

ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО

*О.В. Дмитриева (Россия, Самара)
Научный руководитель Т.Ю. Денцова*

МЕДИАПРОДУКТ В СОВРЕМЕННОЙ ИЗДАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В работе предпринята попытка осмысления объекта издательской деятельности – медиапродукта, с точки зрения его определения, функционирования в медиaprостранстве. Приведена классификация медиа, представлена сравнительная характеристика других медиаформ существования информации. Рассмотрено существование феномена медиапродукта в различных сферах и областях профессиональной деятельности. Доказана объективность и необходимость существования нового термина и его практическое применение.

Ключевые слова: массовая информация, медиа, медиатехнология, медиатовар, интернет-аудитория, сайт.

Издательское дело как область профессиональной деятельности в современной социокультурной ситуации претерпевает трансформационные изменения. Выпускник с высшим образованием в области издательского дела обладает знаниями и навыками, дающими возможность решать профессиональные задачи в редакторской, проектной, маркетинговой и других областях. При этом объектом профессиональной издательской деятельности выступает медиапродукт. Сегодня, продукты издательской деятельности – это не только отпечатанные издания. Книги, журналы, газеты, плакаты, листовки, буклеты, афиши, справочники стали неотъемлемой частью медиaprостранства.

Обратимся к определению. Медиапродукт – «продукт в сфере средств массовой информации» [1, с. 205].

Теперь пользователь может смотреть, слушать и читать, что хочет без привязки ко времени и месту, обсуждать и делиться информацией с другими, а так же бесконечно создавать, копировать и сохранять контент, потратив на это минимум временных и материальных затрат.

Основные особенности медиапродуктов:

1. Доступность (приемлемая цена и удобство использования)
2. Эксклюзивность (отличие продуктов друг от друга или журналов, телепрограмм или сайтов; также медиатовар направлен на определённого потребителя).

3. Универсальность (доступны всей массе аудитории)

4. Избирательность (медиапродукт ориентирован на обслуживание интересов и потребностей определённых социальных групп, разнообразие которых беспредельно, отсюда многообразие видов медиа).

В этом плане особый интерес представляет концепция феномена мультимедиа О.В. Шлыкова. Согласно рассуждениям автора, «книга может быть отнесена к медиа, то есть к средствам, опосредующие человеческую коммуникацию» [2, с. 115].

Слово «медиа» в переводе с английского означает «средство», «способ», «посредник». Некоторые исследователи относят к медиа устную речь и выделяют три вида медиа: устные, документные, электронные.

Рождение письменной формы коммуникации-медиа для записи, хранения и передачи информации – фиксирует появление старшего из существующих документов, написанных на глине, папирусе, дереве и т.п. Эволюция в области медиа шла через развитие каждого из его видов и привела в это время к появлению мультимедиа и цифровых медиа (телевидение, Интернет).

К медиатехнологии, как технологии создания посредника человеческой деятельности в информационной сфере, можно отнести и книгопечатание. Книга является информационным средством, печатным посредником, печатным СМИ.

Исследователи медиатехнологий утверждают, что каждая новая медиатехнология меняла и тип знания, и тип общества. Например, С. Харнад в статье «Постгутенберговая галактика: четвертая революция в средствах производства знания» пишет, «что история человеческой мысли пережила три революции и стоит на пороге четвертой. Революционными были появление языка, изобретение бумаги и книгопечатания. Именно эти три трансформации определили формы коммуникации: язык позволяет передавать мысли в виде высказываний, бумага – хранить независимо от говорящего, печать дает возможность сохранять их независимо от писания» [3, с. 15]. Однако бумага и печать обладают рядом недостатков, таких как медленное распространение, ограниченность доступа к ним, недолговечность.

Четвертая революция – возникновение электронных средств распространения информации, направленная преодолеть ограничения существующих форм коммуникации. Тексты прошлого и настоящего могут теперь существовать в единой общедоступной среде, обеспечивая преемственность коллективного знания.

На 2011 охват интернет-аудитории составил 59%, тогда как читательская аудитория бумажных газет и журналов выросла за 10 лет в России с 66 до 77%. Аудитория цифровых носителей увеличивается, но цифры не объясняют всего. Исследования показали, что посетители сайтов не читают их с таким пристальным вниманием, с которым они читают бумажные газеты.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ефремова, Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-образовательный. М.: Рус. яз. 2000. 1209 с.
2. Шлыкова, О. В. Культура мультимедиа: Уч. пособие для студентов / МГУКИ. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004. 415 с.
3. Harnad, S. Post-Gutenberg galaxy: The fourth revolution in the means of production of knowledge // The Public–Access Computer Systems Review. 1991. Vol. 2. № 1.

*А. В. Сидорова (Россия, Самара)
Научный руководитель В.М. Зарипова*

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ТЕРМИНОВ В НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОМ ТЕКСТЕ

В статье рассматриваются фрагменты научно-популярного издания о научных экспериментах. Определяется роль терминов, выявляются приемы их введения в научно-популярный текст.

Ключевые слова: *термин, научно-популярный текст, научно-популярное издание, эксперимент, читательский адрес, приемы популяризации*

Термин – «слово или словосочетание – название определенного понятия какой-нибудь специальной области науки, техники, искусства [3].

Термины являются важным и неотъемлемым компонентом научной коммуникации, позволяющим точно обозначать понятия и явления различных областей знания. Важна роль терминов и в научно-популярной речи. Однако способы их употребления в научных и научно-популярных текстах отличаются друг от друга. Так, для научно-популярного дискурса характерно использование особых приемов введения терминов в текст, позволяющих сделать его понятным и доступным широкой читательской аудитории.

С целью определения способов введения терминов в научно-популярный текст мы проанализировали главы из книги Джорджа Джонса «Десять самых красивых экспериментов в истории науки», выпущенной издательством «КоЛибри» в 2011 году. В ней в доступной форме представлено описание научных опытов из разных областей знания. Книга рассчитана на детей школьного возраста и взрослых читателей. Первая из рассматриваемых глав называется «Галилей. Правда о движении» и включает в себя рассказ об экспериментах, над которыми Галилей работал при жизни, а также информацию о том, как ученые пытались их оспорить. Эксперименты касались такой области, как физика, математика, астрономия. Следующая глава – «Уильям Гарвей. Тайны сердца», которая описывает, как жил тот или иной организм, как работают наши органы, включает в себя информацию по анатомии. В этих главах встречается большое количество терминов из таких научных областей, как астрономия, физика, математика, анатомия.