gorodskogo publicisticheskogo teksta [Mediadiscourse mechanisms of Tomsk city publicistic text]. *Yazyk i kul'tura* [Language and Culture], Tomsk, 1 (17), pp. 5–12 (in Russ.).
4. Mironova, N. N. (1997). *Diskurs – analiz ocenochnoj semantiki: uchebnoe posobie* [Discourse: analysis of evaluative semantics]. M., NVI – THESAURUS, 158 p. (in Russ.).
5. Sidorov, V. A. (2013). Publichnyj diskurs i mediasfera: usloviya i sub"ekty funkcionirovaniya [Public discourse and media sphere: conditions and subjects functioning]. *Zhurnalistiskij ezhegodnik* [Journalistic Year Book]. 2, pp. 15-19 (in Russ.).
6. Tulyakova, E. I. (2012). Detskij zhurnal vtoroj poloviny XIX v. kak metatekst (k postanovke problemy) [Children's magazine of the second half of the 19th century as a problem]. *Nauchno-prakticheskij zhurnal «Tekst. Kniga. Knigoizdanie»* [Scientific and practical journal. Text. Book. Book Publishing]. 1, pp. 27–34 (in Russ.).
7. Chernysheva, L. V. (2006). Krizis detskogo chteniya – obshchemirovaya problema [Crisis of children's reading materials as a global problem]. *Shkola: den' za dnyom* [School day after day]. 7, pp. 7–9, available at: <http://www.rgdb.ru> (accessed 12.04.2014) (in Russ.).
8. Chudinova, V. P., Golubeva, E. I. & Smetannikova, N. N. (2004). *Nedetskie problemy detskogo chteniya: Detskoe chtenie v zerkale «bibliotechnoj» sociologii* [Grown-up problems of children's reading materials: in the mirror of the library sociology]. M., 70 p. (in Russ.).
9. Shostak, M. I. (2007). Zhurnaly v sisteme SMI: tipologiya i «nishi» izdaniy [Magazines in the system of periodicals: typology in the niche of publications], in: *Tipologiya periodicheskoy pechati: Ucheb. posobie dlya studentov vuzov* [Textbook for the students of higher institutions "Typology of periodicals"]. M., Aspect Press, pp. 79–93 (in Russ.).
10. Asthana, Sanjay *Innovative Practices of Youth Participation in Media: a research study on twelve initiatives from around the developing and underdeveloped regions of the world*, UNESCO 2006. Published by United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, available at: http://www.cto.int/wp-content/themes/solid/_.../dc/.../149279e.pdf (accessed 15.04.2014).
11. The Millennium Development Goals Report 2015. United Nations, New York, 2015, available at: <http://www.un.org> (accessed 28.03.2018).

Маругина Надежда Ивановна – кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии, Национальный исследовательский Томский государственный университет.
marugina_nadya@mail.ru