

МЕЖДУНАРОДНАЯ АССОЦИАЦИЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ
РУССКОГО ЯЗЫКА И ЛИТЕРАТУРЫ (МАПРЯЛ)
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ»

**ЯЗЫК И РЕЧЬ
В ИНТЕРНЕТЕ:
ЛИЧНОСТЬ, ОБЩЕСТВО,
КОММУНИКАЦИЯ, КУЛЬТУРА**

**Сборник статей
II Международной научно-практической
конференции**

Москва, РУДН, 29–30 марта 2018 г.

В двух томах

Том 2

Москва
Российский университет дружбы народов
2018

УДК 81:004:316:159.923(063)
ББК 814+32.973.202+88+87.774
Я41

Под общей редакцией
А.В. Должиковой, В.В. Барабаша

Редакционная коллегия:
Г.Н. Трофимова (главный редактор),
С.А. Дерябина, С.С. Микова

Я41 **Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура** : сборник статей II Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 29–30 марта 2018 г. : в 2 т./ под общ. ред. А. В. Должиковой, В. В. Барабаша. – Москва : РУДН, 2018.
ISBN 978-5-209-08628-4
Т. 2. – 470 с. : ил.
ISBN 978-5-209-08630-7 (т. 2)

В сборнике представлены тексты докладов участников II Международной научно-практической конференции «Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура».

Издание предназначено для филологов, лингвистов, журналистов, преподавателей РКИ, литературоведов, культурологов, психологов и широкого круга читателей, интересующихся вопросами функционирования русского языка в Интернете.

Статьи публикуются в авторской редакции

ISBN 978-5-209-08630-7 (т. 2)
ISBN 978-5-209-08628-4

© Коллектив авторов, 2018
© Российский университет
дружбы народов, 2018

ДОКЛАДЫ УЧАСТНИКОВ КОНФЕРЕНЦИИ

Н.М. Лазутова

*(Московский государственный университет
имени М.В. Ломоносова)*

ПРОБЛЕМА СМЫСЛОВОЙ ДОМИНАНТЫ В СЕМАНТИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ ТЕКСТА

Языковые проблемы интернет-пространства осмысляются в данной статье опосредованно, через проблематику семантического анализа текста. Автор прослеживает логику улавливания или неулавливания смысловой доминанты в текстах с высоким уровнем имплицитной информации.

Ключевые слова: семантический анализ, смысловая доминанта, семантический узел, имплицитная информация, эксплицитная информация, семантическое поле.

Интенсивное увеличение информационного потока актуализирует классификацию медиаконтента по характеру содержания и уровню осмысления реальности. И если первое условие уже выполнимо, то второе пока требует и теоретического, и экспериментального внимания. Во многом это связано с развитием семантического анализа.

Любопытно, что семантика эволюционировала от изучения исторического изменения значений слов (Мишель Бреаль «Опыт семантики, науки о значениях», 1897) до изучения «истинности» текста (Дональд Дэвидсон «Об идее концептуальной схемы», 1974). Сегодня семантический анализ аккумулирует идеи психологов и философов, лингвистов и программистов.

Задача семантического анализа текста — определение смысла композиционных частей на основе исследования смысловых единиц: слов и предложений. Об уровне осмысления реальности невозможно судить без понимания смысловой доминанты, которая выражена через значение слова или предложения в тексте. Проблема в том, как

определить эти смысловые индивидуально акцентированные значения для понимания выраженной в тексте идеи.

Ещё в 1960-х годах Ричард Монтегю утверждал, что смысл текста складывается из значений его частей и сочетаний фрагментов – «примитивов». Но любой элемент языка погружён в контекст. При вырывании произвольных фрагментов возникает семантическая неопределенность. На основе истинности или функциональности необходимо выявлять не только смысл отдельного фрагмента, но и его логические связи с другими и всем текстом.

Лингвисты представляют текст как семантическую структуру, состоящую из семантических узлов и семантических отношений. Семантический узел – текстовый объект, у которого определены все связи (валентности), как эксплицитно выраженные в тексте, так и имплицитно соединённые с экстралингвистическими источниками.

Важно, какой вид имплицитной информации рассматривается. Как известно, имплицитной считается информация, скрытая в тексте, то есть находящаяся в непосредственном контексте (в одном абзаце) или в широком контексте (в других частях текста), и скрытая вне текста (в социокультурном контексте). При этом обобщённо имплицитность можно рассматривать как скрытое, опосредованное или косвенное выражение значения при взаимодействии лингвистического (эксплицитного значения высказывания) и экстралингвистического фона речи. В отличие от информации в эксплицитном виде, когда ясно формулируется и объясняется позиция, информация в имплицитном виде предполагает высокую степень её интерпретации, так как позиция не выражена фразами, но передана и мотивационно представлена через модальный план высказываний (например, оценочную лексику или риторические вопросы). При семантическом анализе текста с высоким уровнем имплицитной информации степень сложности определения смысловой доминанты повышается

пропорционально росту этого уровня. Ведь основная цель семантического анализа – определение семантических узлов, состоящих из «ядер» и их атрибутов (операторов) в эксплицитном поле текста. И уже здесь существует трудность в различении первых и вторых.

Часто при анализе сообщений в интернет-изданиях уровень имплицитной информации в семантическом пространстве (например, анонсов) не позволяет понять истинную смысловую доминанту, а, следовательно, и суть события. 25 декабря 2017 года: «Греф сравнил антироссийские санкции и «холодную войну» (РИА Новости), «Греф сравнил «холодную войну» и антироссийские санкции» (Газета.Ru), «Греф назвал холодную войну «детской забавой» по сравнению с санкциями США» (Ведомости), «Греф счел холодную войну «детской забавой» по сравнению с санкциями США» (РБК). Перемещение частей фразы и варьирование глагола дают не аналогичные смыслы и демонстрируют различные установки. При этом смысловая доминанта сообщений неопределённа.

Проблему можно представить широко: насколько смысловые доминанты текста истинны по отношению к реальности, или верно ли суть события воспроизведена с помощью использованных в тексте значений. И даже: насколько семантическое поле авторского текста соотносится с семантическим полем, сложившимся в сознании читателя. Эти проблемы кажутся почти неразрешимыми, поскольку связаны не только с языковыми значениями и смыслами, но и с ассоциациями. Известны три вида ассоциаций: свободные, направленные, контролируемые. Но методы их измерения пока нечётко семантически формализуются.

Ситуация осложняется существованием и других глубинных явлений. Семантической памятью называется сохранение сути полученного опыта. У разных поколений

понимание сути событий может быть различным. Это причина существования множества семантических сетей в одном пространстве, времени и даже культуре. И пока представители нейронаук изучают качественные характеристики развития сознания и его языковую реализацию при взаимодействии внутреннего мира человека и внешней среды, в медиа используется основанный на количественных характеристиках семантический анализ для распознавания текстов и их тематической классификации. Проблемы же значений и смыслов в семантическом пространстве остаётся прерогативой философии.

В индивидуальном сознании переплетаются две реальности: отражённая непосредственно в субъективных переживаниях и воспринятая опосредованно через языковую систему как общественно выработанный способ осознания бытия. Такая двойственность сознания, по теории личностных смыслов [Леонтьев 1977], основана на противопоставлении значения, как общественной формы отражения действительности, и личностного смысла. Значение надиндивидуально и объективно. Воспринятый смысл индивидуален и субъективен. При вербализации смысла человек, пытаясь передать своё понимание, подбирает значения, включённые в социокультурные языковые схемы, так как личностный смысл не имеет аналога в единицах языка. Возникает проблема адекватного описания состояния индивидуального сознания. Личностное представление значений формирует субъективное семантическое пространство, то есть систему индивидуально выделенных и определённым образом выстроенных признаков предметов реальности. Именно оно во много определяет характер и качество индивидуальных коммуникативных процессов.

Не столько функциональная, сколько содержательная сторона проблемы волновала Дональда Дэвидсона, автора теории истинно-условной семантики. Стронник каузальной

теории значения выделил парадокс автореференции: только в общей концептуальной системе координат доступен смысл различных точек зрения. Любой язык имеет концептуальную схему. Понимание возможно при интерпретации, которая создаётся благодаря речевому поведению. Оно же «диктует» значение словам и установкам. Парадокс в том, что не осознавая значения слов, нельзя определить установку человека, а не зная его установку, невозможно понять его речь. Д. Дэвидсон предложил использовать в качестве модели теории значения Т-семантическую теорию истины А. Тарского. Разработанная таким образом концепция интерпретативного мышления приравнивает понятие «значение» к понятию «истина». При этом фактор осознания речи не преобладает в ряду фактора установки убеждённости и фактора доверия. То есть если два последних сильно проявлены, то решение об истинности или неистинности сообщения может не зависеть от осмысления его сути.

«Мы получаем новую схему из старой тогда, когда говорящий начинает считать истинными ряд предложений, которые до этого рассматривались им как ложные. Мы не должны описывать это изменение просто как процесс перехода к полаганию истинным того, что было ложным, так как истина является пропозицией, и то, что говорящий принимает, начиная считать предложения истинными, не является тем же самым, что он отрицал, когда считал предложения ложными. Изменение потому захватывает значение предложения, что оно теперь принадлежит новому языку, - мысленно экспериментировал Д. Дэвидсон в работе «Об идеи концептуальной схемы». - Предположим, что в моем "министерстве научного языка" планируется человек, который не использует слова, указывающие, скажем, на эмоции, мысли, чувства и интенции, а говорит вместо того о физиологических состояниях, которые предположительно более или менее идентичны ментальным состояниям. Таким образом мы узнаем, что наш эксперимент удался, если этот

человек начинает говорить на новом языке. Насколько я знаю, его новые фразы, хотя они и позаимствованы из прежнего языка, в котором они указывали на физиологические процессы, могут играть роль ментальных понятий. Ключевая фраза здесь следующая: "Насколько я знаю". Ясно, что сохранение части или всего старого словаря само по себе не обеспечивает оснований для утверждения, будто новая схема должна быть той же самой или отличной от старой. Таким образом, то, что прежде звучало подобно сенсационному открытию – истина относительна к концептуальной схеме – оказалось не более чем скучным и хорошо известным фактом, что истина предложения относительна к включающему в себя данное предложение языку» [Дэвидсон 1986; 148].

Можно предположить, что проблема изменения представления о ситуации не обязательно связана с новым знанием о ней, иногда достаточно «нового языка». Тогда на изменение зависимости убеждения человека от значения текста влияет интерпретация речевого поведения автора. В начале такой интерпретации единственной возможностью для понимания становится принятие соглашения по поводу того, в чем автор и интерпретатор убеждены. Таким образом авторский текст наделяется условиями истинности, которые были выполнены при создании его.

Фактор доверия выстраивает характер коммуникации. Даже осмысление разногласия невозможно без согласия об истинности речи говорящих на «одном и том же языке» или принимаемой интерпретатором истинности речи для говорящего «на другом языке». Но если смысловые доминанты текста не улавливаются интерпретатором, то есть если автор мыслит иначе, но неясно выражает свои мысли, то ни доверие, ни обращение к фактам не могут заставить интерпретатора понять, что различие кроется в убеждениях, а не в «неправильных» понятиях о предмете отображения.

Значение, выраженное в авторском языке, имеет системообразующие связи с другими значениями, что обусловлено присущим языку свойством самоотражения, которое обеспечивает его единство и самостоятельность. Но на разных социокультурных уровнях у языка существуют свои системообразующие связи. Эта зависимость ставит проблему понимания, так как язык вторичен по отношению к действительности, которую он отражает. Смысловые доминанты семантического поля текста, собственно, и необходимы для процесса понимания мыслей автора, будь он писатель, блогер или журналист. Иначе эффективной медиакommunikации не получится.

Литература

1. Дэвидсон Д. Об идее концептуальной схемы // Аналитическая философия. Избранные тексты / Сост. А.Ф. Грязнов. – М., 1993. С. 144-159.
2. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. – М., 1977.

THE PROBLEM OF THE SENSE DOMINANT IN THE SEMANTIC SPACE OF THE TEXT

Language problems of the Internet space are interpreted in this article indirectly, through the problems of semantic analysis of the text. The author traces the logic of catching or disregarding the semantic dominant in texts with a high level of implicit information.

Keywords: semantic analysis, semantic dominant, semantic node, implicit information, explicit information, semantic field.

А.Н.Лапошина

*(Государственный институт русского языка имени
А.С. Пушкина)*

ПОТЕНЦИАЛ АВТОМАТИЧЕСКИХ ДИАЛОГОВЫХ СИСТЕМ В ОБУЧЕНИИ РКИ

В статье описана работа интеллектуальных диалоговых систем (чат-ботов) в сфере обучения

иностранным языкам, описаны особенности их работы и возможности применения, а также намечены приоритетные направления работы в создании подобных систем для нужд РКИ.

Ключевые слова: чат-бот, диалоговые системы, развитие речи

Появление в 60-х годах прошлого века первого автоматического собеседника-психотерапевта ELIZA стало знаковым событием в мире технологий: люди вновь заговорили о создании искусственного интеллекта, о возможности машин понимать человека. Несмотря на то, что за прошедшие 60 лет технологии значительно шагнули вперед, осмысленный диалог с компьютером на свободную тему до сих пор остается скорее сюжетом фантастических фильмов¹.

Однако автоматические диалоговые системы (чат-боты) сейчас успешно справляются с конкретными задачами там, где течение диалога развивается по стандартным схемам: рекомендации по выбору товаров, консультации по получению кредита и других услуг, прогноз погоды, информационная и техническая помощь на сайте и др. В этой статье будут рассмотрены примеры автоматических диалоговых систем в сфере обучения иностранным языкам и потенциал разработки подобных систем для русского языка.



Технически функционирование чат-бота чаще всего происходит по следующей схеме: система получает на вход фразу, и на основании базы

¹ Фильм “Она” (англ. “Her”, 2013)

знаний (большого количества вопросов и удачных ответных реплик) с помощью алгоритма подбирает наиболее вероятный ответ. Таким образом, ключевым фактором качественной работы системы является обучающий материал, набор вероятных реплик и ответов на них. Источником информации такого рода может стать, например, коллекция диалогов из популярных учебников РКИ, доработанная методистами.

Уже из названия системы — чат-бот происходит от английского «chat» (болтать, непринужденно общаться) + «robot» (робот) — становится понятен её основной потенциал в сфере обучения иностранным языкам: это развитие навыков диалогической речи, закрепление речевых формул и тематической лексики. В качестве примеров таких систем можно привести: боты Andy², ESL Robot Project, Leslie и др. для изучения английского языка, бот на хинди³, проект Duolingo⁴ имеет подобные системы для изучения испанского, французского и немецкого языков.

Диалоговая система соблюдает нормы общения на данном языке, этикетные формулы, сама активно инициирует диалог, однако готова и ответить на вопросы пользователя. Интересное решение геймификации смены темы диалога предлагают авторы проекта Duolingo: предлагается выбор из нескольких персонажей с обозначенными ролями (водитель такси, официант, полицейский и др.), которые поддерживают диалог в рамках заданной ситуации. Идея персонажей кажется эффективной и на более высоких уровнях владения языком: например, изучение сленга и разговорной лексики, ведение бизнес-диалога с соответствующими героями. Зачастую боты снабжены системами распознавания и синтеза речи, что дает возможности тренировки навыков восприятия звучащей речи и говорения. Существуют также

⁶ <https://andychatbot.com>

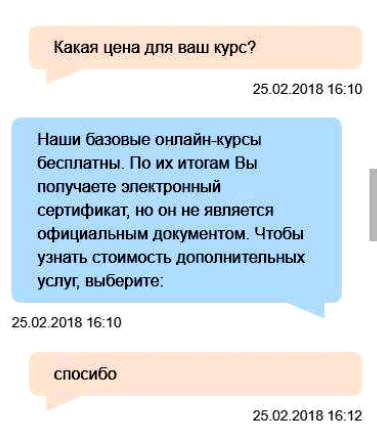
⁷ <http://www.digiteum.com/portfolio/hindi-chatbot/>

⁸ <http://bots.duolingo.com>

примеры объяснения грамматических тем (Andy bot), но это направление является скорее вспомогательным (например, если ученик допустил грамматическую ошибку, ему предлагается прочитать правило, однако он может отклонить предложение и продолжить общение). Mondly bot предлагает дополнительные упражнения на впечатывание слов.

Стоит отметить также ряд психологических особенностей использования диалоговых систем в обучающих целях. С одной стороны, отмечается снятие напряжения и страха перед общением на изучаемом языке за счет беседы с автоматической системой. Так, один из основателей компании Duolingo Луис фон Ан рассказывает, что для организации практики общения на изучаемом языке онлайн, их компания сначала предлагала вести диалог двум случайным пользователям, но люди неохотно шли на общение. Когда же пользователю предлагали общение с автоматической системой, отклик был гораздо активнее. “Мы подумали, что можно решить эту проблему [стеснение и неловкость], соединив человека с компьютером... Насколько мы знаем, компьютеры не могут нас осудить”. [Hern 2016, перевод Лапошиной А.Н.]

Второй же эффект диаметрально противоположен: исследования говорят о феномене отношения к боту как к человеку. И. Ашманов, создатель русскоязычных ботов для разных целей, отмечает: “Люди легко принимали правила игры и общались с нашей героиней, как с живой” [Краузова, 2013]. Кроме того, внешнее исполнение чат-бота напоминает мессенджер, все это работает на достижение максимального



реальности происходящего диалога.

Таким образом, психологический комфорт, отсутствие страха ошибиться и попасть в неловкое положение, в сочетании с иллюзией реального общения, и являются особенностями разговорной практики посредством общения с чат-ботом, отличающими её как от общения с реальными собеседниками, так и от традиционных обучающих компьютерных программ. «Право на ошибку» реализуемо и с технической стороны: поскольку система работает не с точными формулировками, а наиболее похожими вопросами из обучающей базы, она способна справиться с опечатками или ошибками. На рисунке приведен пример общения иностранного пользователя с чат-ботом на портале «Образование на русском»⁹: несмотря на очевидные ошибки, он получил информацию по интересующему вопросу, это соответствует коммуникативному подходу к изучению языка.

Стоит упомянуть также такие неоспоримые плюсы, как круглосуточная доступность, возможности дополнительной мотивации пользователя (например, бот Andy при длительном отсутствии инициирует диалог: “Как у вас дела?”, “Давненько мы не общались!” и др.), способность дообучения на новых репликах в процессе работы.

Таким образом, автоматические диалоговые системы имеют большой потенциал в сфере обучения иностранным языкам и могут использоваться в качестве дополнительных упражнений на развитие навыков диалогической речи, отработку тематической лексики, а также для психологической подготовки к общению с носителями языка, преодолению языкового барьера. Подключение функций распознавания и синтеза речи помогут улучшить навыки аудирования.

⁹ <https://pushkininstitute.ru>

Литература

1. *Веселовская Т.В.* Использование диалоговых систем в обучении русскому языку как иностранному. // Актуальные вопросы описания и преподавания русского языка как иностранного/неродного. Под ред. Кулибиной Н.В. – М., 2018, с. 303-307

2. *Зильберман Н.Н.* Использование технологий чат-роботов при формировании говорения в преподавании иностранного языка на примере русского языка как иностранного начального этапа обучения. // Гуманитарная информатика. Вып. 3. – М., 2018, с. 111-115

3. *Краузова Е.* Игорь Ашманов: «Речь и текст станут основным каналом общения с компьютерами и бытовыми устройствами»: интервью // Firma [Электронный ресурс]. - 2013. - URL: <http://firma.ru/data/interview/1706/> (Дата обращения: 16.02.2018).

4. *Hern A.* Can Duolingo's chatbot teach you a foreign language? // The Guardian [Электронный ресурс]. - 2016. URL: <https://www.theguardian.com/technology/2016/oct/06/duolingo-chatbots-learning-language> (Дата обращения: 16.02.2018).

EDUCATIONAL POTENTIAL OF CHATBOTS FOR RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE

This article is devoted to artificial conversational systems (chatbots) used in second language learning. Examples of such systems for other languages are described as well as linguistic and psychological peculiarities of using them in the learning process. Some concepts of constructing an automatic conversational system for Russian as a foreign language are given.

Keywords: chatbot, conversational system, speaking skills

М.Л. Лаптева

(Астраханский государственный университет)

**ОСОБЕННОСТИ ВАРЬИРОВАНИЯ
В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ СЕМАНТИКИ
ГЛАГОЛЬНОЙ ЛЕКСЕМЫ *КАЧАТЬ***

В настоящей статье описаны результаты исследования особенностей семантики глагольной лексемы *качать*. На основе анализа речевых реализаций данного слова в интернет-коммуникации сделаны выводы о расширении его семантической структуры за счет появления значений, не нашедших ранее отражения в толковых словарях.

Ключевые слова: интернет-пространство, семантическая структура, лексико-семантический вариант, сема, глагольная лексема.

Интернет-пространство – это особая сфера распространения языка, во многом не подчиняющаяся установленным языковой системой нормам и законам. Особенно, на наш взгляд, свобода ощущается в использовании лексических единиц, которые в речи активных пользователей Интернета приобретают значение, отличное от кодифицированного, но мотивированное семантикой исходного языкового знака.

В настоящей статье рассмотрим изменения, которым в интернет-пространстве подвергается семантическая структура глагольной лексемы *качать*.

Обратимся сначала к словарным дефинициям значения глагола *качать*. Согласно данным толковых словарей, *качать* является полисемантом.

Например:

КАЧАТЬ, -аю, -аешь; несов. 1. кого-что. Приводить в колебательное движение. К. колыбель. К. ребенка на качелях. Его качает (безл.) от усталости (пошатывается из стороны в сторону). 2. кого (что). Подбрасывать на руках вверх в знак восхищения, радости (разг.). Спортсмены качают своего капитана. 3. чем. Производить колебательное движение. К.

головой (из стороны в сторону: в знак отрицания, сомнения, неодобрения). 4. что. Вытягивать, нагнетать насосом. К. воду. К. мед (вытягивать из сот). *Качать права (прост, неодобр.) – настойчиво доказывать свое право на что-н., законность своих требований. || однокр. качнуть, -ну, -нешь (к 1 и 3 знач.) [Ожегов 1999; 270].

В результате анализа семной структуры прямого значения единицы *качать* выделяются следующие лексические семы: ‘движение’, ‘производитель действия: конкретное лицо’; ‘объект действия: конкретное лицо (чаще – ребенок), какой-либо предмет’; ‘способ действия: из стороны в сторону, вверх-вниз’; ‘результат действия: колебательное движение’.

Второе и третье значения являются производными от первого, при этом происходит сужение значения (1→2: приводить в движение → приводить в движение на руках вверх) или перенос по смежности (1→3: приводить в движение → производить движение). Мотивирующими семами являются ‘способ действия’ и ‘результат действия’. Что касается четвертого значения, то оно, скорее всего, также семантически мотивировано первым значением и представляет собой результат метафорического переноса, основанного на сходстве структуры действия. Семантический механизм переноса связан и с сужением значения: действие производится только посредством насоса и движение осуществляется изнутри наружу.

Следовательно, перед нами пример радиальной полисемии, где все лексико-семантические варианты детерминированы основным значением слова.

В Толковом словаре Д.Н. Ушакова семантическая структура глагола *качать* усложнена еще одним лексико-семантическим вариантом, морфологически связанным значением, реализующимся только в форме повелительного наклонения. Так, лексемы *качай*, *качайте* употребляются в значении приглашения или побуждения к какому-нибудь

действию; то же, что *валяй*, *валяйте* и просторечное *вали*, *валите*. Например: *Качай начинай!* [Ушаков 1996; 234].

Тем не менее, анализ употребления глагольной лексемы *качать* в интернет-пространстве позволяет говорить о расширении семантической структуры данного слова, т.е. о функционировании глагола в значениях, не отраженных в кодифицированных словарях.

Развитие электронной- и интернет-коммуникации обусловило появление у анализируемой лексемы значения 'получать, добывать из электронных ресурсов (памяти компьютера, конкретного сайта, базы данных и т.п.) необходимую информацию'. Скорее всего, значение семантически связано с четвертым лексико-семантическим вариантом глагола *качать* и развилось на основе метафорического переноса по сходству механизма действия: мотивирующие семы 'вытягивать', 'переносить из одного резервуара в другой'. Однако действие протекает не в реальном, а виртуальном пространстве, где роль субъекта действия – человека – заключается лишь в нажатии нескольких кнопок клавиатуры какого-либо гаджета.

Например: 1) *Подскажите, есть ли инструкция к TransaqHandy? Пришло сообщение об обновлении Transaq Handy! Нужно качать новый дистрибутив или программа обновится сама на сервере?* (<http://forum.finam.ru/posts/m299840-Podkljuchenie-k-Transaq-Handy>); 2) *Вы прочитали мою статью «Чем качать файлы из Интернета!?» Хотел бы прочитать Ваше мнение в комментариях* (<https://info-m.pro/novosti-info-masterskoj/dovinet.html>).

Слово *качать* в данном значении является частотным и активно употребительным. В дискурсах Национального корпуса русского языка нами было выявлено около 100 подобных словоупотреблений на различных интернет-площадках: в форумах, чатах, комментариях и др.

Обратим внимание на то, что глагольное управление в этом случае сохраняется (*качать что*), но меняется только

лексико-семантическая группа слов, с которыми устанавливаются синтагматические отношения. Ср.: *качать нефть, воду, мед* и пр. и *качать информацию, файлы, документы, приложения, фотографии, видео, игры, музыку* и пр. В четвертом словарном значении глагол сочетается с субстантивами, обозначающими различные жидкие вещества, в выделенном нами значении – с субстантивами, называющими различные информационные ресурсы, источники.

Кроме того, глагол *качать* в первом, втором и третьем значении обозначает только многоактный процесс и, следовательно, не образует видовой пары. В первом и третьем значении лексема *качать* противопоставляется лексеме *качнуть*, называющей однократное действие. Если говорить о не зафиксированном толковыми словарями значении глагола, то можно утверждать, что образуется видовая пара *качать – скачать* либо *скачивать – скачать*, где глаголы *качать* и *скачивать*, как нам представляется, являются однокорневыми синонимами. Например, сравним функционирование глаголов одной видовой пары в контекстах: 1) *Добро пожаловать в кинобар, где вы можете скачать бесплатно, без регистрации и отсылки СМС-сообщений комедии, боевики, триллеры, ужасы, фантастику, мелодрамы, мультфильмы, сериалы, детские, документальные и исторические фильмы. <...> Кинофайлы, хранящиеся здесь, можно не только скачивать, но и смотреть в режиме онлайн в кинозале портала (http://megapoisik.com/filmyi-skachat-besplatno-podborka-saytov_sites-all)* и 2) 1) *BB World – это не магазин, пока это только рынок с ширпотребом, где редко, но можно найти что-то стоящее, вчера вот whatsapp смог скачать. Можно качать приложения и на китайском и отзывы на арабском читать... Думаю, поправят потом...* (https://www.tltonline.ru/market/91491_mobilnye_telefony/blackberry_z10_stl100-2_92_53319.htm?otzyvy&Part=6). И в первом, и во втором примере

глагольные лексемы употребляются для обозначения повторяющегося, многократного действия (*можно качать, можно скачивать*) и результата (*можете скачать, смог скачать*).

Заметим, что в свободном Викисловаре имеется словарная статья с глаголом *качать*, где в качестве одного из значений уже выделяется терминологическое значение *комп.* ‘передавать файлы по компьютерной сети’ (<https://ru.wiktionary.org/wiki/качать>), а также словарная статья с глаголом *скачивать* – *комп.* ‘получать файлы через компьютерную сеть’ (<https://ru.wiktionary.org/wiki/скачивать>). Следовательно, глаголы *скачивать* и *качать* презентуются как глаголы, обозначающие разнонаправленные действия. В то же время, наши наблюдения показывают, что данные единицы употребляются как синонимические. Помимо этого, значение не нуждается в специальной помете, указывающей на принадлежность слова к определенному кругу профессионального, технического употребления. Слово свойственно речи различных групп носителей языка, функционирует в широком спектре речевых ситуаций, не обладает дополнительными стилистическими характеристиками.

Процесс, обозначенный глаголом *качать* в рассматриваемом нами значении, запускается ежедневно огромным количеством пользователей сети Интернет, что расширяет и его словообразовательные возможности. Например: *Несмотря на скорость и безлимитность Интернета, качать стандартными браузеровскими качалками не совсем удобно* (<https://info-m.pro/novosti-info-masterskoj/dovinet.html>). В данном случае существительное *качалка* – производное от глагола *качать*, используется в значении ‘инструмент, механизм, платформа для скачивания нужной информации’ и может быть маркировано как профессиональное, жаргонное.

Сравним с разговорным словом *качалка* в значении ‘тренажерный зал’, которое, в свою очередь, является производным от глагола *качать* в значении ‘увеличивать мышечную массу, наращивать силу каких-либо мышц, придавать мышцам форму’. Например: *Занимаясь спортом, так или иначе, все мы сталкиваемся с вопросом: «Как правильно качать мышцы?»*. Однако далеко не все из нас знают ответ на данный вопрос (<http://fb.ru/article/6056/optimalnyie-trenirovki-ili-kak-pravilno-kachat-muyshtsyi>). В этом значении глагол *качать* также не находит отражения в толковых словарях, хотя, безусловно, является активным в аспекте речевого употребления.

Таким образом, в рамках данной статьи лишь намечены векторы развития семантической структуры глагольной лексемы *качать*, которая активно используется в интернет-пространстве, отражая современные возможности электронной коммуникации.

Литература

1. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – М.: Азбуковник, 1999. – 944 с.
2. Толковый словарь русского языка: В 4 т. Т. 2. / под ред. проф. Д. Н. Ушакова. – М.: ТЕРРА, 1996.

FEATURES OF SEMANTIC VARIATION OF THE VERBAL LEXICAL ITEM DOWNLOAD IN THE INTERNET SPACE

The article describes the results of the research of semantic features of the verbal lexical item download. Based on the analysis of speech realizations of this word in the Interweb, conclusions are drawn about the extension of its semantic structure due to the appearance of meanings that have not been previously reflected in explanatory dictionaries.

Keywords: Internet space, semantic structure, lexical-semantic variant, seme, verbal lexical item.

О.Ю. Латышев

*(Международная Мариинская академия
им. М.Д. Шаповаленко)*

**ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
ВИРТУАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СТУДЕНТОВ
В ПРОГРАММЕ АКАДЕМИЧЕСКОЙ
МОБИЛЬНОСТИ**

Данная статья посвящена актуальному вопросу современности – взаимодействию студентов, участвующих в виртуальной стадии программы академической мобильности, особенностям их речевого поведения и решения, вытекающих отсюда разнообразных психологических проблем. Автором определены некоторые пути профилактики затруднений в сфере речевого общения студентов с иностранными сверстниками и преподавателями для успешного перехода к реальной стадии участия в программе академической мобильности.

Ключевые слова: студент, университет, билингвизм, транслингвизм, академическая мобильность.

Студенческое речевое общение во время прохождения виртуальных стадий программ академической мобильности приобретает всё более широкое распространение. В зависимости от уровня ресурсного обеспечения университетов и конкретных студентов виртуальное общение может представлять собой как самостоятельную, так и вспомогательную единицу образовательного процесса вуза. Если одни университеты ограничиваются стадией виртуальной академической мобильности, то в других она предшествует реальным поездкам студентов и преподавателей в партнёрские зарубежные вузы. И в том, и в другом случае студенты испытывают ряд психологических проблем, вытекающих из необходимости строить свою речь на языке принимающей стороны. В числе наиболее вероятных и часто отмечаемых в практике реализации

программ академической мобильности считаем целесообразным упомянуть следующие:

1. Неодолимое ощущение дискомфорта вследствие того, что скорость речи собеседника высока, и ранее изученные слова, размеренно произносимые педагогом, сливаются воедино, вследствие чего их границы при этом трудноразличимы.

2. Язык собеседника имеет закономерно иной интонационный строй, что также затрудняет быстрое и полное понимание его высказываний, а также в ряде случаев лишает надежды на то, что отечественный студент будет понят в ответ.

3. Предшествующее беседе длительное изучение идиоматических оборотов, функционирующих в языке принимающей страны, на практике часто оборачивается их неполным употреблением, затрудняющим восприятие и выстраивание адекватной реакции. Курс обучения языку страны, в которой будет проходить программа академической мобильности, редко может предусмотреть, что, например, вместо пословиц будут употребляться поговорки, поскольку носитель языка в своей повседневной жизни привык к их пониманию окружающими «с первого слова».

4. Неполнота высказываний собеседника при желании сжать свою речь для передачи развёрнутого содержания высказываний часто компенсируется им при помощи мимики, жестикуляции, речевых пауз и т.д., которые в совокупности значительно более понятны его соотечественникам. Нежели студенту, только готовящемуся впервые в жизни пересечь границы страны, где ему предстоит учиться, пусть и достаточно непродолжительное время.

5. Наконец, присутствие в речи иностранного собеседника арготизмов и слов жаргонного происхождения, даже полностью расположенного к слушателю, и трепетно

относящегося к желанию каждого его понять, также может привести к частичной или полной потере смысла его высказываний студентами, готовящимися совершить деловое путешествие за рубеж.

Каковы же основные пути, представляющиеся нам возможными, преодоления психологического дискомфорта, возникающего при появлении данного далеко не полного списка возможных моментов, явно накладывающих ограничения на качество предстоящего очного общения?

Как показывает практика, на стадии общения студентов в интернете целесообразно прибегать к помощи носителя языка, который может и не быть сотрудником университетов – ни принимающего, ни направляющего. Однако его присутствие в беседе будет помогать обоим собеседникам более ясно выражать свою мысль, а также полноценно понять собеседника. В идеале – носитель как преподаватель в родном университете. Что с каждым годом всё чаще доводится наблюдать. Однако же пока что такое явление скорее тяготеет к числу исключений, нежели наоборот. Поэтому можно просить о помощи волонтера, который тактично и пассионарно поможет убрать в речи собеседников наибольшее количество шероховатостей.

Узкопрофессиональная лексика, без которой сложно обойтись на стадии виртуальной академической мобильности, заслуживает отдельного внимания. Даже доскональное её знание студентом, направляемым за рубеж, что чаще всего видится маловероятным, не способно полностью исключить возможные «накладки». Это обусловлено как часто встречающейся арготизацией речи профессионалов, так и регулярного употребления ими аббревиатур, не знакомых нашим студентам. Это находит своё наиболее яркое проявление в тех случаях, когда речь идёт о новых явлениях в науке и практике – будь то медицинской, технической либо любой иной. Ни авторы учебников, ни даже наиболее предусмотрительные

преподаватели не в состоянии предугадать, как может пойти общение в реальной обстановке, поскольку наиболее интересные собеседникам темы будут автоматически включать названия наиболее новых состояний, явлений и предметов.

Поисковые системы могут в намного большей мере помочь при построении письменной речи, нежели устной, спонтанной и явно не предусмотренной протоколом. Даже максимально совершенный синхронный перевод с наибольшей долей вероятности будет изобиловать самыми неожиданными погрешностями, не только не проясняя смысл, но даже запутывая в ряде случаев неправомерностью своих трактовок слов и выражений.

Главным же, в чём видятся пути преодоления складывающейся речевой ситуации, нам представляется воспитание толерантного отношения к собеседнику, и развёрнутая психологическая подготовка студентов к тому, что их стремятся понять, проявить по отношению к ним всё радужие гостеприимства, и помочь им в каждом отдельном сложном случае. И каждый заведомо нелепый случай, когда твоя речь была не понята, равно как и тобой не была правильно воспринята речь собеседника, в дальнейшем обернётся победой над несовершенством уровня взаимопонимания, существенной разницей в традициях и обычаях различных стран, а также особенностями жизни представителей конкретных социальных слоёв, с представителями которых предстоит общаться.

Литература

1. *Latyshev O. Yu.* Development of Translingual Personality of Student in the Academic Mobility // Языковая политика многонациональных государств в эпоху глобализации. Проблема малых и исчезающих языков: материалы Российской конференции с международным участием (28-30 сентября 2017 года) сост. Л.Г. Дуняшева, под. ред. Е.А. Плеуховой. – Казань: Изд-во Казан. Унта, 2017. С. 165-174.

2. *Latyshev O. Yu.* Role Of Baudouin De Courtenay In The Preservation And Development Of Native Languages // Материалы VIII Международной научно-практической конференции «Сохранение и развитие родных языков в условиях многонационального государства: проблемы и перспективы» 19-21 октября 2017 г. Республика Татарстан, г. Казань, Институт филологии и межкультурной коммуникации им. Льва Толстого Казанского (Приволжского) федерального университета при поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (грант № 17-04-14056).

3. *Латышев О. Ю.* И. А. Бодуэн де Куртенэ – гордость славянской филологии // Славянский вклад в мировую цивилизацию: Материалы Междунар. конф. Волгоград, 16-19 окт. 2017 г. / науч. ред. Проф. Л.А. Шестак. – Волгоград: Науч. изд-во ВГСПУ «Перемена», 2017. – С. 221-226.

4. *Латышев О. Ю.* Развитие транслингвальной личности студента в условиях академической мобильности // Материалы международной конференции «Русский язык в странах АСЕАН 2017». Бангкок, 9-10 ноября 2017 года. Под редакцией Романовой Н.Н., Кутыревой Н.А., Жилиной О.А. – Таиланд, Бангкок, Университет Таммасат, 2017. – С.154-159.

5. *Латышев О.Ю.* Языковое сознание транслингвальной личности студента - участника программы академической мобильности // Значение как феномен актуального языкового сознания носителя языка: тезисы III Всероссийской научной конференции (Воронеж, ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет», 20-21 октября 2017 г.) / Науч. ред. А.В. Рудакова. – Воронеж: Истоки, 2017. – 200 экз. С. 57-60.

6. *Леонтьев А.Н.* Деятельность. Сознание. Личность. М., 1975.

PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF VIRTUAL INTERACTION OF STUDENTS IN THE PROGRAM OF ACADEMIC MOBILITY

This article is devoted to the actual issue of modernity - the interaction of students participating in the virtual stage of the program of academic mobility, the peculiarities of their speech behavior and the solution of the various psychological problems that result from this. The author suggests ways of preventing

difficulties in the sphere of verbal communication of students with foreign peers and teachers for a successful transition to the real stage of participation in the program of academic mobility.

Keywords: student, university, bilingualism, translationalism, academic mobility.

В.Н. Левина

(Российский университет дружбы народов)

О.И. Пустовалова

(Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина)

РОЛЬ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ В ФОРМИРОВАНИИ РЕЧЕВОЙ КУЛЬТУРЫ МОЛОДЕЖИ

В статье рассматривается феномен речевой культуры молодежи, формирующийся вследствие воздействия электронных СМИ. Выявляются и рассматриваются наиболее частотные ошибки в текстах, оказывающих влияние на речевую культуру молодежи.

Ключевые слова: культура, молодежь, информация, общество, СМИ, речевая культура.

С начала XXI в. состояние русского языка все больше вызывает обеспокоенность ученых-языковедов. Наряду с этим с каждым годом возрастает интерес к проблемам речевой культуры. И в этой связи высоко оценивается роль СМИ, потому что в настоящее время именно современные массмедиа выступают в качестве некоего социального института, задающего и формирующего культурные нормы и ценности человека.

Современное общество живет информацией, полученной извне. Средства массовой информации становятся полноправным и авторитетным представителем языка. Язык современных электронных СМИ стремится к максимальной экспрессивности и доступности, однако этого недостаточно. Использование языковых средств ориентировано на широкую аудиторию, а значит, медиатекст

должен быть понятен любому читателю, независимо от возраста, пола, образования, воспитания и социального положения. В общей сложности публицистика формирует целое пространство со своими идеями, мыслями, взглядами на ту или иную сферу деятельности в обществе.

Поэтому на данном этапе своего развития публицистический текст является зеркалом общественного состояния, он показывает уровень развития и образованности общества, которое в свою очередь формирует определенные требования к содержанию текста на основании своих культурных ценностей.

Сегодня информация доносится до читателей посредством информационных технологий. Как правило, пользователями таких технологий является молодежь, однако ее возрастные рамки до сих пор не определены. В качестве наиболее полного можно привести определение В.Т. Лисовского, который определяет молодежь как «поколение людей, проходящих стадию социализации, усваивающих, а в более зрелом возрасте уже усвоивших, образовательные, профессиональные, культурные и другие социальные функции; в зависимости от конкретных исторических условий возрастные критерии молодежи могут колебаться от 16 до 30 лет» [Лисовский 1996; 32]. Каковы ценности молодежи, таков и спрос на информацию извне. Журналист, с одной стороны, создает тексты масс-медиа в соответствии с запросами молодежной аудитории, с другой стороны, прогнозируя запросы читателя, предоставляет другое, неизвестное для него информационное поле. Для того чтобы текст был интересен потребителю, журналисту приходится прибегать к своим авторским, а может быть общеизвестным, мерам, иногда забывая о речевых нормах. В таком случае начинает страдать языковая культура общества, потребляющая этот текст.

Рассмотрим данное явление на примере интернет-материалов, которые предлагает своим читателям

информационный портал «ВТамбове». Анализ статей наиболее популярного раздела «Общество» за 2017 г. показал, что к наиболее частотным можно отнести следующие типы ошибок:

– речевая избыточность, тавтология: *Просветив лист, ученые могут понять, чего не хватает растению, и, в конечном итоге, увеличить урожай.* (<https://vtambove.ru/news/science/158396/>); *Что получилось в конечном итоге – это увидели гости традиционного ежегодного фестиваля «Виват, Театр!»* (<https://vtambove.ru/news/freetime/158096/>); *Драмтеатр представил первую премьеру сезона* (<https://vtambove.ru/news/freetime/156273/>); *На конкурс принимаются материалы, выпущенные участниками в период с 10 апреля 2017 года по 30 марта 2018 года, по четырем номинациям: печатная пресса, радио и телевидение, Интернет-СМИ, социальные медиа* (<https://vtambove.ru/business/news/159734/>); *Портретные изображения императоров и сановников расставлены в исторической хронологии* (<https://vtambove.ru/news/society/160575/>)

– нарушения норм согласования: *Подозреваемых задержали, обнаружив при досмотре машины полимерный пакет с веществом растительного происхождения похожим на марихуану и весом около 500 грамм* (<https://vtambove.ru/news/incident/152252/>); *В этом году в городскую Думу обратились 3 человека с просьбой выдать документы, что раньше улица действительно называлась Антонова-Овсеенко* (<https://vtambove.ru/news/society/160515/>).

– наличие в тексте заимствованных, просторечных и сленговых слов: *Читайте наш дайджест про концерты, мастер-классы и тусовки этих выходных, да прибудет с вами сила пятницы! В преддверие бала-маскарада желающие могут освоить полонез, вальс или галоп. Кто-то занимался в детстве, кто-то уже знает танцевальные*

шаги, а кто-то впервые **обул** балетки. (<https://vtambove.ru/news/freetime/160476/>); *Некоторые бывалые горожане утверждают, что в сам праздник, за несколько часов до боя курантов новогоднюю елку можно купить за смешную цену, а то и получить бесплатно* (<https://vtambove.ru/news/society/160506/>); *В начале игры барнаульцы не стеснялись идти в **обыгрыш**, брать игру на себя и тревожить владения голкипера Вадима Орехова* (<https://vtambove.ru/news/sport/160456/>);

– наличие опечаток: *Только она **переработан** и перенесена в современные обстоятельства* (<https://vtambove.ru/news/society/160606/>); *Региональные власти настаивают на том, чтобы все «хвосты» в рамках «Городской среды» были подчищены в ближайшее время, а недостатки **устранен*** (<https://vtambove.ru/news/society/160430/>); *Поэтому местный житель решил подарить зелёную красавицу города у Новому году.* (<https://vtambove.ru/news/society/160607/>).

Конечно, нельзя говорить лишь о негативном влиянии СМИ на речевую культуру. Несмотря на допущенные ошибки, основной массив текстов составлен с соблюдением норм русского языка. На портале «ВТамбове» есть целый раздел «События», посвященный предстоящим мероприятиям, в числе которых представлены мероприятия культурно-образовательного характера.

Таким образом, следует отметить, что вопреки массовым тенденциям снижения речевой культуры в электронных СМИ, средства массмедиа регионов все-таки сохраняют лучшие традиции русской публицистики, позволяя развиваться русскому слову, демонстрируя его богатство, силу и красоту современным молодым людям. Не злоупотребляя языковыми изысками, региональные электронные СМИ стараются сохранять должный уровень материалов.

Литература

1. Лисовский В.Т. Социология молодежи. СПб., 1996. 361 с.
2. Соколов А.В. Современные институты молодежной политики в Европе: история становления и развития // Вестник международных организаций. 2009. № 1 (23). С. 84-99.

ROLE OF REGIONAL MASS-MEDIA IN THE FORMING OF SPEECH CULTURE OF YOUTH

The article shows phenomenon of speech culture of youth, which is formed by electronic Mass-Media. Often mistakes in texts, which are reflect on speech culture of youth, is found and explained.

Keywords: culture, youth, information, society, electronic Mass-Media, speech culture.

Е.О. Левшина, Ю.В. Роговнева

*(Государственный институт русского языка
им. А.С. Пушкина)*

МОДЕЛИ ВИДЕНИЯ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ В ТЕКСТАХ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ТВИТТЕР»

В статье представлен анализ коммуникативных регистров в текстах социальной сети «Твиттер». На материале 20 текстов авторы анализируют языковые средства, формирующие регистры, и их комбинации, которые позволяют раскрыть тактику автора и его стратегию.

Ключевые слова: коммуникативно-функциональная грамматика, коммуникативный регистр, модель видения действительности, тактика автора, стратегия автора, социальная сеть «Твиттер».

Человек, осуществляя процесс общения, создает собственное видение окружающего мира, что позволяет нам взглянуть на язык с антропоцентрической точки зрения – «любой текст отражает в своих синтаксических конструкциях общую модель языкового видения человеком мира». [Золотова 1982: 5]. Признавая текст самой крупной синтаксической единицей, справедливо утверждать, что эта единица соединяет в себе форму, значение и функцию,

целостность которых и необходимо учитывать при анализе текста. Г.А. Золотова выделила три признака, которые характеризуют любой текст (пространственно-временная позиция говорящего; динамический или статистический характер представляемой действительности; коммуникативные интенции говорящего), и на их основании разграничила 5 коммуникативных регистров речи как текстовых категорий: репродуктивный, информативный, генеритивный для монологической речи, реактивный и волюнтивный для диалога [Золотова, Онипенко, Сидорова 1998]. В работах последнего времени, посвященных исследованию нехудожественных текстов, было предложено понимать регистр как определенную модель, способ видения говорящим действительности. Автор текста, имея в своем распоряжении языковые средства, выбирает из них те, которые соответствуют его видению окружающего мира. [Роговнева 2017].

В нашей статье мы обратимся к текстам русскоязычной социальной сети «Твиттер» и проанализируем их регистровые характеристики и связанные с этими характеристиками особенности выбора языковых средств. Тексты этой социальной сети публикуются как в открытом, так и в ограниченном доступе, в зависимости от того, делает ли пользователь свой Твиттер-аккаунт открытым или закрытым. Тексты открытых аккаунтов видны разным аудиториям, поэтому цели авторов могут быть разные: привлечение внимания, передача информации, реклама. Отметим, что тексты «Твиттера» отличаются ограничением по количеству символов (всего может быть использовано 280 знаков), различным содержанием, использованием хэштегов для быстрого поиска нужного твита среди других, а также использованием ссылки с именем другого пользователя, если твит является реплаем, то есть ответом на другой твит пользователя. Подобные особенности языка «Твиттера» были уже в достаточной степени изучены, поэтому на них

мы останавливаться не будем. [Атягина 2012]. Для анализа мы взяли примеры текстов русскоязычного «Твиттера», являющиеся корневым твитом (не реплаем), не содержащих хэштегов и прикрепленных файлов и ссылок. Всего нами было проанализировано 20 наиболее показательных с точки зрения регистровой принадлежности текстов социальной сети «Твиттер» с открытыми аккаунтами.

В текстах «Твиттера» часто встречается сообщение автором информации, отвлеченной от конкретного времени и пространства, которые характеризуются информативным регистром.

Около 25 млн человек по всему миру живут в принуждении к труду, а еще 15 млн человек — в заключённых по их воле браках.

Перед нами информативный тип текста, в котором автор сообщает известные ему факты, но не является непосредственно их наблюдателем. Это достигается использованием неакционального глагола в настоящем времени (*живут*) и субъектов со значением количества (*около 25 млн человек, 15 млн человек*). Кроме того, в тексте присутствует информативный распространитель *по всему миру*, который подчеркивает информативность целого текста.

Часто встречаются обращения к внутреннему миру автора и анализ его собственных мыслей, что также является причиной обращения к информативному регистру: *Внезапно осознала, что почти за каждым юном в твиттере сидит живой человек со своими страхами, стремлениями, увлечениями, и он может оказаться самым прекрасным человеком на свете, а я даже не знаю его имени. Говорящий сообщает информацию, используя авторизацию: внезапно осознала; не знаю. Модели этих конструкций близки к моделям модусной рамки информативного регистра: «я знаю, что...».*

В текстах «Твиттера» часто можно встретить модификации исходных моделей с модальным значением желательности, необходимости, невозможности: *Придется теперь осваивать корейскую кухню; Ах если бы я любила делать дела так же сильно, как записывать их в списки дел.*

В жизни любого человека всегда наступает момент, когда устаешь настолько, что хочется лишь прилечь на холодную землю и обрести мхом.

Данный текст можно также отнести к генеративному регистру. Синтаксема *всегда*, которая является темпоральным наречием, указывает на повторяемость действия в сознании говорящего. Позиция автора в данном тексте несколько размыта. На это указывает обобщенно-личная модификация *устаешь* и безличная *хочется прилечь и обрести*, которые отражают скорее объективное мнение многих людей, нежели субъективную позицию говорящего.

Как говорится, экзамен сам себя не сдаст, но вообще-то у него и со мной не намного больше шансов.

В этом тексте говорящий также отстранен от ситуации, о которой он сообщает. *Как говорится* — безличная модусная рамка, в которой преобладает не передача собственных мыслей, а лишь сообщается общеизвестное знание. Можно сказать, что эта часть представлена генеративным регистром. Однако вторая предикативная часть (*но вообще-то у него и со мной не намного больше шансов*) является добавлением собственного мнения говорящего, в котором четко прослеживается его отношение к происходящему: *не намного больше шансов, и со мной (=даже со мной)*. Эту часть можно отнести к информативному регистру. Таким образом, весь текст, представляющий собой одну полипредикативную конструкцию, является генеритивно-информативным.

Не подвести бы итоги года раньше времени, как говорится.

В данном примере наблюдается похожая ситуация: используется безличная конструкция *как говорится*, которая передает якобы общеизвестное знание. Она представлена генеративным регистром. Конструкция *не подвести бы* выражает модальное значение желательности. Однако данную модальность не нужно воспринимать буквально: автор имплицитно иронизирует над общечеловеческим желанием подводить итоги в конце уходящего года и дает собственный совет не делать этого раньше времени, выдавая это за общеизвестную истину. Таким образом, даже объективное описание событий не лишено субъективности; часто прослеживается синкретизм информативных регистров, например, сочетание генеративного и информативного регистра.

Нередко в текстах «Твиттера» можно обратить внимание на преобладание репродуктивного регистра. К репродуктивному регистру относятся модели, которые реально или в воображении автора воспроизводят события действительности. Так, в следующем твите автор воспроизводит модусную рамку репродуктивного регистра: «я чувствую, что..». «*Я уже чувствую, как устала завтра*» — в этом предложении автор указывает на свои чувства, ощущения. Особенно интересным представляется временной план второй предикативной части: *как устала завтра*. Предикат *устала* в прошедшем времени, имеющий перфективную функцию (обозначение состояния человека) противоречит наречию времени *завтра*, имеющему семантику будущего времени. Благодаря этому несоответствию временных планов создается комический эффект, что привлекает внимание читателя:

Освежающий декабрьский дождик сменился внезапно снегопадом. Что за чушь? Откуда снег в декабре-то?

В этом тексте описывается состояние среды *декабрьский дождик сменился снегопадом*. Следует обратить внимание и на риторические вопросы, отражающие

восприятие этой среды автором, которые в данном контексте кажутся комичными: *Что за чушь? Откуда снег в декабре-то?* Комизм этот состоит в явном противоречии: получается, что *снег в декабре* — нестандартная ситуация, в то время как *освежающий декабрьский дождик* — это нормально. Не описание состояния среды, а возмущение ситуацией, которая воспроизводит наблюдаемую действительность, — вот главная интенция говорящего. Отсюда следует, что модель видения действительности автором – репродуктивная.

Как здорово! Спасибо

Данный текст представляет собой ответ на твит другого пользователя. Текст реплая характеризуется эмоционально-оценочной реакцией говорящего на другой текст и представляет собой реактивный регистр.

Замолчи свой рот, пожалуйста

В этом примере текста реплая воспроизводится волюнтивный регистр. На это указывает глагол в повелительном наклонении *замолчи*, имеющий отрицательную коннотацию в данном контексте. Замена глагола в устойчивом выражении *закрыть рот* глаголом *замолчи* создает комический эффект, поскольку глагол используется с неодушевленным предметом *рот*. Этот твит характеризуется волюнтивным регистром.

Проанализировав регистровую принадлежность текстов «Твиттера», можно сделать вывод о том, что наиболее часто используется информативная и репродуктивная модель видения говорящим действительности. Однако довольно часто встречаются тексты, характеризующихся синкретизмом коммуникативных регистров. Это объясняется неоднородностью коммуникативных целей создания твитов пользователями. Нередко в текстах «Твиттера» встречается волюнтивный регистр и реактивный регистр, но чаще всего они наблюдаются в реплаях как реакции на твит другого пользователя. Регистровый анализ текстов социальной сети

«Твиттер» показал, что в целом теория коммуникативных типов речи Г.А. Золотовой, созданная на материале текстов художественной литературы, применима к Интернет-коммуникации. Анализ регистровой характеристики текстов помогает раскрыть тактику автора и приблизиться к раскрытию его стратегии.

Литература

1. *Атягина А.П.* Твиттер как новая дискурсивная практика // Вестник Омского университета. – 2012. – № 4. – С. 203–208.
2. *Золотова Г.А., Онипенко Н.К., Сидорова М.Ю.* Коммуникативная грамматика русского языка. – М.: Изд-во МГУ, 1998. – 528 с.
3. *Роговнева Ю.В.* Коммуникативная грамматика и анализ текста // Русский язык за рубежом. – № 6. – 2017. – С. 92 – 95.

PERCEPTIONS OF REALITY IN TEXTS OF SOCIAL NETWORK "TWITTER"

This article reflects the results of research and analysis of communicative registers represented in texts of social network «Twitter». Authors analyze the language forming registers, their combination, which allows us to understand author's tactics and strategy.

Keywords: communicative and functional grammar, communicative register, perceptions of reality, tactics of the author, strategy of the author, social network "Twitter".

О.В. Литвин

*(Приднестровский государственный университет им.
Т.Г. Шевченко)*

ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ АНТРОПОНИМЫ В МЕДИЙНЫХ ТЕКСТАХ

В настоящей статье отражены результаты исследования прецедентности как составляющей процесса категоризации, концептуализации и оценки действительности в рамках национальной картины мира. Рассматривается метафорическое употребление прецедентных имен.

Выявляется значительный прагматический потенциал прецедентных антропонимов в политических текстах.

Ключевые слова: прецедентность, прецедентные антропонимы, медиатексты, ономастическая метафора.

В современной массовой коммуникации активно используется способ выражения мысли, позволяющий отчасти скрыть субъективность и соотнести свой текст с существующими традициями. Речь идет о многообразных способах использования прецедентности. Внимание ученых-лингвистов к данному явлению в полной мере соответствует его роли в современной массовой коммуникации. Прецедентные имена - это важная часть арсенала средств интертекстуальности, столь важного для коммуникации эпохи постмодернизма⁶ и в то же время имеющего богатые традиции.

В самых различных лингвокультурных сообществах имя *Афродита* употребляется в значении «красивая женщина, достойная любви», *Вольтер* - символ либерализма, *Гомер* - символ поэзии, *Дон-Жуан* - «чрезмерный женолюбец», *Дон Кихот* - символ бескорыстной борьбы за справедливость, *Ева* - «первая женщина», «женщина, поддавшаяся искушению», *Золушка* - «бедная девушка, которая много трудилась и была добра, в конце концов, вышла замуж за прекрасного принца», *Иуда* - «предатель», *Каин* — «братоубийца», *Мефистофель* - «дьявол, коварный искуситель», *Рокфеллер* - символ богатства, *Шекспир* -

⁶ Представляется интересной проводимая А.П. Сковородниковым аналогия между главными стилеобразующими признаками постмодернистской художественной литературы и некоторыми характерными чертами стиля современных медиатекстов. Заметное место при этом уделяется приемам, связанным с прецедентностью - стилистической и жанровой гибридизации, прямому цитированию, реминисценциям, аллюзии. По мнению ученого, стилистика современных газет обладает чертами литературного постмодернизма, такими как интертекстуальность, экспансия комического, эстетизация безобразного и т. д. [Сковородников 2004; 76].

«великий драматург, писатель», *Цезарь* - «великий полководец», «человек, способный делать несколько дел одновременно». Вместе с тем значительное место в массовой коммуникации занимают национальные концепты (*Грозный, Лжедмитрий, Ломоносов, Станиславский, Сусанин, Толстой, Троицкий, Чапаев, Шалагин, Шойгу* и др.), которые отражают национальную действительность, ментальность и характер русского народа. Прецедентные имена - это важная составляющая национальной картины мира, способствующая стереотипизации и оценке действительности в народном сознании, формированию и развитию национальной картины мира, приобщению к национальной культуре и национальным традициям в рамках глобальной цивилизации и с учетом общечеловеческих ценностей.

В статье рассматриваются проблемы семантической трансформации имени собственного и его функционирования в медийных текстах с позиций когнитивной лингвистики и лингвокультурологии - научных направлений, относящихся к современной антропоцентрической парадигме.

Когнитивная лингвистика рассматривает язык как «когнитивный механизм, предназначенный для кодирования и трансформирования информации» [Кубрякова 1997; 53-55]. С точки зрения Н. Н. Болдырева, когнитивная лингвистика - это «одно из самых современных и перспективных направлений лингвистических исследований, которое изучает язык в его взаимодействии с различными мыслительными структурами и процессами: вниманием, восприятием, памятью...» [Болдырев 2014; 4]. Развитие прецедентной семантики у имен собственных - это важная часть процесса категоризации, концептуализации и оценки действительности в рамках национальной картины мира. Арсенал прецедентных феноменов - это наиболее значительное проявление национального своеобразия языка и наиболее полное проявление взаимосвязи условий

существования народа, его культуры, его языка и его ментальности.

В соответствии с теорией прецедентности (Д.Б. Гудков, Н.А. Кузьмина, Е.А. Нахимов, Г.Г. Слышкин и др.), случаи использования имен собственных могут быть определены как прецедентные антропонимы. К этой группе относятся широко известные имена собственные, которые могут использоваться в качестве особых культурных знаков, своего рода символов определенных качеств.

Выделяя наиболее существенные признаки данных феноменов, следует прежде всего назвать осознание рассматриваемых элементов как "чужеродных", "вторичных". Вместо того, чтобы описать свойства соответствующего события или человека, автор обращается к аналогиям, ищет нечто похожее в других исторических обстоятельствах, в литературных произведениях и т. п.

Еще одно свойство прецедентных феноменов - это их семантическая трансформация, использование в не совсем обычном смысле (степень трансформации может быть различной). Очевидно, что "новый *Сталин*" - это уже не Иосиф Виссарионович Сталин, а совсем иной политический лидер, который лишь отчасти похож на прототип. С другой стороны, "эпоха Сталина" - это и время правления Иосифа Виссарионовича, и эпоха тоталитаризма, которую позднее назвали "периодом культа личности".

В современной теории прецедентности отчетливо различаются денотативное и коннотативное (метафорические и неметафорические) употребление прецедентных имен. В структуре прецедентного имени условно можно выделить ядро - дифференциальные признаки, и периферию - атрибуты прецедентного имени.

Дифференциальные признаки определяют специфические признаки данного имени и противопоставляют его другим именам. Дифференциальные признаки прецедентного имени формально похожи на

дифференциальные признаки имен нарицательных. Однако дифференциальные признаки прецедентных имен часто существенно различаются в сознании различных людей, для них в большей степени характерны исторические изменения, а также социумные и личностные варианты. Например, прецедентное имя "*Сталин*" сейчас воспринимается совершенно не так, как это было в середине XX века, причем современное восприятие этого имени существенно различается у ветерана Великой Отечественной войны и, например, его внука, особенно если родственники существенно расходятся в политических взглядах и оценках.

Названные дифференциальные признаки совершенно непохожи в сознании либерала-западника, убежденного коммуниста или национал-патриота, который вспоминает Сталина - победителя в Великой Отечественной войне. Поэтому едва ли возможно определить точный и полный "набор" дифференциальных признаков того или иного прецедентного имени. Например, прецедентные антропонимы часто включают дифференциальные признаки, указывающие на внешность, характер, поступки или судьбу носителя соответствующего имени.

Атрибуты прецедентного имени - это «элементы, тесно связанные с означаемым прецедентного имени, являющиеся достаточными, но не необходимыми для его сигнификации, например: *кепка Ленина, бакенбарды Пушкина, маленький рост Наполеона*» [Красных 2002; 80-82]. В качестве атрибутов могут выступать некоторые детали одежды или внешности, которые принадлежат денотату и по которым его можно "узнать". Еще одна составляющая прецедентного имени - это оценка, которая воспринимается как эмотивная, личностная и не всегда способная претендовать на полную объективность [Гудков 1999; 124]. В то же время эта оценка зафиксирована и служит неким ценностным ориентиром для соответствующего национального сообщества или социума.

Среди наиболее существенных свойств современных медиатекстов необходимо отметить интертекстуальность, образность, установку на языковую игру и эмоциональное воздействие на адресата. Прецедентные феномены непосредственно связаны с каждым из названных свойств, но особенно тесно они пересекаются с интертекстуальностью и образностью. В свое время, помимо художественной метафоры, Г.Я. Солганик выделил метафору «политическую, научную, газетно-публицистическую» [Солганик 2007; 31]. Ведущими сферами-источниками метафоризации в медиатекстах остаются "война", "театр" и "спорт". Это объясняется тем, что «актуальность тематических сфер, таких, как война, спорт, находящихся в фокусе массовых интересов, определяет и значимость созданных на этом материале метафор, придает им соответствующий вес» [Солганик 2007; 33]. Показательно, что названные сферы-источники метафоричности весьма значимы и как источники прецедентности.

В современных медиатекстах широко распространено метафорическое использование имени собственного для обозначения в переносном значении человека, который в той или иной степени похож на "законного" носителя соответствующего антропонима. Большинство ономастических метафор не относится к числу глобально прецедентных (хорошо известных во всем мире) или хотя бы национально прецедентных (хорошо известных большинству носителей соответствующего национального языка). Использование прецедентного феномена как основы для метафоры предполагает презумпцию определенного уровня эрудиции у адресата. Ср.: *Герострат с Лубянки*. Обращение к ономастической метафоре - традиционная черта политической коммуникации. Этот прием позволяет ярче представить политическую позицию автора, привлечь внимание к историческим истокам современных социальных теорий, усилить прагматическое воздействие текста. По

своим функциям и свойствам прецедентные антропонимы, используемые в политических текстах, обнаруживают значительную близость к метафорическим наименованиям. Яркий образ обладает значительным прагматическим эффектом и способен служить сильным аргументом в любой политической дискуссии. Ономастическая метафора позволяет провести параллели между деятельностью, взглядами, личными качествами соответствующих субъектов политической или иной деятельности, выразить отношение автора к этим людям и оказать эмоциональное воздействие на адресата текста. Ср.: «*Самым первым Гамлетом на Руси и во всем мире, оказывается, был брат знаменитого Александра Невского Андрей Ярославович, оставивший такой образец типично русского "гамлетизма"*» (Люсый А.

Комплекс Гамлета // Октябрь. 2001). «*В ответ на требования генерала Обама заявил, что не собирается принимать скоропалительных решений, несколько месяцев проводил совещания с силовиками и за свои метания даже получил прозвище «чернокожий Гамлет».*» (Александр Терентьев. Страдания «чернокожего Гамлета» // «Однако», 2010). «*Грубо говоря, тут будут нужны уже не Наполеоны, а Кутузовы, и не Александры Великие, а Рузвельты и Столыпины*» (Перед главным вызовом цивилизации. Взгляд из России (2005). «*Но люди умственного склада прояснили Дормидонту: это они героически спасают президенту репутацию! А репутацию у президентов - наиглавнейшая вещь после рейтинга! Путин же не Брежнев какой, чтоб стопроцентно побеждать, это недемократично*» (Народный Д. // Комсомольская правда. 2004. 5 февр.).

В данных контекстах имена известных государственных деятелей Рузвельта и Столыпина используются в значении "реформатор", Брежнев обозначает едва ли не стопроцентную поддержку избирателей, которая вовсе не соответствует подлинной воле граждан. Весьма

показательно и то, что российский Гамлет появился, по мысли автора, значительно ранее, чем Шекспир написал соответствующую пьесу. И это вполне закономерно: здесь важен характер, а не время написания пьесы или предполагаемые годы жизни ее героя.

Заслуживает внимания употребление имени собственного в так называемом "темпоральном" контексте (представление деятелей прошлого как ныне живущих или даже способных воскреснуть). В подобных контекстах фамилии политических лидеров прошлого используются в настоящем и будущем времени, что предопределяет неденотативность речевого смысла соответствующих антропонимов. Ср.: *«Мобилизация народа неизбежна. Дух не может дремать бесконечно. Россия грезит вождем. Он будет велик, прозорлив и добр. Будет Сталиным и Сергием Радонежским, Петром Великим и Николаем Федоровым. Пушкиным и Королевым. Он среди нас. Ищите его по нимбу вокруг головы»* (Проханов А. Передовая статья газеты "Завтра"). *«Если я не выиграю эти выборы, у нас в 97-м году все равно будет переворот. Потому что народ хочет Сталина. И я народу говорю: "Хотите? Я буду Сталиным! Но без ГУЛАГа и массовых репрессий" Психологически людям это приятно. Если увижу сопротивление, перейду к репрессиям»* (Жириновский В. В. Я давно в конфликте с обществом).

Номинация политических лидеров посредством ономастической метафоры позволяет провести интересные параллели и обладает значительной воздействующей силой.

Метафора представляет собой не просто украшение речи, а отражает особый когнитивный процесс «взаимодействия между структурами знаний двух концептуальных доменов, первый из которых называется сфера-источник, а второй - сфера-мишень». По представлениям Дж. Лакоффа и М. Джонсона, в результате подобной метафорической проекции сформировавшиеся в

результате взаимодействия человека с окружающим миром элементы сферы-источника структурируют более сложную для осознания концептуальную сферу-мишень. Здесь, как и во многих других случаях, происходит своего рода объяснение сложной идеи через более простой и понятный феномен. Метафорические модели заложены в понятийной системе человеческого разума, это своего рода схемы, по которым человек думает и действует. Поэтому изучение функционирования метафор в различных дискурсах признаются важным источником данных о человеческом разуме и его свойствах.

Вслед за А.Н. Барановым, мы берем за основу широкое понимание метафоры и относим к ним все компаративные тропы и конструкции. При этом понятийная близость воспринимается как более важный аргумент, чем единство языкового уровня (принадлежность метафоры к той или иной части речи, к лексическому или фразеологическому уровню) или структурные различия. Так, Дж. Лакофф рассматривает многие словоупотребления, которые относятся к числу прецедентных имен, в качестве самых обыкновенных метафор. Примером может служить анализ широкоизвестных политических метафор *«Саддам - это Гитлер сегодня»* и *«Если бы "Титаником" был Клинтон, то утонул бы айсберг»*.

Рассмотрим пример, демонстрирующий многообразие способов акцентирования дифференциальных признаков прецедентных имен в сравнительных конструкциях. *«Есть три основных варианта решения проблемы-2008: сильный новый президент, при котором Путин уходит в тень (например, готовить Олимпийские игры), слабый президент (при нем Путин становится "Дэн Сяопином" и возглавляет неформальный центр решений) и, наконец, коллективное руководство... В случае прихода Иванова тоже будет определенная система договоренностей, хотя и менее кардинальная, чем в 1999-м. – Ходорковских и Березовских*

будет больше получается. - Да нет. Ходорковский в 99-м году тоже входил в систему договоренностей, но оказался нарушителем конвенции, как Паниковский. А Иванов - фигура, похожая на Путина того времени, он пока не оброс системой жестких связей, поэтому ему будет легче заключить конвенцию с остальными элитными группами» (Диалог: С. Марков, В. Жарихина и Д. Орешкина. Почему группа-91 держится за президентское кресло // Известия. 2007. 25 июля).

В данном отрывке прецедентные имена представлены то в виде классической метафоры, то в виде сравнений, но и в том и в другом случае прецедентные имена используются для обозначения совсем иных людей в условиях акцентирования соответствующих дифференциальных признаков.

Итак, применение прецедентных антропонимов в медиатекстах все более расширяется и обновляется, поскольку они способны передавать идеи автора в яркой форме и усиливать воздействие на адресата. В метафоричном использовании прецедентных антропонимов наиболее часто выделяются примеры экспрессивной игры со словом и идеологически оценочного употребления антропонимов, что является мощным механизмом создания положительного или отрицательного политического портрета.

Литература

1. Баранов А. Н. Русская политическая метафора : материалы к словарю. - М., 1991.
2. Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика. Введение в когнитивную лингвистику. - Тамбов: ТГУ, 2014. — 236 с.
3. Гудков Д. Б. Прецедентное имя и проблемы прецедентности. - М., 1999.
4. Красных В. В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология : курс лекций. - М., 2002. Кубрякова Е.С. Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина. – М.: Филол. ф-т МГУ им. М. В. Ломоносова, 1997. – 245 с.

5. Лакофф Дж. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон // Теория метафоры. – М. : Прогресс, 1990. – С. 387–415.

6. Сковородников А. П. Рефлексы постмодернистской стилистики в языке российских газет / А. П. Сковородников // Русская речь. - 2004. - № 6.

7. Солганик Г.Я. Общая характеристика языка современных СМИ в сопоставлении с языком СМИ предшествующего периода / Г.Я. Солганик // Язык массовой и межличностной коммуникации. - М. : Медиа-Мир, 2007. - С. 15-39.

PRECEDENT ANTHROPONYMS IN MEDICAL TEXTS

This article reflects the results of the study of precedent as a component of the process of categorization, conceptualization and assessment of reality within the framework of the national picture of the world. Metaphorical use of precedent names is considered. A significant pragmatic potential of precedent anthroponyms in political texts.

Keywords: precedent, precedent anthroponyms, media texts, onomastic metaphor.

А.Ю. Лонская, В.М. Шаклеин

(Российский университет дружбы народов)

ПРИЧИНЫ КРЫЛАТИЗАЦИИ ВЫСКАЗЫВАНИЙ

ИЗ СКЕТЧ-ШОУ «НАША RUSSIA»:

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

В настоящей статье были исследованы причины крылатизации высказываний из скетч-шоу «Наша Russia» с позиций лингвокультурологии, выявлены наиболее употребляемые крылатые выражения.

Ключевые слова: лингвокультурология, лингвокультурологический аспект, крылатые выражения, скетч-шоу «Наша Russia».

Телевидение и его различные продукты (скетч-шоу, ток-шоу, сериалы, программы новостей и т.д.) оказывают большое влияние на развитие и функционирование русского языка, формирование современной российской культуры.

Часто яркие, запоминающиеся высказывания из известных теле-шоу становятся прецедентными высказываниями или крылатыми выражениями.

Скетч-шоу «Наша Russia» является продуктом телеканала ТНТ, выходящим с 2006 по 2011 год. Шоу пользуется большой популярностью среди телезрителей, т.к. постоянно транслируется телеканалом, несмотря на его закрытие. Исследователи отмечают, что в данном скетч-шоу были реализованы современные национальные стереотипы, культурные топосы, присутствующие в сознании индивидуума, воспринимающего медиатекст [Ерофеева, Фильшина 2017; Тихонова 2009].

Объект исследования – выявление языковых и культурных особенностей, содержащихся в современных масс-медийных крылатых выражениях.

Предметом настоящей статьи стали крылатые выражения из обозначенного скетч-шоу.

В данном исследовании автором предпринята попытка проследить причины крылатизации высказываний из скетч-шоу «Наша Russia» с позиций лингвокультурологии.

Основное внимание в статье акцентировано на выявление характера влияния языка и культуры масс-медиа на мировосприятие современного россиянина, определении отличительных черт крылатых выражений, выделении, описании, анализе наиболее популярных высказываний шоу.

Актуальность исследования обусловлена потребностью современной лингвокультурологии изучить причины крылатизации высказываний из популярных теле-шоу, в качестве одного из определяющих факторов развития и формирования современной российской культуры.

Методологической основой статьи стали работы В.В. Воробьева, В.М. Шаклеина, посвященные лингвокультурологии, труды Т.Г. Варченко, Л.А. Рачковской, С.Г. Шулежковой, освещающие вопросы крылатологии.

В качестве методов исследования были выбраны следующие: лингвокультурологический анализ, комплексный анализ, метод наблюдения, описательный метод.

Материалом исследования послужили крылатые выражения из скетч-шоу «Наша Russia».

В современном мире масс-медиа выступают в качестве культуурообразующего феномена, они оказывают существенное влияние на формирование мировосприятия человека, его национальной и культурной идентичности, самосознания. Исследователи пишут: «Телевидение, кино, популярная музыка и другие продукты современных медиа индустрий конструируют различные образы социальной реальности, формируя наши представления о добре и зле, красоте и безобразии, мужественности и женственности, существующих иерархиях и социальных порядках» [Тихонова 2009; 257].

Телевидение во многом определяет не только языковой вкус общества, оно также способствует возникновению интертекстуального сознания, т. е. активной апелляции современного человека в речи, устных и письменных текстах к другим текстам. Популярные телевизионные шоу, сериалы, программы, посредством не только самого телевидения, но и интернета, становятся базой для формирования прецедентных текстов. Лингвокультурологи отмечают, что высказывания из прецедентных текстов, наполнены культурным смыслом, известным широкой аудитории. Цель использования таких высказываний «состоит в отсылке языковой личности в речи к тому или иному широко известному в данной языковой картине мира тексту, имени, ситуации» [Крылова 2014; 139].

На основе прецедентных текстов могут рождаться крылатые выражения, т.к. данные тексты отличаются хрестоматийностью, общеизвестностью, являются

«элементами когнитивной базы среднего представителя лингвокультуры» [Моисеев 2010; 143].

Известно, что для того, чтобы стать крылатым выражением, цитата должна содержать в себе соответствующие признаки. В данной статье автор придерживается терминологии и критериям крылатизации цитат, выдвинутой в работах С.Г. Шулежковой и Т.Г. Варченко.

С.Г. Шулежкова утверждает, что крылатые выражения – это «сверхсловные образования, превратившиеся в языковые единицы», обладающие «воспроизводимостью, устойчивостью компонентного состава и грамматической структуры (не исключающей вариантности), а также стабильностью семантики».

Среди основных критериев, определяющих крылатое выражение, выделяют: 1) известность; 2) актуальность, основанную на содержании; 3) активное употребление в течение некоторого периода времени; 4) наличие достоверного источника. Последний критерий, по мнению Т.Г. Варченко, может быть распространён на цитаты, взятые из текстов телевидения, современной музыки, кинематографа: «сегодня уже не актуально рассматривать только литературные выражения, поскольку появляются «крылатые слова» из фильмов, рекламы и других «нелитературных областей языка» [Варченко 2013; 36].

Популярность скетч-шоу «Наша Russia» обусловлена тем, что оно вобрало в себя все существующие социальные и этические стереотипы, наблюдающиеся в сознании россиян с начала 2000-х годов. В шоу в грубой форме высмеиваются пороки современного общества: социальное неравенство, аморальное поведение власть имущих, халатное отношение представителей различных профессий к своей работе, проблема сексуального самовыражения, гендерное неравенство, проблема миграции, неуважительное отношение к представителям старшего поколения, хамство и

многие другие. Сюжеты скетч-шоу обращаются к культурному коду россиян, т.к. затрагивают насущные и вечные проблемы российского общества.

Частота употребления цитат из шоу, касающихся актуальных социальных, политических, духовных проблем, существующих в современной России, связана с наличием в них разговорной и просторечной лексики, которая способствует лучшему запоминанию высказываний.

Существенное значение в процессе крылатизации цитат из скетч-шоу «Наша Russia» имеет их активное использование в рунете. Социальные сети, электронные СМИ способствовали не только повсеместному распространению цитат, но и их укоренению в письменном русском языке.

Анализ высказываний из шоу показал, что представленные ниже цитаты являются крылатыми выражениями, т.к. обладают всеми необходимыми для крылатизации критериями, а также имеют прочную связь с лингвокультурой современной России: *«Понять и простить»*, *«Это прискорбно»*, *«Стильно, модно, молодёжно»*, *«Тагил реально рулит, разруливает Тагил»*, *«И манишь меня, манишь»*, *«Насяльника, засем ругаися?»*, *«Раскривушка»*, *«Славик, чё-то я очкую. Чё, думаешь, прокатит?»*, *«Да ты успокойся! Я сто раз так делал! Погнали!»*, *«Давай, телевидение, просвещай»*.

Основываясь на мнении С.Г. Шулежковой и Т.Г. Варченко о том, какими признаками должно обладать крылатое выражение, мы можем сделать вывод, что цитаты из скетч-шоу «Наша Russia» являются крылатыми выражениями, т.к. они общеизвестны, затрагивают насущные проблемы российского общества, активно употребляются с 2006 года. В качестве причин крылатизации данных выражение следует отметить их связь с языком и культурой современной России, использование в цитатах

общеупотребительное лексики, частое употребление в русскоязычном интернете.

Литература

1. *Варченко Т.Г. Рачковская Л.А.* К вопросу о терминологическом аппарате и становлении крылатологии как самостоятельной лингвистической дисциплины // Мир науки, культуры, образования. – Горно-Алтайск, 2013. – №4 – С. 34-37.

2. *Викицитатник: «Наша Russia»* URL: https://ru.wikiquote.org/wiki/%D0%9D%D0%B0%D1%88%D0%B0_Russia (дата обращения 24.01.2018)

3. *Воробьев В.В.* Лингвокультурология (теория и методы): Монография. – М.:Изд-во РУДН, 1997. – 332 с.

4. *Ерофеева И.В., Фильшина О.А.* Национальные стереотипы как топос медиатекста: актуальность медиаархеологии // Гуманитарный вектор: Языкознание. – Чита: ЗабГУ, 2017. – №5. – С. 59-67.

5. *Крылова М.Н.* Прецедентные феномены из сферы телевидения в содержании современного русского сравнения // Вестник Омского университета. – Омск, 2014. – № 3. – С. 139–142.

6. *Моисеев М. В.* Применение дефиниционного анализа в лингвокультурологическом исследовании // Вестник Омского университета. – Омск, 2010. № 3. – № 3. – С.142–148.

7. *Тихонова А.* «Гламурный подонок» и «суровый гей» или постсоветские репрезентации маскулинности в телевизионной поп-культуре: «Наша Russia» на ТНТ / Визуальная антропология: настройка оптики / под ред. Е. Ярской-смирновой, П. Романова (Библиотека журнала исследований социальной политики). – М.: ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2009. – С. 256-275.

8. *Шаклеин В.М.* Лингвокультурная ситуация и исследование текста. – М., 1997. – 184 с.

9. *Шулежкова С.Г.* Крылатые выражения русского языка, их источники и развитие. – М., 2002. – 288 с.

REASONS OF THE FORMATION OF WINGED WORDS FOR PHRASES FROM THE SKETCH SHOW "NASHA RUSSIA": LINGVOCULTUROLOGICAL ASPECT

In this article, the reasons for the verbalization of the utterances from the sketch show "Nasha Russia" from the

standpoint of linguoculturology were investigated, the most used winged expressions were revealed.

Key words: linguoculturology, lingvoculturological aspect, winged expressions, sketch show "Nasha Russia".

Е.Г. Луговская

*(Приднестровский государственный университет
им. Т.Г. Шевченко)*

ВИРТУАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК СПОСОБ РЕАЛИЗАЦИИ ПАРАДОКСАЛЬНЫХ ИНТЕНЦИЙ

Виртуальная коммуникация имеет черты императива, содержанием которого является состояние, а не процесс, что представляет широкое поле возможностей для самореализации индивида, особенно реализации парадоксальных интенций.

Ключевые слова: виртуальная коммуникация, реальная коммуникация, образ коммуниканта, адресант, адресат

Человек говорящий для современной культурной парадигмы максимально ценен даже тогда, когда он молчит. В актуальном для XXI века антропоцентризме коммуникация как действие оказывается важнее не только любого другого действия, но и самого результата коммуникации, который есть текст. Текст, в традиционном понимании этого феномена мыслящийся как нечто застывшее и формально косное, уже не интересен, интересна его жизнь – как текст задумывался, складывался, формализовался, интерпретировался и переосмыслялся; как текст живет – вот что актуально.

Дискурсивный подход позволяет предположить в каждом реальном тексте такое количество смысловых структур, которое обусловлено разнообразием воплощения всех возможных иллокутивных конструкторов вариантами образов обоих коммуникантов, результат общения которых и рассматривается как текст. В силу этого дискурс предстает

многомерной и динамичной системой актуализованных и потенциальных смыслов, взаимообусловленность которых навязана коммуникативно-интенциональным содержанием акта общения, как его понимает адресант.

Такой подход позволяет рассматривать индивидуальный дискурс в виде совокупности всех возможных текстов как результатов коммуникации различных образов индивида с допускаемыми им к существованию образами собеседника. Разнообразие образов собеседника будет зависеть не только от количества реально существующих в коммуникативном пространстве индивида потенциальных адресатов, но и от специфичных для него способов когнитивно-концептуального представления образа адресата коммуникации.

Реально существующему индивиду как правило не удается реализовать даже половину таких сочетаний, так как структура индивидуального дискурса во многом является отражением социокультурной среды, в которой существует индивид. Трансляция всех аспектов своего ценностно-смыслового отношения к миру в этом случае оказывается невозможной, потому что набор социолектов, характеризующих общественную речевую практику индивида, ограничивает его индивидуальный дискурс через принятую в данной социальной группе систему речевых практик.

Затрудненность или невозможность реализации всех возможных коммуникативных образов в разных видах и типах коммуникации в конечном итоге приводит к снижению уровня общей коммуникативной компетенции, уменьшению коммуникативных потребностей, частичной личностной деградации или к внешне немотивированным вспышкам аффективного коммуникативного и речевого поведения индивида.

Каждая реальная коммуникация как правило требует от индивида полного отождествления с ней сообразно цели,

ситуации общения и особенностям образа собеседника. Невозможно, находясь в одной и той же точке пространства-времени, реализовать более двух несоотносимых друг с другом реальных коммуникативных образов. Можно представить себе ситуацию, когда ситуация общения и специфика связей между участниками общения заставляет одного из них вести себя по-разному в отношении каждого из адресатов. При этом образ такого коммуниканта будет осознаваться остальными участниками коммуникации комплексно, с выделением определенного поведенческого аспекта, актуализованного для каждого собеседника отдельно.

Кроме того, необходимо отметить и такую особенность реальной коммуникации как зависимость полноты и детализации образа коммуниканта от частоты и разнообразия общения с носителем коммуникативных образов. Известно, что в зависимости от того, насколько часто приходится общаться с тем или иным человеком, и от того, насколько разнообразны сферы этого общения, образ коммуниканта как совокупный образ всех коммуникативных и социальных ролей, исполнение которых согласуется с представлением о данном индивиде, оказывается более или менее полным. И чем противоречивее этот образ, тем больше вероятности в его соотносимости с внутренним образом самого себя конкретного индивида.

Совокупность реальных коммуникативных взаимодействий, в которые вступает конкретный индивид, как правило, ограничена его социальным статусом, социальным положением, возрастными и гендерными требованиями, традициями (от национальных до семейных), - большинство коммуникативных взаимодействий человека обусловлены его социальной природой и могут быть рассмотрены как вынужденные и привычные. Индивидуально-психологические, когнитивно-мировоззренческие и аффективно-личностные аспекты в

этом смысле подстраиваются под требования социума, мимикрируют или прячутся, не находя реализации в обычной коммуникации. Реальная коммуникация так или иначе ограничивает индивида одновременным существованием не более чем в одном коммуникативном образе для своего адресата (индивида или группы индивидов, коммуникативное взаимодействие с которыми происходит в сходных условиях).

Более широкие возможности предлагает виртуальная коммуникация. Возможность существовать в нескольких местах одновременно, а также последовательно структурировать свой образ, накапливая и редактируя коммуникативную информацию о себе в виде речевых и символических фактов, позволяет индивиду не только скорректировать свой образ в глазах его визави по фактам реальной коммуникации, но и создать абсолютно новый, независимый образ в рамках другой сферы общения, коммуникация в которой ограничена для индивида реалиями его социального статуса, в рамках другого коллектива, для которых его образ в реальной коммуникации не сформирован, или даже в рамках того же коллектива и сферы общения, но в качестве образа другого человека (в этом случае на помощь приходит такая существенная черта виртуальной коммуникации как потенциальная анонимность).

В этом смысле виртуальная коммуникация представляет широкое поле возможностей для самореализации индивида, в том числе и реализации парадоксальных интенций, достижение которых в реальной коммуникации невозможно либо в силу неготовности индивида к их успешной реализации, низкого уровня его эпистемологической компетентности, либо в силу затрудненности эмпирического воплощения соответствующей коммуникативной ситуации.

В каком-то смысле виртуальный дискурс для реализации такого рода интенций в картине мира индивида представлен областью воображаемого – мифология и устное народное творчество, произведения искусства и игровая деятельность во все времена позволяли индивиду, отождествившись с тем или иным персонажем, получить разнообразный опыт коммуникативных взаимодействий. Однако при таком взаимодействии коммуникативная активность индивида оказывалась ограниченной не только рамками сюжета и спецификой воображаемого образа, но и неизбежностью коммуникативной реализации этого образа рамками коммуникации со своим альтер-эго. То есть коммуникация оставалась замкнутой внутри представлений индивида о себе как об образе вымышленного коммуниканта и об адресате как об образе другого себя (потому что понимание образа другого в любом случае может содержать только те сущностные характеристики, которые способен себе представить индивид).

Таким образом возможности коррекции вымышленного образа остаются ограниченными когнитивными, логическими и деятельностными предпочтениями самого творца.

Виртуальная коммуникация, позволяя не только создать новый образ, но и проверить адекватность интерпретации такого образа другими индивидами, способствует расширению коммуникативных возможностей создаваемого образа, не ограниченных мировоззренческими установками и эмпирическим опытом реального индивида.

Другой сущностной чертой реального образа коммуниканта является и его целостность – реальный человек вне зависимости от ситуации коммуникации (сферы общения, установок общения и т.д.) так или иначе транслирует весь свой мировоззренческий опыт на адресата, что может проявляться как в поведенческих аспектах (трансляция статуса или роли), так и в избранном способе

речевого представления (речевая, коммуникативная компетентность).

Виртуальный образ коммуниканта дискретен – в зависимости от того, какая именно ситуация виртуальной коммуникации обусловила выбор образа, можно говорить не просто об образах разных сторон личности, но и о параллельном и часто несоотносимом существовании образов разных личностей в виртуальном дискурсе, как их себе представляет сам индивид. Безусловно, пристальный анализ особенностей представления таких образов личности все равно позволит найти узловые (инвариантные) элементы указанных структур (что уже, надо сказать, уже умеют делать нейронные сети), однако в рамках ключевой интенции – реализовать ту или иную особенность своей реальной личности без ущерба социальному образу в бесчисленном многообразии ресурсов и профилей – минимальный риск быть разоблаченным все же оправдан.

Парадоксальная интенция представляет собой необязательно желание быть хуже или лучше, но всегда потребность побыть другим, иным, не собой. Структурируя свой реальный образ и проецируя его на виртуальную реальность, индивид так или иначе старается выделить в проекции те особенности образа, которые кажутся ему социально предпочтительными, что обуславливает появление виртуального варианта его социального образа, который сам, в свою очередь, начинает влиять на реальный образ.

Такая особенность позволяет в рамках виртуального дискурса создавать коммуникативные образы, когнитивные, логические и поведенческие характеристики которых диссонируют с реальным образом коммуниканта – его возрастом, полом, профессией, сферой предпочтительного общения, преимущественным способом речевого поведения, внешним видом, привычками и т.п.

Отождествляясь с образом иного себя коммуникант имеет возможность не только получить новый опыт коммуникативного взаимодействия в рамках определенной ситуации общения или фрейма, как уже было выше сказано об области воображаемого, но и самостоятельно структурировать ход коммуникации.

Вводные условия области воображаемого обуславливают специфичность поведения – индивид, отождествляясь с персонажем, может давать оценку действиям персонажа, однако изменить то или иное слово, действие не имеет возможности. При этом критическая оценка поведения персонажа самим индивидом и сюжетная оценка могут не совпадать.

В виртуальной коммуникации происходит обратное – сам персонаж, сам образ диктует сюжет, а оценка его слов и поступков опосредована адресатом – тем сообществом, в котором происходит коммуникация, теми виртуальными коммуникантами, которые вступили в нее. Разнообразие оценочных суждений участников коммуникации провоцирует амбивалентность оценочных отношений виртуального коммуниканта к своему поступку (речевому, коммуникативному, др..) и образу в целом, в результате чего критическая оценка может теряться. Однако вдумчивое и последовательное осознание переживаемого в качестве виртуального образа коммуниканта, напротив, создает иллюзию непосредственного восприятия, и позволяет принять новый опыт и интегрировать полученную информацию в реальный образ коммуниканта.

Если для воображаемой ситуации индивид волен выбирать ситуацию и свою роль в ней, но ограничен рамками образа и сюжета, то в виртуальной коммуникации индивид свободен в выборе образа и хода самой коммуникации настолько, насколько ему позволяет ситуация коммуникации. Виртуальный коммуникант уже не учится (по типу «делай как персонаж») – он экспериментирует, что

позволяет методом проб и ошибок одну и ту же ситуацию прожить несколькими разными способами, одну и ту же коммуникацию представить разными результирующими и одной и той же коммуникативной цели добиться применением разных стратегий и тактик в рамках одной рекурсивной коммуникации.

Воображаемый образ коммуниканта таким образом более реален, содержателен, естественен и искренен, чем виртуальный. Виртуальный образ коммуниканта представлен не фактически, а описательно, его образ презентационен и многопланов, что дает богатую почву для манипуляций. Фикциональность коммуникативного поведения виртуального коммуниканта делает эту дискурсивную личность несамостоятельной, а его коммуникацию фатической, когда речевые поступки виртуального образа коммуниканта слабо соотнесены с действиями и фрагментами поведения самого индивида, а обусловлены складывающейся коммуникативной ситуацией - именно это позволяет индивиду реализовать в виртуальной коммуникации свои парадоксальные интенции.

Парадоксальные интенции отличаются от других потенциальных коммуникативных интенций, прежде всего, своей парадоксальной модальностью, предполагающей контрадикторность стереотипных представлений о тех или иных фрагментах окружающей действительности (в том числе и о самом коммуниканте) и соответствующих аффективных представлений.

Зачастую такие представления аффективны лишь в той мере, в какой не совпадают с представлениями о реальном образе коммуниканта, однако это могут быть и дистанцированные от здравого смысла представления о себе и мире.

В любом случае, проживая в виртуальной коммуникации те ситуации, которые в реальной жизни вызывают смущение (инициировать коммуникацию - задать

очень личный или интимный вопрос - или прокомментировать ее), страх (обвинить обидчика, обругать неугодного; признаться в чем-либо; представить на суд общественности свое творчество), или просто совершая коммуникативные поступки, не позволительные или невозможные в рамках реального коммуникативного образа (авторитетный ученый участвует в коммуникации о гороскопах, brutальный мужчина интересуется вышивкой крестом, взрослый человек реализует потенцию наивной реакции «мимимшно», «шикарно», «обалдеть», молодой человек выступает в роли эксперта в каких-то вопросах, неспециалист консультирует профессионалов, т.п.) индивид деперсонализируется в этом новом образе.

По большому счету коммуникант боится не разоблачения – он боится непонимания и неуспешности коммуникации только потому, что его стереотипное представление о коммуникантах, подобных ему самому, не содержит образцов (сценариев, фреймов, др.) такого аффективного поведения – у индивида просто нет возможности научиться (как в случае с воображаемым образом коммуниканта). В условиях виртуальной коммуникации индивид имеет простор для эксперимента, доводя свою неуверенность до абсурда.

Таким образом, воображаемая коммуникация, ограниченная рамками сюжета, может быть рассмотрена как элемент перформативного дискурса, когда высказывание превращается в действие, а виртуальная коммуникация, в целом, приобретает черты императива, содержанием которого оказывается не действие, а состояние, в котором возможности для самореализации индивида, в том числе и реализации парадоксальных интенций, не ограничены.

Литература

1. Карасик В.И. Дискурсивная персонология // Язык, коммуникация и социальная среда. Выпуск 7. - Воронеж: ВГУ, 2007. С. 78-86

2. Синельникова Л.Н. Контрадикторные аномалии сквозь призму процесса вербализации // Электронный ресурс: <http://www.experts.in.ua/baza/analitic>

3. Синельникова Л.Н. О научной легитимности понятия «дискурсивная личность» // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского Серия «Филология. Социальные коммуникации». Том 24 (63). 2011 г. №2. Часть 1. С. 454-463.

4. Сахарова А.В. Формирование языковой личности: социально-философский аспект. - Диссерт. канд. филос. наук. - Иваново. 2017. - 180 с.

VIRTUAL COMMUNICATION AS A WAY TO IMPLEMENT PARADOXAL INTENTIONS

Virtual communication has the features of an imperative which content is a state, rather than a process, that represents a wide field of possibilities for self-realization of an individual, especially his paradoxical intentions.

Keywords: virtual communication, real communication, communicant portrait, sender, recipient.

Лян Цзин

(Вейнанский университет, КНР)

Т. А. Болдова

(Московский педагогический государственный университет)

Л.В. Трегубова

(Московский педагогический государственный университет)

РУССКИЙ ЯЗЫК В ПОЛИКУЛЬТУРНОМ ЕВРАЗИЙСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ, ПРОБЛЕМЫ ИЗУЧЕНИЯ И ОБУЧЕНИЯ НА ОСНОВЕ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В статье рассматриваются социальные изменения в условиях расширяющего межкультурного иноязычного взаимодействия между Россией и Китаем, которые актуализируют комплексную проблему повышения качества подготовки студентов КНР. При этом важным фактором эффективности обучения является интегративный

междисциплинарный характер профессиональной деятельности будущих специалистов, продиктованный необходимостью совершенствовать процесс обучения РКИ.

Ключевые слова: русский язык как иностранный, среда коммуникации, межкультурная коммуникация, комплекс интерактивных заданий.

В настоящее время в связи с ростом политических, экономических и культурных контактов с КНР в нашей стране решается одна из важнейших задач лингводидактики, связанная с углублением процесса профессиональной подготовки китайских студентов, как будущих учителей, так и преподавателей в системе высшего педагогического образования. В условиях информационного общества и обновления языкового образования, когда возрастает внимание к проблемам гипертекстовых форм диалога и коммуникации, обучение русскому языку как иностранному, как полноценному средству общения предусматривает подготовку иностранных студентов в области новых технологий, что становится обязательным компонентом учебного процесса, его целью и средством. Возник определенный интерес и к постижению русской и китайской систем обучения и культур, который может быть также реализован в процессе анализа русскоговорящего сегмента гипертекстовой сети, во всём многообразии его обучающего и интерактивного пространства. Обучение русскому языку как иностранному на основе новых технологий как формы интеграции иноязычной и профессиональной подготовки китайских студентов нацелено на самосовершенствование иностранных студентов в области их личностных и профессиональных предпочтений. А также повышения мотивации к изучению русского языка и использования гипертекстового пространства интернета как специфической среды обучения иностранным языкам в качестве инструментария формирования универсальных учебных умений.

Разработанная нами образовательная модель позволяет выстроить процесс обучения иностранным языкам нового типа, который соответствует требованиям смены парадигмы обучения в условиях информационного общества, на основе «средо»-ориентированного подхода в гипертекстовом пространстве сетей [Болдова 2017; 143-150], что создаёт благоприятные условия реализации прагматической стороны обучения, позволяющей практически пользоваться русским языком для решения различных вопросов взаимодействия с носителями разных культур в гипертекстовом пространстве сети. При этом иностранные студенты получают представления о экстралингвистическом контексте текстовой деятельности в сети. Всё это обеспечивает достижение высокого качества подготовки и гарантированных результатов обучения, а также развитие инициативности и разносторонности, гибкости и способности будущих специалистов к творческому поиску в решении как профессиональных, так и непрофессиональных проблем в рамках международного сотрудничества. Что, в свою очередь, значительно расширяет культурологический, лингвистический и коммуникативный опыт студентов, формирует их способность ориентироваться в русскоговорящих сферах универсального характера, а также позволяет изменить отношение студентов к учебному процессу, организовать самостоятельную учебную деятельность студентов, заинтересовать их в оптимизации своего образования, в повышении уровня владения иностранным языком; заставляет студентов мыслить по-новому, когда студент, находясь в сети, ощущает себя в виртуальной университетской аудитории, где говорят на разных языках. Это побуждает его к овладению не одним, а 2-3 языками, т.к. русскоговорящие научные и методические сайты прививают стремление пользоваться несколькими языками в ограниченных рядовых ситуациях, так как мировая практика обучения языкам стоит на пути

формирования многоязычной личности, что рассматривается сегодня как необходимое условие подготовки конкурентоспособного специалиста. Китайских студентов необходимо познакомить с теориями коммуникации и культурной антропологии, которые предполагают динамичное, креативное, мультимедийное и интерактивное понимание студентами процесса коммуникации. Такая методика доказательно объединит частные подходы во благо студентов с учётом всех аспектов проблемы организации гипертекстового обучения на базе образовательных технологий; позволит организовать обучение на базе общего средства – компьютера; выявит новую область совместной работы отечественных и китайских методистов в области обучения различных языков. Культурные отношения и нормы общения, принятые в международных, профессиональных сообществах и их виртуальные репрезентации, как элементы социокультурного контекста профессии будущего учителя и преподавателя обоснуют отбор содержания обучения русскому языку как иностранному студентов разных факультетов педагогических вузов в КНР. Общение с российскими партнёрами способствует формированию у китайских студентов языкового самопознания, что в дальнейшем расширит их языковой опыт и сделает доступными индивидуальные и профессиональные установки других людей через дискуссии. Языковое сознание рассматривается в том значении данного термина, когда естественный язык не прямо указывает на предметы и явления неязыковой реальности, а представляет преломление внеязыковой реальности через интересы речевого общения представителей народа, говорящих на этом языке. Так как языковое сознание чужого народа у студента, живущего вне соответствующего окружения, формируется с трудом и неизбежно порождает большое количество трудно преодолеваемых ошибок. Культура другого языка познается через сообщения, высказывания, построенные по законам

определенного языка, сценарии высказываний, семантически и прагматически связанных между собой (как тексты разного рода) и через реальность, к которой они отсылают. Поэтому так важна картина знаний социальных ситуаций, знаний типичных сценариев взаимодействия, различных изменений тематики дискурсов, канонического порядка построения определенных типов текстов для общения, моделей организации собственной информации (ее получение, верификация, оценка) [Болдова 2017; 143-150]. Необходимые для такой работы задания, отражают проблемный подход, который предполагает: анализ проблемной ситуации – постановку проблемы – поиск недостающей информации и выдвижении собственной гипотезы – её проверку – получение новых решений – перевод проблемы в задачу задания – поиск способов выполнения задания – выполнение задания – проверку – доказательство правильности выполнения задания.

В разработке заданий необходимо учитывать, чтобы студенты могли вычленить конкретные трудности, грубые ошибки и показать способы их предупреждения по возможности в заданиях смысловой или коммуникативной направленности. Задания должны быть связаны на основе общих умений, но при этом они независимы друг от друга, их можно менять местами. Все задания в той или иной мере могут быть адаптированы для формирования коммуникативных умений. Необходимо лишь определить параметры такой адаптации. Задания необходимо выстраивать вокруг определенной задачи, что даст студенту возможность практиковать язык, аспекты речевого поведения и «роли», которые могут понадобиться ему в реальной жизни; такие задания также развивают умения неподготовленной устной и письменной речи. Задания включают в себя сочетания процессно-управляемой самостоятельной учебной деятельностью студентов, способных с опорой на полученные знания создавать новые знания и инновационные методические продукты в сети. Все задания – это организационно взаимосвязанные действия студентов, в порядке нарастания

языковых и операционных трудностей с учетом последовательности становления умений и навыков. Здесь речь идет о лабильности заданий. Эту ситуацию можно прокомментировать примером, когда для выполнения одних заданий от студентов требуется умение абстрактных мышлений, для других – способы к быстрому анализу при чтении с экрана. Таким образом, картина обучения представляет собой наглядное поле знаний и умений по определенной теме. При этом объективна и сама оценка знаний у студентов; перманентная оценка знаний и умений; воспитание у студентов стремления к успеху. Чем больше студенты обмениваются друг с другом заданиями и материалами по учебным темам, тем более полно и интенсивно они ими овладевают. В разнообразных информационных источниках студенты учатся находить различные конструкции для разрешения учебно-образовательных проблем. Задания можно представить как речевые конструкции, которые вкладываются как одна в другую и применяются в начале к наименьшей составляющей, к которой они могут быть применены; на следующем шаге – к наименьшей составляющей, содержащей в себе предыдущую и так далее, пока не будут пройдены все речевые единицы. Задания могут быть как шкала возрастания речевых единиц, где отражается последовательность различной степени сложности предложенных заданий. Такие задания рассматриваются как способ выполнения организационных действий. Эти задания имеют занимательный характер и развивают у студентов наблюдательность, воображение и внимание.

С лингвистической и методической стороны подобные задания интересны тем, что, таким образом, отлично запоминается новая информация и лексика, включается фантазия, эмоции, а также все средства невербального общения, способные хорошо подготовить студента к речевой практике. Задания такого типа, когда обратная связь имеет содержательное

значение, выражают положение Болонской декларации о коллективно-распределительной деятельности соавторства. В начале работы над заданиями обучающий алгоритм может быть не визуализирован и представлен расчетным опытом, когда выполняются заранее запланированные шаги с пассивным просмотром материала, когда нет заданий «многозадачного» поиска. Следующий шаг в работе – постановка вопросов по содержанию материала при отсутствии обратной связи, когда – студент изменяет содержание или входящую информацию (изменение первоначальной цели задания) и проводит «симулятивную» деятельность, проводя как итог презентацию на основе обратной связи или дискуссии. Перспективными направлениями в дальнейшем изучении проблемы могут быть: - более углубленное изучение влияния методики обучения русскому языку как иностранному с использованием гипертекстовых технологий на процесс взаимопонимания и взаимодействия с носителями разных культур в гипертекстовом пространстве сети, а также овладения русским языком в интересах профессии; - реализация возможностей теоретических и практических разработок по методике обучения РКИ с использованием гипертекстовых технологий, направленных на совершенствование языковой и углубление профессиональной подготовки по выбранной специальности, для решения практических вопросов взаимопонимания и взаимодействия с носителями разных культур.

Литература

1. *Болдова Т.А.* Возможности использования трехмерных моделей сценариев в преподавании иностранного языка Вестник Московского государственного лингвистического университета. Образование и педагогические науки. Вып. 4(775) Обеспечение качества и развития языкового образования в нелингвистическом вузе. М.,2017, стр.143-150.

2. *Boldova T.A.* Possibilit of use of three-dimensional models of scripts in teaching foreign language the Bulletin of the Moscow state linguistic university. Formation and pedagogical sciences. №4 (775)

Maintenance of quality and progresses of language formation in not linguistic high school, 2017, P.143-150.

**RUSSIAN IN POLY CULTURAL EUROASIAN SPACE,
PROBLEMS OF STUDYING AND TRAINING
ON THE BASIS OF NEW TECHNOLOGIES**

In article social variations in conditions of expanding intercultural speaking language interoperability between Russia and China which staticize a complex problem of improvement of quality of preparation of students of the Peoples Republic of China are considered. Thus the important factor is интегративный interdisciplinary character of professional work of the experts, dictated by an indispensability to improve process of training Russian as foreign.

Keywords: Teaching of Russian as foreign, the environment of the communications, the intercultural communications, language self-knowledge, tasks as speech designs.

В.В.Мадоян, С.З.Шейранян

(Ереванский университет международных отношений им. Ан.Ширакаци)

**СМЫСЛ И СТРУКТУРА ТЕКСТА
В СОВРЕМЕННОМ ИНТЕРНЕТЕ**

В работе рассматриваются новые тенденции в построении текста в Интернете, в оформлении смысла сообщения, определяется связь между структурой и смыслом, подчеркиваются характерные особенности интернетовских материалов. Авторы делают вывод, что информация от идеологически направленной превращается в рекламную, рыночную, что соответствует требованиям современной капиталистической экономики.

Ключевые слова: структура, смысл, текст, интернет, заголовок.

Движение во времени всегда вносит определенные изменения во все аспекты нашей жизнедеятельности. Появление же Интернета изменило наши представления о

человеческих возможностях, вселив в нас надежду на то, что интеллектуальные ресурсы нашей планеты неисчерпаемы. Однако прошлый, исключительно насыщенный открытиями и событиями век совершил переворот в науке и технике, в то время как в области культуры речи трансформации носили более последовательный и менее скачкообразный характер.

В работах, посвященных современному интернетовскому тексту, выдвигаются, как правило, убеждающие в революционном характере происходящих в нем изменений гипотезы, однако они, в основном, не сопровождаются убедительной аргументацией.

Поводом для столь восторженных выводов могли бы служить резкое изменение словарного состава, появление новых синтаксических конструкций, новая структура текста и нечто подобное, однако изменения в русском языке наблюдаются в рамках, в которых они происходили во все времена – с небольшим ускорением, связанным не с появлением Интернета, а скорее - с коллапсом СССР и социалистического лагеря.

Если ставить цель – определить тенденции, только связанные с Интернетом, следует исходить из особенностей этого средства коммуникации. Прежде всего необходимо отметить колоссальный объем информации и нацеленность провайдеров, блоггеров и авторов привлечь особое внимание к своему тексту, что в указанных условиях является сверхтяжелой задачей, тем более что привлечь внимание можно только зная вкусы реципиентов, а если иметь в виду, что Интернет работает на многие страны (русский язык до сих пор является языком межнационального общения на территории бывшего СССР), учесть все вкусы достаточно трудно.

В Интернете существует несколько страниц, и первой является портал, на котором дана самая актуальная информация на этот час. Здесь только заглавия. Вот портал Rambler за 06.01.2018: “Сирийские военные массово сдались

боевикам”, “В аэропорту Вашингтона отказались обслуживать рейсы Аэрофлота”, “Россия раскрыла кладезь информации о F-22”, “Все нормальные люди ждут Путина”. А теперь рассмотрим структуру и содержание некоторых из них.

Прежде всего обращает на себя внимание “ложность заглавий”. Заглавие сообщения о сирийских военных как будто свидетельствует о том, что сирийские войска массово переходят на сторону ИГИЛ, на самом деле в плен сдалось попавшее в окружение одно сирийское подразделение.

“В аэропорту Вашингтона отказались обслуживать рейсы Аэрофлота”, - гласит следующий заголовок. Он сразу же настраивает на конфликт. На самом деле рейсы Аэрофлота не обслуживали из-за непогоды. На следующий же день появилось другое заглавие: “Посольство России в США поблагодарило Госдеп”. Если не иметь в виду предыдущее сообщение об Аэрофлоте, данное заглавие как будто говорит о потеплении отношений между Россией и США. На самом деле посольство России поблагодарило Госдеп за своевременную помощь в урегулировании рейсов указанного авиаперевозчика.

Заглавие “В Волгограде обнаружили бомбу” в современной “террористической” ситуации тут же наводит на мысль, что в указанном городе где-то подложили мину. Знай реципиент, что речь о бомбе времен Великой Отечественной, он вряд ли стал бы читать эту информацию.

Аналогично привлекающими являются заголовки “ЕС выставил счет России”, “Россия раскрыла кладезь информации о F-22”, “Все нормальные люди ждут Путина” и др. Такой метод подачи материала значительно повышает интерес читателя к сообщаемому, заставляя его “заглянуть” на соответствующую страницу.

С этой точки зрения определенные изменения претерпели и приемы подачи материала. Близкая к заглавию информация подается в первом абзаце, дабы остановить вни-

мание читателя. Она же передается в звуковом и видеорежиме. За ней иным шрифтом, иногда особо в рамках подается та информация, которая является главной. За ней следуют разъяснения, а при особой важности сообщаемого указывается, где читать об этом подробнее. Ср., например, тот же текст о “массовой сдаче в плен сирийских военных”:

“На северо-востоке от Дамаска в районе города Хараста отряд сирийской армии сдался боевикам. Видеозапись выложил Телеграм-канал Directorate 4. Сообщается, что этот район представляет собой хорошо укрепленный оплот боевиков в Восточной Гуте.

Правительственным силам не удастся установить контроль над городом, ранее они смогли занять лишь небольшую его часть. Здесь действуют боевики террористических группировок «Ахрар аш-Шам» и «Файлак ар-Рахман» (запрещены в России). Недавно им удалось устроить блокаду базе правительственных войск — снабжение по земле было прервано, несмотря на сеть подземных ходов, по которым ведется сообщение с основной группировкой войск.

Осада базы и непрерывные атаки боевиков привели к потерям среди сирийских военных. Сообщается о 100 погибших. Боевики заявляют о 400 убитых.

Сирийское командование готовит операцию по деблокированию армейской базы. ВВС Сирии регулярно бомбят позиции боевиков в Харасте, ВКС РФ также оказывают поддержку с воздуха” (https://news.rambler.ru/middleeast/38812770/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink).

Аналогично построена информация о благодарности, выраженной Госдепу США: “Посольство России в США в своём Twitter поблагодарило Госдепартамент за оказание помощи в ситуации с рейсами авиакомпании «Аэрофлот», которые были задержаны из-за неблагоприятных погодных условий в Вашингтоне.

«Для ускорения отправки задержавшихся из-за непогоды рейсов Аэрофлота посольство обратилось в Госдеп США. Благодарим коллег из Государственного департамента за отзывчивость и оперативное содействие!» — говорится в тексте сообщения.

Ранее сообщалось, что задержанный в США из-за неблагоприятных погодных условий рейс авиакомпании «Аэрофлот» вылетел из Вашингтона в Москву (https://news.rambler.ru/incidents/38831025/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink).

Структура текста обусловлена его смыслом (и наоборот): что произошло – в чем суть произошедшего – его причины – его подробности. Как показывают примеры, тексты имеют четко направленный идеологический характер, что в целом не противоречит общей направленности газетных материалов. Как говорил В.И. Ленин, “газета ... коллективный пропагандист и коллективный агитатор” [Ленин 1967; 11]. Отличие интернетовского материала от обычного газетного, который существовал в советском пространстве, состоит в его “рекламности”: текст построен так, чтобы реципиент поверил в сообщаемое, даже если нет достаточных аргументов. ибо “язык как средство импульсивного, несознательного пользования – имеет свои строгие границы: речь “по инерции” – сменяется сознательным проникновением в систему языка, как только высказывание попадает в условия, вынуждающие говорящего оперировать своими языковыми способностями рационально, целесообразно” [Винокур 1990; 14].

Так, в первом материале второй и последующий абзацы не дают оснований для пессимистических прогнозов: ведь сирийская армия захватила небольшую часть города, бомбит игиловцев при поддержке ВКС России с воздуха, первый же абзац, как показано, производит такое впечатление, что сирийская армия терпит поражение. Иначе

построен второй текст: главная идея повторяется во всех абзацах, постоянно “усиливаясь”. Сообщается, что посольство РФ *поблагодарило* за содействие, далее в прямой речи – снова *поблагодарили* за *оперативное* содействие, в третьем абзаце – самолет вылетел в Москву.

В некоторых сообщениях те части текста, которые несут наиболее существенную информацию, повторяются. Ср.: “Согласно официальным данным Центральной избирательной комиссии, в избирательном фонде Ксении Собчак лежит свыше 19 миллионов рублей, что пока делает ее самым финансово обеспеченным кандидатом в президенты России. Впрочем, ранее ведущая рассказывала, что *два богатых спонсора* сулят ей куда большие деньги... А вот Собчак собрала уже свыше 19 миллионов, 3,7 миллиона из которых она уже успела потратить... Она рассказывала, что *два щедрых спонсора*, пожелавших остаться неизвестными, уже практически выделили ей 900 миллионов рублей (https://news.rambler.ru/politics/38832738/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink); Жена *миллионера* из России Алексея Шаповалова модель Ксения Царицына на своей странице в Instagram опубликовала подарок от возлюбленного - *двойное кольцо с массивными зелеными камнями*. Пользователи Сети неоднозначно восприняли подобную демонстрацию богатства. // Уже несколько дней в Сети не утихают обсуждения дорогого подарка, который сделал своей жене *миллиардер* Алексей Шаповалов. Ксения Царицына стала счастливой обладательницей *двойного кольца с зелеными камнями* (https://woman.rambler.ru/stars/38832277/?utm_content=rwoman&utm_medium=read_more&utm_source=copylink).

Как уже замечено, “произвольность языкового знака и, как следствие, асимметричность в отношениях означаемого и означающего формирует безграничный потенциал языковой системы, который способен удовлетворить все

потребности коммуникации общества в целом и каждого носителя языка в отдельности” [Наумов 2017; 39]. Если принять предложение за языковой знак, в современном Интернете оно начинает варьировать свои значения в зависимости от контекста [Мадоян 2016; 238-278], что и позволяет создавать многомерность и полифоничность сообщаемого.

С точки зрения культуры речи интернетовские материалы отличаются несколькими факторами.

Характерной особенностью их является плохое редактирование. В большинстве сообщений можно найти грамматические и пунктуационные ошибки: “Минобороны отреагировало на уничтожении самолётов в Сирии”; “Трамп написал, что написавший про него книгу журналист выдумал интервью с ним”; к числу городов с высоким качеством работы городских властей также россияне относят Пензу... Москва... Ярославль, Уфа и Набережные Челны (https://news.rambler.ru/community/38876210/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink; и т.д.

Значительно и количество смысловых ошибок. Ср. в приведенном материале: *Недавно им удалось устроить блокаду базе правительственных войск - снабжение по земле было прервано, несмотря на сеть подземных ходов, по которым ведется сообщение с основной группировкой войск* (прерывание снабжения по земле совсем не связано с наличием подземных ходов, по которым *ведется* сообщение, поэтому союзное слово *несмотря на* здесь совсем не к месту); *Официальный представитель МИД России Мария Захарова рассказала о том, есть ли у нее приятели в Госдепартаменте США, сообщает RT. "У нас были очень конструктивные отношения с Дженнифер Псаки (бывший официальный представитель Госдепа. - "Газета.Ru"), было приятно с ней работать как с человеком. Это я могу точно сказать, и я никогда этого не скрывала", — сказала Захарова* (https://news.rambler.ru/politics/38832113/?utm_content=rnews

&utm_medium=read_more&utm_source=copylink)
(стилистически не совсем благозвучно повторение я);
В итоге в Огоньке появились номера артистов, появление
которых в самой рейтинговой программе прежде было
немыслимым (https://news.rambler.ru/starlife/38811868/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink); «Надо идти по пути американцев. Им важен национальный интерес, все суды международные они не признают» (https://news.rambler.ru/conflicts/38831801/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink (точнее: все международные суды ими не признаются или они не признают никакие международные суды); На финансовых рынках там ограничения, наши компании под запретом (слово там лишнее); 23 августа 1942 года немецкие войска прорвали линию обороны на Дону и попытались прорваться к тракторному заводу. (https://news.rambler.ru/incidents/38832168/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink (прорвали... прорваться); Взрыв прогремел в столице Швеции Стокгольме у одной из станций метро. Об этом сообщает РИА Новости со ссылкой на местную полицию. Инцидент произошел рядом со станцией Ворбю в районе Худдинге. (https://news.rambler.ru/incidents/38832569/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink) (зачем “у одной из станций метро”, а затем уточнять, когда можно было сразу же сообщить, где произошел взрыв?); и т.п.

Такие недочеты фиксируются, как правило, в выступлениях высокопоставленных представителей власти. Вполне возможно, журналисты специально не корректируют их.

То, что современная русская пресса переполнена иностранными словами, замечено давно, однако следует обратить внимание, что такие слова большей частью впервые

(сначала) появляются в Интернете, поскольку “рекламный” характер текстов требует повышения их выразительности. В опровержении Министерства обороны России сообщения об уничтожении российских самолетов в Сирии читаем: “Сообщения об уничтожении семи самолётов ВКС... 31 декабря 2017 года... в ведомстве назвали фейком”. Воздействие иноязычного слова на российского реципиента значительно сильнее, чем русского. Хотя не всякий читатель знает значение этой английской лексемы, контекст подсказывает: это – “ложь”. Однако ее употребление обусловлено еще и многозначностью *fake*: это и ложь, и подделка, подлог, хитрость, обман, мошенничество, что характеризует факт с разных сторон.

“К фильму пока что нет *трейлера*, но появился многообещающий *тизер*” (https://afisha.rambler.ru/movies/38823875/?utm_content=rafisha&utm_medium=read_more&utm_source=copylink). Английское *teaser* многозначно: 1) задира; любитель подразнить, задираться 2) = *teaseller* 3) а) = *brainteaser* трудная задача, головоломка *eye teaser* — (графическая) головоломка б) трудный мяч 4) а) привлекательная и недоступная женщина *Syn: chick I 1., babe б) = striptease в) стрип-танцовщица, стриптизёрша г) привлекательное рекламное объявление д) блесна или наживка Syn: bait I 1. 5) а) пробник (молодой жеребец, баран или бык, выпускаемый для испытания готовности самки к случке) б) животное-раздражитель [1]. Его значение здесь можно определить в оппозиции с *трейлер* (англ. *trailer* - 1) тот, кто тащит, тянет, волочит 2) а) охотник, отслеживающий диких зверей б) охотничья собака, идущая по следу 3) а) автоприцеп; трейлер [1]).*

Понятно, что рассмотренные слова здесь больше рассчитаны не на понимание, а на воздействие: англицизмы создают особое впечатление у определенной категории русских читателей, даже если они для них совершенно ничего не выражают.

Слово *фолловер* (англ. *follower*) соответствует русскому *поклонник*, и его легко можно заменить русским эквивалентом, если бы речь не шла о дамах, отдыхающих за рубежом: «Вы просто восхитительны», — оценивают формы фолловеры звезды в комментариях” (https://woman.rambler.ru/stars/38832350/?utm_content=rwoman&utm_medium=read_more&utm_source=copylink). Однако следует учесть, что *follower* семантически значительно “богаче” нашего “поклонника”: *follower* - последователь; приверженец; адепт, поборник, сторонник; поклонник; подражатель, слуга, служитель, ухажёр, кавалер. “Экспрессивные факторы, - писал еще В.В.Виноградов, - ведут не только к заимствованию – замене, но и к заимствованию синонимичных или синонимичнообразных групп слов” [Виноградов 1977; 49].

В определенных случаях семантика нерусского слова не воспринимается. “Мужчина на всю жизнь обеспечен семьей и оттого поглощен своим хобби - стендапом (https://afisha.rambler.ru/movies/38824942/?utm_content=rafisha&utm_medium=read_more&utm_source=copylink). Что такое *стендап* (из англ. *standup*)? Комедийный жанр с живым комиком. А как это понять неподготовленному читателю из текста?

Вряд ли средний читатель Интернета, не знакомый с английским языком, может понять смысл слова *ремейк* (англ. *remake*): *В 2018 году состоятся по-настоящему масштабные кинопремьеры, которые мы так долго ждали, — ремейк «Лары Крофт»:* (https://afisha.rambler.ru/movies/38823875/?utm_content=rafisha&utm_medium=read_more&utm_source=copylink). *Ремейк* – “переработка, нечто переработанное”, однако в тексте он воспринимается как нечто значительное, высокое, может быть, даже романтическое (!).

Существенное воздействие на реципиента производят обрусевшие иноязычные слова в “родном произношении”: не

фантазия, а *фэнтези* (“сыграет он не в романтической комедии или даже не в фэнтези”:
(https://afisha.rambler.ru/movies/38823875/?utm_content=rafisha&utm_medium=read_more&utm_source=copylink).

“Но панталоны, фрак, жилет... Всех этих слов на русском нет. Шишков прости: Не знаю как перевести”, - писал великий Пушкин. В Интернете большинство иноязычных слов обозначают новые реалии, которые связаны с развитием западной моды: *бикини, топлесс, стринги, легинсы, оверсайс, парео*; или представляют собой термины, связанные с “компьютеризацией общества”. Употребление их вряд ли преследует стилистические “цели” и вряд ли можно связать с “засилием” англицизмов.

Большое значение придается совмещению разговорного и официального стилей. Как правило, в разговорном стиле дается прямая речь представителей властных структур, чем подчеркивается уровень их образованности и интеллекта: “Так бывает в странах, близких к экватору... там солнце настолько сильное, что плотная облачность не защищает от загара... На самом деле через туман и облака обгораешь еще быстрее, чем под палящим солнцем! Хорошего отдыха, и будьте аккуратны” (https://woman.rambler.ru/stars/38836024/?utm_content=rwoman&utm_medium=read_more&utm_source=copylink); “Ведь получается, что российские отстраненные лыжники не имеют права участвовать в международных соревнованиях и просто не могут отобраться на Игры. То есть в случае положительного решения со стороны CAS они просто не поедут в Пхенчхан. Им не дали туда пробиться», — заявила Вяльбе. 5 декабря МОК отстранил сборную России от участия в Играх 2018 года в Пхенчхане. Под олимпийским флагом смогут выступить только те, кто докажет непричастность к допинговым махинациям. В конце декабря FIS приняла решение отстранить от всех соревнований 11 российских лыжников, которые ранее были

дисквалифицированы комиссией МОК. (https://sport.rambler.ru/skiing/38826684/?utmcontent=rsport&utm_medium=read_more&utm_source=copylink).

Таким образом, исследование русских текстов в современном Интернете показывает, что в них наблюдается “аккумуляция воздействия” через структуру текста, его содержание, что требует особого усиления смысла слова, который уже включает не только собственно лексическое значение, но и значения стилистические, причем одновременно разные. В некоторых текстах в определенных целях реализуется совмещение стилей. Указанные факторы ведут к усилению выразительности, что связано с переходом от реалистической (пусть и идеологически направленной) пропаганды к *рыночной*, что является обязательным фактором капиталистической экономики.

Литература

1. АБВУД. Lingvo -12. Internet – Dictionary.
2. Виноградов В.В. Избр. труды. Лексикология и лексикография. - М., 1977 – 312 с.
3. Винокур Г.О. Филологические исследования. - М., 1990 – 452 с.
4. Ленин В.И. ПСС, т.5. - М., 1967. – 550 с.
5. Мадоян В.В. Значение и мысль в статике и динамике двух языков. - М., 2016. – 282 с.
6. Наумов В.В. Конформизм как составляющая дискурса (диахронический аспект). // НДВШ Филологические науки, 2017, №3 – с. 37-44.

TEXT MEANING AND STRUCTURE IN MODERN INTERNET

In work new tendencies in text construction on the Internet, in registration of sense of the message are considered, communication between structure and sense is defined, prominent features of the Internet materials are underlined. Authors do a conclusion, that the information from ideologically directed turns in advertising, *market*, that corresponds to requirements of modern capitalist economy.

Keywords: structure, sense, the text, the Internet, heading.

Н.А.Мануйлова

*(Московский государственный университет имени
М.В.Ломоносова)*

ЖАНРОВО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕМАТИЧЕСКИХ ИНТЕРНЕТ-ФОРУМОВ

Настоящая статья посвящена анализу специализированного медицинского интернет-форума. Описываются жанровые, функционально-стилистические, структурно – смысловые и лингвистические особенности данного типа коммуникации.

Ключевые слова: тематический интернет-форум, жанр, виртуальный полилог, коммуникативные роли, речевое взаимодействие, языковые и речевые особенности интернет-форума.

Современная лингвистика достаточно много внимания уделяет исследованию феномена интернет-коммуникации. Многообразие видов и форм виртуального общения создает впечатление речевого хаоса, однако к настоящему времени мы можем говорить о том, что в интернет-дискурсе утвердились и достаточно динамично развиваются некоторые популярные жанры, в частности тематические интернет-форумы.

Целью данной статьи является анализ жанрово-стилистических, структурно-смысловых и языковых характеристик специализированного тематического (медицинского) форума «Преодоление», где обсуждаются проблемы, связанные с группой ревматологических заболеваний.

Анализ материала форума показал, что, в целом сохраняя общие черты, присущие в целом интернет-форумам как особой форме коммуникации, специализированный медицинский форум отличается от подобных своей жанрово-стилистической, структурно-смысловой и языковой/ речевой организацией.

Как известно, по структурно - смысловой организации интернет-форум - это виртуальный полилог, функционирующий в письменной форме и отличающийся признаком асинхронности. Как жанр он характеризуется как лингвистическими, так и экстралингвистическими признаками.

Главными экстралингвистическими факторами, определяющими все особенности специализированного медицинского интернет-форума, являются его «замкнутость», обусловленная сферой интересов, специфический контингент коммуникантов, наличие доминирующей цели общения, особая тональность общения и др.

Специфика коммуникации на данном форуме определяется структурно-композиционными и тематическими особенностями интернет-форума как речевого жанра, а также характерными свойствами его участников. В целом в форуме полилог имеет политематический характер, обусловленный тем обстоятельством, что в одном пространстве объединены различные ревматологические заболевания. Однако полилог как самостоятельная форма речевого взаимодействия между участниками определенной «ветки» форума в большей степени реализуется в рамках одной темы, что обусловлено четкой композиционной организацией форума и установленными правилами. Форум «Преодоление» имеет дробную композицию, со строго очерченными темами общения в каждом разделе, связанном с характером диагноза и проблемами, касающимися того или иного заболевания. Любая попытка выйти за пределы темы при общении корректно пресекается модераторами, обычно в этом случае модераторы указывают участнику разговора на навигацию по форуму или отсылают его к специальным медицинским публикациям в интернете. Участников форума объединяет общий аутоиммунный характер болезни,

несмотря на различные ее проявления, в связи с чем некоторые темы являются перекрестными, например, тема, касающаяся вопросов медикаментозной терапии и др.

Характер речевого взаимодействия участников форума «Преодоление», как показывает анализ, в целом мало отличается от особенностей общения в полилоге на других тематических форумах. Интерес представляет различная жанровая природа высказываний коммуникантов, которая в целом типична для всего пространства специализированного медицинского форума. При этом жанровая форма высказывания в большей степени связана с тем, какую коммуникативную роль выполняет тот или иной участник речевого общения. По частотности функционирования выделяется в первую очередь рассказ/повествование пользователя, особенно новичка на форуме, но не обязательно, о течении своего заболевания, его симптомов с выкладками анализов, подробным описанием течения болезни и/или приема медикаментов, сопровождающийся просьбой о помощи. При этом адресация может быть как аксиальной (прямой), так и коллективной. Обязательным ответом является реплика-совет модераторов или так называемых pro (профи) – больных с большим «стажем» и опытом, а также профильных специалистов – врачей, которые также являются активными участниками коммуникации. Также практически всегда обсуждение того или иного вопроса заканчивается репликой-благодарностью за оказанную помощь или совет, количество благодарностей фиксируется и заносится в профиль участника форума. Как правило, участники полилога или диалога желают друг другу здоровья и преодоления всех проблем.

Форум не случайно называется «Преодоление». Заглавие не называет тему общения, как это обычно принято в тематических форумах, здесь оно выполняет две функции, во-первых, обозначает, что заболевания, которые обсуждаются на форуме, относятся к числу тяжелых, более

того, неизлечимых. Во-вторых, и это главное, заглавие выполняет прагматическую функцию, призывая участников коммуникации «пересилить», «побороть», «превозмочь» свою болезнь и жить несмотря ни на что. Интересно, что подобный заголовок форума типичен больше для текстов публицистического стиля, при этом так же, как и в публицистических текстах, заглавие часто повторяется в содержании анализируемого интернет-форума.

Прагматическая установка, заданная в заголовке форума, в определенной степени влияет и на спектр тональности полилога. Диапазон тональностей при общении достаточно разнообразен – от подчеркнуто нейтрального, корректного в целевом отношении до эмоционально насыщенного, со всеми переходами от радости к отчаянию, и наоборот. В целом тональность отличается доброжелательностью, преобладанием сочувственной интонации, обусловленной экстралингвистически: желанием помочь «друзьям по несчастью».

Что касается конвенций, принятых на форуме, то они, в целом универсальны для всех тематических форумов, однако, можно отметить и специфические, присущие специализированным медицинским интернет-форумам. В процессе анализа были выявлены следующие виды конвенций. Языковые конвенции: требование единства языка общения, запрет на употребление обценной лексики, пожелание использовать единую систему записи и пр. Тематические конвенции, как было уже сказано выше, обеспечивают единство темы обсуждения, регламентируют открытие новых тем, кроме этого, не приветствуется раздача рекомендаций по лечению заболеваний, запрещается произвольная реклама лекарственных средств и сомнительных традиционных методов лечения и пр. Так называемые «поведенческие» конвенции подразумевают, как и в других форумах, запрет на выяснение личных отношений, негативные оценочные высказывания,

оскорбления, требование соблюдения этикета в речевом общении и пр. Тональность рекомендаций почти во всех случаях, что, очевидно, связано со спецификой форума, отличается большой степенью категоричности.

Отбор и организация языковых средств в специализированном тематическом форуме зависит, во-первых, от его темы и, во-вторых, от персональных языковых и речевых возможностей участников общения. Особенностью тематического медицинского форума, конечно, будет превалирование медицинской терминологии, а также различного рода номенклатурных обозначений, функционирующих в медицинском дискурсе. При этом в речи участников форума встречается разговорная и просторечная лексика, сленг, в том числе специфический для участников медицинских форумов, эмоционально-оценочная лексика, аббревиатуры и слова, характерные для интернет-общения, сокращения и пр. Стиль высказываний может резко меняться в пределах одного полилога: разговорный стиль прерываться (в пределах даже одного высказывания) фрагментом текста научного или научно-популярного стиля. Из синтаксических средств типичными являются императивы различного содержания: просьба, призыв, совет и даже приказ и пр.

Таким образом, анализ показал, что специализированный тематический, в частности медицинский, интернет – форум в жанрово-стилистическом, структурно-смысловом и языковом отношении в определенной степени обладает своей спецификой, характерными чертами, которые отличают его от других тематических форумов.

Литература

1. *Асмус Н.Г.* Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства: дис. ...канд. филол. наук. - Челябинск, 2005, 226с.
2. *Бахтин М.М.* Эстетика словесного творчества. – М.,1986.- 445 с.

3. *Патрушева Л.С.* Форум как жанр интернет-дискурса: автореф. дис. ...канд. филол.наук.- Ижевск, 2015, 26с.

4. *Федосюк М.Ю.* Нерешенные вопросы теории речевых жанров// Вопросы языкознания.- №5,1997.- С102-120

GENRE-STYLISTIC FEATURES OF THEMATIC INTERNET FORUMS

This article is devoted to the analysis of a specialized medical Internet forum. Genre, functional-stylistic, structural-semantic and linguistic features of this type of communication are described.

Key words: thematic Internet forum, genre, virtual polylogue, communicative roles, speech interaction, language and speech features of the Internet-forum.

Т.В. Маркелова

(Институт современного искусства)

М.В. Петрушина

(Московский политехнический университет)

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА КАК ОСНОВА ИНТЕРНЕТ-МЕМА: ОПТИМИЗАЦИЯ КОММУНИКАЦИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

В настоящей статье описан вербально-визуальный информационный объект, реализующий свою воздействующую функцию на основе приемов языковой игры – ее языковых средств и образности.

Ключевые слова: Интернет-мемы, языковая игра, прагматическая функция, лингвокреативное мышление, экспрессия, эмоция.

В последние десятилетия языковая игра из экспрессивного приема, иллюстрирующего лингвокреативное мышление автора, превратилась в почти необходимый атрибут текстов средств массовой информации, в числе которых особое место занимают Интернет-тексты. Языковая игра обладает высоким прагматическим потенциалом в функционально-семантическом поле оценки [Маркелова 2013], реализующем

ценностное отношение адресанта и провоцирующем оценочное восприятие адресата на основе эстетического подхода к выбору языковых средств (норма – антинорма) с целью усиления эффекта воздействия коммуникации.

Языковая игра напрямую зависит от новых жизненных реалий и подстраивается под жизнедеятельность человека - объект внимания "человека играющего" (Хейзинга). Именно этот объект во всех его аспектах становится фокусом оценки, реализуемой с помощью языковой игры: оценка - это «наиболее яркий представитель прагматического значения» Арутюнова 1988; 5]. Выражение положительного или отрицательного отношения автора – оценивающего субъекта - неразрывно связано с воздействующими интенциями, которые он реализует в своем речевом акте.

В начале XXI века у человечества возникла новая доступная форма общения и обмена информацией – всемирная паутина, в которую быстро проникла языковая игра, подстраиваясь под нее и активно распространяясь в Интернете как идеальном поле действия для успешной коммуникации. В этом поле представляют особый интерес специфические новые формы и средства выражения эмоциональности и оценки в социальных сетях с их письменной разговорной речью – новым термином Интернет-коммуникации (Валиахметова 2001), трактуемым как соединение устного разговорного языка и письменного литературного. В основе этого явления – развитие свободы средств выражения, значительное повышение уровня экспрессии, приоритетная позиция воздействующей, эмотивной и манипулятивной функций. Именно в нем реализуется языковая игра с ее не только стилистической, но и психолингвистической, эстетической, прагматической природой. Например, Санников отмечал, что сама языковая игра рассматривается как «украшательство» речи, которое «обычно носит характер остроты, балагурства, каламбура,

шутки и так далее». (Санников 2002). Языковая игра реализует свои функции при помощи совокупности разноуровневых языковых единиц – фонетических, графических, лексических, грамматических в их взаимодействии: «*Чувство собственного **отстоинства***», «*Ты моя **гадость***»; *ОПТИМАльное решение; Е-правительство; супервыборы; музыкайфные волны «Европы Плюс»; «мудрецы и зубные врачи смотрят в корень»; Доумрем до понедельника.*

Очевидное «осознанное нарушение языкового канона» лежит в основе восприятия реципиентом одобрительных – неодобрительных эмоций, расшифровке языкового кода общения [Гридина 2002, 26].

Языковая игра разделяется на спонтанную и преднамеренную – обе встречаются в Интернет-коммуникации, что объясняется спецификой коммуникативной среды Интернет с ее разноплановой аудиторией, диалогичностью, статусным равноправием участников коммуникации, исчезновением временных и пространственных ограничений, неограниченным выбором языковых средств всех языковых уровней, отсутствием конкретных правил [Асмус 2005, Трофимова], обусловленных, в том числе, стремлением к экономии времени (*лд – лучший друг, чд – что делаешь*) в различных видах общения: переписке по электронной почте, чатах, социальных сетях, в нашей работе - в социальной сети «Вконтакте», для которой характерен феномен Интернет-мемов.

Феномен Интернет-мемов может быть раскрыт только с помощью языковой игры, когда языкотворческая функция совмещается с визуализацией процессов лингвистического мышления. Анонимность пользователей как характерная черта Интернет-коммуникации, психологическая раскрепощенность и всеобщий характер межличностного общения (в Интернете человек лишен тембра речи, жестов,

миимики, эмоциональной окраски и частично интонации), позволяют коммуникатору стать кем-то другим в виртуальной реальности, надеть карнавальную маску и создать новое собственное «я», освободиться от каких-либо ограничений, которые есть в реальной жизни. Таким образом, карнавальная составляющая является одним из главных факторов приема языковой игры и популярности Интернет-мема в виртуальном общении.

Интернет-мем – это информационный объект, который стал популярным, передаваясь через Интернет от одного пользователя к другому и даже выходя за пределы Интернет-пространства и попадая в СМИ. У Интернет-мемов существует жанровая разновидность – это непосредственно мемы, демотиваторы, различные комиксы и так далее.

Быстро распространяясь в социальных сетях, мемы по праву могут называться особым языком пользователей. Для мемов характерны два типа знаков – вербальных и визуальных, которые семантически связаны между собой и создают целостную картину. Иначе говоря, мемы – это креализованный текст, в котором сосуществуют вербальные и невербальные знаки, создавая уникальный контент для реализации экспрессивной, воздействующей, комической, эвфемистической, оценочной функций в пространстве Интернет-коммуникации. Такое сочетание и делает языковые шутки в мемах многозначными, оптимизирующими общение на основе языковых инноваций – совмещения вербальной и визуальной составляющей.

Особенным признаком Интернет-мема является то, что языковая игра как носитель оценочного концепта, выражающего «одобрение – неодобрение», «похвалу – порицание», «восхищение – возмущение» [Маркелова 2013; 123-125] и др. объединяет две составляющие, диктует Интернет-мему использование языковых единиц конкретных уровней в их взаимодействии, объясняя смысл ценностного

отношения, который вложил в этот языковой образ пользователь сети.

В Интернет-мемах используются все приемы языковой игры, задействованы все уровни языка. Лингвистические наблюдения, тем не менее, показывают наиболее частотные приемы языковой игры в основе Интернет-мемов и взаимодействие этих приемов: 1) при преднамеренном использовании языковых средств без отступления от языковой нормы; 2) при сознательном отступлении от языковой нормы; 3) при обращении к прецедентным текстам.

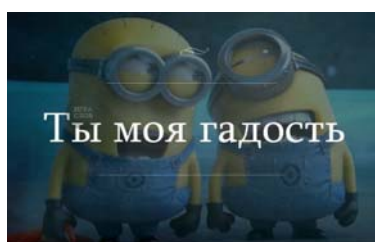
Сознательное отступление от нормы реализуется в графическом приеме языковой игры в Интернете чаще, чем фонетические приемы, демонстрируя эффективность общения и требуя глубоких лингвистических знаний автора. Как правило, пользователи социальных сетей применяют такие приемы графики, как графическое смешение и графическое выделение.



С помощью графического выделения прописных букв в слове «прелеСТЬ» актуализируется совершенно иной оценочный смысл. Compliment становится выражением лести, неискренности, визуальный ряд также способствует переосмыслению слова «прелеСТЬ». На картинке изображены два человека в улыбающихся масках (визуально символизирующих неискренность отношений), пожимающие друг другу руки. Данный мем характеризует его автора, как

человека, обладающего уникальным чутьем к родному языку (этимология слова *лесть* - "обман").

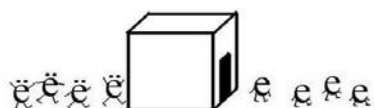
В Интернет-мемах регулярно встречаются креолизованные тексты, основанные на стилистической фигуре паронимии. Данный прием заключается в нарочито комичном или образном сближении слов, имеющих звуковое сходство.



Паронимия *радость* – *гадость* позволяет легко восстановить первоначальное выражение, а противоположная оценочная семантика дает комический эффект. Визуальный ряд мема позволяет адресату убедиться, что он безошибочно расшифровал языковую игру - это изображение персонажей известного мультфильма «Гадкий Я» (миньоны по сценарию всё время делали различные гадости). Данный мем вопреки семантике слова гадость не реализует негативных коннотаций, во многом благодаря визуальному ряду и значению восстанавливаемого устойчивого оборота вызывает исключительно положительные ассоциации.

Полисемия и омонимия - также регулярные источники языковой игры и созданных на ее основе мемов.

обесточивание



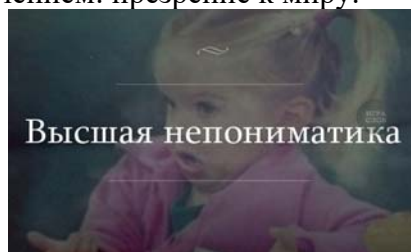
Перед нами также пример креализованного текста, в котором языковая игра с омонимией воспринимается с

помощью визуального ряда. За счет визуализации создается семантический окказионализм *обесточивание* в значении «лишение буквы ё части ее графической формы и превращение ее, как следствие, в букву е». В результате чего наряду со значением «отключение от источников энергии» возникает его полный лексический омоним, который связан семантически уже не со словом *ток*, а со словом *точка*. Данный мем весьма актуален, так как в Интернете уже почти никто не использует букву «ё», хотя порой это может привести к неверному пониманию смысла и сложностям в произношении, потере важного элемента культуры.

Окказионализмы являются одним из самых массовых приемов в Интернете, развиваясь под воздействием аналогии и реализуясь контаминацией двух слов.

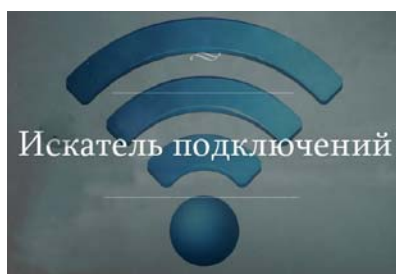


Созданный сложением основ двух слов – «мир» и «презрение», ассоциативный образ аналогичен смыслу слова «мировоззрение», которое, в свою очередь, является паронимом по отношению к новому слову, а созвучие и обладает высокой экспрессивностью и отрицательным оценочным значением: презрение к миру.



Окказионализм «непониматика» образован контаминацией двух слов («непонимание» и «математика»),

в сочетании с определением по аналогии с «высшей математикой». Языковая игра строится на фоновых знаниях аудитории Интернета о том, что высшую математику мало кто может понять. Данный мем весьма популярен в студенческой среде. Визуальный ряд подчеркивает языковой прием – на картинке изображена девочка из различных мемов, на фоне которой всегда печатаются шутки, связанные с непониманием или возмущением по поводу той или иной ситуации.



Креализованный текст с иронической оценкой, основанной на внутреннем содержании прецедентного текста «искатель приключений» в значении «авантюрист», определяется визуальным рядом, подчеркивающим силу экспрессии Интернет-мэма - визуальным знаком WI-FI, который давно стал важной частью жизни любого Интернет-пользователя. “Искатель подключений” – это устройство, которое помогает пользователю стать «искателем приключений» на просторах Интернета. Мем актуализирует фоновые знания адресата о том, что на просторах Интернета можно найти не только нужную информацию, но и приключения, причем не всегда с благополучным исходом. И тем не менее, данный мем очень актуален для современного Интернет-сообщества, в котором Интернет-зависимость достигла глобальных масштабов.

В ходе анализа Интернет-мемов выявлен ряд приемов языковой игры, которые встречаются в социальных сетях чаще всего: окказионализмы, игра с многозначностью, каламбур, переработка прецедентного текста и

фразеологизмов. Они достаточно популярны из-за своей прозрачности по сравнению с остальными приемами языковой игры, отличаются креативностью и привлекают внимание аудитории.

Основной функцией Интернет-мемов, на наш взгляд, является развлекательная. Часто Интернет-мем становится шуткой на злобу дня, описывая современные реалии и проблемы, с которыми сталкивается большинство людей. Кроме того, Интернет-мем – это способ самовыражения автора, демонстрирующего. Возможно, именно эта основная функция обуславливает использование конкретных языковых приемов нестандартное мышление.

Интерес к языковой игре никогда не угаснет, так как данный феномен постоянно развивается и является неотъемлемой частью русского менталитета, который, в свою очередь, склонен к экспрессии, она очень ярко и четко отражает те процессы, которые проходят не только в современном русском языке, но и в обществе.

Литература

1. *Арутюнова Н.Д.* Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. - М., 1988.
2. *Асмус Н.Г.* Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства: дис. на соискание степени канд. филол. наук: спец. 10.02.19 / Н.Г. Асмус. – Челябинск, 2005. – 249с.
3. *Валиахметова Д.Р.* Письменная разговорная речь в контексте особенностей Интернет-дискурса // Бодуэновские чтения: Бодуэн де Куртенэ и современная лингвистика: Междунар. науч. конф. (Казань, 11-13 дек. 2001 г.): Труды и материалы: В 2 т. Казань: Изд-во Казан.ун-та. - 2001. С.7-9.
4. *Витгенштейн Л. С.* Философские исследования / Л. С. Витгенштейн // Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1985. – Вып. 16. Лингвистическая грамматика. – С. 79–97.
5. *Гридина Т. А.* Языковая игра: стереотип и творчество / Т. А. Гридина. – Екатеринбург: Изд-во Уральского гос. педагог. ун-та, 1996. – 225 с.
6. *Маркелова Т.В.* Прагматика и семантика средств

выражения оценки в русском языке: монография. М.: Изд-во МГУП им. Ивана Федорова, 2013. - 300 с.

2. Санников В.З. Русский язык в зеркале языковой игры / В. Санников. – М.: Языки славянской культуры, 2002. – 552 с.

2. Трофимова Г.Н. К вопросу о специфике функционирования русского языка в Интернете (норма и узус) [Электронный ресурс] / Г.Н. Трофимова. – Режим доступа: (http://www.dialog-21.ru/Archive/2001/volume1/1_39.htm)

LINGUISTIC GAME AS A BASIS OF INNETNET-MEMES: OPTIMIZATION OF SOCIAL NETWORK COMMUNICATION

The article deals with verbal-visual information object which implements its impacting function on the basis of linguistic game – on the basis of its linguistic tools and imagery.

Key words: Internet-meme, linguistic game, pragmatic function, lingual-creative thinking, expression, emotion

Е.М. Мартынова

(Академия ФСО России)

УГРОЗЫ КОММУНИКАТИВНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В КИБЕРПРОСТРАНСТВЕ

Статья посвящена проблеме коммуникативной безопасности в виртуальном пространстве. В ней рассматриваются такие угрозы, как мошенничество, шантаж, кибербуллинг, хакерство, троллинг и т.д.

Ключевые слова: коммуникативная агрессия, интернет-сообщество, коммуникативные хакеры, киберхищники, троллинг.

Всеобщая компьютеризация, стремительное развитие технологий, образование глобальных информационных сетей навязывают мировому сообществу новые ценности. Одной из самых важных ценностей, которая нуждается в постоянной защите, является личная информация. Интернет, созданный для обмена данными, также предоставляет злоумышленникам возможность воспользоваться этими сведениями с целью эмоционального воздействия на

пользователей сети или нанесения им вреда. Коммуникативной агрессии нередко подвергаются участники интернет-сообществ, созданных для общения людей с одинаковыми интересами.

В социальных сетях запрещается 1) загружать сообщения, имеющие угрожающий, оскорбительный, незаконный характер; 2) предоставлять о себе фальшивые данные; 3) публиковать информацию, которая нарушает авторские права; 4) вывешивать информацию с целью рекламы; 5) публиковать материалы, содержащие вирусы; 6) ограничивать возможность пользователя общаться; 7) собирать личную информацию о других пользователях [Harwood 2011; 82].

Однако далеко не все пользователи готовы следовать этим правилам. Одной из опасностей чатов, форумов, дискуссионных групп, порталов виртуальных сообществ являются киберхищники (predators) [Harwood 2011]. Анонимность интернета позволяет хищникам подыскивать нечего не подозревающих жертв. В зоне риска находятся подростки и дети. Обычно хищники иницируют контакт со своими жертвами, сообщая о себе ложные сведения, чтобы установить отношения. Часто хищники пытаются получить личную информацию у жертвы или завязать с ней откровенный разговор на тему секса.

Лучшая защита от киберхищников – это воспитание детей. Им не следует загружать изображения с неизвестных сайтов, выдавать личную информацию, а выбранные ими ники не должны указывать на гендерную принадлежность [Harwood 2011; 95].

М. Харвуд выделяет следующие виды онлайн-преступников: *мошенники* (scammers) посылают мошеннические сообщения по электронной почте для сбора личной информации или создают фальшивые сайты, чтобы получить информацию о кредитной карте; *шантажисты* (blackmailers) находят компрометирующую информацию в

интернете, а затем шантажируют пользователей тем, что выложат ее, если их требования не будут выполнены; *лица, совершающие преступления сексуального характера* (sex offenders) используют социальные сети, форумы, чаты, чтобы найти жертв; *киберпреследователи* (cyber stalkers) преследуют пользователей в социальных сетях; *онлайн-хулиганы* (online bullies) также обитают в социальных сетях, отслеживают, оскорбляют своих жертв и причиняют им беспокойство [Harwood 2011; 97].

В своей статье О. Адамович [Адамович 2017] описал пять основных видов интернет-мошенничества: фишинг (получение личных данных пользователя посредством создания сайтов-подделок, где пользователь оставляет свои логин и пароль от настоящих сайтов); кликджекинг (технология, позволяющая узнавать контакты посетителей сайта еще до того, как они сами оставили там свои данные); загрузка вредоносных программ вместе с вполне безобидными файлами; скрытое оформление подписок на какие-то услуги; размещение на сайте фальшивых меток организаций.

Нередко преступники сочетают в себе несколько видов. Примером шантажа и кибербуллинга может служить одна из серий популярного сериала «Черное зеркало» (“Black Mirror”): киберпреступники подключались с помощью вирусных программ к видеокамерам ноутбуков жертв и записывали информацию, которую потом использовали для шантажа. Злоумышленники заставляли выполнять свои приказы вплоть до убийства, глумились над своими жертвами, а после того как те выполняли их указания, все равно публиковали в сети порочащие материалы.

Киберхищников можно во многом квалифицировать как коммуникативных хакеров. Ранее [Мартынова 2006] мы подробно изложили наше представление о деятельности последних. Как мы отмечали, активность коммуникативных хакеров сопоставима с действиями компьютерных хакеров.

Мы расцениваем коммуникативное хакерство как взлом кода коммуникативной системы собеседника. В определенной степени все коммуниканты являются коммуникативными хакерами, если возникает необходимость получить нужную информацию. Процесс хакерства постоянен, участники коммуникации зачастую его не замечают или считают безобидной и неотъемлемой частью общения до тех пор, пока коммуникативный хакер-собеседник не превращается в коммуникативного хакера-манипулятора.

Хакеры-манипуляторы применяют разнообразные коммуникативные тактики: расстановку коммуникативных ловушек, попытку войти в доверие, вызвать на разговор по душам, запуск «вирусов» и т. д. Самыми действенными, на наш взгляд, тактиками являются разговор по душам и запуск «вирусов». В качестве вируса может выступать заведомо ложная информация или часть правды, соответствующая целям манипулятора и инициирующая изменения в коммуникативной тактике собеседника, а также приводящая к образованию «дыр» в его системе безопасности. Коммуникативные вирусы похожи на компьютерные. «Троян» имеет вполне благопристойный вид, несет в себе скрытую информацию, негативно воздействующую на психологическую систему получателя. «Червь», попадая в информационное поле жертвы, начинает быстро размножаться и пожирать содержащиеся в нем данные. В коммуникативном плане «черви» вполне могут порождать сомнения. В процессе разговора по душам хакер пытается найти «черный ход» или слабое место в программе защиты партнера по общению для того, чтобы в дальнейшем использовать информацию во вред собеседнику.

Примером деятельности киберхищников может служить волна самоубийств среди подростков, чей коммуникативный код взломать достаточно просто, прикинувшись понимающим и сочувствующим человеком. Внушение и манипуляция сознанием приводят к появлению

желания покончить с собой или совершить какое-то другое действие, наносящее вред окружающим или самому себе.

Троллинг и флейминг не относятся к киберпреступлениям, но они могут нарушить диалогический комфорт и в значительной степени ухудшить взаимопонимание между членами интернет-сообщества. Тролли травят пользователей, заставляют их вступать в пустые разговоры, получают удовольствие от разжигания ссор [Fichman, Sanfilippo 2016; 5].

В литературе встречаются разные определения троллей: 1) пользователь, который пытается спровоцировать в форуме враждебные, наивные или корректирующие выступления; 2) идеолог-подстрекатель, который допускает высказывания, вызывающие насмешки и старается активизировать сторонников; 3) тот, кто насмехается над оппонентами онлайн; 4) тот, кто эмоционально реагирует на нерелевантные события, дискуссии или действия [см. Fichman, Sanfilippo 2016].

Современные исследователи ставят троллинг в один ряд с прямой агрессией, уничижительными речами (hate speech) и даже с кибербуллингом. В настоящее время развивается так называемая культура онлайн-троллинга. А Л. Н. Синельникова уже говорит о возможности классифицировать троллинг как вид дискурса [Синельникова 2016; 140].

Среди причин, которые заставляют пользователей прибегнуть к троллингу в сети, называют прежде всего эксперимент; выражение враждебности; садизм; проверку работы модераторов. Основная цель троллей – затронуть оппонентов на эмоциональном уровне. Это намерение сродни сетевому вампиризму, который также является достаточно распространенным феноменом.

В сети можно найти многочисленные типологии троллей. При их составлении авторы руководствуются различными критериями. Но все-таки в основе всех

классификаций лежат психологические особенности личности тролля и выбранная им тактика поведения. Например, О. Маркелова (URL: <https://shkolazhizni.ru/computers/articles/57793/>) приводит такую классификацию: *тролль-эгоцентрик*, который всеми способами старается привлечь к себе внимание, разыгрывает обиду и невинность; *герой-любовник* флиртует с женской частью группы, часто это приводит к смещению интересов в группе; *тролль-идиот* намеренно вбрасывает откровенно глупые идеи, реакция участников группы на такие действия варьируется от глумливой до наставнической; *тролль-сплетник* распространяет слухи и клевету о каком-то человеке или событии; *тролль-хам* выбирает себе жертву и своими уничижительными репликами пытается довести ее до бешенства; *тролль-спорищик* отстаивает заведомо неправильную позицию и старается переспорить большинство; *тролль-шизофреник* создает две учетные записи, начинает спорить сам с собой и провоцирует тем самым холивар (holy war).

Типология, представленная пользователем Елизаветой (URL: <http://beth4ever.livejournal.com/2553785.html>), абсолютно иная. Она выделяет следующие виды троллей: *тролль-хомяк* ходит стаей, не очень умен, начинает действовать по команде; *тролль-трикстер* отважен и непредсказуем, не терпит какой-либо иерархии; *тролль-аноним* делает все, чтобы скрыть свою личность; *тролль-неймофаг*, наоборот, открыто говорит о своей личности; *унылый тролль* не очень способный, но упорный и надоедливый; *бешеный тролль* очень активен и агрессивен, шокирует, использует нецензурную лексику; *тролль-исследователь* перед началом троллинга проводит тщательный анализ ситуации; *тонкий тролль* умеет затроллить так, что жертва сама выставляет себя на посмешище; *творческий тролль* сочиняет частушки,

эпиграммы и т.д. Естественно, что какие-то тролли могут совмещать в себе признаки разных видов.

Основные тактики борьбы с троллями, предлагаемые пользователями, лично столкнувшимися с троллингом или активно практикующими его, включают наставление на путь истинный (заведомо проигрышный вариант); игнорирование (наилучший выход из ситуации); ответная агрессивная тактика в духе «затроллить тролля». Последняя тактика не всем по плечу, однако существуют конкретные советы, как ее осуществить. Примером подобных действий может стать эльфинг – прямо противоположная троллингу линия поведения. Эльфы активно хвалят все хамские посты тролля, поддакивают ему, осыпают комплиментами. Троль в конце концов не выдерживает и сам удаляется из группы и даже из сети.

Большое значение в борьбе с троллями приобретает роль модератора, который регулирует диалог в группе и «забанивает» троллей. Забанивание троллей и удаление их постов считается хорошим тоном, демонстрирует уважение администратора к членам группы и рассматривается как необходимая процедура социальной гигиены. Тем не менее тролли нередко выставляют тот факт, что их «забанили», как личную победу.

В борьбе с троллями следует соблюдать следующие правила коммуникативной безопасности: быть внимательным; не расслабляться; не поддаваться на провокации; сохранять эмоциональную стабильность; не пытаться поставить тролля на место.

Популяризация феномена «троллинг» привела к тому, что любого, кто гипертрофированно реагирует на любые критические замечания в свой адрес или высказывает несогласие с мнением группы, обвиняют в троллинге. Такое явление называется псевдо-троллингом: «критикуешь – тролль». То есть в этом контексте троллем можно назвать любого, кто участвует в более-менее оживленной дискуссии.

Отношение к троллингу в сети разное. Часть пользователей открыто поддерживает троллей, считая, что они активизируют деятельность группы. Другие же, как, например, тот же пользователь Елизавета (URL: <http://beth4ever.livejournal.com/2553785.html>) полагают, что оставляемый в группе комментарий должен представлять ценность, т. е. содержать в себе некий контент. Придирки же троллей ценности не имеют, а только замусоривают сетевое пространство.

Появляются сайты, предлагающие методики обучения троллингу. Но даже пользователи, имеющие опыт троллинга, как например, Хэттон Рейдж (URL: <http://hattonrage.livejournal.com/16919.html>), указывают на то, что троллинг должен иметь четкую цель. Если же в процессе троллинга появляется неконтролируемое желание кого-то оскорбить или унижить, то они советуют выключить компьютер, выпить валерьянки и записаться на консультацию к психоаналитику.

Коммуникация представляет собой в определенной степени противостояние. Каждый коммуникант обладает информационной базой и старается контролировать доступ в нее заинтересованных лиц. Для получения доступа в коммуникативную систему собеседника участник речевого взаимодействия применяет тактики давления, обходного маневра, коммуникативной мышеловки и т. д. Такое явление, как «информационная война» распространяется и на сферу повседневной коммуникации.

Литература

1. *Адамович О.* Мошенничество в Интернете: 5 видов обмана и почему не нужно их бояться // Комсомольская правда, 6 июля 2017 г. URL: <https://www.kp.ru/daily/26701/3725854/>
2. *Мартынова Е. М.* Коммуникативные хакеры. Это мы? // Полифилология-6. Межвузовский сборник научных трудов. – Орел: ОГУ, 2006. – С. 14-17.

3. Синельникова Л. Н. Дискурс троллинга – коммуникация без табу // Актуальные проблемы стилистики. – 2016. – № 2. – С. 139-148.

4. Fichman P., Sanfilippo M. R. Online trolling and its perpetrators: Under the cyberbridge. – Lanham: Rowman and Littlefield, 2016. – 216 p.

5. Harwood M. Security strategies in Web applications and social networking. – Sudbury, MA: Jones & Bartlett Learning, 2011. – 406 p.

THE THREATS TO COMMUNICATION SECURITY OF INTERNET USERS IN CYBERSPACE

The article is devoted to the problem of communication security in the virtual space. It concerns such threats as scamming, blackmailing, cyber-bulling, hacking, trolling, etc.

Keywords: communication aggression, online-community, communication hackers, cyber-predators, trolling.

О. С. Марченко

*(Московский государственный университет
имени М. В. Ломоносова)*

НОВАЯ КОМПЬЮТЕРНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ СКВОЗЬ ПРИЗМУ ЯЗЫКА

В статье рассматривается проблема номинации новых понятий в условиях развития компьютерных технологий, показано, как в языке адаптируются иноязычные слова, отражающие реалии компьютерной эпохи.

Ключевые слова: компьютерные технологии, лексические лакуны, иноязычные слова, новые номинации.

Современная реальность уже немислима без разнообразных технических устройств: компьютеров, планшетов, мобильных телефонов. Наших детей и внуков часто бывает трудно оторвать от экрана, а в метро почти все, независимо от возраста, сидят, уткнувшись в планшеты и смартфоны. Ещё 15-20 лет назад, когда персональные компьютеры были далеко не у всех, а смартфонов не было вообще, ситуация была совершенно иной. За непродолжительное в масштабе истории время возникла

новая реальность, частью которой стало виртуальное общение, возможность моментального получения информации и обмена ею, новые способы связи людей друг с другом. Безусловно, язык не мог остаться в стороне от описываемых изменений, хотя бы потому, что является общепринятым средством общения. Проблемы существования языка в условиях компьютерной реальности привлекают внимание современных лингвистов [Виноградова 2001; Трофимова 2003; Трофимова 2011].

В настоящей статье и мы попытаемся посмотреть на новую реальность сквозь призму языка. Конечно, речь не идёт о всестороннем анализе языковых процессов, возникающих на базе интернета и в связи с развитием компьютерных технологий. Ограничимся сферой адаптационной готовности языка к вторжению огромного количества новых слов иностранного происхождения и заполнению тех лексических лакун, пустот в лексической системе языка, которые неизбежно возникают в пиковые моменты развития науки и техники. Этот процесс, начавшись около двух с половиной десятилетий назад, до сих пор находится в «острой стадии» развития, так как описываемая реальность непрерывно меняется: создаются новые технические устройства, совершенствуются способы их использования, возникают новые технологии в компьютерной и других смежных технических сферах. В указанной связи русский язык является преимущественно «принимающей стороной», «вторичной средой», адаптирующей те номинации, которые возникли в «первичной среде» языков стран-источников новых технологий.

Следует отметить, что язык компьютерных пользователей неоднороден. Значительную его часть составляют *термины*, которые используются профессионалами-компьютерщиками. Однако специфика этой части компьютерного языка заключается в том, что он

выходит за пределы только профессионального употребления и активно осваивается непрофессионалами. Другая часть компьютерного языка может быть отнесена собственно к компьютерному *сленгу*, слова которого часто синонимичны словам-терминам, но имеют ярко выраженную стилистическую окраску, коммуникативный, а иногда и оценочный компонент. Особенностью компьютерного языка является размытость границ между сленгом и терминологией, неустойчивость компьютерной терминологической системы. Это связано с тем, что система компьютерных терминов формируется онлайн, параллельно системе новых технических реалий, осваиваемой огромным количеством компьютерных пользователей. Именно скорость современного научно-технического прогресса определяет тот факт, что на кодификацию языковых средств просто не остаётся времени. Описанная ситуация поддерживается ещё и тем, что в процессе формирования терминологического поля участвует наиболее молодая, активная и креативная часть населения, которая также наименее консервативна. Таким образом, формирующаяся система языковых (лексических) обозначений может быть квалифицирована в оксюморонном понятии как **сленгово-терминологическая**.

В интернете существует множество сайтов, на которых можно найти словари компьютерной лексики. Вот лишь некоторые из них:

<http://luxhard.com/словарь-компьютерных-терминов-новый.html>

<http://www.wikiznanie.ru/ru-wz/index.php/>

Словарь_компьютерных_терминов

<https://pomogaemkompu.temaretik.com/839933084200602036/malyj-tolkovyj-slovar-osnovnyh-kompyuternyh-terminov-2015-goda/>

<http://englishfull.ru/leksika/kompyuternye-terminy.html>

<http://www.slovonovo.ru>

Обращает на себя внимания тот факт, что в подобных словарях представлены самые разнородные слова и словосочетания: и устоявшиеся терминологические наименования, и сленговые единицы, спонтанно возникающие в стихии языка как ответ на необходимость быстро ликвидировать лексические пустоты, открывающиеся при суперскоростном развитии компьютерных технологий.

Часто словари компьютерной лексики составлены самими же пользователями для удобства общения друг с другом. Многие из возникающих слов останутся в языке, другие уйдут из него навсегда как образцы сленговой лексики определённого периода и определённой среды; на наш взгляд, это зависит от востребованности наименования в процессе дальнейшего технического развития компьютерной сферы, от преимущества технических систем, компьютерных технологий, др. – словом, от экстралингвистических факторов. Скорость преобразования самой компьютерной реальности и преимущество технических процессов определяет и «витальность» номинаций, их отражающих. При этом язык предлагает свои способы отражения новой реальности, один из которых лежит в сфере формирования базы лексических обозначений новых явлений, понятий, процессов, технологий.

Значительная часть компьютерной лексики восходит к английскому (англо-американскому) оригиналу. Причём в последнее время возрастает количество нерусифицированных иноязычных обозначений, которые не имеют даже графической адаптации, не транслитерируются, то есть речь идёт фактически о **нулевой степени адаптации**. Что касается фонетической адаптации подобных наименований, то она скорее присутствует, чем отсутствует, и зависит от степени владения компьютерных пользователей языком-источником на фонетическом уровне.

Способы ассимиляции английских слов весьма разнообразны. Одним из наиболее популярных вариантов

обозначения новых реалий в компьютерном языке является **прямое заимствование** слова из английского языка, т. е. передача (транслитерирование) английского слова буквами русского алфавита с сохранением значения заимствованного слова, которое оно приобрело в английском языке в процессе формирования компьютерной терминологии или сленга: **байт** — единица измерения информационной ёмкости, **винчестер** — жёсткий диск, **логин** — имя пользователя в системе, **интернет**, **микроспроцессор**, **файл**, **хакер**, др. Популярность подобного способа номинации, не отличающегося особой креативностью, определяется, на наш взгляд, стремительностью развития компьютерных технологий и необходимостью скорейшего заполнения возникающих онлайн лакун в поле компьютерной номинации. Определённую роль играет также и простота данного способа номинации, широко используемого и в других системах обозначений новых реалий. Иностранное слово, пришедшее в язык вместе с обозначаемым им предметом или явлением, прочитывается по буквам носителями языка-реципиента (часто с нарушением «родных» правил чтения) и фиксируется в нём путём многократного использования. Таким образом, реалия заимствуется вместе с «родным» названием. Приведём отдельные примеры, сохраняя определения слов, данные в интернет-изданиях (с незначительной редакторской правкой, сокращениями и указанием слова-прототипа): **девайс** (англ. device) — название какого-либо устройства в компьютере; **лэптоп** (англ. laptop) — небольшой портативный компьютер, ноутбук; **онлайн** (англ. online) — наречие, существительное: быть в онлайнe — быть подключённым к сети, быть готовым к общению через Интернет; **варез** (англ. warez) — нелегальное пиратское программное обеспечение; **моддинг** (англ. modding, modify) — внесение креативных изменений в аппаратное обеспечение компьютера, не предусмотренных автором /изготовителем/, с целью

придания ему индивидуальных черт; *апдейт* (англ. update) — обновление, обновлять, используется и как глагол, и как существительное; оверклокинг (англ. overclocking) — «разгон», механическое или программное увеличение производительности компьютерных комплектующих с помощью дополнительного охлаждения или подачи большего напряжения на устройство (процессор, видеокарту, память и т. д.).

Следует подчеркнуть, что назвать эти слова совсем неадаптированными всё-таки было бы неправильным т. к. все они являются **графически и фонетически освоенными и грамматически адаптированными**. В исследуемом материале большинство из них — **существительные** (преимущественно мужского рода), кроме *онлайн*. Это слово активно используется не только как существительное, изменяющееся по падежам в соответствии с нормами русской грамматики, но и как наречие, а также образует производное *онлайнный*.

Близким к описанному способу номинации является обозначение действий с помощью «грамматически русифицированных» глаголов: *апнуть* (англ. up) — восстановить работу оборудования; *апрувить* (англ. approve) — подтвердить, проверять, добавлять, применимо к комментариям на сайте, которые находятся на модерации; *банить* (англ. ban) — запрещение, администратор интернет-ресурса ограничивает действия пользователя, не соблюдающего общепринятые на том или ином сайте правила; *делитнуть* (англ. delete) — удалить; *дропнуть* (англ. drop) — ненормально прекратить работу устройства; майнить - *др*.

Английский корень «оглаголивается» по-русски, синтетически, с помощью русского глагольного суффикса. Полученный глагол адаптируется в русской грамматической системе, т. е. может спрягаться и иногда употребляться в разных видах (банить - забанить), временах и наклонениях. В

отличие от слов первой группы данные слова, для того чтобы ассимилироваться в русской грамматической системе, видоизменяются «словообразовательно», т. е., именно соединяясь с глагольными аффиксами, получают возможность «грамматически» идентифицироваться как глаголы. Однако суть явления, представленного словами второй группы, идентична сути явления, представленного словами первой группы: это **графическое и фонетическое освоение и грамматическая адаптация**. Назовём такой вид адаптации **адаптацией первой степени**. Большинство подобных наименований обозначают различные понятия, программы, операции, связанные с работой на компьютере или с работой самого компьютера. Почти все их можно отнести к разряду сленговых обозначений. В определениях данных слов, приведённых самими пользователями, присутствуют пространные описания действий, названных сленговым словом, т. е. даётся расшифровка закодированной в одном слове операции. Очевидно, что при онлайн-общении пользоваться такими длинными объяснениями не представляется возможным, это затруднит коммуникацию. В этом, на наш взгляд, и состоит причина распространённости вышеописанных «спонтанных наименований». С другой стороны, пользователи хотят общаться на родном языке, поэтому они адаптируют иностранное слово к грамматической системе своего языка. Справедливости ради надо отметить, что в исследуемом материале встретился глагол с русским корнем, обозначающий действие в компьютерном редакторе: **жирнуть** — выделить текст жирным шрифтом. «Вполне нормальный» русский глагол с суффиксом, указывающим на однократность и мгновенность действия (именно таковым оно и является в процессе редактирования текстов).

Несформированность системы компьютерных номинаций приводит к потоку новых слов, рождающихся в онлайн, подчеркнём, **понятных пользователям**, т. к.

значительная часть задействованных иностранных корней знакома большинству людей, владеющих элементарными навыками работы на компьютере, многие из этих корней даже присутствуют на клавиатуре. Возможность их замены русскими корнями весьма проблематична, тем более что описанный процесс пополнения словаря компьютерной лексики поддерживается и экстралингвистическими факторами: в условиях тотального заимствования самих реалий заимствуются и слова, их обозначающие. Да и как их создать исходя из ресурсов русского языка? Использовать старые корни, описывать сами операции? Первое невозможно без целенаправленного регулирования, намеренного «внедрения» в язык новых русских наименований, а на это нет времени. Второе, как уже было отмечено, только затруднит виртуальную коммуникацию, скорость которой в условиях новой хай-тек (*hi-tech*) реальности увеличивается вместе со скоростью работы самого компьютера.

Следующая ступень адаптации заимствованного слова отражена в образцах, представляющих собой **словообразовательное (и грамматическое) освоение слова, словосочетания-наименования или аббревиатуры**, бытующих в языке-источнике (в данном случае английском или его американском варианте). Механизм подобного освоения предполагает присоединение к графически и фонетически русифицированным корню, части корня, аббревиатуре русских суффиксов, часто так называемых суффиксов субъективной оценки. Таким образом создаётся стилистически окрашенное слово, содержащее оценочный и коммуникативный компоненты.

Узуализация английского корня, словосочетания или аббревиатуры с последующей их адаптацией в рамках русской словообразовательной и грамматической системы путём присоединения русских аффиксов приводит к созданию новых слов, которые, приобретая грамматическую

охарактеризованность, находят своё место не только в грамматической системе, но и в системе коммуникативно-стилистических противопоставлений. Назовём адаптацию подобного типа **адаптацией второй ступени** и приведём некоторые примеры.

Айпишник (англ. IP /айпи/ address) — адрес в компьютерной сети, идентификационный номер узла в Интернете; *сидюк* (англ. CD) — компакт-диск, привод компакт-дисков; *дивидишка* (англ. DVD) — DVD - диск; *сидишка* (англ. CD) — CD-диск; *др.*

Одним из популярных способов номинации, свидетельствующим о склонности компьютерных пользователей к языковой игре, является использование в качестве названия компьютерного понятия или реалии русского слова или словосочетания, **фонетически частично коррелирующего** с английским наименованием (словом, словосочетанием, аббревиатурой). Подобные наименования можно разделить на три группы 1) слова, уже существующие в языке, но с другим значением; 2) слова, «частично» (именно какой-то своей частью) существующие в языке; 3) новые слова. Слова первой группы, хотя и являются русскими, выбраны случайно, исключительно на основе фонетической ассоциации и никак не метафоризируют английское наименование. Слова последней группы образуются в основном от неправильного прочтения английского слова, т. е. возникают как следствие **фонетического искажения оригинала**. Конечно, это чистый сленг, а не терминология, но весьма популярная среди компьютерных пользователей: 1) *ася (аська)* — ласковое название ICQ; *ирка* (англ. IRC /Internet Relay Chat/) — система онлайн-общения; *емеля* (англ. email) — почтовый адрес в интернете; *ёжик* (ASUS EEE PC) — обозначение субноутбука соответствующей марки; *вафля* — технология передачи данных Wi-Fi; *жаба* — а) язык программирования *Java*; б) коллаж или карикатура,

созданная в программе *Photoshop* (*фотожаба*) /сокращение от *фотожаба*/; *корка* (англ. core dump) — файл с дампом памяти, который программа пишет при аварийном завершении; *батон* (англ. button) — кнопка; *мазила* — знаменитый браузер Mozilla Firefox; *осёл (ослик)* — интернет-браузер Internet Explorer, произошло от Ослика Иа (Ослик IE) из Винни-Пуха; *др.*

2) *бутлодырь* (англ. bootloader) - загрузчик операционной системы, который определяет информацию, необходимую для запуска системы, например, расположение файлов операционной системы; *яга* (англ. EGA /Enhanced Graphics Adapter/) — стандарт мониторов и видеоадаптеров для IBM PC, расположенный по своим характеристикам между CGA (Color Graphics Adapter /сленговое *карга*/) и VGA (Video Graphics Array /сленговое *вагон*/); *др.*

3) *exit* (англ. exit) — кнопка выхода в компьютерных программах; *борда* (англ. keyboard) — клавиатура; *линух, линь* — операционная система Linux; *ламер* (англ. lame: увечный, хромой) — малограмотный пользователь персонального компьютера, не желающий совершенствовать свои знания, иногда выдающий себя за опытного пользователя); *др.*

Склонность пользователей к языковой игре достигает своего пика при использовании метонимических и метафорических переносов в процессе лексического обозначения компьютерных понятий и реалий. Словно не желая употреблять иностранное по происхождению слово, пользователи, задействовав всю силу своего воображения, начинают изобретать новые русские наименования, в которых отражена образная интерпретация действительности. Здесь встречаются *камни, мозги, морды, башни, др.* В исследуемом материале были зафиксированы номинации, основанные на **метонимическом переносе**: *железо* — комплектующие для компьютера (метонимическое соотношение *материал* — *изделие из*

материала), **огрызок** — продукция компании или пользователь ПК Apple (метонимическое соотношение *предмет (субъект)* — *символ*: обозначение продукции компании /субъекта, использующего эту продукцию/ ироническим названием её графического символа /надкушенное яблоко/), **Касперский** — антивирус Касперского (метонимическое соотношение *автор* — *его произведение*); **на метафорическом переносе на основе различных вариантов внешнего сходства**: **башня** — системный блок компьютера, **в попке (попка)** — в разъёме на задней стенке системного блока, **табуретка** — старые громоздкие мониторы на основе электронно-лучевой трубки, **соска** — свободный кабель с разъёмом RG (Ethernet) в поле зрения, **блин** — компакт-диск, **на метафорическом функциональном переносе**: **мозги** — оперативная память компьютера, **морда** — главная страница сайта, портала (ср. показать товар лицом), **комбайн** — устройство, которое может записывать и CD-RW и DVD-RW диски; **на аллюзирующем образе**: **Большой Брат (ББ)** — обозначение компьютера, обычно настольного или ноутбука с обычным (не мини-) экраном, **троян, троянец** (от «троянский конь») — разновидность вредоносного программного обеспечения.

Широко используются номинации действий, операций, связанных с работой компьютера или работой на компьютере, **основанные на глагольной метафоризации**: **качать, скачать, скачивать** (англ. download) — переписывать с другого устройства или сети цифровые данные; **накатить** — установить обновление на программу; **нарезать** — записать CD/DVD диск; **сдохнуть** — в применении к технике: перестать функционировать; **повиснуть, зависнуть** — перестать работать (применительно к компьютерам); **др.** В данном случае речь идёт о русских словах, иногда представляющих собой

дословный перевод английского компьютерного термина или сленгового слова.

Займствования русского названия из другой профессиональной области представлены словами: *движок [сайта]* — набор скриптов для управления содержанием сайта; *болванка* — чистый CD/DVD-диск, готовый для записи на него какой-либо информации; *клавиатура* — устройство, содержащее комплект расположенных в определенном порядке клавиш, нажатие на которые обеспечивает ввод в компьютер символов или команд, *др.*

В анализируемом материале отмечены русские слова или словосочетания, называющие новый объект или понятие, представляющие собой дословный перевод английского термина (тип терминологической кальки): *Живой журнал /ЖЖ/* (англ. Livejournal /LJ/), *жёсткий диск* (англ. hard disk), *жидкокристаллический монитор /ЖК/* (англ. Liquid crystal display, LCD), *материнская плата* (англ. motherboard, mainboard, system board), *операционная система* (англ. operating system), а также словообразовательные кальки (полные или частичные): *яблофон* (англ. Apple phone) — коммуникатор или телефон компании Apple, *огнелис, лиса* (англ. Firefox) — Веб-браузер Mozilla Firefox.

Каламбуры, стилистически окрашенные фразеологизмы, иронические аббревиатуры, конечно, никак не поддерживают процесс терминологизации системы обозначений новых компьютерных понятий и реалий. Однако, формируя сленговую часть компьютерного языка, они активно используются в процессе интернет-общения, оживляя его и увеличивая его скорость: *ядрёна вошь* (англ. Kernel bug) — ошибка в ядре Unix/Linux системы, шутка, игра слов, 'kernel' — ядро, 'bug' — жук, насекомое, в т.ч. и вошь); *упасть в корку* (англ. core dump) — аварийное завершение программы, возникающее при наступлении

критической ошибки, после чего программа не может продолжать работать; *топтать клави* — вводить текст (обычно большого объема) с клавиатуры; *киллер фича* (англ. killer feature: убийственная особенность) — выдающаяся черта или характеристика программного продукта, а также какая-то особенная функция, отсутствующая у продуктов конкурентов; *не ТСП моё IP* /от названия интернет-протокола TCP/IP/ — шуточно: 1) не доставай меня, не нуди (над ухом), 2) не морочь мне голову; *XP* (икс-пи) /*хреново работает!* — ироническая расшифровка последних букв в названии операционной системы Windows XP из-за сходства с буквами кириллицы.

Усечение производящей основы, аббревиация (примеры см. выше), **универбация, сокращение слова до субстантивата** свидетельствуют о стремлении к использованию таких вариантов номинации, которые соответствовали бы высочайшей скорости обмена информацией, предлагаемой современными техническими средствами: *клава* — клавиатура, *пров* — интернет-провайдер; *неонка* — неоновая лампа, используемая в моддинге, *системник* — системный блок; *жёсткий* — жёсткий диск, *жидкий* — жидкокристаллический монитор, *трубочный* — монитор или телевизор, основным элементом которого является электронно-лучевая трубка (в противоположность монитору с жидкокристаллическим экраном).

Современную ситуацию пополнения словарного состав языка за счёт компьютерной лексики можно было считать уникальной два десятилетия назад. Конечно, даже тогда это был не новый в качественном отношении период в развитии русского языка, когда он должен отвечать на экспансию новых реалий и понятий. Однако сейчас такие же процессы, как в сфере языкового отражения компьютерной реальности, происходят и в других сферах: экономике, политике, моде. Тем не менее именно у компьютерной

сферы, безусловно, есть одна уникальная особенность — сверхскоростное развитие, диктующее скорость обмена информацией и самими продуктами цивилизации. Естественно, что способы номинации новых понятий и реалий, возникающих с развитием компьютерных технологий и пути освоение новых лексических единиц, должны соответствовать скорости внешних (технических) процессов, поэтому в лексическом аспекте речь идёт в основном о заимствованиях и семантическом переосмыслении уже имеющихся слов, т. е. о вновь создаваемых лексических единицах на базе старых, бытующих в русском языке или в языке-источнике.

Именно поэтому большинство профессиональных компьютерных терминов вообще никак не адаптируется в языке, они даже не транслитерируются, а используются в первозданном виде, так как на ассимиляцию названий новых понятий просто нет времени. В других случаях носители русского языка, преимущественно самые молодые, проявляют незаурядную фантазию, стихийно пытаются адаптировать заимствованные вместе с реалиями слова к условиям нового языкового бытования или дать новым реалиям оригинальное русское название.

Открытость современных информационных систем позволяет входить в них носителям разных языков и культур. Универсальность компьютерного языка даёт им возможность быть понятыми друг другом. Именно поэтому часть компьютерных терминов никогда не будет ассимилирована национальными языками, в том числе и русским. Тем не менее наблюдающееся освоение многих иноязычных слов как способ номинации новых компьютерных реалий и активный языковой процесс свидетельствует о живом отклике языка на изменение реальности. Речь идёт о подязыке (sublanguage), используемом в такой коммуникативной среде, для которой процесс создания нормированных лексических единиц ещё не завершился и

вряд ли завершится из-за бесконечности и постоянно нарастающей скорости научно-технического прогресса.

Таким образом, компьютерная реальность, отражаясь в языке, диктует ему правила «адаптационного ответа», обусловленные особенностями её формирования: скоростью развития, необходимостью и возможностью моментального обмена информацией, межъязыковым характером профессионального общения. В этих условиях и формируется система новых номинаций, преимущественно иностранного происхождения, лишь частично адаптируемых языком. Является ли это «слабостью», «податливостью» нашего языка, ведущей к его поглощению иноязычной языковой стихией, или неизбежной тенденцией развития в условиях современного технического прогресса, сближающего разные народы, культуры и языки, покажет время.

Литература

1. *Виноградова Н.В.* Компьютерный сленг и литературный язык: проблемы конкуренции // Исследования по славянским языкам. - Сеул, 2001, № 6, с. 203-216.

2. *Трофимова Г.Н.* Об особенностях адаптации компьютерно-сетевых заимствований // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. – Москва, 2003, №4, с. 99-104.

3. *Трофимова Г. Н.* Языковой вкус интернет-эпохи в России. – Москва, 2011.

NEW COMPUTER REALITY THROUGH THE LANGUAGE PRISM

The article deals with the problem of nomination of new concepts in the conditions of the development of computer technologies, shows how the language adapts foreign words reflecting the realities of the computer era.

Keywords: computer technologies, lexical lacunae, foreign words, new nominations.

Г.А. Мирошниченко

(Российский университет дружбы народов)

РОЛЬ РЕКЛАМЫ В ФОРМИРОВАНИИ НОВЫХ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ

В настоящей статье раскрывается роль рекламы в формировании новых гендерных стереотипов, выявляются популяризируемые рекламой современные образы мужчины и женщины, разрушающие устаревшие представления о гендерных ролях, специфике взаимоотношения полов в обществе.

Ключевые слова: рекламные стереотипы, рекламный образ, рекламная коммуникация, гендерная идентификация.

В современных социокультурных условиях функционирования и развития российского общества рекламная коммуникация играет все большую роль в формировании новых гендерных стереотипов. «Гендерный стереотип, - указывается в философском словаре под редакцией И.Т. Фролова, - это устойчивая совокупность представлений, складывающихся в сознании, как на основе личного жизненного опыта, так и с помощью многообразных источников информации [Блаватская 2001; 174]. Если социальные гендерные стереотипы как нормы в восприятии полов складываются стихийно под воздействием конкретных общественно исторических условий и практики, то рекламные стереотипы конструируются сознательно и целенаправленно внедряются в массовое сознание общества. Под рекламным стереотипом мы будем понимать созданный и продвигаемый рекламой образ мужчины или женщины как современного образца для гендерной идентификации.

Анализ российской телевизионной рекламы за последние пять лет позволил нам выявить продвигаемые рекламным контентом образы современного мужчины и женщины [Мирошниченко 2013; 113-116; Мирошниченко, 2016, 120 - 123], ломающие стереотипные представления о сильной и слабой половинах человечества.

Популяризируемые рекламой гендерные образы как основы новых стереотипов не только отвечают маркетинговым целям рекламной коммуникации, но и объективно отражают социально-экономические и политические реалии российского общества.

Так, например, если еще пять лет назад, образ женщины в рекламе был представлен архаичным образом матери, домохозяйки, а ее основными функциями были - забота о семье, доме, то сегодня реклама взяла на себя смелость предложить обществу новый взгляд на женщину как хранительницу домашнего очага. Рекламная коммуникация «ломает» традиционное восприятие женщины как домашней хозяйки, у которой работа по дому, уход за детьми отнимает много сил и совсем не оставляет времени для себя. На мучительный женский вопрос: как все успеть, реклама, которая стала сегодня для женщины надежным советчиком и подружкой, дает готовый ответ: стань *«продвинутой»* домашней хозяйкой». «Продвинутая домашняя хозяйка» в рекламной концепции, всегда быстро справляется со всеми домашними делами, потому что использует надежных помощников – технические новинки, современные моющие и чистящие средства, благодаря которым, нужный результат достигается «сразу», «просто», «легко» и домашняя работа оставляет время для себя:

< «Чего желаете? – Отмыть быстро. «Мистер Пропер Универсал». – И даже для паркета? – Конечно, ведь моя формула Ph безвредна и легко справляется с грязью на разных поверхностях. – Красота! («Мистер Пропер»).

< «Детектив – супер, читала? Хорошо бы почитать, но сейчас надо кухню оттирать. Кухня, кухней, о себе забывать нельзя. Попробуй чистить с «Comet». Специальная формула Comet сразу проникает даже в сложные загрязнения, удаляет их с первого движения. Несколько минут на суперчистоту и весь день свободен. Выиграй время» («Comet»).

< «Ну, кто поможет с посудой? – Не беспокойся, я помою. – Погоди. Мы, все-таки, женщины, а не посудомойки. Пусть моет «Finish». Он обеспечит ей кристальную чистоту и блеск. Посуду в машинку, а нам по чайку. И матери передай, что сегодня не гоже у раковины стоять. Мы женщины, а не посудомойки» («Finish»).

Продвижение нового социального стереотипа в восприятии домашней хозяйки, которая не станет заниматься домом без надежных помощников – технических новинок и эффективных моющих средств, позволяющих быстро, легко, результативно справляться с тяжелой домашней работой, разрушает еще один укоренившийся в российской практике социальный стереотип, согласно которому работа по дому и ежедневный уход женщины за собой не совместимы. Ухаживать за собой легко, - звучит рекламный посыл. Это можно делать дома, не посещая дорогостоящие салоны красоты. Рекламный рынок предлагает сегодня огромное разнообразие товаров по уходу за кожей, лицом, волосами, телом. Все, что требуется от женщины – это начать ежедневно ухаживать за собой, приобретая рекламируемые продукты. Гендерная реклама, таким образом, целенаправленно вырабатывает новые стандарты в восприятии женщины третьего тысячелетия, предлагая обществу свой образ «настоящей женщины».

Новый рекламный образ «настоящей женщины» - это образ ухоженной женщины, которая сознательно поддержание своей молодости и красоты делает ежедневной приятной работой:

<«Ухаживайте за собой». Вы этого достойны» («L’Oreal»);

<«Позвольте себе быть роскошной» («Seventeen»);

<«Каждая женщина – прима и просто обязана быть красивой» («Faberlic»).

Для «настоящей женщины», в контексте рекламной коммуникации, красота – это всеобщее внимание, «восторг»,

любовь, высочайшая ценность, повышающая личную самооценку представительниц слабого пола:

< «Твоя красота – твои правила!» («Компливит»)

< «Во власти твоей красоты» («Компливит Сияние»)

< «Все в восторге от тебя» («Мэйбелин»);

< «Женщина чувствует себя красивой и все вокруг преклоняется перед ней» («Ives Rocher»);

Вопреки сложившимся стереотипам молодым и красивым можно оставаться всегда, - пропагандирует реклама, - процессом старения можно управлять. Все, что для этого нужно, это правильный и ежедневный уход за собой, а реклама, в этом контексте, рассматривается как надежный эксперт и советчик:

< «Ну, девчонки, будем омолаживаться! Мой любимый рецепт стал еще лучше. Облепиха – питает кожу. Масло зародышей пшеницы - увлажняет. Масло виноградных косточек и маточное молочко омолаживает. Кожа гладкая и морщинки почти не заметны. Выглядим шикарно» (Сто рецептов красоты).

< «Когда обыкновенное становится необыкновенным Ives Rocher, марка № 1 на рынке средств по уходу за кожей лица создала гамму Serum Vegetal. Настоящие «концентраты красоты» яблочные олигозиды дают импульс и активизируют сообщение между клетками, воздействуя, таким образом, на 4 основных признака красивой кожи: отсутствие морщин, ее упругость, сияние, однородность» («Ives Rocher»).

< «Заботитесь о красоте и молодости наполовину? Так вы поступаете, ухаживая за лицом и забывая о руках. А ведь руки стареют быстрее, чем лицо. Доказано, старение кожи рук на 80% зависит от внешних факторов. Моющие средства, холод, солнце разрушают кожу рук. Поэтому они нуждаются в ежедневном уходе. Бархатные ручки эффективно восстанавливают структуру кожи, превосходно питают и увлажняют ее, замедляя процессы старения. А вы позаботились о молодости ваших рук?» (Бархатные ручки).

Мы разделяем мнение Е.В. Медведева, который пишет: «Рекламное сообщение создает определенный образ рекламируемого предмета, причем этот товар, оставаясь материальным объектом, наделяется неким символическим смыслом, а созданный образ начинает существовать не только в рамках рекламного текста, но и за его пределами, становясь элементом массовой культуры и, соответственно, человеческого сознания». [Медведев Е.В. 2007, 91].

Новым явлением в рекламной коммуникации стал гендерный образ - «женщина – хозяйка своей судьбы», ломающий социальный стереотип о роли женщины в обществе. Существующее устойчивое мнение о том, что место женщины – это дом, кухня, семья рассматривается рекламой как архаизм, не соответствующий реалиям сегодняшнего дня. Популяризируемый образ – «женщина – хозяйка своей судьбы» - самый молодой и очень привлекательный для «слабого» пола образ самостоятельной, целеустремленной, ценящей свободу женщины. У женщины – «хозяйки своей судьбы» есть любимое дело – профессия, бизнес, хобби, которое дает ей достаток и доставляет огромное удовольствие и радость. Женщина – «хозяйка своей судьбы» занимается спортом, следит за здоровьем, правильно питается. Она знает, чего она хочет от жизни и сама решает, как расставить жизненные приоритеты. Популяризация нового рекламного образа на российских телеэкранах оказывает большое влияние на изменение самосознания современной женщины, выборе своей жизненной позиции.

Рекламные идеи, формирующие новый образ «женщина – хозяйка своей судьбы», находят отражение в рекламе чая, «здоровых» продуктов питания, обеспечивающих женщину энергией и жизненными силами, спортивной одежды, аксессуаров, придающих ей большую социальную значимость.

<<Где твоя лень? – В нокауте. Где твоя скованность? – Сошла с дистанции. Где твой стресс? – Отдыхает» («Nike»);

<<Чтобы каждый день чувствовать прилив жизненной энергии, пейте «Био-Баланс» («Биобаланс»);

<<Энергичность, бодрость, неутомимость, желание двигаться вперед – те, кто развил в себе такие качества с легкостью приступают к реализации новых идей и получают удовольствие от физической формы. Будь легкой на подъем! Живи легко» («Lipton»);

<<Amway – это мой бизнес, изменивший всю мою жизнь. Попробуйте сами» («Amway»);

Таким образом, женская гендерная реклама взяла на себя функцию формирования новых стереотипов в восприятии современной женщины, предложив новые стандарты для гендерной идентификации.

Российская реклама, предлагает обществу и новые гендерные образы современного мужчины. Как показал мониторинг, в 2014-2017 годах значительно активизировался интерес к мужчине как объекту рекламы. В рекламном пространстве появился новый образ мужчины – образ «любимого папы», ломающий традиционное представление о мужской модели поведения, специфике гендерных отношений в семье:

<<Я папу больше всех люблю! Я папу больше всех хвалю» (Останкино).

Отцовская тематика получила новое звучание в рекламе брендов «Останкино», «Черкизово». «Фруто-няня», «Мечта хозяйки».

Социальный стереотип в восприятии мужчины как главы семейства, которого никогда не бывает дома, и у которого совсем нет времени заниматься детьми, уступил место новому рекламному стереотипу. Реклама взяла на себя смелость напомнить сильной половине человечества, что их детям нужна папина дружба, любовь, поддержка, внимание, забота. В контексте рекламной концепции «любимый папа»

не живет устаревшими представлениями и понятиями о жизни, строго регламентирующими мужские и женские обязанности. Работа по дому больше не считается женской привилегией, а позиционируется, как дело семейное. «Любимый папа», с подачи рекламы, может все - и сам сходить в магазин, и самостоятельно накормить своих детей:

<«Верочка, кто тебе такой бутерброд сделал? Папа» («Останкино»);

<«Тихо маму не будя, сам тебя я накормлю» («Фрутоняня»);

<«Поменял, сходил, позвонил и на родительское собрание схожу» («Мечта хозяйки»);

Анализ телевизионной российской рекламы для мужчин, показывает, что так же, как и женская, последняя не стоит на месте, а предлагает обществу новые представления о сильной половине человечества как социальной нормы в восприятии пола, созвучные реалиям сегодняшнего дня.

Таким образом, реклама, «раскручивая» новые гендерные образы, конструирует эталонные образцы как нормы гендерной идентификации. Формируемые рекламой новые гендерные стереотипы, эффективно влияют на социокультурную модель современного поведения пола, при этом, приобретение рекламируемого продукта становится обязательным средством достижения заданного идеала.

Литература

1. *Блаватская Е.П.* Философский словарь / под ред. И.Т. Фролова. - М.: Республика, 2001. – 332 с.

2. *Медведев Е.В.* Рекламная коммуникация. – М.: ЛКИ/URSS, 2007. – 279 с.

3. *Мирошниченко Г.А.* Образ современной женщины в рекламе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2013. № 8 (26). Ч.1. С. 113-116.

4. *Мирошниченко Г.А.* Образ мужчины в российской рекламе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2016. № 6 (60). Ч.2. С. 120 -123.

THE ROLE OF ADVERTISING IN THE FORMATION OF NEW GENDER STEREOTYPES

This article reveals the role of advertising in the formation of new gender stereotypes, reveals the modern images of men and women popularized by advertising, which destroy outdated ideas about gender roles and specifics of gender relations in society.

Keywords: advertising stereotypes, advertising image, advertising communication, gender identification.

А.С. Морева

*(Московский государственный университет
имени М. В. Ломоносова)*

#SHERLOCKLIVES:

ФЕНОМЕН ФАНАТСКОГО ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСА (НА ПРИМЕРЕ СЕРИАЛА «ШЕРЛОК»)

Статья посвящена феномену фанатского сообщества, возникшего вокруг сериала «Шерлок». Разбираются различные формы фанатского дискурса в Интернете и их влияние на производство сериала.

Ключевые слова: Интернет, сериал, Шерлок, фанкультура, фандом, фанфикшн, партисипаторная культура

В современном медиaprостранстве, где происходит постоянное взаимодействие создателей фильмов, телесериалов, видеоигр и др. с потребителями и смещение ролей в процессе производства и восприятия, фанатские сообщества начинают занимать всё более важное положение. «Фандомы становятся частью партисипаторной культуры, которая трансформирует опыт восприятия медиаконтента в опыт производства новых текстов, по сути, новой культуры и нового сообщества» [Jenkins 2014; 39]. Сериал «Шерлок» (С. Моффат, М. Гейтисс, 2010–) был выбран нами в качестве материала для исследования, поскольку он сыграл значительную роль в развитии современной фанкультуры. В данной статье кратко представлены некоторые явления этой

культуры, каждое из которых, безусловно, достойно отдельного исследования.

Практически сразу после выхода первого сезона летом 2010 года «Шерлок» завоевал популярность во всем мире. Сериал не только стал значимым явлением попкультуры, но и послужил коренному перелому в фандоме, существовавшем вокруг персонажа Шерлока Холмса в течение более ста лет. Практически с самого появления сыщика в произведениях английского писателя сэра Артура Конан Дойля вокруг героя начали формироваться сообщества (по)читателей, которые сегодня называют «традиционными» или каноцентричными (affirmational) [Polasek 2014; 194]. В течение долгого времени они выступали своего рода «хранителями», «защитниками» канона (т.е. 60 оригинальных историй о Холмсе, созданных Конан Дойлем). Основой их фанатского дискурса служила так называемая «Большая игра» (The Grand Game), в рамках которой Холмс и Уотсон воспринимаются как реально существовавшие люди [Polasek 2014; 197]. Творчество фанатов традиционного толка обычно представлено в виде пастишей (новых произведений о герое, чаще всего написанных профессиональными писателями), и псевдонаучных исследований, посвящённых «исторической» основе рассказов.

На протяжении всего XX века «традиционных» взглядов придерживалось большинство поклонников персонажа. Распространение Интернета и создание сериала «Шерлок» привели к появлению новой традиции в фансообществе и формированию нового дискурса. Если раньше фанатскому художественному произведению для того, чтобы дойти до читателя, нужно было преодолеть долгий путь от создания к изданию и распространению публикации (что значительно ограничивало круг людей, которые могли стать авторами), то возможности Интернета значительно упростили и ускорили обмен информацией и

доступ к фанатскому творчеству. Общедоступность всемирной сети, прежде всего, сделала фансообщество более открытым и многочисленным.

Сегодня «традиционные» фанатские практики уступают место «преобразующему» дискурсу (transformational) [Polasek 2014; 194], свойственному фанатам, которые интересуются адаптациями текстов Конан Дойля и общаются преимущественно в виртуальном пространстве.

Одним из самых распространённых видов современного фанатского дискурса является фанфикш(е)н. Фанфикшн — это «литературное творчество поклонников произведений популярной культуры, создаваемое на основе этих произведений в рамках интерпретативных сообществ (фандомов)» [Прасолова 2008; 3]. Сегодня сериал «Шерлок» является одним из самых популярных и продуктивных источников фанатского творчества как на англоязычных, так и на российских платформах. Так, на крупнейших интернет-архивах *fanfiction.net* и *archiveofourown.org* число работ по мотивам сериала составляет более 59,4 тыс. и 100,8 тыс. соответственно, а на русском сайте *ficbook.net* достигает почти 30 тыс. (по состоянию на январь 2018 г.). Это количество в сотни раз превышает число фанфиков, основанных на оригинальных произведениях Конан Дойля или любых иных их адаптациях, и архивы постоянно пополняются новыми работами.

Сериал «Шерлок» породил огромное количество фанфикшена прежде всего потому, что он предлагает правдоподобный вариант переноса героев Конан Дойля в современный мир. Близость и понятность реалий, возможность обсуждать темы, которые сложно было раскрыть в контексте викторианской эпохи, правомерность использования современного языка без оглядки на стиль Конан Дойля — всё это дало практически безграничные возможности для фанатского творчества при минимальных

усилиях и максимально быстром распространении материала.

Фанатский дискурс сегодня не ограничивается фанфикшеном, но существует во впечатляющем многообразии жанров и форм. Наряду с литературным творчеством распространены фан-арт (рисунки, коллажи), фанвидео, «гифки» (движущиеся изображения), песни, пародии, флэшмобы, фанатские теории и т.д. Огромными архивами фанатского творчества, а также пространством для диалога между поклонниками сериала становятся такие сайты, как Youtube, Tumblr, Pinterest, DeviantArt и др.

С ростом популярности социальных сетей всё большую активность фанаты проявляют и в Twitter'е, который становится обширной площадкой для выплеска зрительских эмоций в период выхода новых эпизодов, когда связанные с сериалом теги (#SherlockLives, #IBelieveInSherlockHolmes, #ШерлокХолмсЖив, #НОЧЬШЕРЛОКА и др.) попадают в список самых популярных. Особым случаем проявления фанатского дискурса можно считать так называемый #Setlock, который оказывает наиболее непосредственное влияние на производство сериала. Эта фанатская практика заключается в поиске информации о съёмках, присутствии на площадке и распространении фотографий и видео с помощью сети Twitter с использованием тега #Setlock (сокр. от англ. set – съёмочная площадка – и имени Sherlock). Огромная популярность «Шерлока» объясняет всё возрастающее желание фанатов узнать подробности новых серий задолго до того, как эпизоды будут не только выпущены, но даже сняты.

Материалы со съёмок не только «спойлерят», т.е. раскрывают интригу, задуманную создателями сериала, но и меняют восприятие персонажей и формируют ложные ожидания в отношении сюжета будущих серий. Кроме того, присутствие большого количества фанатов вблизи

съёмочной площадки затрудняет работу на открытом пространстве, что, в свою очередь, сказывается на дальнейшем выборе сцен и локаций и, следовательно, «внешнем виде» сериала [Wojton 2016; 197]. С другой стороны, подобная активность фанатов (фотографии и видео широко обсуждаются на упомянутых выше Интернет-сайтах и становятся основой различных фанатских теорий) поддерживает интерес публики к сериалу в течение долгих перерывов (обычно около двух лет) между выходом сезонов.

Подобная деятельность поклонников «Шерлока» сделала фандом не менее известным, чем сам сериал, и сегодня фанаты привлекают внимание как новостных изданий, так и научного сообщества. Особенно интересно то, что этот феномен получил отражение в самом сериале. Так, в эпизоде «Пустой катафалк» группа поклонников сыщика становится элементом экранного сюжета. Олицетворением безумного фаната в сериале становится судмедэксперт Филип Андерсон, который, движимый чувством вины, собирает в своей квартире фанклуб, члены которого выстраивают невероятные теории по поводу спасения Шерлока после его падения с крыши и носят охотничьи шляпы. Такой приём включения в фикциональное повествование реально существующего феномена, по сути, продолжает традицию, с одной стороны, создания мифа о Шерлоке Холмсе и, с другой стороны, приближения героя к реально существующему миру и стирания границ между вымыслом и действительностью. В то же время, это позволяет продюсерам сохранять иерархию и утвердить свой авторитет по отношению к фансообществу, несмотря на то, что в случае «Шерлока» создатели сами не раз признавались, что являются фанатами персонажа Конан Дойля [Click, Brock 2016; 118]. Моффат и Гейтисс сознательно конструируют иронический образ фандома внутри сюжета, тем самым показывая, что несмотря на активную деятельность и вездесущность фанатов, зрители всё так же зависимы от воли

сценаристов и подчинены ей. Присутствие в серии нескольких возможных вариантов спасения Шерлока само по себе является своего рода ироническим ответом создателей сериала фанатам, которые в течение двух лет обсуждали свои версии в Интернете. Как и Андерсон в финале эпизода, зритель-фанат понимает, что его снова одурачили, так и не открыв «правды», но он счастлив и заходится смехом безумца.

Шерлок Холмс как персонаж с самого начала был тесно связан с возникавшими вокруг него фанатскими сообществами, но сегодня, с приходом Интернета и в условиях партисипаторной культуры фандом приобретает особое значение. Общение и фанатские практики в Интернете, доступные любому пользователю и вследствие этого приобретающие огромный размах, порождают новые разнообразные виды и жанры дискурса. Существовая в многочисленных формах, фандом постоянно находится в движении и меняется вместе с развитием технологий. Огромное число и масштабная (в том числе, творческая) деятельность фанатов оказывают влияние на дальнейшее развитие сериала и создают «новое знание, основанное на фанатских практиках взаимодействия и производства значений» [Wojton 2016; 205].

Литература

1. *Прасолова К.А.* Фанфикшн: литературный феномен конца XX-начала XXI века (творчество поклонников Дж.К.Ролинг). Автореферат дис. канд. филол. наук. – Калининград, 2008.
2. *Click M.A., Brock N.* Marking the Line between Producers and Fans: Representations of Fannish-ness in Doctor Who and Sherlock // *Seeing Fans: Representations of Fandom in Media and Popular Culture*, ed. Lucy Bennett, Paul Booth. – NY: Bloomsbury Publishing USA, 2016. – P. 117-126.
3. *Jenkins H.* Textual Poachers // *Hellekson K., Busse K.* The Fan Fiction Studies Reader. – Iowa City: University of Iowa Press, 2014. – P. 26-43.

4. *Polasek A.* The Evolution of Sherlock Holmes: Adapting Character Across Time and Text. – De Montfort University, 2014.

5. *Wojton J.* #Setlock and the Power of Fandom // Porter L. Who Is Sherlock?: Essays on Identity in Modern Holmes Adaptations. – Jefferson, North Carolina: McFarland, 2016. – P. 194-207.

**#SHERLOCKLIVES: THE PHENOMENON
OF FAN DISCOURSE ON THE INTERNET
(THE CASE OF BBC'S SHERLOCK)**

The paper examines the phenomenon of fan communities formed around BBC's *Sherlock*. Various kinds of fan discourse on the Internet are discussed as well as the influence they have on the producers and the show itself.

Keywords: Internet, TV series, Sherlock, fan culture, fandom, fan fiction, participatory culture.

В.Л. Музыкант, Е.В. Музыкант

(Российский университет дружбы народов)

**ГЕНЕЗИС МЕДИАТЕКСТОВ В СОЦИАЛЬНЫХ
МЕДИА**

Становление среды Интернет и возникновение новых медиа уже привело к существенным качественным изменениям конфигурации медиaprостранства. Об этом свидетельствуют и объективные количественные показатели, что Россия стала уже 6-й мире по размеру интернет-аудитории. В свою очередь внедрение цифровых технологий - компьютерных, вещательных, телекоммуникационных - повлекло за собой масштабные преобразования как медийных структур и медиарынка в целом, так и самих медийных текстов.

Ключевые слова: медиатекст, семиосфера, контент, креолизованный текст, фолловеры, Twitter-аккаунт, таргетинг.

Медиатексты как тексты тексты принципиально нового типа, уже оказали существенное влияние на процессы, протекающие непосредственно в стилистической системе русского языка. В данном контексте семиосфера, как

структура, требующая раскодирования закодированного текста, обладает рядом отличительных признаков, а ее декодирование и предполагает пересечение границы при условии, что при кодировании текстового сообщения исходные языковые параметры учли специфику той самой семиотической системы, к которой принадлежит адресат.

По данным компании TNS, из 123 млн. жителей России в возрасте от 12 лет и старше 67%, или 83 млн. человек, пользовались сетью интернет хотя бы 1 раз за последний месяц. По данным компании ФОМ, в переломном 2015 году месячная аудитория сети Интернет достигла 78 млн. человек в возрасте от 18 лет и старше, а проникновение, по данным Фонда «Общественное мнение», увеличилось с 72% до 78% совершеннолетнего населения России. В Москве и Санкт-Петербурге отмечен наибольший уровень проникновения – 78% и 79% соответственно, наименьший – в селах (56%). Более 50% онлайн-транзакций в 2016 году в России совершается с мобильных устройств.

Как известно, в любой семиосфере игнорирование культуры страны, на жителей которой направлено сообщение, приводило к разрушению коммуникационного диалога, а закодированные тексты так и остаются неправильно раскодированными из-за наличия скрытых смыслов, сложнопонимаемого контекста, подтекста и, разумеется, затекста. Процессы конвергенции, переместившись в сферу медиа, фиксируют произошедшие изменения как на технологическом, так и на других направлениях: экономическом, пространственном, профессиональном, культурном и - для нас главное – языковом. Как следствие, произошло формирование новых управленческих методик для оперативного создания оригинального информационного продукта с целью его размещения в разных медийных средах. Разумеется, сам по себе процесс интеграции традиционных и новых медиа традиционно сопровождается дублированием контента.

Департамент маркетинга компании «Яндекс» обратил внимание на тот факт, что ситуация в России характеризуется структурными изменениями аудитории: в небольших городах и селах 22% интернет-пользователей составляют молодые люди в возрасте от 18 до 24 лет, тогда как в Москве на этот сегмент приходится лишь 15% онлайн-аудитории. В этом возрастном сегменте на малые населенные пункты приходится уже 42,9% всей аудитории сети Интернет в России. На наш взгляд, приведенные данные, связанные с возрастными особенностями аудитории могут указывать на одну из причин ее своеобразной «податливости» новым внедряемым, но не ставшими нормой приемами использования языка в Интернет пространстве.

Развитие сегмента мобильного Интернет только неразрывно связана с демографическими особенностями целевой аудитории: возрастом, стилем жизни: любовью подрастающего поколения к мобильному медиaproстранству. Не удивительно что и история возникновения, генезис «новых медиа» подтверждают, SMM как маркетинговая тактика, использующая существующие социальные сети для повышения осведомленности о бренде / товаре / услуге, личности, идее и т.д., - предполагает свои собственные правила функционирования языка в новом Интернет-пространстве.

В своем современном понимании термин «вирусный маркетинг» был впервые использован в статье издания *PC User*, рассказывавшей о волне слухов против замены нескольких ноутбуков производства *Compaq* на компьютеры серии *Macintosh SE*. Как раз негодование сотрудников компании, привыкших к работе на определенной операционной системе и отказывавшихся что-либо менять, привело к их массовому увольнению по собственному желанию. Подобное поведение описано Дж. Брауном из *City Bank* как «вирусный маркетинг» - ситуация, когда несколько компьютеров *Macintosh SE* смогли заменить остальные

ноутбуки во всей компании. Сотрудники, подхватив эту идею, начали распространять ее между собой со скоростью, приближающейся к геометрической прогрессии.

С декабря 1996 г. термин «вирусный маркетинг» связан непосредственно со стратегией продвижения продуктов и услуг. Американский маркетолог Дж. Рэйпорт [Rauport J. 1996] справедливо заявил, что ничто не сравнится с вирусом, когда сообщение должно дойти до аудитории в короткие сроки, с минимальными затратами и максимальным эффектом. Таким образом, языковые метаморфозы быстро становятся достоянием сети Интернет.

Оказалось, SMM лучше всего работает для привлечения трафика и внимания, однако его эффективность способно превращать незнакомцев в потребителей контента. Здесь языку уделяется важное, но, как видим, только следующее за продающей идеей место. Вслед за так называемым уникальным торговым предложением следуют креолизованные тексты, состоящие, как известно, из иконической и вербальной составляющих (таблица 1).

Таблица 1. Сравнительные характеристики традиционного маркетинга и SMM [Кабани: 2012; 34,65]

Традиционный маркетинг	Онлайн-маркетинг / маркетинг в социальных медиа
Доминировать на рынке	Создать сообщество внутри рынка
Громко кричать	Выслушать, а потом прошептать
Я, я, я	Мы, мы, мы
Проталкивать продукт или услугу	Привлекать людей своим посланием / историей
Реклама	Сарафанное радио
Контроль	Разрешение
Гонка за лидером	Естественные взаимоотношения

С 2006 г. подобные тексты стали неотъемлемой частью практически каждой так называемой вирусной кампании. Выдающийся ролик-вирус был снят в 2010 г. в поддержку бренда «Old Spice» - «Запах мужчины, которым бы мог пахнуть и Ваш мужчина» (The Man Your Man Could Smell Like), а фраза «Да, я на коне» (Yes, I'm on a Horse)

стала в своем роде каноничной. На данный момент ролик был просмотрен более 52,5 млн раз, а его главный герой, - актер И. Мустафа, на следующий день буквально проснулся знаменитым. История гласит: спустя три дня после появления ролика на Youtube было создано более 180 пародий на него, а количество последователей-фолловеров Twitter-аккаунта «Old Spice» увеличилось на 2700%. Таким образом, забытый бренд, принадлежащий компании Procter & Gamble, получил «вторую жизнь», увеличив продажи вдвое и став лидером рынка мужских гелей для душа. Это редкий пример правильного таргетинга: проявилась тенденция «омоложения» бренда, сумевшего построить диалог с молодой аудиторией [Old Spice 2012].

Приведем текст, ставший сегодня типичным, с которым тогда ознакомились десятки миллионов, просмотревших самый первый ролик кампании на YouTube: «Привет, дамы. Посмотрите на своего мужчину, а теперь на меня. И снова на своего мужчину, и снова на меня. К сожалению, он не я. Но если он перестанет использовать гель для душа с женским ароматом и переключится на «Old Spice», он будет пахнуть, как я. Посмотрите вниз, вернитесь назад - где вы? Вы на лодке с мужчиной, который пахнет так, как мог бы пахнуть ваш мужчина. Что это у вас в руках? Теперь у меня. Это раковина с двумя билетами на что-то, что вы любите. Смотрите снова - билеты теперь бриллианты. Все возможно, когда мужчина пахнет, как Old Spice, а не как женщина. Я на коне».

Подобные тексты особенно эффективны при применении в группах людей, которые знакомы друг с другом. Так, снижая информационный и языковой барьеры, поддерживая обратную связь с пользователями, «Old Spice» объявил в своем Twitter: «Этот день мог бы быть таким же, как остальные 364 дня, в которые ты логинишься в Твиттере. Но сегодня Old Spice Man вам покажет» - так стартует ставшая уже легендарной The Response Campaign.

Супермарафон, когда в течение 2,5 дней И. Мустафа в образе Мужчины Old Spice дает в соцсетях видеответы своим фанатам, обеспечив, в YouTube более 61 млн просмотров.

Написанные «новым» языком тексты-комментарии, направлялись посетителям микроблога бренда в *Twitter*, канала в *YouTube* и других ресурсов. После этого по наиболее интересным из них записывались 30-секундные видеоролики, в которых персонаж рекламной кампании отвечал в шуточной форме конкретному пользователю» [О том, как Old Spice завоевал соцмедиа за один день 2012]. Как видим, количественные показатели свидетельствуют, что возникновение новых медиа качественно изменило как конфигурацию медиaprостранства, так и происходящие в нем процессы и, наконец, начинает непосредственно влиять и на саму стилистику языка.

Литература

1. *Кабани Ш.* SMM в стиле дзен. - М. : Питер, 2012. – 220 с.
2. Old Spice. The man your man could smell like. [Электронный ресурс]. URL: <http://youtube/owGykVbfgUE>.
3. *Rayport J.*, 1996 The Virus of Marketing. When it comes to getting a message out with little time, minimal budgets, and maximum effect, nothing on earth beats a virus. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fastcompany.com/27701/virus-marketing>
4. О том, как *Old Spice* завоевал соцмедиа за один день. [Электронный ресурс]. URL: <http://bbdoblog.ru/2012/05/23/old-spice>

GENESIS OF MEDIATEXTS IN SOCIAL MEDIA

The emergence of the Internet environment and the emergence of new media has already led to significant qualitative changes in the configuration of the media space. The introduction of digital technologies - computer, broadcast, telecommunications - entailed a major transformation of both media structures and the media market as a whole, as well as the media texts themselves.

Keywords: media text, semiosphere, content, creolized text, followers, Twitter-account, targeting.

Fadi Mfarrej

(Peoples' Friendship University of Russia)

NEWS READIBILITY IN ARAB ONLINE NEWSPAPERS

This study explores the readability of news in Arab online newspapers and the factors affecting the reading of the text: vocabulary, sentence structure, length, expansion, consistency, unity, text structure which reflect the ease or difficulty readers encounter in understanding the news text. In addition to the factors influencing the public's follow-up to these online newspapers.

Keywords: News Readability- Arab Online Newspapers- Text ease- Text difficulty- Media Language- Theory of Information Representation- Information Processing.

Introduction:

The on-line journalism appeared for the first time in the mid-1990s, creating a new media phenomenon that was directly related to the era of the technological revolution. The international media and communication landscape now is more open and more accessible to the public[4].

This new media phenomenon has shown the importance of understanding the written journalistic material. Media studies have tended to explore the methods that affect the readability, usability, legability and visibility of the media language to read and understand, in terms of the factors that distinguish its difficulty or ease, the difference in the method and the speed of reading of the readers, groups of words, and the extent to which they memorizes the temporary meanings until finishing the media material[2].

The language of the online journalistic materials must be more restricted in their ability to convey and express the meaning to the reader, as a more functional language that completely dispenses with the self-beauty of vocabulary and linguistic structures. Their main objectives are to describe events and convey reality as accurately and clearly as possible so that the information and news are readable[1].

Study's problem and objective:

The research problem was identified in terms of the declarative and the nature of the relationship between the readers and the online newspapers, which is explained by the theory of information representation and its multiple models. The main focus of this theory is to reach the reader who fully interacts with the content that he reads and derives its meaning based on his own abilities and knowledge of representation and interpretation[4].

In the narrowest sense Readability means the sum of the parts of the text that need readers and this success is the extent to which the reader read at a moderate speed with understanding and fun. This definition focuses on understanding, speed, fluency and the tendency to make online newspapers effectively use the building elements of the Internet in an easy and readable way to benefit their readers[3].

Hence, the study problem can be developed to "identify the ease and difficulty of the online newspaper and the factors affecting the public follow-up".

Within the overall objective, the following sub-objectives are underlined:

1- Analytical describe the format of news published on the online Arab newspaper as a modern means of journalism.

2- Identify the factors affecting the readability of the text (vocabulary, sentence structure, length, expansion, consistency, unity, and text structure) in the study online newspapers.

3- Find out the ease and difficulty of news readability in the study online newspapers.

4- Identify the flexibility degree of readability on the websites of the study online newspapers.

Study's questions:

This study seeks to answer the main question of : "How readable is the news on the Arab online newspapers, and what are the factors influencing the public's follow-up."

1- How often is the use of unfamiliar, personal words and specialized terms that affect the ease or difficulty of news readability of the headlines published on the websites of the Arab online newspapers?

2- To which extent are linguistic and spelling errors found in news headlines published on the websites of the online newspapers, and what are their impacts on the ease or difficulty of readability?

3- To which extent are the news headlines published in the online newspapers committing to the factors contributing to ease or hard-pace readability?

4- To what extent does the published news on the study online newspapers comply with the appropriate length standards for increasing punctuality, concerning the number of introduction's words?

5- To what extent are the websites of the Arab online newspapers available for expansion to increase the news readability?

6- How much do Arab online newspaper use photos and videos within their published news?

7- What are the types, sizes, and colors of fonts used in the news published on the websites of the Arab online newspaper?

8- Do Arab online newspaper offer accessibility to the number of readings received by the published news?

Study's theoretical framework:

The follower of information theories and methods of influence will find overlapping and revolving correlation between them. Therefore, this study is based on one theoretical approach of the Theory of Information Representation (Information Processing).

Study's tools, community and sample:

Content Analysis is used in this study based on the factors affecting the reading of the text: vocabulary, sentence structure, length, expansion, consistency, unity, text structure. These factors

reflect the ease or difficulty that readers encounter in understanding the news text[3].

The community of this study is the sites of the following Arab online newspapers:

- Youm 7: Egyptian online newspaper[5].
- Elaph: Saudi online newspaper[6].
- Al- Akhbar: Lebanese online newspaper[7].
- SANA: Syrian online newspaper[8].

The sample of the news published on the home page of these online newspapers was selected during a month starting from 1-1-2018 to 1-2-2018 in a comprehensive inventory method.

Results:

1- The researcher monitored (25) items for ease of news in the Arab online newspaper, while monitoring (9) elements of the difficulty of news in the study newspaper.

The percentage of ease of news of the four study online newspapers was (86.8%) as follows:

Al-Qu Youm 7 was the most extinct (90.2%), followed by Elaph (89.9%), followed by Al- Akhbar (86.2%) and SANA by (80.7%).

2- The headlines of the published news in the study newspaper avoided the unfamiliar words with a percentage of (94.9%) with only one word in the titles (4.5%), with two or more words in the headlines with a very small percentage (0.6%).

The percentages of news headlines published in the newspapers were close. Elaph's online newspaper didn't have unusual words with the percentage of (96.3%), while SANA had (95.3%), Al- Akhbar (94.6%) and finally Al- Youm 7 (94%).

3- The headlines of the news published in the study sites were excluded from specialized terms by a percentage of (94.9%), while only one term existed in the headings (2.8%), while two terms and more existed in the titles came at a percentage of (2.3%).

and the percentages converged among the newspaper of the study, where the titles of news published in Al- Akhbar were

(98.2%), followed by SANA (96.2%), Al- Youm 7 (94.8%), Elaph (91.9%).

4- The headlines of the news published in the study online newspapers didn't have personal words with the percentage of (80.4%), while only one personal word in the headlines (15.1%), with two or more personal words in the titles with a lower percentage (4.5%). The percentages varied between the study online newspapers: the titles of news published by Al- Akhbar didn't have personal words with a percentage of (90.2%), while the personal words were missing in Al- Youm 7 with a percentage of (79.7%), followed by Elaph (78.1%), then SANA by (75.5%).

5- The headlines of the news published in the study online newspaper didn't have grammatical or spelling errors with the percentage of (88.6%), while there was only one error in the headlines with the percentage of (9.5%), and two or more errors with the percentage of (1.9%).

The percentages varied between the study online newspapers in the presence of errors, where news headlines published in Al- Akhbar ranked first in error absence (96.4%). The second place was the news headlines in the Elaph (90%), followed by the news headlines of SANA (89.6%), then Youm 7 with a percentage of (84.2%).

6- The length of the first sentence in the introduction to the news published in the study online newspaper with more than 15 words came first with a percentage of (88.5%), while the length of sentences with 15 words was (6.1%), and sentences with less than 15 word (5.4%) 4 which contributed to the difficulty of these news readability.

The percentages varied between the online newspapers of the study, where the sentences consisting of more than 15 words in the news introductions published in the newspaper Al- Akhbar were very high with a high percentage reached (94.6%), followed by Youm 7 (89.5%), then SANA (86.8%), then Elaph (83.8%).

7- The four study Arab online newspapers didn't absolutely use the three types of hypertext (HTTP within page, HTTP within site, HTTP outside the site) in their published news.

8- The study newspapers used photos in their news, with a total percentage of (93.6%), while didn't use them with a percentage of (6.4%) in their news stories.

The study newspapers differ in their use of photos. Elaph was in the first place using it as a single photo with a percentage of (97.4%), followed by Youm 7 with (94%). In the third place was Al- Akhbar with (89.3%), and in the last place was SANA with (74.5%). Youm 7 used more than one photo in its news with a percentage of (6%).

9- The study online newspapers varied in their use of the videos, which were used mostly by SANA with the percentage of (15.1%), followed by Youm 7 (2.3%), then Elaph (1.9%), while Al- Akhbar didn't use any videos.

10- All the online newspapers, except SANA offered a space for comments within the published news with a percentage of (100%). The researcher added a number of comments during the study period but the online newspaper sites did not publish them, therefore this service isn't considered effective.

11- Type of font used in news published on the websites of Al- Akhbar and SANA was the The Bold New Helveticaneue with a size of 21Px and 23PX respectively, while the type of the font used in the news published in Youm 7 was Tahoma with a size of 16PX, while the type of font used in Elaph was Arail with a size of 20PX.

12- Al- Akhbar and Youm 7 allowed accessibility to the number of readings received by the published news with a percentage of (100%), while Elaph and SANA didn't allow such accessibility for the number of readings.

Recommendations:

1- The need to enhance the elements of news readability ease on the websites of Arab online newspapers.

2- Commitment when editing news headlines to avoid using unusual and specialized words, linguistic and spelling errors, and increasing the use of personal words that contribute to the increase of readability ease.

3- Take into account the length of the appropriate sentence when editing news to online newspapers and reduce the missing sentences and intercept. In addition to strengthening the use of hypertext in the news especially the HTTP within site, to ensures that the reader will not exit the same website.

4- Increase the use of video, audio clips and graphic images in online newspaper because it is an additional advantage for news readers.

5- The necessity of activating the service of adding comments inside the news because it contributes to increasing readability through the participation and interaction of the readers with the news.

6- The researcher recommends the need to keep updated with the current events and the commitment to clarity of the news published in the online newspapers.

7- Work hard to link the websites of Arab online newspapers to the social networking sites so they enjoy high popularity and wide spreading to increase the news readability.

8- Pay more attention to the editing of interesting headlines for news stories posted on Arab online newspapers because they are the first reason for reading the news of the study newspapers, in addition to have more interest in the method of writing news and selection comfortable colors for eye and convenient fonts when designing newspaper websites.

9- The need to consolidate the news published on the study newspapers with more photo albums, videos and balance in the multimedia usage.

10- Focus more on the content and the language of the published news and on the use of easy suitable terminologies to the readers. In addition to developing the form and location of

newspaper websites, and to avoid linguistic and spelling errors in the published news.

References

1. *Andrew Flanagan and Mirian Metzger*, Perceptions of Internet Information Credibility Journalism & Mass communication Quarterly, vol , 77 No:3 Autumn, 2000.
2. *Hosny Mohamed Nasr*, Internet and Media: Electronic Journalism, Jordan: Al Falah Library for Publishing and Distribution, First edition, 2003.
3. *Reda Abdel Wahed Amin*, Electronic Press, Cairo: Al Fajr Publishing and Distribution, 2007.
4. *Sana Abdel Rahman*, Journalism in the Information Age: The Press News, United Arab Emirates: University Press House, 2003.
5. <http://www.youm7.com/>
6. <http://elaph.com/>
7. <http://www.al-akhbar.com/>
8. <https://www.sana.sy/>

Фьонг Нгуен Лан

(Российский университет дружбы народов)

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КРЫЛАТЫХ ВЫРАЖЕНИЙ ИЗ СОВЕТСКИХ И ВЬЕТНАМСКИХ КИНОФИЛЬМОВ С КОМПОНЕНТОМ «ЛЮБОВЬ»

В статье выявляются, описываются, исследуются лингвокультурные особенности крылатых выражений, отражающих тему любви в известных советских фильмах с позиции вьетнамской языковой традиции.

Ключевые слова: крылатые выражения, язык, любовь, русская и вьетнамская лингвокультура.

Многие выражения из кинофильмов, благодаря отсылкам к волнующим общество проблемам, становятся крылатыми. В современной лингвокультурной ситуации значительное место в распространении крылатых выражений из кинофильмов занимает интернет, т.к. благодаря в том числе и ему известные кино-цитаты входят не только в

устную, но и в письменную речь, тем самым закрепляясь в культуре и языке того или иного народа.

В кинофильмах как известно значительное посвященных тема любви. Подобные фильмы всегда находят отклик в сознании зрителя, чем обусловлена их популярность. Крылатые выражения из этих фильмов демонстрируют возможность языка посредством тех или иных образов выразить представление обществе о любви социально-культурные аспекты, которые имеют отличия в русской и вьетнамской лингвокультурах.

Объектом исследования являются крылатые выражения из русских и вьетнамских кинофильмов о любви. *Предмет исследования* – национально-культурная семантика крылатых выражений посматриваемых. *Цель статьи* – выявление, описание и исследование крылатых выражений в кинофильмах посвященных теме любви. *Актуальность исследования* обусловлена необходимостью определения особенностей языковых и культурных русских и вьетнамских крылатых выражений о любви, т. к. знание черт различных лингвокультур способствует достижению взаимопонимания между людьми. *Методологической базой исследования* стали работы В.А. Масловой, В.М. Шаклеина, С.Г. Шулешковой, посвящённые лингвокультурологическому аспекту исследования языковых единиц. Используются следующие *методы исследования*: описательный, сопоставительный, лингвокультурологический, комплексного анализа. *Материалом исследования* сценарии текстов из русских и вьетнамских кинофильмов.

Известно, что лингвокультура народа определяет его жизненные ориентиры и ценности. «Лингвокультурология изучает язык как феномен культуры. Это определенное видение мира сквозь призму национального языка, когда язык выступает как выразитель особой национальной ментальности. Все языкознание пронизано культурно-историческим содержанием, ибо своим предметом имеет

язык, который является условием, основой и продуктом культуры» [Маслова 2001;8].

С начала XX века кино занимает значительное место в жизни общества, его лингвокультуре. Цитаты из кинофильмов, ставшие крылатыми выражениями, позволяют судить о взглядах и нормах, принятых в социуме. М.А. Булатов определяет крылатые выражения, как лексические единицы, которые «несут ту же службу, что пословицы и поговорки, но отличаются от них тем, что у них есть определённый автор. Источником их может быть литературное произведение, историческое событие, высказывания исторических личностей, письменные памятники и т.д.» [Булатов 1958; 3]. Крылатые выражения – «это меткие изречения, обороты речи, которые кратко выражают различные мысли, понятия, суждения» [Булатов 1958; 3]. Часто с помощью крылатых выражений носители языка описывают собственные яркие чувства, важнейшим из которых является любовь.

Для выявления различий в отношении к любви в разных лингвокультурах. Рассмотрим некоторые крылатые выражения из русских и вьетнамских кинофильмов:

1. *«Если женщина нравится мужчине, разве важны ее профессия, национальность, партийность? Это же все для анкет, а не для жизни»* - это крылатое выражение из фильма «Москва слезам не верит» 1980 года говорится о том, что настоящая любовь не имеет границ [9]. Если в русской лингвокультуре важно подчеркнуть безграничность любви, то в любовных отношениях делается акцент на значении индивидуальности и неповторимости партнера во вьетнамской лингвокультуре. Об этом говорит крылатое выражение из фильма «Человек судьбы» 2017 года: *«Мужчина часто выбирает черту женщины, чтобы полюбить: красоту, мудрость, женские инстинкты. Но замечает он только одну черту, ту, которую запомнит надолго»* [6].

2. *«Кака тут любовь? Когда вон, воздуху мне не хватат. Надышатся не могу... А в груди прям жгёт! Прям жгёт, как будто жар вон с печи сглотнула!..»* - в крылатом выражении из фильма «Любовь и голуби» 1985 года говорится о страсти и ревности, которую влюблённые друг в друга люди, часто не осознают [9]. Во вьетнамской культуре яркое выражение своих эмоций, ревности не поощряется. Так, в фильме «Человек судьи» Хо Тху – жена главы преступной мафии Фан Куана –, полная спокойствия и уверенности в себе, выражает свою ненависть к любовнице мужа: *«Разве серьёзный человек никогда не влюбляется? Такой человек не просто влюбляется, а серьёзно влюбляется»* [6].

3. *«Мы не можем ждать милостей от природы. Взять их у нее — наша задача. Запомни это»* – утверждает героиня фильма 1985 года «Самая обаятельная и привлекательная» о любви к мужчине [9]. Похожую мысль высказывает герой фильма «Молодёжь» 2015 года Хань, который преодолел много трудностей, чтобы завоевать любовь девушки Линь: *«Никогда не сдавайся в борьбе за свою любовь»* [5].

4. *«Хорошая жена, хороший дом – что еще надо человеку, чтобы встретить старость?!»* – выражение из кинофильма «Белое солнце пустыни» 1969 года [9]. показывается, что любовь, семья – это самое важное в жизни человека. Во вьетнамской лингвокультуре можно встретить похожую цитату. Так, в фильме «Чи Фео» 1983 года любовь главной героини – простой и скромной девушки – помогает юноше Тхи Но избавиться от болезни, а в последствии, стать успешным человеком: *«Рисовая каша с луком — символ простой любви»* [10]. Девушка приносила рисовую кашу возлюбленному в тот период его жизни, когда ему никто не помогал, тем самым став для него любовью и опорой.

5. *«Имейте снисхождение к женским слабостям»* - крылатое выражение из фильма «Королева бензоколонки»

1962 года, свидетельствующее о важности взаимопонимания в отношениях [9]. Похожее по смыслу выражение присутствует во вьетнамском фильме «Жить вместе с мамой мужа» 2016 года. Муж согласен со всеми предложениями жены, чтобы не создавать конфликтной ситуации: *«Ты такая капризная девушка! Послушай меня, я... согласен с тобой»* [10].

Анализ данных цитат позволяет выявить следующие характерные черты русской и вьетнамской лингвокультуры:

1. Для русских любовь не имеет духовных и социальных границ. Для вьетнамцев важна индивидуальность партнёра.

2. Сильные любовные чувства, такие как страсть, ревность, являются определяющими в русской лингвокультуре. Во вьетнамской лингвокультуре большое значение имеют сдержанность эмоций, спокойствие. Подобное отношение к любви обусловлено традиционными буддистскими воззрениями.

3. Как в русской, так и во вьетнамской лингвокультурах, принято добиваться любви всеми возможными способами, верить в нее преодолевать трудности.

Таким образом, лингвокультурологический анализ крылатых выражений из русских и вьетнамских кинофильмов с компонентом «любовь» показал, что в культурах присутствуют как сходства, так и отличия. Важным отличием является русская традиция чувственного выражения любви к своему партнёру, в то время как во Вьетнаме ценится сдержанность, скромность. В качестве сходства лингвокультур можно выделить уверенность в том, что необходимо добиваться любви, несмотря ни на что. Любовь является одной из главных ценностей в человеческой жизни, понимание партнёра и взаимные уступки помогут построить крепкие отношения.

Литература

1. Булатов М. А. Крылатые слова. – М., 1958. – 192 с.

2. *Верещагин Е.М., Костамаров В.Г.* Язык и культура. – М., 1990. – 246 с.
3. *Воробьёв В.В.* Лингвокультурология (теория и методы): Монография. – М.:Изд-во РУДН, 1997. – 332 с.
4. *Дядечко Л.П.* Крылатые слова как объект лингвистического описания: история и современность: монография. – Киев, 2002. – 199 с.
5. *Крылатые выражения из фильма «Молодёжь».* URL: <http://us.24h.com.vn/giai-tri/10-cau-thoai-don-tim-khan-gia-trong-tuoi-thanh-xuan-2-c731a833963.html> (дата обращения: 26.01.2018)
6. *Крылатые выражения из фильма «Человек судьбы».* URL: <http://tintucvnplus.com/nhung-cau-noi-bat-hu-trong-phim-truyen-hinh-viet-nam-2017-122230122017.html> (дата обращения: 26.01.2018)
7. *Маслова В. А.* Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. - М.: Издательский центр «Академия», 2001. - 208с.
8. *Хоанг Фу Нгок Туонг* Об исследовании отношения языка и культуры. – Ле Линх, 2010. – 415с.
9. *Цитаты из советских фильмов.* URL: <https://vot-status.jimdo.com/%D1%86%D0%B8%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8B-%D0%B8-%D0%B0%D1%84%D0%BE/> (дата обращения: 26.01.2018)
10. *Цитаты из вьетнамских фильмов* URL: <http://kenh14.vn/nam-2017-da-tao-ra-cac-trao-luu-che-thoai-phim-tu-nhung-cau-noi-nay-20171226235545685.chn> (дата обращения: 26.01.2018)
11. *Шаклеин В.М.* Лингвокультурная ситуация и исследование текста. – М., 1997. – 184 с.
12. *Шулежкова С.Г.* Крылатые выражения русского языка, их источники и развитие. – М., 2002. – 288 с.

**LINGVOCULTURAL ANALYSIS OF WINGED WORDS
FROM FILMS WITH COMPONENT "LOVE"
IN RUSSIAN AND VIETNAMIC LANGUAGES**

The article reveals, describes, investigates the linguistic and cultural features of winged expressions that reflect the theme of love in famous Soviet films from the standpoint of the Vietnamese language tradition.

Keywords: wingedwords, language, love, Russian and Vietnamese linguoculture.

Хьюнг Нгуен Лан

(Российский университет дружбы народов)

КУЛЬТУРА КОММУНИКАЦИЙ ВЬЕТНАМСКИХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ FACEBOOK

В сегодняшние дни существует множество каналов и средств коммуникаций. Одним из самых популярных инструментов является социальная сеть. Во Вьетнаме социальные сети уже постепенно заменяют традиционные средства, как телефон, смс, электронная почта. Это результат быстрого развития социальных сетей и Интернета. Однако, у социальных сетей существуют два противоположных качества: индивидуальность и общественность. Общественность заключается в том, что Facebook - «виртуальный» мир, где существует связь с каждым уголком мира и люди могут легко общаться. Что касается индивидуальности, то Facebook является личной страницей, где можно делать, что угодно. Там вы можете свободно публиковать свои личные данные, делиться фотографиями или событиями из жизни. Эти качества способствуют созданию особенности коммуникаций среди вьетнамских пользователей.

Цель этого исследования - рассмотреть культуру коммуникаций на Facebook во Вьетнаме, проанализировать характеристики этого типа медиа и его влияние на сознание вьетнамского общества.

Объект исследования. Среди социальных сетей во Вьетнаме Facebook занимает лидирующую позицию по количеству пользователей. Согласно статистике, более 20 миллионов вьетнамцев используют социальные сети, и на эту цифру приходится 70% интернет-пользователей в нашей стране.

Ключевые слова: коммуникации, Facebook, Вьетнам, особенности, состояние

Особенности культуры коммуникации на Facebook во Вьетнаме

Facebook используется во многих странах, но национальные особенности использования этой сети и культуры коммуникации в ней различны. Необходимо подробнее рассмотреть культуру коммуникаций на Facebook во Вьетнаме.

Вид коммуникаций: Следует подчеркнуть, что Facebook является очень популярным средством общения и постепенно заменяет телефонную форму связи. Вид коммуникаций на Facebook может быть частным (сообщение, групповой чат, закрытая страница) и открытым (пост на личной странице или на открытой странице, комментарии и реакции).

Этот вид коммуникации становится все более популярным, так как он отличается от традиционных коммуникаций. В первую очередь нужно упомянуть об открытости социальной сети, поскольку Facebook - открытая среда, которая предоставляет пользователям доступ к коммуникации. Возьмем, к примеру, коммуникацию со звездами и политиками. Раньше в реальном мире у нас не было возможности общаться с этими людьми. Мы могли узнать об их жизнь только через прессу. А сейчас мы сами узнаем новости на странице звезды, также можем реагировать на них прямо на их странице. Конечно, есть случаи, когда ваши комментарии остаются без внимания, но главное - появилась возможность прямого контакта с этими людьми. Кроме того, хотелось бы еще раз подчеркнуть преимущество Facebook. Во Вьетнаме Facebook не считается официальным каналом связи (в отличие от электронной почты, скайпа, телефона), но все же эта сеть очень популярна. Многие организации создали свои страницы на Facebook, открывают общие группы для сотрудников,

которые легко могут обсуждать разные вопросы. Кроме того, мультимедийные возможности Facebook также приносят массу удовольствия и вызывают интерес при использовании. В настоящее время социальные сети имеют следующие характеристики:

Следование тенденциям толпы: нужно сказать больше о том, что у вьетнамского сообщества есть привычка «делиться». Это заметный момент национальной культуры коммуникаций. Раньше люди неохотно высказывали свои взгляды на события, но сегодня они часто публикуют разные статьи или ссылки. Это действие не стало бы проблемой, если бы пользователи сети тщательно думали, анализировали и брали на себя ответственность за публикацию. Однако большая часть его основывается на взгляде толпы. Они не хотят выделяться, если у них другое мнение. Это явление также называют «эффектом толпы». И это явление оказывает сильное влияние на объект или обсуждаемую тему. Когда информация не проверена, объект для обсуждения находится под сильным давлением от сообщества. Это серьезная проблема в культуре коммуникаций на Facebook.

Существует острая и опасная проблема в том, что у некоторых людей есть плохие мотивы при общении на Facebook. На первый взгляд они похожи на обычных пользователей сети. Тем не менее, скрываясь под «целью коммуникации», они побуждают других следовать своим собственным злым схемам, которые могут иметь антигосударственный характер.

Проблемы коммуникаций на Facebook

Мы ставим вопрос: «Социальные сети - это личное пространство или общий мир?». Трудно найти ответ так как на Facebook у вас свобода выражения мнения, но именно ваше свободное речевое поведение может оказать влияние на общественное мнение в целом. Состояние культуры использования Facebook вьетнамцами определяется следующими причинами:

У пользователей нет ответственности за свое поведение. Facebook не находится под контролем агентств или организаций, и это заставляет пользователей думать, что они могут публиковать, что угодно. Это отчасти верно. Вы имеете право выражать свои взгляды, не подвергаясь цензуре. Тем не менее, пользователи Facebook все еще не понимают, что они сами должны нести ответственность за информацию, размещенную в Интернете, особенно информацию, которая затрагивает других. Таким образом, при публикации или распространении информации у них нет привычки исправлять или подтверждать, является ли информация верной или ложной. Иногда их не нужно проверять, но они все же выражают жесткое отношение к определенному лицу. В социальной сети теперь появляются многие персонажи, которые считаются «духовным лидером», «ведущим сообщества». Они становятся известными из-за скандалов. Социальные сети, которые строят здоровую культуру поведения, в значительной степени зависят от поведения каждого пользователя, поэтому мы должны отвечать за каждый комментарий, критику или символическую привязанность, когда вы присоединяемся к социальной сети.

«Язык вражды» (hatespeech). Социальные сети становятся неотъемлемой частью современной жизни, но оказывают двустороннее воздействие: позитивное и негативное. Среди негативных влияний «язык вражды» (hatespeech) считается популярным явлением и влечет серьезные последствия.

Стоит отметить, что теперь часто используют сайты социальных сетей с плохой целью: распространять плохую новость о человеке или о предприятии, потому что такие действия помогают привлекать больше внимания. В результате этого многие люди сталкиваются с моральными и материальными потерями.

Таким образом, любая информация, размещенная на вьетнамском Facebook, будет распространяться очень быстрыми темпами. В прошлом году, было много новостей, происходящих из социальных сетей, которые связаны с известными людьми. Одной из самых “горячих” новостей являлось заявление артистки Сюань Хуонг. Она подала в суд на модель Чанг Чан за то, что она унижала честь артистки на Facebook. 2 июня артистка Сюань Хуонг подала петицию в полицию потому, что Чанг Чан опубликовала в прямом эфире видео продолжительностью около 8 минут, в котором ругала артистку Сюань Хуонг вульгарными словами. Причина происходила из уничижительных слов от артистки раньше. Но артистка отрицала этот факт. Это поведение оказало серьезное влияние на репутацию человека, работающего в области искусства. Сюань Хуонг поделилась: «я занимаюсь деятельностью в сфере искусства. Отношение общества очень важно для меня. Я долго оказывала хорошее впечатление на аудиторию, а сейчас слова Чанг Чан разрушили все. В результате этого много людей оценили меня хуже. Мне кажется, эта потеря серьезнее, чем экономический ущерб.»

Сегодня часто возникают такие ситуации, которые вызывают ссору в Интернете. Facebook – это не только индивидуальное пространство для личных мнений, но и общественное пространство. Поэтому необходимо создать ограничения для пользования этой сети.

Заключение

В краткосрочной перспективе очень сложно найти решение этой проблемы. Важно, чтобы пользователи сети правильно оценивали свое поведение. Прежде всего должен соблюдаться закон, а значит, нельзя распространять сфабрикованную информацию, особенно информацию, связанную с другими людьми или влияющую на социальный порядок и безопасность (каждый пользователь Facebook, который предоставляет информацию, сфабрикованную на

примере вьетнамцев, инфицированных Ebola оштрафован на 20 миллионов VND). Нельзя подавать информацию, которая провоцирует насилие, дискриминацию по этническому признаку, полу, религии, региону. Не допускается использование изображений, личной информации других без их согласия. Нельзя оскорблять, унижать, дискредитировать личную честь других. Нарушители могут быть подвергнуты юридическим санкциям.

Пользователи социальной сети также должны вести себя культурно при использовании изображений, слов, историй. Бывают случаи, когда критика на Facebook приводит к конфликту и конфликт решается насилием.

Для молодых пользователей сети, таких как студенты, школьники и массовые организации, необходимо организовывать курсы психологической консультации о правильном использовании социальной сети.

Литература

1. *Губанов Д.А., Новиков Д.А., Чхартушвили А.Г.* Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства
2. *Донг Ха.* Культура коммуникаций на социальных сетях. Народная армия. 22 апреля 2017. (<http://www.qdnd.vn/lang-kinh-van-hoa/van-hoa-ung-xu-tren-mang-xa-hoi-505429>)
3. *Ма Тхи Иен.* Влияние социальных сетей на коммуникации: диссертации. Ханойский государственный университет. Ханой-2015.
4. *Нгуен Минь Хуэ.* Проблемы и связь между социальной сетей и журналистикой. Журнал по пропаганды и образования, Номер 8/2012г. (Nguyễn Minh Huệ. Những vấn đề được đặt ra về sự tương tác giữa báo chí và mạng xã hội. Tạp chí Tuyên giáo, Số 8 năm 2012).
5. *Нгуен Тхи Тху Хыонг.* Эпоха новых СМИ - Журнал Политики и Коммуникации, Октябрь 2016 г. (Nguyễn Thị Thu Hương. Thời đại của các phương tiện truyền thông mới. Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông, Tháng 10/2016).
6. <http://ajc.hcma.vn/Nghien-cuu-khoa->

COMMUNICATION CULTURE IN VIETNAMESE FACEBOOK

The article is about the culture of communication in Vietnamese Facebook.

Keywords: communication, Facebook Vietnam, culture, status.

М.Л. Новикова

(Российский университет дружбы народов)

ИНФОРМАТИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ПАРАДИГМЕ ОБУЧЕНИЯ РКИ (юридическая аудитория как субъект учебного процесса и объект лингводидактического воздействия)

Применение интернет-ресурсов - актуальная и очень важная задача современной лингводидактики и мощный стимул ее развития. Интернет обеспечивает быстрый доступ к большому корпусу современной юридической фактической информации, способствующей активному усвоению терминологической системы юридического подязыка, формированию коммуникативной компетенции студентов-юристов. Развитие информационных технологий расширяет спектр учебных задач и во многом модифицирует традиционные методы обучения, предъявляет новые требования к образовательному процессу, формирует особую информационно-образовательную среду для иностранных студентов - юристов, изучающих русский язык.

Ключевые слова: лингводидактика, русский язык как иностранный, информационно-образовательная среда, медиaprостранство, медиакомпетенция.

Специфика современного информационного общества обусловлена массовым характером коммуникации и глобализацией информационных процессов. Синтез, систематизация информации, ее распространение детерминированы тем, что окружающий мир «выступает как процесс передачи информационных потоков» [Басалаева

2015; 4]. Информационное пространство универсально, у него нет границ и привычной территории, в нем предполагается существование любого вида информации, оно динамично развивается. Обращаясь к идеям М. Маклюэна, утверждавшего, что **«в электрическую эпоху мы как свою кожу носим на себе всё человечество»** [Маклюэн 2007;57], а особенностью электронных средств коммуникации является создание глобальной сети, похожей на нервную систему человека, конструирующей единое «поле опыта» [Там же; 400], исследователи подчеркивают, что «человек задействован во множестве информационных потоков, «окутан» ими как осознанно, так и неосознанно» [Гарипова 2015; 21].

Информационные и коммуникационные технологии влияют практически на все сферы жизни человека, его информационную деятельность, к которой относится и образовательный процесс - процесс воспитания и обучения, овладения совокупностью приобретаемых знаний, умений, навыков опыта деятельности и компетенции. «Формирование ключевых компетенций: социально-политической, коммуникативной, информационной, социокультурной – в своей совокупности становится главной целью образования личности в соответствии с требованиями современного информационного поликультурного мира» [Муртазина 2014; 277]. Интенсивные процессы информатизации образования требуют совершенствования как общей методологии, так и конкретных методов и приемов преподавания русского языка как иностранного. Применение интернет-ресурсов - актуальная и очень важная задача современной лингводидактики и мощный стимул ее развития. Информационные технологии расширяют спектр учебных задач и во многом модифицируют традиционные методы обучения. В эпоху формирования нового информационного пространства способность к эффективному обмену информацией — важнейшая характеристика современного

специалиста. «Развитие цифровых, инфо- и телекоммуникационных технологий, насыщение ими не только бытового, профессионального, но и образовательного пространства приводят к возникновению принципиально новой информационной среды деятельности, которую мы называем сетевой мир» [Гарцов 2009; 437].

Каждый этап и компонент образовательного процесса работает на общую интегративную цель – не только овладение русским языком, но и самореализации иностранного студента-юриста как субъекта познания, творчества, общения. К важнейшим компетенциям современного специалиста относится и медиакомпетенция как компонент профессиональной субкультуры, включающей в себя навыки и умения работы с информацией: ее поиск, сбор, анализ, оценка, систематизация, передача, интерпертация, что позволяет использовать информацию как системно сформированное знание. Под медиакомпетенцией понимается способность использовать знания и умения в области медиа в учебной и будущей профессиональной деятельности; совокупность мотивов, знаний и умений студента, способствующих использованию передаче информации в различных видах, формах и жанрах функционирования медиа [Федоров 2007, 140]. Медиа и образовательное пространства в таком аспекте можно рассматривать как взаимодополняющие, то есть «органично создающееся медиаобразовательное пространство на основе коадаптации образования и информационной карты мира» [Иванова, 2011, 147]. Использование аутентичного языкового и коммуникативного материала интернет-общения является ценным образовательным ресурсом, который активно используется в качестве удобного, доступного и содержательного источника при обучении русскому языку, имеющего разнообразные дидактические перспективы.

При обучении русскому языку как иностранному языковая система практически не может и не должна быть

представлена в виде полного, исчерпывающего описания. «В науке о языке мы рассматриваем вопрос о том, как происходят языковые явления и каковы действующие при этом факторы. В методике, опираясь на это знание, мы рассматриваем вопросы о том, что надо сделать, чтобы вызвать к жизни потребные нам языковые явления» [Щерба, 1974, 11]. Конкретные цели и задачи обучения иностранных студентов-юристов, необходимость ускоренного, интенсивного овладения соответствующими речевыми навыками и умениями требуют целенаправленного подхода при отборе и организации учебного материала, учета в первую очередь наиболее важных языковых единиц в их существенных отношениях, образующих «учебный язык» - методически целесообразную для избранных целей обучения систему. Такая система представляет собой специфическое отражение лингвистической системы, ее рациональную модель.

Изменение целей изучения русского языка иностранными учащимися, усложнение структуры и оценки его значимости как языка общения и инструмента для получения знаний по различным юридическим дисциплинам требует нового лингводидактического осмысления теоретических проблем и разработки приемов и принципов организации учебного процесса. Формирование навыков речевого общения тесно связано с активным профессиональным развитием, становлением и совершенствованием профессиональных компетенций специалистов в сфере юриспруденции. Очевидно, что во всех аспектах и направлениях работы с юристами должна реализовываться языковая составляющая подготовки специалистов, формирование и совершенствование коммуникативно-речевой компетенции в учебно-профессиональной сфере общения. Русский язык является средством получения профессионального образования, источником информации, расширения профессионального

кругозора. В юридическом профиле обучения есть специфические коммуникативные задачи и коммуникативные события, решаемые средствами русского языка. Студенты-юристы должны владеть навыками и умениями использования информации при выборе стратегии и тактики профессиональной деятельности:

1) владеть технологиями работы с научной и профессионально значимой юридической литературой на русском языке: методами и способами поиска, получения информации (в том числе в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах хранения информации);

2) иметь навыки информационной переработки юридических текстов-источников и использования полученной информации в научно-профессиональном и профессионально-деловом взаимодействии;

3) осуществлять профессионально ориентированную медиацию в процессе общения с профессионально-деловыми партнерами;

4) уметь использовать нормативные правовые документы на русском языке в научной и профессиональной деятельности;

5) осуществлять поиск предметно ориентированной информации, обращаясь к различным интернет-источникам, систематизировать и координировать полученные данные, верифицировать их;

6) владеть способностью и готовностью к непрерывному постдипломному самообучению в сфере русскоязычной научно-профессиональной и профессионально-деловой коммуникации.

Интернет обеспечивает быстрый доступ к большому корпусу современной юридической фактической информации, способствующей активному усвоению терминологической системы юридического подязыка, развитию коммуникативной компетенции студентов-

юристов. Важно, что блоки информации представлены в текстовом, звуковом, графическом, анимационном форматах: видеофильмы, аудиоматериалы, возможность общаться онлайн, работать над проектами в рамках программы по специальности «Юриспруденция». Это создает особую информационную среду, которая включает тексты по специальности, систему заданий и упражнений, электронные словари, банки данных по специальности и др.

Необходимо учитывать принцип комплексного использования мультимедийных средств, нелинейность информационных источников, их информативную емкость. На занятиях по русскому языку с опорой на изучение профильно-ориентированных материалов проводится «проигрывание» различных профессионально значимых ситуаций в интерактивных режимах. См., например: виртуальный клуб юристов <http://www.yurclub.ru/>; юридический портал для студентов <http://law-education.ru/>; образовательный портал юриста <http://allstatepravo.ru/>; портал судебной практики, новостей, видеозаписей реальных судебных процессов с комментариями <http://www.action-mcfr.ru/>; актуальную информацию по различным отраслям права с чатом для юристов <http://www.jurcenter.ru/>; социальную сеть для юристов <https://zakon.ru/>; новостные ленты, обзоры изменений законодательства, интервью с практикующими юристами, репортажи <https://pravo.ru.> и др.

Интерактивные методы направлены на более широкое взаимодействие студентов не только с преподавателем, но и друг с другом. Использование творческих и проблемно-ориентированных заданий, в основе которых лежат принципы организации проектной работы, нацелено на доминирование активности студентов в процессе обучения. Ситуации и темы общения студентов-юристов порождаются потребностями в совместной деятельности, включающей в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и

понимание друг друга. Большие возможности предоставляет использование в обучении аутентичных аудио- и видеоматериалов, ценного образовательного ресурса, позволяющего продемонстрировать употребление лексического материала и грамматических конструкций в процессе естественного общения на фоне соответствующей ситуации, что повышает методический потенциал актуальности информации, позволяя полнее реализовать дидактический принцип наглядности в обучении.

Заведомо парадоксальные материалы побуждают студента-юриста рассказывать, обсуждать, спорить, аргументировать. Речевое высказывание является адекватной реакцией на определенный стимул (ситуацию). Моделирование речевого поведения и соответствующих действий можно интерпретировать следующим образом: ситуация, ряд ключевых слов, соотносимых с определенной ситуацией профессионального общения, с необходимостью вербально выразить понятия, действия, состояния, признаки, особенности в их взаимной связи в виде порождаемых высказываний.

Познавательная активность обучаемых активизируется при создании различных проектов, в ролевых играх, что позволяет успешно интегрировать студентов-юристов в современные проблемы различных отраслей юриспруденции. Такие формы работы дают возможность встраивать их в традиционно сложившийся учебный процесс, создавать элективные курсы, корректирующие и систематизирующие лексико-грамматические навыки и умения студента, развивать его творческое логическое, ассоциативное мышление, актуализировать профессиональные компетенции.

Литература

1. *Басалаева О.Г.* Особенности информационной картины мира как частнонаучной в условиях современной социальной реальности // *Философские науки. Электронный журнал Курского государственного университета* – 2015. № 2 (34) .

2. *Гарипова Г. Р.* Информационная картина мира как социокультурное явление // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015 . № 5. – С. 20-24.

3. *Гарцов А.Д.* Инновационная среда обучения РКИ в условиях формирования сетевого мира // **Русский язык в многополярном мире: новые лингвистические парадигмы диалога культур** – М.: РУДН, 2009. - С. 437 - 441.

4. *Иванова Л. А.* Медиа- и образовательное пространства высшего профессионального образования: прецеденты и феномены взаимодействия. // Проблемы и перспективы формирования образовательного пространства в условиях становления информационного общества. - Иркутск: Изд-во ИрГУПС, 2011. - С. 143-149.

5. **Маклюэн Г.М.** Понимание Медиа: Внешние расширения человека – М.: «Гиперборея», «Кучково поле», 2007.

6. *Муртазина Э.М., Г.Г. Амирова.* Современные теоретические подходы к обучению иностранным языкам: смены парадигм // Вестник Казанского технологического университета –2014. Т.17. № 12. – С.276-279.

7. *Федоров А.В.* Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза – М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЭСКО «Информация для всех», 2007.

8. *Щерба Л. В.* Языковая система и речевая деятельность. – М.: Изд-во «Наука», 1973.

**INFORMATIZATION OF EDUCATION IN THE MODERN
RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE PARADIGM
(Law students as education process subjects and a linguistic
and educational influence object)**

Using Internet resources is a very important and topical task nowadays. The Internet provides fast access to a big corpus of modern and factual legal information that promotes mastering the legal term system and improves the communicative competence of the Law students. Development of IT widens the range of educational tasks and modifies the traditional methods of learning as well as forming a special informational and educational environment for foreign Law students learning Russian.

Keywords: linguistic didactics, Russian as a foreign language, informational and educational space, media space, media competence.

Одинцова И.В.

(Московский университет имени М.В. Ломоносова)

«ADVANCED RUSSIAN: FROM READING

TO SPEAKING. ОТ ТЕКСТА К РЕЧИ»:

УЧЕБНИК И МУЛЬТИМЕДИЙНЫЙ КУРС

В статье рассматривается содержание учебного комплекса «Advanced Russian: from reading to speaking. От текста к речи», состоящего из 2 книг и мультимедийного продукта. Доказывается эффективность использования в процессе обучения традиционных, печатных, и современных, электронных, ресурсов.

Ключевые слова: учебник, художественный текст, мультимедийный, русский язык как иностранный

Учебный комплекс «Advanced Russian: from reading to speaking. От текста к речи», адресуется учащимся продвинутого этапа обучения и состоит из двух книг [Lubensky, Odintsova 2010] и электронного ресурса [Paperno, Lubensky, Odintsova 2010].

«Advanced Russian: from reading to speaking. От текста к речи» является учебным комплексом, так как в нем параллельно предлагается работа по совершенствованию всех видов речевой деятельности учащихся; осуществляется активизация их речевых и языковых навыков как в устной, так и в письменной, как в печатной, так и в аудиовизуальной формах.

Доступ к мультимедийным материалам учащийся приобретает или используя мультимедийный DVD-ROM, или пользуясь веб сайтом <https://lexiconbridge.com/cloud/>. Покупая учебник, учащийся получает серийный номер для использования его для доступа на веб сайт, где он заполняет короткую анкету: свой электронный адрес, имя, фамилию,

пароль для входа. Создав свой аккаунт на сайте, учащийся из списка материалов выбирает на сайте Advanced Russian и печатывает серийный номер. Таким образом учащийся получает возможность пользоваться мультимедийными материалами с любого компьютера или смартфона.

В основе учебного комплекса лежит художественный текст. Для учебника отобраны рассказы известных современных писателей: М. Веллер «Мимоходом», А. Геласимов «Нежный возраст», С. Довлатов «Сергей Довлатов о времени и о себе», М. Мишин «Счастливый» и «История», Д. Рубина «Концерт по путевке "Общества книголюбов"», Л. Улицкая «Явление природы».

Художественный текст (его название вынесено в заголовок главы) является учебным. На его базе строится цикл обучающих упражнений, которые развивают навыки чтения, интерпретации художественного текста; расширяют и углубляют словарь; формируют и автоматизируют грамматические умения. Особенностью учебника является то, что упражнения в нем в основном построены на основе микротекстов; формализованные задания, которые рекомендуется выполнять дома, чередуются с коммуникативными, предполагающими активный выход в речь; динамика появления в учебнике художественных текстов, а также расположение учебного материала внутри главы делают возможным использовать учебник на первом (первая и вторая главы) и втором сертификационных уровнях.

Материалы учебника и мультимедийного диска можно использовать изолированно. Однако в целях преодоления у учащихся языкового барьера, развития уверенности и свободы в общении на предлагаемые в учебнике темы, достижения правильности и беглости речи эти материалы рекомендуется использовать в комплексе.

Все главы учебника идентичны по структуре: каждая состоит из шести параграфов. Число и продолжительность

заданий в параграфах варьируются в зависимости от длины и сложности рассказа.

В первом параграфе «*Слово и текст*» предлагаются задания на снятие лексических трудностей, способных возникнуть при чтении рассказа. Сам рассказ появляется во втором параграфе «*Текст*». Для удобства каждый рассказ разделен на фрагменты, которые обозначены цифрами на полях. Заключают параграф «Примечания», где предлагается лингвострановедческий комментарий; «Идиоматические выражения», суммирующие все идиомы текста с переводом их на английский язык; «Заметки о стиле», в которых кратко характеризуется стилистическое своеобразие рассказа.

В третьем параграфе «*Текст и его смысл*» даются задания на понимание общего содержания текста и его деталей. Параграф четвертый «*Слово и контекст*» содержит лексические задания на активизацию «активного словаря» главы с целью развития у студентов автоматизированного навыка использования новой лексики. Четвертый параграф последних глав учебника содержит дополнительную лексику, которая способствует расширению и углублению доминантной темы. Заключают этот параграф прогностические упражнения на те грамматические темы, которые разрабатываются во Второй книге учебника.

Задания пятого параграфа «*Текст и речь*» посвящены интерпретации художественного текста. Как известно, художественный текст представляет собой сложный конгломерат, в котором глубинный смысл не всегда может быть расшифрован на основе его поверхностной структуры. Прочтение художественного текста предполагает не только знакомство с его сюжетной канвой, но и проникновение в его смысловую структуру. «...чтение – это путешествие сквозь коды» [Барт 2009; 54]. «Читать – значит выявлять смыслы, а выявлять смыслы значит их именовать» [там же; 54].

Во Второй книге «Грамматика. Упражнения. Ключи к заданиям» учащимся предлагаются упражнения по

грамматике. Выбор грамматических тем продиктован, во-первых, самим текстом рассказа (особенностью его грамматического оформления); во-вторых, грамматическими трудностями, характерными для продвинутого этапа обучения. Грамматические темы являются не только предметом специальных параграфов в книге по грамматике (книга Вторая). Эти темы пассивно акцентируются в заданиях на активизацию лексики, а также в заданиях на понимание общего и детального содержания текста рассказа (книга Первая). «Грамматика» содержит комментарии и упражнения к этим комментариям. Примеры, приводимые в комментариях, либо взяты непосредственно из рассказов или основаны на лексике рассказов. Нумерация упражнений зеркально отражает нумерацию соответствующих комментариев, что позволяет, с одной стороны, легко ориентироваться в книге, с другой — рекомендовать «Грамматику» для самостоятельной работы учащихся.

DVD содержит исполнение художественного произведения двумя профессиональными актерами. Чтение рассказа двумя исполнителями дает возможность учащимся познакомиться с разными темпами речи, особенностями произношения, а иногда – и с разной интерпретацией рассказа.

Особый интерес для практики преподавания представляют клипы из современных фильмов, в которых активизируется тема, развиваемая в художественном произведении, а также песни и стихи, отбор которых обусловлен доминирующей темой. Диск содержит более пятидесяти клипов из известных российских фильмов, например: «Курьер», «Доживем до понедельника», «День полнолуния», «Тема», «Вокзал для двоих», «Москва слезам не верит», «Звонят, откройте дверь», «Вершина Визбора», «Осенний марафон», «Калина красная», «Охота на лис» и многие другие. Каждый клип содержит краткую информацию о фильме и его создателях. На диске звучат

песни Ю. Визбора, В. Высоцкого, А. Галича, стихи А. Ахматовой, М. Цветаевой и т.д.

Работа с материалами диска может вестись в трех режимах: видео и текст, только текст, только видео. В зависимости от уровня владения русским языком учащимся может быть предложено сначала посмотреть видеосюжет и рассказать о том, что они поняли. Затем прочитать диалоги из фильма. Потом – еще раз посмотреть клип уже с подстрочником и обсудить его.

Каждый клип сопровождают 2-3 вопроса по его содержанию, интонационному оформлению речи актеров и т.д. Работа над клипами из фильмов может быть самой разнообразной. Например, учащимся может быть предложено дополнить, восстановить, завершить диалоги; рассказать о том, что происходит на экране; прокомментировать увиденное; предположить, что будет дальше и т.д.

На диске также помещены интервью с авторами рассказов. С этими интервью можно работать так же, как и с клипами из фильмов. Перевод и морфологическая характеристика каждого слова в текстах, сопровождающих видеоматериалы, могут быть вызваны во всплывающем окне монитора наведением курсора. Толкование идиом, помеченных в тексте определенным цветом, также можно вызвать на экран с помощью курсора.

Диск включает уникальную серию примечаний и упражнений под названием «Управляемое чтение». Эти упражнения сопровождают рассказ «Ника» В. Пелевина. Полный текст этого рассказа размещен на диске, но не входит в содержание учебника. Аудиовизуальные материалы подходят как для групповой, так и для индивидуальной работы учащихся.

Мультимедийный продукт расширяет возможности обучения. Он позволяет под управлением интерактивного программного обеспечения организовать разрозненную

информацию в тематические блоки; комбинировать печатный текст, графические изображения, звук, видеоряд в одно мультимедийное пространство. Современный учащийся, привыкший к многополярной модели представления знаний, с помощью интерактивного взаимодействия получает возможность выбирать интересующие его в данный момент информационные блоки, самостоятельно управлять процессом обучения.

Литература

1. *Барт Р.* Пер. с фр. Г.К. Косикова и В.П. Мурат. 3-е изд. – М., Академический проект, 2009 – 373 с.
2. *Lubensky S., Odintsova I.* Advanced Russian: from reading to speaking. От текста к речи. Book 1. Texts. Assignments. Dictionary. Slavica Publishers. Indiana University – USA, 2010 – 366 с.
3. *Lubensky S., Odintsova I.* Advanced Russian: from reading to speaking. От текста к речи. Book 2. Grammer. Exercises. Answer Keys to Book 1. Answer Keys to Grammer. Slavica Publishers. Indiana University – USA, 2010 – 246 с.
4. *Paperno S., Lubensky S., Odintsova I.* Advanced Russian: from reading to speaking. От текста к речи. Мультимедийный диск. Slavica Publishers. Indiana University – USA 2010.

ADVANCED RUSSIAN: FROM READING TO SPEAKING. ОТ ТЕКСТА К РЕЧИ»: TEXTBOOK AND MULTIMEDIA COURSE

The article describes the content of the training complex "Advanced Russian: from reading to speaking. От текста к речи", consisting of 2 books and multimedia product. Proved efficiency in learning traditional, printed, and modern, electronic resources.

Keywords: tutorial, artistic text, multimedia, Russian as a foreign language

Е.В. Павлова

(Финансовый университет при Правительстве РФ)

**АКТИВНЫЕ СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ
ПРОЦЕССЫ РУССКОГО ЯЗЫКА В ПОЛИТИЧЕСКОМ
ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ**

В настоящей статье отражены результаты исследования политической интернет-коммуникации. Автор рассматривает новообразования в политическом интернет-дискурсе. Также в данном исследовании были выявлены некоторые продуктивные словообразовательные модели и аффиксы.

Ключевые слова: активные процессы в русском языке, политический дискурс, интернет-коммуникация, словообразование.

Политическая коммуникация выступает как особый вид политических отношений, посредством которого доминирующие в политике субъекты регулируют производство и распространение общественно-политических идей своего времени. Политическая коммуникация имеет свой собственный, особый язык – политический дискурс. Он обслуживает все сферы политической жизни общества, его основная цель – оказать влияние на реципиентов. Различают институциональный политический дискурс, где рассматриваются только тексты, созданные политиками (документы, публичные выступления, интервью и т.п.) и масс-медийный (медийный) политический дискурс, где рассматриваются тексты, созданные журналистами и распространяемые посредством прессы, телевидения, радио и Интернета. К периферии политического дискурса можно отнести тексты, созданные людьми, не являющимися профессиональными политиками или журналистами, а эпизодически участвующими в политической коммуникации. [Кузьмина 2011; 54-55] Именно периферия данного дискурса будет рассмотрена в настоящей статье. Нам представляется интересным исследование периферии медийного

политического дискурса, так как основной сферой его реализации в современном мире является Интернет. Журналисты и обычные люди обсуждают политическую жизнь общества в социальных сетях, в чатах, блогах и т.д.

Активные процессы современного русского языка затрагивают все сферы коммуникации. Особенно динамичный процесс словообразования наблюдается в политической коммуникации. Ему присуще большинство активных словообразовательных моделей и процессов. Это связано с активной политической позицией людей в современном обществе. Интернет-коммуникация способствует обсуждению политических проблем, в связи с чем политический дискурс обогащается всё новыми словами. Интернет в свою очередь становится своеобразным «зеркалом» отражения активных словообразовательных процессов.

Основой для образования новых слов в современном политическом дискурсе становятся имена собственные: первые лица стран, политики, принимающие активное участие в жизни общества. Они являются лицом современной политики, что не может не отразиться в языковом сознании носителей русского языка. Актуальные для словообразования 90-х годов книжные суффиксы –изм– и –изаций– снова становятся активными в политической сфере. Суффикс –изм– образует существительные, называющие общественные течения. Чаще всего эти слова образованы от имен собственных (*путинизм, бушизм, обамизм* и т.д.) Например: *«А тут еще пресловутый «путинизм» – политика силовиков из всемогущего КГБ, отца нынешней ФСБ, политика, направленная только на то, чтобы поиздеваться всласть над креативным «большинством» столицы и крупных городов».* [Электронный ресурс]. Аффикс –изаций– становится формантом для образования существительных, обозначающих явление, получившее широкое

распространение: *путинизация, жиринизация, обамизация*, и т.д. Актуальными основами для производства новых слов в этой сфере оказываются фамилии политических деятелей и президентов. Последователи политиков или организаций называются существительными, образованными от фамилий политических деятелей или организаций, с суффиксами – овец(овц)–: *путиновец, обамовец, игиловец, майдановец, эрдогановец*. Значение данного аффикса можно рассматривать как ‘приверженец определенного политического движения’. Кроме того, тех, кто поддерживает чью-то политику называют, используя суффикс –оид– с негативной коннотацией: *путиноид, эрдоганоид, жириноид, обамоид, каспароид, немцоид, меркелоид* и т.д. Суффикс –оид– не является исконно русским, а пришел в русский язык из греческого, но достаточно освоено в русском языке и является формантом для образования большинства слов. Его значение понятно носителю языка, –оид– дословно «подобный» (Ср. гуманоид). Стоит отметить, что все вышеперечисленные суффиксы, безусловно, обладают оценочностью, которая зависит от того, на какой стороне выступает говорящий, является ли он сторонником или противником этого явления. Чаще данные новообразования имеют негативную оценку. Негативная оценка обладает маркированностью в языке, а, следовательно, мотивирует к активному словотворчеству. Таким образом, сфера политики остается благодатной для образования новых слов и появления у аффиксов более точных значений.

Также к образованиям от собственных имён относятся некоторые окказионализмы. Окказионализмы (от лат. *occasionalis* — случайный) возникают под влиянием контекста при особом коммуникативном задании, они специально «придумываются». Повышенная выразительность окказионализмов обеспечивается их необычностью на фоне нормативных канонических об-

разований. Оказиональное словотворчество обнаруживается на всех уровнях языковой системы, но более всего в области лексики и словообразования. В современной речевой практике, особенно в непринужденном разговорном стиле общения, в буквальном смысле ощущается настроенность на изобретательство, на поиск «невиданного» (В.Г. Костомаров) в словопроизводстве. Часто окказионализмы создаются ради игры слова, оригинальничания, такие образования всегда оценочны, представляют собой иронизирующие перифразы. Оказиональные новообразования привлекают своей нестандартностью, неожиданностью, оригинальностью. Одноразовость окказионального слова противопоставлена воспроизводимости канонического слова. Оказиональное слово всегда творимо непосредственно и ради определенного контекста. Оно не претендует на повторное воспроизведение и всегда привязано к случаю. [Валгина 2001; 165]

Сомнительная экономика, предлагаемая различными политиками и президентами, получает имя своего основателя, то есть имя того политического деятеля, который ее продвигает. Данные понятия образуются путем соединения фамилии политического деятеля или президента и слова экономика по модели *'Путин + экономика = путиномика'*. Таких слов много в современном политическом дискурсе: *иваномика, кудриномика, жириномика, козакономика, обамомика, эрдоганомика, медвеномика, чубайсомика* и т.д. Данные новообразования можно встретить в интернет-сфере: на форумах, где обсуждают политику; в интернет-блогах людей, причастных к политике или общественной жизни. Например, в социальной сети в комментариях к новостной статье об отношениях России и Америки: *«А у США, при госдолге более 16 трлн \$ - экономика или обамомика? Ведь этот пузырь всё равно лопнет, несмотря на "оттягивание конца"!»* [Электронный ресурс]. В новостных лентах тоже активно употребляют эти окказионализмы. Например, газета

«Московский комсомолец» опубликовала в 2009 году статью под названием «От “путиномики” к “медвеномике”». [Роганов 2012; Электронный ресурс]. Стоит отметить, что вышеприведенные окказионализмы являются оценочными словами, которые чаще используются для критики экономической системы, созданной политическим деятелем.

В заключение заметим, что использование окказиональных слов всегда оправдано сложившейся в обществе ситуацией. А именно отсутствием наименования для определенного явления, события, в особенности, когда это явление оказывается дискуссионным. В целом словообразовательная система русского языка становится благодатной почвой для образования всё новых и новых слов, так как в ней имеется огромное количество словообразовательных моделей. Использование этих моделей в политическом дискурсе обусловлено особенностью данной сферы коммуникации.

Литература

1. Валгина Н.С. Активные процессы в современном русском языке // Учебное пособие. Москва: Логос, 2001. С. 165
2. Электронный ресурс «Глава Гарвардского института: Народ России сыграл ведущую роль в мировой истории»./Махпарк.URL:<http://maxpark.com/community/politic/content/3102523>. (Дата обращения: 17.04.2017)
3. Кузьмина С.В. Политический дискурс как неотъемлемая часть политической коммуникации// Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология. № 2, том 11. – Саратов, 2011. – С.54-55
4. Электронный ресурс От «путиномики» к «медвеномике»//МК RU. URL:<http://www.mk.ru/economics/article/2009/08/25/339728-ot-putinomiki-k-medvenomike.html> (Дата обращения: 17.04.2017)
5. Роганов С. Неброский феномен русской политики // Известия, Электронный ресурс (Дата обращения: 10.07.2012).

ACTIVE WORDBUILDING PROCESSES OF RUSSIAN LANGUAGE IN POLITICAL INTERNET DISCOURSE

This article reflects the results of research in political Internet communication. The author observes new words in political Internet discourse. Some active wordbuilding models and affixes are although revealed in this research.

Keywords: active processes in Russian language, political discourse, Internet communication, wordbuilding.

Пак Сочжон

(Российский университет дружбы народов)

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА В РАЗВИТИИ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ (SOCIAL MEDIA IN THE DEVELOPMENT OF MASS COMMUNICATION)

В статье освещен процесс развития социальных медиа в массовой коммуникации. Данное исследование рассматривает их как средство массовой коммуникации, а также исследует их формирование в контексте развития теории массовой коммуникации.

Ключевые слова: массовые коммуникации, филология, общение, средства массовой информации, влияние

Понятие «массовая коммуникация» подразумевает под собой важный процесс обмена информацией. Благодаря развитию информационных технологий в 2000-х годах на базе интернета коммуникация начала воздействовать на массы населения; более того, информация для многих с невероятной скоростью начала приобретать такие характеристики, как публичность, универсальность, социальная актуальность, периодичность [Майкова 2007].

Нужно отметить, что процесс коммуникации представляется семиотическим знаком. В знаковом сообщении зашифровывается соответствующее содержание, которое и передается посредством языка, но при получении

этого сообщения его требуется понять его, раскодировать [16]. То есть, по мере развития коммуникативной технологии, язык начал служить средством для общения людей и основой развития средств массовой информации.

Итак, исследование массовой коммуникации приобрело свою актуальность после появления средств массовой информации, которые способствовали распространению фильмов и радио в обществе, как правило, начиная с 1920-х годов. В обществе появились новые интерактивные виды общения, в том числе и общение с помощью аудиовизуальных образов через систему телекоммуникации. В широких масштабах на формирование феномена массовой коммуникации в социальной среде повлияло появление новых поисковых систем Google и Youtube, что привело к смене парадигмы массовой коммуникации.

Так же появление новой информационно-коммуникативной среды оказало влияние на формирование информационного общества и укрепило роли СМК, позволяя стремительно публиковать информацию и повысить доступность медиа, и усиливая тенденции «глобализации».

Более того, внедрение Web 2.0 привело к социальному буму. Социальные медиа и социальные сети являются средством общения между коммуникатором и потребителем информации, причем они могут выступать одновременно площадкой для общения как больших социальных групп, так и сервисом для переписки отдельных индивидов [Битков 2012]. С помощью технологии Web 2.0 социальные медиа приобрели характер информированности и стали частью виртуальных сообществ [Тоискин 2012]. «Так, коммуникатор может оставить за потребителями информации право на обратную связь, поэтому в коммуникации будет наблюдаться попеременная смена направленности информации и коммуникативных ролей. С другой стороны, коммуникатор этого права своих

потребителей может лишить. Тогда мы видим однонаправленность информации и фиксирование коммуникативных ролей». [Битков Л.А. 2012; 36-38.] К примеру, социальная сеть «Твиттер» была разработана в формате микроблогинга, позволяющего сервис онлайн публикации короткого сообщения, ограниченного количеством символов.

В итоге, новые информационные технологии и широкое внедрение социальных медиа способствовало тесному сплетению людей во всемирной паутине. Самыгин С.И. и Попов М. Ю. пришли к выводу, что «...данные тенденции влияют на формирование принципиально новой модели общества, в которой доминируют горизонтальные сетевые коммуникации» [Самыгин С. И., Попов М. Ю. 2010; 46-49]. В этом контексте социальные медиа, с точки зрения участников коммуникации, в отличие от традиционной коммуникации в средствах массовой информации имеют 1) высокую доступность; 2) низкий шум(noise) (относительно слабую социальные ответственность); 3) эффективность; 4) оперативность; 5) мобильность.

Однако согласно модели диффузии инноваций, обмен информацией при помощи сообщений в СМК распространяет знание о новых явлениях, предметах, идеях и способствует их принятию аудиторией. То есть, особенно сильным влияние СМК будет на когнитивное, эмоциональное поведение человека [Гулевич 2007]. Кирьякова Н. А. рассматривает социальные сети как функционально имеющие возможность приносить много пользы человеческому обществу. Тем не менее, нельзя не принимать во внимание возможности негативного воздействия на коммуникативные и социальные навыки личности [Кирьякова 2017].

Можно сделать общий вывод, что развитие массовой коммуникации породило новые формы общения в рамках социальных сетей, включая в себя несколько характеристик,

отличающих это явление от традиционных СМИ [Битков 2012]. Так же ослабление старых (традиционных) информационно-коммуникационных технологий привело к повышению эффективности интернет-сообщества как коммуникационного канала [Селезнев 2013].

Литература

1. *Katz E., Gurevitch M., Haas H.*, (1973) On the use of mass media for important things. *American Sociological Review*, 38, 164-181
2. *Битков Л.А.* Социальные сети: между массовой коммуникацией и межличностным общением / Журнал Вестник Челябинского государственного университета Выпуск № 28 (282) / 2012, стр. 36-38.
3. *Гулевич О.А.* Психология коммуникации. — М.: Московский психолого-социальный институт, 2007.— 384 с. ISBN 978 5 9770 0178 6 (МПСИ).
4. *Кирьякова Н.А.* Влияние социальных сетей на развитие коммуникативных способностей подростков // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 29. – С. 161–168. – URL: <http://e-koncept.ru/2017/770833.htm>.
5. *Майкова В.П.* научной статьи по массовой коммуникации, журналистике, средствам массовой информации, автор научной работы
6. *Тоискин, В.С.* Классификация социальных сетей Интернет, как элементов социальных структур / В. С. Тоискин, В. В. Красильников. – Режим доступа: <http://econf.rae.ru/article/7041> (дата обращения: 16.12.2012).
7. *Селезнев Р.С., Скрипак Е.И.* Социальные сети как феномен информационного общества и специфика социальных связей в их среде // Вестник Кемеровского Государственного университета. 2013. №2-3 (54). С. 125-131.
8. *Самыгин С.И., Попов М.Ю., Загутин Д.С.* Социальные сети как социальный институт социализации молодёжи. // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2010. – С. 46-49
9. http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Social_media&oldid=458549677
10. <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D1%86>

%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B5
_%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B0#cite_note-1

11. <http://prinfo.ru/modules/Articles/article.php?storyid=68&storypage=2>

12. <https://studfiles.net/preview/5819877/page:18/>

13. <http://buklib.net/books/30090/>

14. <http://vocabulary.ru/termin/modeli-smk-model-volshebnoipuli-lassuella.html>

15. <https://textbooks.studio/uchebnik-teoriya-politiki/lassuellteoretik-smk.html>

16. <https://studfiles.net/preview/1671897/page:5/>

SOCIAL MEDIA IN THE DEVELOPMENT OF MASS COMMUNICATION

The article highlights the process of social media development in mass communication. This study considers them as a means of mass communication, and also explores their formation in the context of the development of the theory of mass communication.

Key words: mass communications, philology, communication, mass media, influence.

Ф.И. Панков

*(Московский государственный университет имени
М.В. Ломоносова)*

РУССКИЕ ДИМИНУТИВЫ И ИНТЕРНЕТ

Активное использование диминутивов в речи в целом и в рунете в частности является чертой русской языковой картины мира. Их функционирование определяется семантикой лексем, которые выражают субъективные, эмоционально-экспрессивные смыслы.

Ключевые слова: диминутивы, языковая картина мира.

Человечек – это звучит горденько (Интернет)

Однажды во Вьетнаме я получил в подарок от декана факультета русского языка Ханойского университета Ле Ван Няна книгу его стихов. Одно из его поэтических творений,

написанных по-русски, называлось так: «Уменьшительно-ласкательные слова». Приведу его почти целиком:

Иностранцы говорят:
русские такие странные —
уменьшают всё подряд,
даже *утречко* туманное!
Матушку великих рек
называют *Волгой-реченькой*,
а любимый человек
в семьдесят для многих *Петенька*.
Всем прогнозам вопреки
греет *солнышко* в *февральчике*,
соберутся *старички* —
все там *девочки* да *мальчики*.
— Мне в такой *денёк*, *дружок*,
со *сметанкой* бы *окрошечку*!
— *Миленький*, поешь *разок*
сальца и с *лучком картошечки*...

Диминутивы нередко встречаются также в русском фольклоре и в соответствующих литературных стилизациях. Так, в поэме М.Ю. Лермонтова «Песня про ... купца Калашникова» автор использовал лексемы *ноженьки*, *листочек*, *голубушка*, *головаушка*, *матушка*, *одинёшенька*.

Явление диминутивности у иностранцев вызывает удивление, а у многих русских – раздражение. На различных интернет-форумах нередко обсуждается вопрос, который однозначно формулирует негативное отношение пишущих к диминутивам: «Почему мы так не любим уменьшительно-ласкательные формы слов?» Вот что пишет один из авторов: «Люди, «уменьшающие» слова, как известно, подстерегают нас на каждом шагу. Придешь в кино – а тут тебя поджидают «билетики». Откроешь решительно дверь в фитнес-клуб – и бросится в глаза написанный огромными буквами призыв «выпить *фрешик* на баре». Расположишься в ресторане в предвкушении ужина – и получишь удар под

дых в виде «лососика с гарнирчиком». Словом, деваться некуда. Что же остаётся? Противодествовать»

Об одной из форм такого противодействия рассказал современный писатель Андрей, который вспоминает известную историю о том, как слово *сосулька* вдруг превратилось в слово без суффикса *к-*: «Помню, наш прежний губернатор, крупная чувственная женщина, однажды назвала их сосулями – видимо, из уважения к огромному свисающему размеру». Тут же родилось и стихотворение пользователя Живого Журнала с ником shaptchits:

*Срезают лазером сосули,
В лицо впиваются снежины.
До остановки добегу ли,
В снегу не утопив ботины?
А дома ждёт меня тарела,
Тарела гречи с белой булой;
В ногах – резиновая грела,
И тапы мягкие под стулом.
В железной бане – две селёды,
Торчат оттуда ложка с вилой.
Есть рюма и бутылка с водой,
Она обед мой завершила.
Я в кружу положу завары,
Раскрою «Кобзаря» Шевчену –
Поэта уровня Петрары
И Валентины Матвиены.*

То, что диминутивы являются одной из характерных особенностей русской языковой картины мира, сразу замечают иностранцы. Объяснения преподавателей их не удовлетворяют, так как разговоры о выражении значения уменьшительности размера убедительны лишь при обозначении материальных объектов предметными существительными, и то не всегда: *дом* и *домик* – понятно, однако только *ручка гелевая, дверной глазок, игольное ушко,*

носик чайника, иляпка гвоздя, коленка (хотя есть и *колено*), в технике *кулачок механизма*, в научном дискурсе *коленная чашечка, шейка матки и бедра*. Не может быть **руки гелевой* или **дверного глаза*, а также, как в приведённом пародийном стихотворении, *снежины, ботина, тарелы* или *кружи*. А *зонт* и *зонтик*, *колено* и *коленка* обязательно разные по размеру?

Для начала вспомним, что такое диминутивы. О них, кажется, знают все, однако определить понятие оказалось непросто: такого термина вообще нет в большинстве словарей лингвистических терминов.

А в «Словаре-справочнике лингвистических терминов» Д.Э. Розенталя и М.А. Теленковой представлена дефиниция термина «деминутив»: это «уменьшительно-ласкательная форма слова. *Медвежонок, ручка, столик*» [Розенталь, Теленкова 1985: 61]. Википедия определяет понятие так: «Диминути́в или деминути́в – слово или форма слова, передающие субъективно-оценочное значение малого объёма, размера и т. п., обычно выражаемое посредством уменьшительных аффиксов, напр.: *шка́фчик, до́мик, клю́чик, статуэ́тка*. Значение уменьшительности также может сопровождаться различными эмоционально-экспрессивными окрасками (эмоционально-экспрессивной окраской – Ф.П.) – ласкательности (уменьшительно-ласкательная форма), напр.: *дочу́рка, маму́ся, бабу́ля, ко́шечка*; или уничижительности (уменьшительно-пренебрежительная форма, или пейоратив), напр: *люди́шки, наро́дишко*. Во многих языках есть диминутив существительного, а в некоторых (в том числе в русском) – и прилагательного, напр.: *ми́ленький, чи́стенъкий*» (<https://ru.wikipedia.org/wiki/диминутив>). Однако, как нам представляется, это не форма слова, а самостоятельное слово со своим позиционным, текстовым и актуализационным потенциалом. И только ли существительное и прилагательное может быть диминутивом?

Итак, предложим собственную дефиницию термина: диминутивы – слова с так называемыми уменьшительно-ласкательными суффиксами. Диминутивы есть среди самых разных частей речи: не только среди существительных (*домик, садик, столик*) и прилагательных (*миленький, добренький, умный*), но и наречий (*давненько, долгонько, красивенько, частенько*), глаголов (*баиньки, кушанькай, спатки, спатеньки*), местоимений (*никогохонько, ничегоохонько, никогошенько, ничегоошенько*) и даже междометий (*аханьки, оханьки*).

И.Г. Милославский считает, что в нашем нездоровом отношении к диминутивам виновата школа. На уроках русского языка, как правило, не объясняют, что уменьшительно-ласкательные суффиксы используются не только для того, чтобы обозначить размер предмета. Они нужны, чтобы показать уважительное, внимательное отношение и к предмету, и к собеседнику: **“Именно такое отношение к гостю стремится выразить в застолье хозяин, предлагающий супчик, буженинку с хренком, чаёк с вареньицем или конфеткой. Таким же образом сейчас ведут себя и многие работники сферы бытового обслуживания. В парикмахерской говорят волосики, бровки, височки, маникюрчик»** [Милославский 2013]. Так ли это? Для всех ли случаев это верно?

На наш взгляд, диминутивы со значением срока (названия единиц измерения времени) типа *секундочка, минутка, минуточка, часик, часок, часочек, денёк, денёчек, неделка, неделечка* и др. не столько создают «атмосферу повышенной доброжелательности» или выражают «позитивную оценку предмета или явления», как писала В.А. Кузьменкова [Кузьменкова 2007; 39], сколько передают модусный смысл ‘недолго’: *Полусонные пассажиры заняли места и приготовились ещё часок подремать до Москвы, несмотря на совершенно изумительное утро; Нам после годичной разлуки часок свиданья короток казался*

(Н. Некрасов); *Приезжай хоть на денёк* (А. Пугачёва). Доброжелательное отношение говорящего к собеседнику либо «позитивную оценку предмета или явления» выражают скорее диминутивные лексемы со значением ‘время суток’ типа *вечерок, ночка, утречко: Э-э, послушал бы ты меня как-нибудь вечерком, попозже, – усмехнулся отец, – сплошные разговоры* (Рэй Брэдбери, перевод).

Как видим, активное использование в речи диминутивов в целом и диминутивных наречий в частности как эмоционально окрашенной лексики является яркой особенностью русской языковой картины мира. Их функционирование определяется семантикой лексем, которые выражают субъективные, эмоционально-экспрессивные смыслы. Диминутивы обладают ограниченным коммуникативным потенциалом, дефектной актуализационной парадигмой и тяготеют к сильной коммуникативной роли (позиции) фокуса ремы.

Литература

1. Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка. – М., 1955.
2. Всеволодова М.В., Панков Ф.И. К вопросу о категориальном характере актуального членения и его роли в русском высказывании. Статья первая. Общие проблемы // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 9. Филология. 2008. № 6. С. 9–33.
3. Всеволодова М.В., Панков Ф.И. К вопросу о категориальном характере актуального членения и его роли в русском высказывании. Статья вторая. Коммуникативная парадигма слова // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 9. Филология. 2009. № 1. С. 9–33.
4. Красильникова Л.В. Словообразовательный компонент коммуникативной компетенции иностранных учащихся-филологов: на материале суффиксальных существительных. Монография. – М., 2011.
5. Кузьменкова В.А. Диминутив как средство выражения имплицитных смыслов высказывания // Язык. Сознание. Коммуникация. Т. 34. – М.: МАКС Пресс, 2007. С. 38–44.
6. Милославский И.Г. Говорим правильно по смыслу или по форме? – М., 2013.

7. Панков Ф.И. Морфо-синтаксические типы русских наречий // Лінгвістичні студії: Зб. наук. праць. Випуск 15 / Укл.: Анатолій Загнітко (наук. ред.) та ін. – Донецьк, 2007. С. 174–182.

8. Розенталь Д.Э., Теленкова М.А. Словарь-справочник лингвистических терминов (пособие для учителей). – М., 1985.

9. Сафронова А.А. Функционирование русских диминутивов-существительных в зеркале испанского языка. Курсовая работа. Научный руководитель – Ф.И. Панков. – М., МГУ, 2017.

Интернет-источники

1. Википедия (<https://ru.wikipedia.org/wiki>).
2. <http://www.pravmir.ru/utrom-mazhu-buterbrodik-srazumysl-a-kak-narodik/>.

RUSSIAN DIMINUTIVES AND INTERNET

Active use of diminutives in the speech as a whole and in Runet in particular is a feature of Russian linguistic picture of the world. Their functioning is determined by the semantics of the lexemes that express a subjective, emotional and expressive meanings.

Keywords: diminutive, linguistic picture of the world.

В.Н. Пархоменко

*(ГБОУ «Белгородский инженерный юношеский
лицей-интернат»)*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ОБУЧЕНИИ КОМПЛЕКСНОМУ АНАЛИЗУ ТЕКСТА ДЕТЕЙ С ОВЗ НА УРОКАХ РУССКОГО ЯЗЫКА И ЛИТЕРАТУРЫ В УСЛОВИЯХ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ

В данной статье рассматриваются различные формы использования ИКТ- технологий на уроках русского языка и литературы для обучения комплексному анализу текста при индивидуальном дистанционном обучении детей с ОВЗ.

Ключевые слова: текст, комплексный анализ текста, информационные технологии, презентация, электронные

ресурсы, дистанционное обучение, обучающиеся с ОВЗ, индивидуальный подход

Использование ИКТ является основным при дистанционной форме обучения. При этом учитель становится руководителем, координатором, консультантом, к которому обращаются как к авторитетному источнику информации, как к эксперту [Бухаркина 2008; 96]. Внедрение ИКТ на уроках русского языка и литературы при индивидуальном обучении детей с ОВЗ осуществляется по следующим направлениям: создание презентаций к уроку; работа с ресурсами Интернета; работа на Гугл-диске, использование готовых обучающих программ; разработка и использование собственных авторских программ.

Сегодня все более актуальным в образовательном процессе становится использование в обучении технологий, приемов и методов, которые формируют умения самостоятельно добывать знания, собирать необходимую информацию, выдвигать гипотезы, делать выводы и умозаключения. А совместная работа стимулирует учащихся к ознакомлению с разными точками зрения на изучаемую проблему, к поиску дополнительной информации, к оценке получаемых собственных результатов. Очень популярной формой работы в такой ситуации является комплексный, или разноаспектный анализ текста.

При выполнении комплексного анализа текста можно эффективно использовать электронные ресурсы. При этом на экран выводится текст и задания к нему, параллельно дается аудиозапись этого же текста. Восприятие текста на слух часто вызывает трудность у обучающихся, поэтому данная форма работы очень помогает при подготовке к экзамену по русскому языку. Создание обучающимся собственных вторичных текстов удобно проводить в режиме демонстрации экрана, что позволяет сильно повысить уровень самостоятельности при выполнении работы и облегчить контроль.

Одной из самых распространенных форм работы на уроке литературы можно назвать работу с компьютерными презентациями, выполненными в программе PowerPoint. Цели, преследуемые педагогом, могут быть разными. Основная функция презентации - служить наглядным материалом. При этом демонстрируются портреты писателей, иллюстрации к произведениям, фотографии, оживляющие ход урока, пробуждающие у обучающихся интерес к литературным произведениям, позволяющие образно представить жизнь и личность писателя. Вторая функция презентации - информативная. Цели урока, задания, вопросы, схемы различных видов разборов можно вывести на экран, чтобы предоставить учащимся возможность самостоятельно работать с ними.

При этом презентация может служить как основной формой проведения урока (когда она несет значительную часть информационной нагрузки), так и дополнительной (как наглядное пособие или опорный конспект).

Предлагается также дополнять уроки русского языка работой с текстами по специально составленному алгоритму, который отличается тем, что позволяет не только проанализировать функциональные возможности языковых единиц в тексте, но и использовать эти языковые единицы при создании собственного (вторичного) текста. Для комплексного анализа учащимся можно предлагать отрывки как из художественных произведений, так и из публицистических эссе. Выбрав текст, ученик сам выбирает те вопросы, Таким образом, предложенный учителем алгоритм анализа текста обеспечивает «перевод» комплексного анализа текста в разряд упражнений, при выполнении которых учащийся хорошо представляет себе, где на практике можно использовать эту информацию. Благодаря комплексному анализу текста школьник учится использовать факты языка в процессе общения – у него формируется коммуникативная компетенция. Данные тексты

должны сопровождаться вопросами, которые, по нашему мнению, способствуют совершенствованию как коммуникативной, так и речевой компетенции.

В комплексном анализе текста сочетаются наблюдения над характеристиками текста и различные виды лингвистических разборов - морфологическим, лексическим, фонетическим, пунктуационным, орфографическим. Схемы этих разборов также даны в электронном варианте. Для анализа текста индивидуально подбираются вопросы по орфографии и пунктуации, отвечая на которые, ребенок должен использовать знания, полученные ранее. Ученик, исследуя предложенный текст и пытаясь охарактеризовать его как единое целое, работает то с отдельными словами, то с предложениями, то с высказываниями великих людей, текстами из художественной литературы, видит перед собой образец речи, может использовать его в жизни.

Главный результат работы, которую выполняет школьник в процессе анализа текста, - это умение самостоятельно понять замысел текста, объяснить те приемы и средства, которыми автор достигает реализации своего замысла, объяснить влияния грамматических и стилистических средств выразительности для создания художественного образа, сочинить собственные тексты, адекватные заданной речевой ситуации. В процессе комплексного анализа текста проводятся следующие виды языкового разбора: фонетический, лексический, морфемный, словообразовательный и этимологический, морфологический и синтаксический, стилистический.

Работу с текстом необходимо начинать с 5 класса. По форме это может быть сочетание самостоятельной работы обучающегося и диалога с учителем, а также работа с несколькими учащимися в режиме видеоконференции. Ведущей в уроке русского языка, я в этом глубоко убеждена, должна быть работа с текстами больших художников слова. В 5 классе можно предложить работу по составлению

словарных диктантов самими учащимися, когда со словами, которые я даю, надо составить словосочетания, обязательно используя примеры из стихотворений и прозы известных писателей. Удобно использовать материал из тех произведений, которые изучаются в данный момент по литературе, научно-популярные тексты. Кроме того, можно выбирать материал из текстов учебников по другим предметам (история, география, биология). Так постепенно накапливается «текстотека» - электронный сборник текстов с индивидуально подобранными вопросами, которые дают возможность активизировать работу учащегося, создать ситуацию, когда обучающийся участвует в диалоге, принимает участие в «исследованиях». Например, при изучении темы «Лексика» можно провести «исследование» текста. С этих уроков начинается систематическая работа с разного рода словарями (Толковый, синонимов, фразеологизмов).

Начальный этап работы над анализом текста чаще всего мы проводим в форме диалога обучающегося с учителем. Дальнейшая работа – по выбору: самостоятельная или в форме дискуссии, на уроке или домашняя, полная или частичная. При этом используются электронная библиотека, электронные словари ([/slovarozhegova.ru](http://slovarozhegova.ru), efremova.info, synonymonline.ru и др.).

Комплексный анализ текста можно считать одним из этапов подготовки к изложению или устному пересказу текста. Это особенно актуально, когда вследствие особенностей развития обучающийся с ОВЗ не может писать или печатать.

Кроме того, комплексный анализ текста — это одна из форм проверки знаний, умений и навыков учащихся и готовности к экзамену. Обучающиеся с ОВЗ чаще всего выбирают ГВЭ, когда в форме выпускного экзамена отсутствуют тестовые задания, но есть задание написать сжатое изложение по тексту в объеме не менее 70 слов и дать

развернутый ответ на вопрос (сочинение не менее 200 слов). Преодолеть трудности этой подготовки ученик сможет, если он хорошо владеет навыком комплексного анализа текста. На основе комплексной работы с текстом можно и написать сжатое изложение, и подготовиться к сочинению–рассуждению.

Переход к работе с текстом на компьютере обучающимися с ОВЗ, конечно, не может рассматриваться как всемогущее средство развития письменной речи детей. Но, как отмечает А. Алещенко, «в силу своих особенностей компьютерная технология, несомненно, помогает мотивировать ребенка к трудной для него работе над построением текста» [Алещенко 2012; 46]. И комплексный анализ текста позволяет перенести акцент в работе с текстом с переписывания готовых текстов на их осмысленное редактирование, сделать собственную речь предметом анализа, обеспечить значительно больший, нежели в традиционном обучении, опыт экспериментирования с языковым материалом. При умелом наставничестве педагога подросток учится среди обилия информации в Интернете находить нужную, учится обрабатывать эту информацию, что является наиболее важной задачей. Использование ИКТ на уроках делает урок интересным, более эмоционально окрашенным, может снять напряжение даже при изучении сложнейших тем. Ведь гораздо интереснее увидеть, услышать и обсудить, чем просто услышать.

Литература

1. *Полат Е.С., Бухаркина М.Ю.* Современные педагогические и информационные технологии в системе образования: учеб. пособие для студ. вузов. – 2-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2008
2. *Алещенко С.В.* Использование средств ИКТ для дистанционного образования детей с ОВЗ: методические рекомендации для педагогов, специалистов образовательных учреждений, родителей. Томск, 2012.

3. <https://nsportal.ru/shkola/raznoe/library/2016/11/11/opisanie-metodicheskoy-sistemy-uchitelya-russkogo-yazyka-i>

**THE USE OF INFORMATION TECHNOLOGIES
IN TEACHING THE COMPLEX ANALYSIS
OF THE TEXT OF CHILDREN WITH DISABILITIES
ON THE LESSONS OF RUSSIAN LANGUAGE
AND LITERATURE IN THE CONDITIONS
OF DISTANCE LEARNING**

This article discusses different forms of use of information technologies at the lessons of Russian language and literature for teaching the complex analysis of the text during individual remote training of children with disabilities.

Keywords: text, complex text analysis, information technology, presentation, e-resources, distance education, students with disabilities, individual approach

Пензина А.И.

(Российский университет дружбы народов)

**ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКА –
ЭВОЛЮЦИЯ ИЛИ РЕВОЛЮЦИЯ?**

Статья посвящена философскому осмыслению интернет-журналистики в современном обществе, которая вносит новые изменения в структуру деятельности СМИ, а также новые формы отношений между СМИ и обществом. Показано, что развитие интернет-журналистики имеет как положительное, так и отрицательное влияние на аудиторию, а также на институт журналистики как таковой.

Ключевые слова: эволюция, революция, интернет-журналистика, конвергентная журналистика.

Современный мир стремительно развивается. С приходом новых технологий в жизнь человека появляются вопросы, ответить на которые удастся не сразу, а лишь анализируя перемены по прошествии времени.

Войдя в сетевое пространство в 90-е годы XX века, сложно было ответить на возникший вопрос – как Интернет повлияет на жизнь человечества? Сегодня же можно с

уверенностью сказать – войдя в сетевое пространство люди открыли для себя грандиозное количество возможностей – получение знаний, моментальный доступ к новой информации, общение со всем миром в режиме онлайн и не только. А развитие технологий позволило удержать всё это буквально в наших руках – все эти возможности умещаются в современных смартфонах.

Стремительные перемены конца 90-х гг. XX века – начала XXI не обошли стороной ни одну сферу деятельности человека. Открытия в сферах наук, производства облегчают нашу жизнь – и это факт. Но порой, позитивные тенденции приводят к изменениям в структуре нашей жизни, особенно в профессиональных сферах деятельности. Многие профессии утратили значение или исчезли с рынка труда. И не всегда эти профессии заменены новыми предложениями, а если и заменены, то требуют специальных навыков. В итоге, человечеству приходится трансформироваться вместе с возникающими условиями и поспевать за прогрессом. Удастся ли? Сказать порой сложно.

Журналистика и сетевой прогресс

Одной из сфер, которую затронул технический прогресс и появление Интернета, стала журналистика. Возможности Сети были по-настоящему оценены теми, кто понял ее всеобъемлющую доступность, а главное быстроту отправки и получения информации.

Первым изданием, сделавшим шаг на пути к сетевому и информационному прогрессу, стала влиятельная британская газета «Financial Times» («Файненшиал Таймс») в 1995 году.

В статье «FT at 125: The world in focus» («Financial Times: 125 лет в курсе событий») Лайонел Барбер (Lionel Barber) описывает с какими трудностями пришлось столкнуться.

«В те времена нашим вдохновителем был Питер Мартин, один из нескольких продвинутых сотрудников,

нанятых сэром Джеффри Оуэном. Он пришел к нам из журнала Economist и в дальнейшем исполнял обязанности редактора, заместителя главного редактора и главного редактора сайта FT.com. Питер раньше всех убедился в эффективности виртуальных поисковиков, способных трансформировать способы получения информации. В одной из своих статей Питер коснулся темы новостного бизнеса и краха доткомов.

Со временем оказалось, что интернет-проекты были несовершенны с технической точки зрения, либо слишком затратны.

Выводы, сделанные Питером Мартином оказались пророческими и актуальными даже в наши дни. Питер рассуждал об устойчиво функционирующих технологиях, о создании более эффективных бизнес-моделей, взаимопроникновении «реального» и виртуального миров, устойчивой широкополосной связи, а также о появлении великого множества гаджетов, подключаемых к сети через постоянное соединение, — словом, ожидается множество всяких инноваций. Однако, по мнению Питера, инвесторы будут неохотно инвестировать в эти инновации⁷».

Пример FT был подхвачен и остальными влиятельными газетами и журналами, а вскоре и большинство теле- и радиопрограмм поддались этой тенденции.

Интернет-журналистика – это эволюция?

Преимущество, которое давал сайт, заключалось во всеохватности аудитории, в какой стране она бы не находилась, а также в скорости передачи этой информации. Сегодня большинство изданий не представляют своей деятельности без интернет-версий своих газет, журналов, каналов и радиопередач. Сайты и интернет-версии дают безграничные возможности общения между читателями и

⁷ Барбер Лайонел. Financial Times: 125 лет в курсе событий. URL: <https://inosmi.ru/world/20130216/205945818.html>. Дата обращения: 22.02.2018

подписчиками – комментарии, блоги, мгновенная обратная связь упрощают отношения между редакцией и читателями, помогая тем самым изучать аудиторию, что нравится читателям и зрителям, какие тенденции существуют в обществе, на какие темы стоит сделать упор, какие вызывают больший интерес и пр.

Для аудитории главным является простота и удобство получения информации. Сегодня она доступна 24 часа в сутки и обновляется с каждой минутой; информация сохраняется в архиве издания – читатель или зритель может вернуться к ней в любое время и уточнить данные.

С увеличением объёма контента появились новостные ленты, содержащие в себе лишь заголовки статей и заметок – аудитория сама решает, интересна ли ей данная новость или нет. Таким образом получение информации еще более упростилось и сэкономило время читателей.

Развитие сферы удобных приложений для мобильных телефонов дало возможность аудитории выбирать для себя именно те источники, которым она доверяет и получать новости именно от выбранных изданий.

С нововведениями пришли и новые понятия. Сегодня все вышеперечисленные преимущества соединяются в одно понятие – конвергентная журналистика.

Конвергентная журналистика (англ. *Convergence journalism*) — это процесс слияния, интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс. Сегодня современные медиа-компании расширяют свой спектр информационных и развлекательных продуктов и используют при этом "новые" формы подачи медиапродукта: онлайн газета, радио в интернете, веб-телевидение.

Под эти новые условия должны подстраиваться не только аудитория, но и современные журналисты.

Журналистика – это революция?

Если эволюция – это понятие, описывающее постепенные естественные процессы развития той или иной области, то революция – это внезапные перемены, переворот в физическом или нравственном мире, прерывающий естественное развитие вещей. С точки зрения временных рамок – 20 лет развития журналистики в рамках развития Интернета и новых технологий – это много или мало? А вот качественные изменения, произошедшие за это время уже можно проанализировать.

Как в любых переменах есть свои плюсы и минусы, так и с приходом журналистики в сетевое пространство связано очень много структурных изменений.

Журналист как представитель профессии должен уметь подстраиваться под новые условия. Быть одновременно и писателем, и продюсером, и режиссером, и аналитиком. Использовать разные форматы и постоянно учиться. Только так он может быть конкурентоспособным на рынке труда.

Однако, это не гарантирует, что журналист как автор сможет сохранить своё имя в условиях конвергентной журналистики. Сегодня всё чаще личность, стоящая за текстом, любым медиатекстом, будь то печать, радио, телевидение или интернет-ресурс, скрывается за именем редакции, названием бренда того или иного издания. «Коммерсантъ заявил...», «Известия пишут...» и так далее.

Условия, продиктованные экономикой и бизнесом, а также ростом капитала, привели к появлению медиа-конгломератов – огромных транснациональных корпораций. Покупая акции изданий и компаний – владельцев СМИ – аудиторию ставят в зыбкие рамки выбора. С одной стороны – это могут быть издания, с разными точками зрения, политическими предпочтениями. Но по факту, несколько, казалось непохожих изданий, могут принадлежать одному

владельцу, преследующему свои собственные интересы посредством СМИ.

С появлением ресурсов, упрощающих жизнь аудитории – сайтов изданий, приложений для получения информации, новостных лент – аудитория перестала проявлять интерес к труду журналиста – к тексту как произведению. Сегодня очень редко модно увидеть большие статьи – анализы, рассуждения, мнения. Всё сводится к кратким заметкам, в заголовках которых уже заключена вся необходимая информация. Аудитория тем самым теряет интерес к разным темам, но главное перестает думать – думать о причине того или иного случая, о результатах и дальнейшем развитии. Нет той крепкой связи между автором и читателем, которая была раньше при традиционной школе журналистики.

С появлением интернет-СМИ мы сталкиваемся с проблемой непроверенной, а подчас, и неправдивой информации, выгодной тем или иным личностям. Всё это снижает качество сегодняшней прессы, и, что самое трагичное, снижает доверие к журналистике как к институту, призванному информировать общество, просвещать его, помогать ему ориентироваться в стремительно меняющейся действительности.

Мир развивается – и это естественный процесс, Глобализация объединяет современное общество, но при этом и отдаляет его друг от друга. Журналистика в этих условиях как никогда должна оценивать правильно свою роль – связующего звена, дающего честную, объективную информацию. Реальность же такова, что СМИ становится полем боя, повсеместно распространяются неправдивые новости или «fake-news», направленные на дискредитацию тех, кто угрожает интересам элиты или правящей власти, владельцев огромных бизнес-компаний и пр.

Однозначный вывод пока сделать не удастся. Конечно, научный и технических прогресс направлен на

пользу человечества. Он упрощает нашу жизнь, делает ее лучше, безопаснее, удобнее. Главное использовать его правильно, в пользу общества, а не в пользу немногих личностей, имеющих власть и деньги. Особенно важно понять это такому институту как СМИ, с их высоким влиянием на аудиторию.

Литература

1. *Баранова Е.А.* Конвергентная журналистика. Теория и практика. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. – М. 2017.

2. *Барбер Лайонел.* Financial Times: 125 лет в курсе событий. URL: <https://inosmi.ru/world/20130216/205945818.html>. Дата обращения: 22.02.2018

3. *Barber Lionel.* FT at 125: The world in focus. URL: <https://www.ft.com/content/6fceb6be-711c-11e2-9d5c-00144feab49a#axzz2KxfHorLd>. Дата обращения: 22.02.2018

WEB- JOURNALISM. IS IT THE EVOLUTION OR REVOLUTION?

The article is devoted to the philosophical comprehension of Internet journalism in modern society, which introduces new changes in the structure of media activities, as well as new forms of relations between the media and society. It is shown, that the evolution of Internet journalism has both a positive and negative impact on the audience, as well as the Institute of Journalism itself.

Keywords: evolution, revolution, Internet journalism, convergence journalism.

Т.А. Пивоварчик

*(Гродненский государственный университет имени
Янки Купалы)*

Статья подготовлена при поддержке БРФФИ
(договор Г17Р-069 от 18.04.2017)

**КОММУНИКАТИВНЫЕ ЦЕННОСТИ
ВИРТУАЛЬНЫХ СЕТЕВЫХ СООБЩЕСТВ В
ЛЕКСИКЕ И ИДИОМАТИКЕ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСА**

В статье анализируются новые лексемы и идиомы в языке сетевых сообществ как маркеры культуры интернет-общения и ее коммуникативных ценностей.

Ключевые слова: коммуникативная ценность, виртуальное сетевое сообщество, интернет-дискурс, коммуникативная практика, лексика интернет-сообществ.

Коммуникативная активность становится одной из ведущих характеристик современного человека, а медиа как посредники этой активности «навязывают» характер и способы коммуникативных практик. Наличие доступных сервисов (например, генераторов мемов) подвигает человека к расширению сфер, моделей, кодов его коммуникативной активности. «Теперь индивиды строят свою социальную и культурную реальность посредством медиатизированных коммуникативных действий. Современное общество – это отношения между людьми, опосредованные коммуникационными технологиями» [Коломиец 2012; 53-54]. Можно предположить, что под влиянием процессов цифровой и социокультурной глобализации в культуре каждого народа значимость коммуникативных ценностей будет расти.

Классические коммуникативные ценности национальных культур отражены в произведениях фольклора, «золотом фонде» произведений литературы и искусства, концептосфере языка, речевых стереотипах, могут быть идентифицированы на основе ассоциативных словарей, в процессе наблюдений за традиционными

(классическими) коммуникативными практиками и т. д. Сегодня есть очень значимые результаты исследования национальных особенностей культуры коммуникаций [Ларина 2009; Токарева 2001], которые могут быть применимы при изучении тех ценностных изменений в глобальных, национальных, локальных и индивидуальных коммуникативных практиках, которые появляются в условиях новой цифровой среды и отражают смешение и смещение ценностей разных культур. Виртуальными сетевыми сообществами вырабатываются особые субкультуры со своими нормами, принципами, правилами, традициями и стереотипами коммуникативного поведения, получающими определенную систематизацию в «кодексах» (правилах форума, нормах сетикета, правилах грамотного флеймера и т. д.).

Выявление коммуникативных ценностей современного человека, погруженного в цифровую среду, возможно на основе контент-анализа текстов в новых коммуникативных практиках и выборки и анализа лексем, отражающих коммуникативные концепты, а также коммуникативных стереотипов, например, устойчивых речевых формул. Так, в настоящее время пользователи социальных сетей легко вовлекаются в такую коммуникативную активность, как обсуждение в группе, спровоцированное с целью привлечения внимания, – *хайп* (от англ. *hype* – шумиха, ажиотаж, навязчивая реклама). Концептуализация данной коммуникативной практики в сознании носителей коммуникативной культуры проявляется в появлении новых слов и сочетаний: *хайпить*, *словить хайп*, *хайпануть немножечко*, *поднять хайп*, *быть на хайпе*, *хайповая музыка*, *хайповый бизнес*, *хайповый трэвл*, *хайповая мода*, *хайповые бренды*, *особо хайповый*. Лексемы и идиомы интернет-сообществ демонстрируют признаки идеологем – слов-ориентиров, которые обладают размытостью семантики и аксиологической

амбивалентностью и при необходимости могут «редактироваться» контекстом и апеллировать к тем или иным мифам и стереотипам, формируемым в пространстве интернета, например: прилагательное *хайповый* в разных сочетаниях и разных речевых ситуациях может обозначать актуальный, модный, трендовый, популярный, ажиотажный, провоцирующий, раскрученный, обманный, хитрый, накаляющий страсти, игровой и т. д.

Ценностная легитимизация и одновременно оповседневнивание новых коммуникативных практик осуществляется через ритуализацию отдельных компонентов активности – например, создание фотомемов, предупреждающих адресатов об инициации адресантом хайпа, и стикеров «Улитка Хайпер»; через «выход» коммуникативных практик из виртуальности в реальность (выпускники школы свой танец заканчивают жестом «хайпинга»). При этом сегодня любая успешная коммуникативная практика подхватывается бизнесом (а возможно, иницируется и внедряется в повседневность социальных групп) как модель продвижения товаров и услуг, что уже отразилось в таких неологизмах, как *хайпономика*, *хайп-контент*, *хайп-направление*, *хайп-тема*, *хайп-трейн*, *хайп-мотивация*, *хайп-стимулирование*, *хайп-монетаризация* и под. *Хайп* может быть одним из способов реализации речевых тактик девиантного коммуникативного поведения – *троллинга*, *флейма*, *флуда*. Так, задавая тему интернет-форума с использованием нецензурной лексики, грубых просторечных слов, пользователь проводит *проверку на хайп* – откровенно провоцирует других участников сообщества на агрессивное речевое поведение.

В интернет-сообществах ценностью обладает демонстративное поведение, позволяющее пользователю выделиться из ряда других, завоевать как можно более широкое внимание, собрать большее число подписчиков. Статус и позиция участника интернет-сообщества

оказываются зависимыми от оценок других пользователей, а он сам, чтобы соответствовать мнению и ожиданиям сообщества, вынужден «играть по правилам». В интернет-речи эта ценность отражается в глаголах и глагольных сочетаниях, называющих ожидаемые реактивные действия аудитории, свидетельствующие о наличии или отсутствии интереса к автору поста, одобрения или неодобрения прочитанного: *чекнуть, лайкнуть, оценить, поставить лойс / лукас, поднять репутацию – проигнорить, дизлайкнуть, поставить дизлойс.*

Коммуникативные ценности сетевых сообществ отражаются не только в названиях типичных действий и моделей поведения их участников, но и в системе наименований всех пользователей в их профилях. Формальные наименования, заданные типом и структурой сообщества, отражают отношение к таким ценностям, как социально-коммуникативные иерархия : равенство; например, в городском сетевом сообществе более высокий коммуникативный статус связан с большей активностью пользователя (количество постов) и его умением провоцировать активные сетевые обсуждения (флейм и флуд), соответственно могут выделяться статусы – от низшего к высшему: *без статуса, новичок / новенький, молодой горожанин, горожанин, почетный горожанин, мэр города, флеймер, мегафлеймер / гигафлеймер* и т. д. Флеймеры «со стажем» получают большой набор коммуникативных прав (обычно после ритуала *посвящения во флеймеры* или победы в конкурсе на *самого-самого флеймера*) и наделяются такими характеристиками, как *авторитетный, священный, почетный*. Мы обнаруживаем, что отрицательно оцениваемые в традиционной культуре коммуникаций разжигание ссоры, брань, пустословие, ненормативное словотворчество и т. д. с обобщенным наименованием *флейм* [Лутовинова 2013; Шмаков 2014] в субкультуре интернет-сообществ становятся стандартными

речевыми практиками, более того, получают положительную оценку, наделяются ценностным весом. Интересно отметить, что сочетания с пейоративными определениями *злой флеймер*, *злой флеймер*, *гадкий флеймер*, *циничный флеймер* в контекстах (в том числе в никнеймах, статусах и подписях пользовательских профилей) используются амбивалентно, с интенцией стеба и иронии, бравады, то есть в целом не получают отрицательной оценки. Возможно, это связано с тем, что пользователи могут воспринимать такие модели речевого поведения как игру, приемы речевой маски, игровой самоидентификации.

Коммуникативные ценности виртуальных сетевых сообществ могут быть выявлены на основе практик особого использования языковых единиц, отношения к кодифицированным нормам языка и к узусу. Например, маркерами вербальной агрессивности могут выступать не только речевые акты, такие как инвективы, обвинения, угрозы и т. д., но и репертуар используемых языковых средств – просторечных и жаргонных лексем и словоформ, пейоративной и обсценной лексики и под., а также типичные этикетные рамки для разных типов топиков. Сетевые сообщества активно создают собственные «меметизированные» этикетные формулы, например, на основе искажения орфографического и графического облика слова: *дратути* (=здравствуйте), *дороу* (=здорово), *дотвиданя* (=до свидания), *дасыданя* (=до свидания).

Каждому из типов социальных медиа (форум, блог, чат, соцсеть, фотохостинг) свойственны свои ведущие функции, и успешность действий пользователя на платформе связана со степенью его понимания, принятия и соблюдения соответствующих ценностей общения в рамках того или иного медиа. Так, интернет-форумы предполагают тематическое общение, обмен мнениями людей с общими интересами (по месту жительства, профессиональной сфере, социальной роли, увлечениям). Форумчане «помогают друг

другу советами и подсказками, обмениваются жизненным опытом, поддерживают друг друга» [Назарова 2014; 135]. Поэтому важное место в тематических дискурсах интернет-форума занимает речевая ситуация совета, и инициатором ее развития может быть как тот, кто просит о совете, так и тот, кто желает поделиться с другими своим опытом, знаниями. Высказывания со словом *советовать* и его производными часто выступают названиями «веток», тем в «ветках», инициальными репликами в темах и сообщениях: *Тема создана для тех, кто хочет набрать вес. Обсуждаем, общаемся, даём советы; Пользуюсь сама и советую Вам!; Прошу совета; Даем профессиональные советы и рекомендации; Необходим совет по облицовке камина; Посоветуйте хирурга; У кого есть пилорама, поделитесь советом.* Идеальный совет должен быть подлинной помощью адресату, поэтому смысловой компонент «хочу помочь» (обычно имплицитный и имплицитивный – ‘если ты даешь мне совет, значит хочешь помочь’) – главная ценность в модусе этой речевой ситуации. Слоговое наполнение и развитие ситуации совета на интернет-форуме отличается от подобных повседневных практик, например, тем, что в обсуждение темы дополнительно включаются другие пользователи, нуждающиеся в совете (*Мне тоже нужна операция; О, и я послушаю*); советующие активно обсуждают проблему друг с другом и пытаются выбрать лучшее решение (*С вашим советом немного не согласен*); благодарность излагается сразу в сообщении просьбы о совете, а не после его получения (*Буду благодарна получить ваши советы; Заранее всем спасибо*); просящий совета часто уточняет свои требования к его качеству (*грамотный, реальный, толковый, дельный, полезный, равнодушный, ценный, проверенный* и т. д.); речевая ситуация может быть продолжена историей-отчетом того, кто воспользовался советами (*В итоге взял я себе вот эту*). Последний компонент не случаен, так как идеология тематических

интернет-форумов как раз и предполагает, что обсуждение темы должно быть полезным для всех, а ее результатом может воспользоваться любой.

Литература

1. *Коломиец В.П.* Медиатизация – социальный тренд // *Философия коммуникативного пространства: расширяя галактику: Матер. Междунар. науч.-практ. конф. к 100-летию со дня рождения Герберта Маршалла Маклюэна.* – М., 2012.

2. *Ларина Т.В.* Категория вежливости и стиль коммуникации: Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. – М.: Языки славянских культур, 2009.

3. *Лутовинова О.В.* Языковая личность в виртуальном дискурсе. Автореф. дисс. ... д-ра филол. наук. Волгоград, 2013.

4. *Назарова Г.И.* Форум как жанр интернет-дискурса и его лингвистические особенности // *Французский язык и методика его преподавания: проблемы и перспективы: Сб. науч. тр. – Вып.9.* – Казань: Изд-во «Хэтер», 2014.

5. *Токарева И.И.* Этнолингвистика и этнография общения. Минск: МГЛУ, 2001.

6. *Шмаков А.А.* Речевые тактики девиантного коммуникативного поведения пользователей как локальный текст // *Диалог культур: поэтика локального текста: матер. IV Междунар. науч. конф.* – Горно-Алтайск: РИО ГАГУ, 2014.

COMMUNICATIVE VALUES OF VIRTUAL NETWORK COMMUNITIES IN VOCABULARY AND IDIOMATIC OF INTERNET DISCOURSE

The article analyses the new lexemes and idioms in the language of network communities as markers of culture Internet communication and its communicative values.

Keywords: Communicative value, Virtual network communitie, Internet discourse, Communicative practice, Words of online communities.

Н.Л. Подвойская, Т.Е. Тимошенко

(Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС»)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЦЕССЕ ПРЕПОДАВАНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО В ТЕХНИЧЕСКОМ ВУЗЕ

В данной статье отражен опыт работы преподавателей русского языка НИТУ «МИСиС» на электронной образовательной платформе. Также описан созданный ими для абитуриентов и студентов первого курса электронный контент, учитывающий специфику обучения в техническом вузе.

Ключевые слова: технический вуз, русский язык как иностранный, научный стиль речи, электронные ресурсы, типы заданий.

В настоящее время в российском образовательном пространстве отмечаются новые тенденции. Во-первых, наблюдается всплеск интереса среди иностранных студентов к получению технического образования в России. Популярность российских технических вузов растёт. Во-вторых, меняется контингент обучающихся. Большую часть иностранцев составляют студенты из стран СНГ. В-третьих, увеличивается число иностранцев, приезжающих в технические вузы России на программы магистратуры и аспирантуры.

Всё это ставит новые задачи перед преподавателями русского языка. В своей работе они сталкиваются с тем, что уровень знаний обучающихся не всегда высок и часто у обучающихся (особенно у студентов из стран СНГ) недостаточно сформированы общеучебные навыки. А между тем изучение русского языка имеет для всех иностранцев первостепенное значение, так как он является для них не только средством выживания и социализации, но и инструментом овладения специальностью. Поэтому на

преподавателя русского языка возложена большая ответственность.

Преподаватель РКИ должен использовать все современные методы и технологии обучения, в том числе и электронные ресурсы, которые могут оказать ему большую помощь в работе. Практика показывает, что современные студенты в своём большинстве положительно реагируют на образовательные ресурсы в сети Internet и привыкли обращаться к ним. Сегодня существует достаточное количество электронных ресурсов по обучению иностранцев русскому языку, однако практически отсутствуют ресурсы, обучающие научному стилю речи. При этом важнейшей задачей преподавателя РКИ в техническом вузе является обучение именно научному стилю речи, подводящее будущих инженеров к овладению языком специальности и в первую очередь – научной и специальной лексикой. Кроме того, в принципе невозможно создать универсальный электронный обучающий ресурс по научному стилю речи, так как каждый вуз и даже направления подготовки в вузе имеют свою специфику. Поэтому, на наш взгляд, наиболее эффективным является создание собственного электронного контента, учитывающего профиль вуза и реализуемых им образовательных программ, и размещение его на электронной платформе, которая сегодня имеется у многих российских вузов.

В НИТУ «МИСиС» в работе с иностранными студентами и абитуриентами из стран СНГ используется электронная образовательная платформа Canvas. Используя её, абитуриенты могут подготовиться к поступлению в вуз, а студенты – закрепить и расширить свои знания. На организационно-методическом уровне эта электронная среда отвечает следующим принципам:

-личностно-ориентированный характер образовательных программ (учёт образовательных потребностей обучающихся);

-практико-ориентированность содержания и способов совместной деятельности;

-активность и самостоятельность обучающихся как основных субъектов образования;

-проблемность и диалогичность содержания обучения и характера взаимодействия в учебном процессе;

-рефлексивность (осознание обучающимися содержания, способов деятельности, а главное, собственных личностных изменений);

-модульно-блочный принцип организации содержания образования и деятельности обучающихся;

- интерактивность – постоянный контакт не только преподавателя и обучаемого, но и обучающихся в группе;

- динамичность (постоянное изменение контента).

Возможности Canvas:

- размещение большого количества учебных материалов;

- автоматизированная проверка знаний (в виде тестов);

- отслеживание оценок студента;

- возможность общаться в чатах и на форумах;

- возможность вести календарь планируемых мероприятий;

- возможность индивидуальной и групповой работы студентов;

- создание электронного портфолио студента.

Для языковой поддержки иностранных студентов 1 курса, обучающихся по направлениям «Металлургия», «Горное дело», «Материаловедение» (т.е. для основного контингента обучающихся), преподавателями русского языка НИТУ «МИСиС» был разработан электронный курс на Canvas.

Рассмотрим его наполнение. Курс состоит из основного и дополнительного блоков.

Основной блок включает в себя:

- 15 учебных тем, отобранных строго в соответствии с логикой обучения в вузе;
- задания к учебным темам (10-12 заданий к каждой теме).

Учебные темы включают в себя лексические единицы, лексико-грамматические конструкции научного стиля речи, а также предметно-ориентированные тексты по перечисленным выше специальностям студентов, содержащие данные конструкции и лексические единицы. Актуальность текстов определяется тем, что они были предложены преподавателями-предметниками вуза.

Обучающимся предлагаются следующие темы: определение объекта; классификация объектов, явлений и предметов; состав и строение веществ; описание нахождения, расположения, положения предмета; описание движения, перемещения, взаимодействия объектов; описание изменения состояния явления, предмета (во времени, пространстве и т.д.); сравнение предметов, явлений, процессов; описание применения, назначения объекта; выражение связи, зависимости между объектами; выражение качественной и количественной характеристики; выражение причинно-следственных, целевых, условно-временных отношений.

Что касается заданий, то большинство из них дано в тестовой форме, однако также обязательно используются задания, в которых учащиеся сами должны дать ответ.

Приведем примеры заданий.

Пример 1. Выберите подходящий глагол. В предложении (-ях), в котором (-ых) возможны оба варианта, укажите оба варианта.

1. Силой ["", "", ""] векторная физическая величина, являющаяся мерой интенсивности воздействия на данное тело других тел, а также полей.

Пример 2. Переделайте предложения, употребив в них глаголы «называться», «представлять собой»:

Натрий – лёгкий серебристо-белый металл.

Пример 3. Замените простые предложения сложными и наоборот:

Изотопы – разновидности одного и того же элемента, имеющие разный атомный вес.

Пример 4. Замените глагольные сочетания именными и наоборот.

Пример 5. Соедините части предложений; термин с его определением; соедините синонимы, антонимы (задания на соответствие).

Пример 6. Поставьте слова / сочетания слов из скобок в правильную форму:

Испарение – процесс парообразования с (поверхность жидкости).

Пример 7. Укажите в данных предложениях главные члены (субъект и предикат).

В случае кристаллов атомы, ионы, молекулы расположены в строгом порядке в трёхмерной решётке.

В данный тип упражнений целесообразно включать предложения, в которых предикат выражен кратким прилагательным или причастием или отсутствует субъект.

Пример 8. Составьте предложения из данных слов: Жидкость, замороженная, иметь, но, оно, при этом, стекло, структура, твёрдое. = Стекло имеет структуру замороженной жидкости, но при этом оно твёрдое.

Как правило, задание «Грамматический конструктор» вызывает интерес у обучающихся.

Пример 9. Поставьте вопросы к выделенным курсивом частям предложений.

Латуни и бронзы – сплавы **на основе меди.**

Практика показывает, что иностранные обучающиеся нередко затрудняются с постановкой вопроса к какому-либо члену предложения, поэтому авторы включили данное задание.

Дополнительный блок включает в себя:

- научно-популярные аудиотексты (в том числе и из современной периодики) и задания на проверку понимания услышанного;
- видеоматериалы по математике, физике и химии и задания к ним;
- контрольные работы;
- справочные материалы по грамматике русского языка.

Известно, что наибольшую трудность для учащихся-иностранцев инженерных специальностей представляет именно аудирование. Так, по данным опроса студентов НИТУ «МИСиС» из дальнего зарубежья и их преподавателей наиболее трудной формой аудиторной работы были названы лекции (студенты – 31%, преподаватели – 63%), наиболее сложным видом речевой деятельности студентами было названо понимание на слух (55%). Следовательно, для повышения эффективности обучения с самого начала надо развивать у студентов-иностранцев навыки аудирования.

Видеоматериалы по математике, физике и химии были взяты с открытых электронных обучающих ресурсов. Видеоролики были тщательно отобраны с учетом их значимости для обучающихся: они актуализируют уже имеющиеся у них знания и подготавливают к более углубленному изучению материала.

К каждому видеоролику был разработан комплекс лексико-грамматических упражнений, а также заданий для развития общеучебных и информационных навыков (сократите предложение / абзац; выделите главную информацию; найдите второстепенную информацию; подчеркните ключевые слова; сравните; оцените; выберите

информацию, относящуюся к чему-либо; найдите дополнительную информацию и т.д.).

Контрольные работы разного уровня составлены для того, чтобы учащиеся могли проверить свои знания.

В качестве вспомогательного инструмента освоения русского языка был разработан «Экспресс-справочник по русскому языку», позволяющий в краткие сроки повторить наиболее трудные грамматические темы или обратиться к нему по мере возникновения трудностей при изучении конкретной грамматической темы.

Практика показывает, что использование электронной образовательной платформы дает очень хороший результат. Электронный контент может использоваться как на аудиторных занятиях по русскому языку как иностранному, так и в самостоятельной работе студентов для закрепления пройденного материала, а также дистанционно при работе с абитуриентами, желающими продолжить обучение в НИТУ «МИСиС».

MODERN TECHNOLOGIES IN TEACHING THE RUSSIAN LANGUAGE AS A FOREIGN LANGUAGE IN TECHNICAL UNIVERSITY

This article examines NUST MISiS teachers of Russian language experience on the electronic educational platform. Also self-designed specific technical electronic educational complex for incoming and freshman students is described in the article.

Keywords: Technical university, Russian as a foreign language, scientific style of speech, online resources, types of tasks.

С.С. Полежаева

(Приднестровский государственный университет)

**ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ В ОБУЧЕНИИ РУССКОМУ ЯЗЫКУ
КАК ОФИЦИАЛЬНОМУ**

В настоящей статье представлен опыт практического использования электронного ресурса в преподавании официального русского языка студентам-инофонам инженерного профиля; описываются формы работы в рамках проектной деятельности, реализующие компетентностный подход в обучении.

Ключевые слова: информационно-коммуникационные технологии, официальный язык, проектная деятельность, текст, аудиовидеопрезентация.

Сегодня актуальность информатизации языкового образования в вузе не вызывает сомнения. В научной и методической литературе разработаны и описаны формы работы по использованию в образовательном процессе информационных и коммуникативных технологий (далее - ИКТ) на занятиях по русскому языку.

ИКТ – «обобщающее понятие, описывающее различные устройства, механизмы, способы, алгоритмы обработки информации. Важнейшим современным устройствами ИКТ являются компьютер, снабженный соответствующим программным обеспечением, и средства телекоммуникаций вместе с размещенной на них информацией» [3].

Специфика обучения студентов русскому языку как официальному на факультетах технического профиля предопределяет избирательность применения ИКТ, обусловленную как характером русского языка (неродного для иноязычных студентов), так и относительно высоким уровнем информационно-технической подготовки студентов.

В данной статье представлен опыт использования ИКТ в обучении русскому языку студентов, окончивших

организации образования (средние школы) с молдавским языком обучения, в инженерно-техническом институте.

Обучение студентов по направлениям подготовки «Электроэнергетика и электротехника», «Программная инженерия» и др. осуществляется на русском языке - основном языке, на котором ведется преподавание всех дисциплин, предусмотренных соответствующими учебными планами (молдавский язык, родной для студентов, как правило, используется ими во внеучебное время либо в неформальном общении). Студентам необходимо понимать русский язык, используемый в его функциональных разновидностях, из которых главной, как представляется, является учебная и научная сферы. Для них в течение одиннадцати лет обучения в средней школе естественной языковой средой был молдавский язык, однако русский язык изучался в рамках отдельного предмета «Официальный (русский) язык и литература» [1]. Вместе с тем население Приднестровья представляет собой, как правило, носителей не одного, а нескольких языков - молдавского, русского, украинского, которые на законодательном уровне закреплены в статусе официальных [4], и других. Это интернациональные «коллективы» с ярко выраженной интерференцией языковых черт, при этом русский язык является основным языком, на котором длительный период времени общается население приднестровского региона, исторически связанного с Россией. Поэтому для студентов – будущих инженеров – русский язык лишь номинально является «неродным», он используется ими в повседневной жизни, поскольку они с малых лет живут в русскоговорящей среде. Сегодня, как и в прошлом, связи (экономические, культурные и др.) между Россией и Приднестровьем, русскими и приднестровцами, очень крепки. Это приводит к тому, что обучение в вузе на русском языке для студентов, окончивших организации образования с молдавским языком

обучения, отнюдь не представляется сложным в отношении преодоления языковых барьеров.

Реализуя задачи формирования комплекса компетенций (общекультурных, общепрофессиональных и др.), предусмотренных соответствующими ФГОС по направлениям подготовки будущих инженеров, на занятиях со студентами 1 курса по дисциплинам «Официальный (русский) язык» и «Культура речи», мы ориентируемся на обучение русскому языку в его функциональных разновидностях, в том числе на его использование в учебно-научной сфере, чтобы студенты могли овладеть знаниями по всем дисциплинам учебного плана (например, «Физика»).

В таком ракурсе использование ИКТ эффективно, на наш взгляд, в следующих заданиях, применяемых нами в рамках технологии проектной деятельности:

1) используя электронный ресурс – сайт www.youtube.com, – составьте подборку видеороликов о жизни и деятельности великих ученых-физиков (А. Эйнштейне, Н. Тесла, М. Планке и др.);

2) просмотрите / прослушайте информацию видеороликов и сопоставьте ее с информацией по данному вопросу, приведенной в энциклопедической, учебной, научной и научно-популярной литературе; сделайте выводы;

3) проанализируйте соответствие аудиальной информации ее визуальному отображению; что Вам представляется неуместным и как хотелось бы это изменить?

4) обратите внимание на представленность разных точек зрения (на одну и ту же проблему) и форму их подачи (степень корректности и этичности);

5) проанализируйте лингвистические особенности «закадровой» языковой личности и участников «полилога» в разделе «Комментарии» к видеоролику; прокомментируйте это, изложив информацию в письменном виде с соблюдением норм русского литературного языка;

б) на основе просмотренного / прослушанного материала, используя технические возможности, «вырежьте» фрагменты из одного видеоролика и создайте свои видеоролики с конкретными подтемами («Биография», «Научная деятельность», «Спорные взгляды»);

7) на основе проанализированного видеоматериала и информации из соответствующей литературы создайте в программе PowerPoint свою аудиовидеопрезентацию, отражающую отдельные факты биографии одного из ученых-физиков; особое внимание обратите на соблюдение норм русского литературного языка в изложении письменной (текстовой) и звучащей информации.

Такого рода работа, проводимая в течение ряда лет, привела к созданию электронной базы данных (постоянно пополняемой) по темам, связанным как с учебно-научной деятельностью студентов, так и с вопросами их общекультурного развития: «Высказывания о русском языке», «Отражение русских реалий в Приднестровье» (номинация артефактов и под.), «Создатель искусственного языка эльюнди – приднестровский ученый А.В. Колегов», «Ученые-физики», «Прогнозирование открытий будущего».

В качестве примера приведем блок информации по теме «Ученый-физик Альберт Эйнштейн», в работе над которой частично использованы ИКТ.

Группа студентов получает задание отобрать информацию об А. Эйнштейне из энциклопедической, учебной, научной и научно-популярной литературы и сформировать базу данных со списком литературы (на этом этапе происходит обучение нормативному представлению библиографических источников).

Отобранные тексты (фрагменты текстов) зачитываются вслух, при этом студенты ориентированы на правильное произношение языковых единиц, а также на их интонирование и паузирование (особое внимание обращается на нормативное в русском языке произношение гласных в

безударной позиции (редуцированных), согласного звука [л], который в молдавском языке имеет палатализованный характер, и др. фонетические особенности). Параллельно отмечаются стилевые и жанровые признаки текстов в свете функционально-стилевой характеристики языковых единиц.

Затем в рамках проектной технологии выделяются подгруппы студентов, которые работают в электронном ресурсе www.youtube.com, подбирая видеоролики по заявленной теме. Каждая подгруппа работает с одним видеороликом. В базу данных были отобраны следующие видеоролики [6, 7, 8, 9, 10].

Работа над видеороликом [9]:

- Прослушайте (один или большее количество раз) текст (фрагменты текста) видеоролика и выполните следующие задания:

I. Определение степени освоенности материала.

1. Словарная работа.

- Выпишите из видеосюжета слова, которые Вам непонятны, найдите их в соответствующих словарях и запишите возможную их сочетаемость в русском языке (для облегчения работы переводите данные слова на молдавский язык). Данное задание способствует усвоению знаний в области лексики двух языков, погружению в область их лексических аналогий.

2. Ответы на вопросы.

- Фамилии каких ученых упоминаются в тексте видеоролика? О каких их научных достижениях говорится?

- Кем были родители А. Эйнштейна?

- Какие увлечения будущего ученого и в каком типе информации отражены в видеоролике? (возможный ответ: игра на скрипке – текстовая и визуальная информация на временном сегменте видеоролика 17:59 – 18:26) (здесь и далее в статье такое обозначение получает временной сегмент видеосюжета). Данный тип задания будет способствовать выработке у студентов правил наложения

двух видов информации и ее подачи в собственных создаваемых аудиовидеороликах).

- Как называлась первая статья А. Эйнштейна и в какой журнал он ее отправил?

- Какая информация представляется Вам необходимой, а какая второстепенной в данном видеоролике? Почему?

II. Языковой анализ.

1. Функциональная характеристика лексики.

- Слова каких сфер употребления присутствуют в тексте? Приведите примеры (возможные ответы: книжные (термины из области физики), общеупотребительные).

- Назовите языковые единицы, выполняющие изобразительно-выразительную функцию в тексте. (Возможные ответы: **метафора** («идеи были кристаллизованы» (21:49), **сравнительный оборот** («Эйнштейн использовал Бессо как игрок в теннис использует стену для отработки своих ударов» (28:20)), **эпитет** («изумительной статье» (33:40)) и др.

2. Речевые ошибки.

- Найдите допущенные в тексте видеоролика речевые ошибки, прокомментируйте их характер и предложите правильный вариант (возможные ответы: *т[э]рмин* с твердым согласным звуком [т] (22:49) – орфоэпическая ошибка; *равной трехстам тысячам* (надо: тремстам) (6:37) – ошибка в склонении числительного; (статья) *про свет* (31:53) – предлог разговорного стиля *про* (вместо литературного *о*) – грамматическая ошибка; (не вижу никакой) *иной альтернативы* (плеоназм) (33:57) – лексическая ошибка и др.

III. Творческие задания.

1. **Составьте номинативный план** текста видеоролика (возможные варианты ответов: «Биография А. Эйнштейна», «Научная деятельность А. Эйнштейна», «Ученые и их идеи, открытия» и под.). На данном этапе

работы закрепляются сведения о типологии планов, отрабатываются навыки композиционного членения текста.

2. В виде *электронного теста* составьте перечень вопросов на их соответствие приведенной в видеоролике информации (например: «Отметьте вариант высказываний, который соответствует содержанию текста»). Данное задание способствует выработке правильной формулировки вопросов, повышает уровень наблюдательности студентов к текстовой информации, а также совершенствует навыки работы в области компьютерных технологий.

3. *Творчески переработайте текст* видеоролика и создайте аудиовидеопрезентации (каждой подгруппе - по одной микротеме).

4. *Создайте собственную аудиовидеопрезентацию* «Научная деятельность А. Эйнштейна», в которой отразите достижения ученого в области физики, а также их неоднозначное восприятие (различные научные точки зрения) на его деятельность [7]. Используйте данные из видеороликов на www.youtube.com, а также сведения из проанализированных печатных источников. Особое внимание уделите изложению текстовой (письменной и звучащей) информации в соответствии с нормами русского литературного языка.

Описанный вид работы целесообразно проводить на базе сравнения нескольких аудиовидеороликов с целью отслеживания нормативного произношения языковых единиц. Наиболее удачной является работа с аудиоматериалом, записанным высокопрофессиональным мастером слова, авторитетным в русскоязычной среде (в нашем случае нам удалось найти лишь видеоролик [10], который представляет собой радиопостановку с участием актеров, в достаточной степени владеющих нормированным русским языком). Такое видение подачи обучающего материала развивает идеи П.В. Сысоева, Н.Г. Протазановой, Ю.И. Савостьяновой, Ю.Н. Сичинава и др., описывающих

разновидность ИКТ под названием «подкастинг» [2, 5], и находится в нашей дальнейшей практической разработке.

Таким образом, приведенные в статье формы работы представляются эффективным способом изучения русского языка как официального и обучения ему в совместном образовательном процессе преподавателя и студентов.

Литература

1. *Матреницкая Н.П.* Инструктивно-методическое письмо «О преподавании учебного предмета «Официальный (русский) язык и литература» в 2015/16 учебном году» // Тирасполь, Изд-во ПГИРО, Педагогический вестник Приднестровья, № 2, 2013. С. 65-75.

2. *Савостьянова Ю.И., Сичинава Ю.Н.* Роль информационных и коммуникационных технологий в обучении русскому языку как иностранному в военном вузе / Электронный ресурс: [http://journals.tsu.ru/uploads/import/1242/files/1\(29\)_131.pdf](http://journals.tsu.ru/uploads/import/1242/files/1(29)_131.pdf).

3. <http://physics.herzen.spb.ru/teaching/materials/gosexam/b25.htm>

4. <http://zakon-pmr.com/DetailDoc.aspx?document=36286>

5. https://www.metod-kopilka.ru/master-klass_quotispolzovanie_podkastov_na_urokah_russkogo_yazyka_v_nachalnyh_klassahquot.-25929.htm

6. https://www.youtube.com/watch?v=Cfb_xqh1Exw

7. <https://www.youtube.com/watch?v=DtnOXGh6olk>

8. <https://www.youtube.com/watch?v=KhNnrdeBPrw>

9. <https://www.youtube.com/watch?v=KpC5WZafQHY>

10. <https://www.youtube.com/watch?v=lvuZaiunBGg>

INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN TEACHING RUSSIAN LANGUAGE AS OFFICIAL

This article presents the experience of practical use of electronic resource in the teaching of formal Russian language students, foreign students of engineering profile; describes the

project activities that implement the competence approach in education.

Keywords: information and communication technologies, the official language, project activities, text, audiovideocenter.

Раскольников Д.В.

(Российский университет дружбы народов)

ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРВЬЮ В ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЯХ СМИ

Современные языковые реалии выявляют необходимость глубокого изучения специфических проявлений жанра интервью в связи с появлением современных информационных технологий, в частности интервью для интернет-изданий.

Ключевые слова: публицистические жанры, интернет-интервью, интернет-издания, интервью.

Одной из самых активных форм коммуникации в наши дни становится устная публичная речь и в первую очередь — публичный диалог. Наиболее востребованным типом публичного диалога в наши дни стал жанр интервью, выступающий в двух своих разновидностях — интервью звучащее и интервью печатное [Голанова 2000; 251].

«Интервью (от англ. Interview — встреча, беседа) — жанр публицистики, представляющий собой разговор журналиста с политическим, общественным или иным деятелем или деятелями по актуальным вопросам» [Ворошилов 1999; 65]. Основной жанрообразующей чертой, характерной для всех видов интервью, является вопросно-ответный комплекс.

Сегодня интервью, как одна из составляющих СМИ, занимающая одну из высочайших позиций по частоте использования и технике исполнения, находится в центре внимания исследований лингвистов.

Интернет-публикации, которые можно рассматривать как одну из разновидностей способа подачи материала в

рамках СМИ, сближаются с газетным стилем речи из-за отсутствия непосредственного контакта интервьюера и интервьюируемого и невозможности использования невербальных средств воздействия на читателя. В то же время существенным отличием газетного интервью от интернет-интервью является возможность использования мультимедийных средств, гипертекстовых технологий и специфика обратной связи читателя со СМИ и читателя с другими читателями.

Жанр интервью на современном этапе характеризуют особенностями, связанными со специфическими синтаксическими конструкциями, обусловленными первичной устной природой интервью. Но важно понимать, что в условиях современности для интернет-интервью наличие устного первоисточника не является обязательным: технологии онлайн-общения позволяют организовывать и проводить интервью и исключительно в печатной форме с помощью социальных сетей, мессенджеров, чатов и форумов, что усиливает роль навыков литературного редактирования при подготовке материала интервью.

Во время перевода интервью из устной формы в письменную текст трансформируется: сокращается объём языкового материала после исключения повторов, слов-паразитов и других показателей разговорной речи (пропусков мыслей, незаконченных фраз, междометий, неточно выраженных мыслей, различных оговорок и т.п.); меняется языковая структура, которая при сохранении основного содержания облекается в форму, характерную для письменной речи; могут сохраняться определённые компоненты устной разговорной речи в целях создания эффекта живого разговора, в частности, сегментирование текста по аналогии со звучащей речью [Иванова 2009]. При редактировании интервью, проведённого изначально в печатной форме, необходимо редактировать смысловую структуру текста, стилистику, грамматику, орфографию и

пунктуацию. В зависимости от издания интервьюером или редактором сочиняются заголовок, подзаголовок, лид, заключение.

Интернет-журналистика имеет свои особенности. Прежде всего, это журналистика малых по объёму форм, хотя, казалось бы, интернет-издание не должно быть ограничено в количестве знаков, как в газетных изданиях. Считается, что человек не будет читать on-line материал размером больше, чем 8-10 тысяч знаков или 2-3 экранных страницы. Это обусловлено психологией интернет-пользователя. Кроме этого, очень важным является графическое оформление интервью: материал должен быть разбит на короткие конкретные блоки с подзаголовками с использованием средств выделения (полужирное начертание, курсив, подчеркивание, маркированные списки), которые оживляют текст и могут усилить наиболее значимые моменты. Следует помнить, что интервью в интернет изданиях — это не просто текст, а гипертекст. Используются ссылки на источники или дополнительную информацию, тем самым давая заинтересованному интернет-читателю возможность быстро получить как можно больше материала по данной теме.

Важной особенностью интернет-журналистики является и её интерактивность, то есть возможность оперативно вступать в диалог с заинтересованным читателем при помощи форумов или гостевой книги, которыми оснащены многие виртуальные издания. При достижении взаимопонимания с редакцией, через обратную связь интересная статья может стать началом цикла или даже постоянной рубрики. Сафина А.Р., рассуждая об интерактивности интернет-изданий, утверждает, что интерактивность «привела к появлению такого жанра, как онлайн-конференции, в котором интервьюерами могут стать все желающие читатели, отправив вопрос в редакцию» [Сафина 2013; 228].

В качестве примера приведём компанию «КонсультантПлюс», которая регулярно проводит интернет-интервью на актуальные темы с известными государственными, общественными и научными деятелями, с руководителями и ведущими специалистами органов государственной власти и управления. У посетителей сайта есть возможность напрямую задать вопросы и получить на них ответы. При прочтении интернет-интервью с А.П. Тенишевым *«Картели: итоги работы ФАС России за 2017 год и планы на 2018 год»* из гиперссылки можно получить подробную информацию о личности интервьюируемого, по ещё одной гиперссылке можно увидеть вопросы читателей, заданные впоследствии интервьюером А.П. Тенишеву. Например:

«Громов Аркадий Николаевич (Москва)

Склонность к различным сговорам и картелям в нашей стране выше, чем в других странах? Если да, то с чем Вы это связываете?

Ирина (Санкт-Петербург)

Как можно достоверно проверить, была ли ранее компания или конкретное должностное лицо замешаны в мошенничестве на торгах?

Надежда (Россия)

31 декабря был подписан очередной закон о внесении изменений в 44-ФЗ аж на 200 страниц. И при этом у нас постоянно говорят о картелизации экономики. Почему несмотря на все законы количество нарушений на торгах не снижается?»

Одна из важных задач адаптации текста для интернет-среды — это работа над заголовками. Заголовки имеют две задачи: 1. Информационный маркетинг, которой относится к сфере распространения информации; 2. Оптимизация поиска информации. Обе задачи взаимосвязаны, потому что обычный посетитель в поисках интересующей его информации приходит на сайт чаще всего не по адресу

домашней страницы, а через запросы в поисковой системе или по ссылкам с других сайтов. Именно поэтому решающую роль в создании заголовков играют ключевые слова. Цель заголовков в Интернете — выбор оптимальных ключевых слов, способных удовлетворить запрос читателя. Именно поэтому здесь не могут использоваться метафоры, идиомы, афоризмы и другие образные выразительные средства, которые популярны в газетах, — ведь поисковые системы не соотносят смысл запроса со смыслом образных выразительных средств.

Например, информационный сайт TJournal в материале «8 главных цитат из интервью Галины Тимченко про новое интернет-СМИ Meduza» сопровождает статью уникальными тематическими тегами, которые помогут читателю найти больше материалов по этой теме: «статья, журналистика, Михаил_Ходорковский, Галина_Тимченко, Meduza». Также после интервью приводятся статьи по теме:

«Газета.ру»: Михаил Ходорковский запустит в Латвии новое СМИ с Галиной Тимченко.

Ходорковский и Зимин отказались инвестировать в СМИ Галины Тимченко.

Новое СМИ Галины Тимченко Meduza выйдет в виде приложения для смартфонов.

Таким образом, интервью для интернет-изданий проводятся так же, как и для печатных СМИ. Текст может подвергаться редактированию, литературной обработке, сокращению, монтажу, но, в отличие от печатных изданий, чаще всего даётся в полном объёме, так как не имеет ограничений по знакам (но тут всё-таки должны учитываться психологические особенности интернет-аудитории (например, клиповое сознание). Современные языковые реалии выявляют необходимость глубокого изучения специфических проявлений жанра интервью в связи с появлением современных информационных технологий, в частности, интервью для интернет-изданий.

Литература

1. *Голанова Е.И.* Устный, публичный диалог: жанр интервью // Русский язык конца XX столетия (1985—1995). 2-е изд. — М.: Языки русской культуры, 2000. — 480 с.
2. *Ворошилов В.В.* Журналистика. Учебник. — 2-е издание. — СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2000. — 360 с.
3. *Иванова И.В.* Жанр интервью: формы бытования и языковые особенности. Астрахань, 2009. — 214 с.
4. *Сафина А.Р.* Особенности жанров интернет-СМИ // Известия Самарского научного центра Российской академии наук, vol. 15, no. 2-1, 2013. — С. 226-229.
5. Картели: итоги работы ФАС России за 2017 год и планы на 2018 год // КонсультантПлюс, 2018. — URL: <https://www.consultant.ru/law/interview/tenishev4/>.
6. *Лихачёв Н.* 8 главных цитат из интервью Галины Тимченко про новое интернет-СМИ Meduza // TJournal, 2014. — URL: <https://tjournal.ru/52521-timchenko-meduza-interview>.

FEATURES OF INTERVIEW IN INTERNET MEDIA PUBLICATIONS

Abstract: modern language realities reveal the need for deep study of specific manifestations of the interview genre due to the emergence of modern information technologies, in particular, interviews for online publications.

Keywords: journalistic genres, online interviews, online publications, interviews.

Раханитранирина Рува Финаритра

(Российский университет дружбы народов)

ПРЕПОДАВАНИЕ РУССКОГО ЯЗЫКА НА МАДАГАСКАРЕ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ

В данной статье рассматривается современная образовательная среда на Мадагаскаре. Изучение языка через средства мультимедиа – одна из особенностей современной образовательной среды. Не так давно образование на Мадагаскаре начало интегрироваться в современную образовательную среду, сегодня мы можем сказать, что

Мадагаскар прилагает большие усилия для совершенствования системы образования и именно с точки зрения современной образовательной среды.

Ключевые слова: современная образовательная среда, русский язык как иностранный, технологии в преподавании иностранных языков, мультимедиа.

Образование лежит в основе цивилизации, поскольку оно передает ценности и знания, способствует формированию сознания молодежи, созданию человеческого общества, демократии, в которой процветают граждане с критическим духом, с развитым чувством гражданской ответственности. Образование напрямую связано с модернизацией и цивилизацией общества.

Настоящий анализ находится на уровне понятий, теоретического понимания фундаментальных ценностей современного образования на Мадагаскаре и его среды в совокупности с существующими реалиями на практике.

Изучение иностранного языка через технологии на Мадагаскаре началось не так давно, в начале в изучение языков быстро интегрировали магнитофон, который позволил усовершенствовать работу по формированию произносительных навыков; после этого были созданы языковые лаборатории, чтобы активно привлекать учащихся к упражнениям по языковому обучению и практиковать иностранный язык больше, чем это возможно в традиционной классной среде. Задача преподавателя состоит в том, чтобы вовлечь участников в реальные ситуации, смоделировать как можно больше коммуникативно-значимых ситуаций, при которых студенты могли бы применять свои навыки и развивать их во время обучения. Используемые средства многочисленны и всегда должны быть адаптированы к процессу обучения.

Сегодня преподавание иностранного языка больше не сводится к традиционной лекции или теоретическому монологу учителя. Способы обучения развиваются и

изменяются, а использование новых инструментов и новых методов позволяет создать активную педагогику в школах и университетах. Совместная работа, прототипирование на трехмерном принтере, постоянное взаимодействие через электронные ящики или использование социальных сетей – все это примеры инноваций в методах обучения и инструментах обучения.

Можно сказать, что образование находится в современном мире в условиях, когда системы образования следуют нормам инноваций, например на Мадагаскаре в аудитории, в школах или университетах мало где использует белую доску и фламастеры вместо черной доски, мела или проэктора. В преподавании языка используются видеоматериалы. Новые технологии более или менее интегрированы в классы лицеев и университета в зависимости от материальных условий, доступных средств и компетентности преподавателя в использовании современных технических средств. Малгашские педагоги стараются также интегрировать мультимедийные продукты в обучение при поиске звукозаписей и текстов, дополнительной информации, повышении квалификации.

В эпоху новых технологий характер чтения и письма как видов речевой деятельности претерпел ряд изменений. В связи с использованием новых технологий материалы для чтения больше не ограничиваются печатными книгами, их можно легко читать со всех видов носителей. Люди тратят больше времени на чтение, чем раньше, но режим чтения уже изменился. Навигация и просмотрное чтение становятся нашим основным способом чтения. Мы теряем терпение, чтобы дочитать статью от начала до конца, мы привыкаем переходить от одного контента к другому. Вместо того, чтобы читать полный текст, мы предпочитаем быстрое чтение названий и подзаголовков, резюме или поиск ключевых слов для достижения быстрых результатов и получения дополнительной информации за короткое время.

Время, проведенное в глубоком и концентрированном чтении, уменьшается регулярно. И поскольку мы привыкли читать фрагменты, их трудно читать в глубину и устойчиво ориентироваться в материале. С другой стороны, в эпоху новой технологией мы вошли в то время, когда каждый может стать автором. Традиционно от написания до публикации проходит долгий и сложный процесс, требующий много работы, времени, размышлений и проверки. И мы публикуем то, что считаем действительно достойным публикации с явными или неявными критериями. Но во время новых технологий с помощью технических инструментов каждый может публиковать свои записи в Интернете, быстро и легко всего за несколько кликов, не думая об этом. Важен не критерий, а воля. Этот контекст побуждает людей писать. Кроме того, он поощряет творчество и способствует производству. Однако мы мало думаем и меньше стремимся к производству.

Все эти упомянутые изменения показывают столь необходимую важность, особенно сегодня, обучения мыслящего человека, человека, способного мыслить. Действительно, в эпоху цифровых технологий, с появлением искусственного интеллекта и технологических инноваций, устройства позволяют одновременный перевод голоса на несколько языков. Эти инструменты могут в достаточной мере удовлетворять потребности широкой общественности, и, по сравнению с переводчиками, они даже демонстрируют преимущество в плане эффективности. Кроме того, услуги, которые они предлагают, улучшаются с каждым днем. Если целью изучения языка является только общение, возникает вопрос, зачем следовать по длинному пути изучения языка, если его можно пропустить. Какова польза от изучения иностранных языков? Это заставляет нас задуматься над вопросом: зачем изучать язык? Изучение языка сводится не просто к лексике, грамматическим правилам, но и способствует формированию нового мировоззрения.

В эпоху новых технологий среда помогает образованию в передаче информации на занятии, семинаре или конференции, домашнего задания, вопросов по дисциплине. Сегодня на Мадагаскаре прилагаются большие усилия для совершенствования системы образования и именно с точки зрения современной образовательной среды, в лицеях и университетах используются проектор, аудио-визуальные средства на предмете цивилизация или только аудио на предмете аудирование в рамках курса русского языка. Государственные лицеи и университеты используют планшеты и компьютеры. Большое препятствие на Мадагаскаре представляет проблема с Интернетом. Связь на Мадагаскаре дорогая, плохо распространяется, если она бесплатная, то скорость низкая, поэтому не все имеют возможность использовать Интернет. В реальности на филологическом факультете Интернет есть, но не для всех, только лаборанты и преподаватели могут его использовать. Поэтому у студентов нет возможности расширять образовательную среду при изучении иностранного языка, использовать такие платформы как Moodle и др.. Кроме этого, из-за этого преподаватели не могут сообщать или давать заранее задание студентам, потому что они не имеют Интернета, нет возможности для доступа ко всем занятиям и вопросам.

В 2011 году на Мадагаскаре было сотрудничество с университетом Казан по направлению русский язык по Фонду «Русский Мир», который оплатил Интернет, благодаря этому стали возможны дистанционные занятия по русскому языку для малгашских студентов и преподавателей в рамках курсов повышения квалификации. Студенты готовили задания по системе Moodle, выпускные работы. В конце семинара они получили свой сертификат и диплом мастера по этому проекту, который был интересен студентам, но, к сожалению, сейчас уже его нет из-за отсутствия финансирования.

Новая образовательная среда позволяет преподавателю легко переключаться с одного вида деятельности на другой (лекция, индивидуальные упражнения, работа в мини-группе и т.д.) и, таким образом, оживить внимание студентов. Новые технологии - и в целом средства массовой информации - должны занимать место в учебном процессе так же, как предмет обучения или сам учитель.

Литература

1. *Bucher Poteaux, Nicole* L'intégration des nouvelles technologies éducatives dans l'enseignement des langues. -Strasbourg, 1994.

2. *Bucher Poteaux, Nicole* Petite réflexion sur le multimédia et l'apprentissage des langues. -Strasbourg, 1994.

3. *Daniela D.* Le multimédia en classe de langues dans Multimédia et enseignement des langues étrangères. - AUC,éd. Universitaria, 1998.

TEACHING RUSSIAN LANGUAGE IN MADAGASCAR IN THE CONDITIONS OF THE MODERN EDUCATIONAL ENVIRONMENT

This article examines the modern educational environment in Madagascar. Learning language through multimedia is one of the features of a modern educational environment. Not long ago, education in Madagascar was beginning to integrate into the modern educational environment, today it can be said that Madagascar was making great efforts to improve the education system and, in general, the modern educational environment everywhere in high schools and universities.

Keywords: modern educational environment, Russian as a foreign language, technologies in teaching foreign languages, multimedia.

Р.А.Савастенко

(Российский университет дружбы народов)

**ИНФОРМАЦИОННОЕ СООБЩЕНИЕ В РУНЕТЕ:
ПРОБЛЕМЫ ДЕФОРМАЦИИ МЕДИАОБРАЗА
СОБЫТИЯ**

Статья посвящена проблеме искажения образа события в информационных сообщениях на новостных интернет-лентах СМИ, которое возникает под воздействием новых информационных технологий, позволяющих применять копирайтинг, а также общего снижения культуры профессиональной деятельности журналиста и его культуры речи.

Ключевые слова: медиаобраз, новостное информационное сообщение, информационная заметка, новостная лента, Интернет

Современный журналистский текст должен быть эффективным, а именно: актуальным, доступным для восприятия, понятным. Он должен воздействовать и на интеллектуальную, и на эмоциональную стороны массовой аудитории. Однако в последнее время на первый план выходят такие требования, как информативность и эстетичность, заключающаяся в том, чтобы текст было приятно и комфортно воспринимать.

Безусловно, как и любой другой, журналистский текст должен обладать признаками цельности и связности. Под связностью мы понимаем семантическую, синтаксическую, интонационную и прочие взаимосвязи отдельных текстуальных компонентов. Цельным аудитория воспринимает такой текст, в котором проявляется единая речевая программа автора. Для журналистского текста особенно актуально требование единой содержательно-композиционной структуры, в которой ясно определяется главная мысль, а также – в четкой иерархии – дополнительные смыслы. Именно такая смысловая завершенность оформляет журналистский текст как

законченное информационное и структурное целое, а именно как коммуникативную единицу высшего уровня.

По мнению известного ученого А.А. Тертычного, основные функции журналистского текста, связанные с «познанием действительности журналистом», опираются на их объективность и социальную направленность: создание определенной информационной «модели» отображаемого явления, установление причинно-следственных отношений, оценка этого явления и, наконец, прогноз. Журналист, как считает А.А. Тертычный, «производит оперативную, аналитическую, эмоционально-образную информацию, необходимую аудитории для осуществления всестороннего социального ориентирования и регулирования ею (аудиторией) своей деятельности, повышения своей социальной компетентности, восстановления духовного равновесия, развлечения» [Тертычный, 200. С.44].

Журналистский жанр – это «всегда установка на определённый тип, способ изображения, характер и масштаб обобщений, вид подхода, отношения к действительности» [Одинцов, 1980. С.159]. Проблемы журналистских жанров занимались, кроме А.А.Тертычного, Г.Я.Солганик, М.И.Шостак, С.Г.Корконосенко, А.А.Грабельников, Г.Н.Лазутина, В.И. Власов, М.Н. Ким, Л.Кройчик, И.П.Лысакова, Г.С.Мельник, А.Н.Тепляшина, В.Д.Пельт, З.С. Смелкова. Так, Д.Х.Самадова рассмотрела эволюцию информационных жанров в современной журналистике, а А.А.Калмыков – особенности жанров в интернет-журналистике. По мнению А.А.Тертычного, именно заметка как информационный жанр – это «основной носитель оперативной информации, позволяющей аудитории осуществлять своего рода постоянный мониторинг наиболее значимых, интересных событий в той или иной сфере действительности» [Тертычный, 2000. С.177]. В сетевых СМИ, с точки зрения А.А.Калмыкова, «журналистский жанр – это элемент метаязыка интегрированных социальных

коммуникаций или современный код, с помощью которого шифруется массовая информация СМИ и дешифруется аудиторией» [Калмыков, Коханова. С.8]. По мнению Е.А.Коноваленко, «жанры, по своей природе приспособленные к передаче информации различного рода, создают в контексте издания проекцию объективной реальности» [Коноваленко, 2014. С.71].

Информационное сообщение является в медийном интернет-пространстве наиболее универсальным и распространенным информационно-новостным жанром, в котором сосредоточены основные возможности по краткому и оперативному сообщению о событии. Он обладает свойствами новизны, общественной значимости, универсальности, доступности и привлекательности. Журналистский информационно-новостной текст должен включать в себя три важнейших компонента: сообщение о событии, языковые элементы эмоционального воздействия на аудиторию и объяснения ситуации.

На самом деле сообщение новостей стало самой популярной задачей новостных лент в Интернете, что обусловило широкое распространение жанра информационного сообщения, которое одновременно и унифицирует свои жанровые характеристики, и модернизирует их под воздействием новых технологических возможностей.

В новостном сообщении должны быть собраны именно те сведения о событии, которые наиболее необходимы аудитории для формирования ее объективного представления. Новостное сообщение фиксирует сам факт состоявшегося события, выявляет его значимость, соотносит его с ситуацией в обществе. По справедливому мнению А.Р.Сафиной, «в журналистике нынешнего времени, когда в единицу времени человек получает огромное количество разнообразной информации, на первый план выходят оперативно-новостные жанры» [Сафина, 2013].

Жанр новостного сообщения становится самым распространенным и востребованным форматом журналистского интернет-текста. В интернет-пространстве жанровые требования обостряются под воздействием возможностей моментального распространения информации.

Ведущим жанром оперативно-новостного характера в интернет-пространстве является сегодня информационное сообщение, структурированное в гипертекстовом формате. К оперативно-новостным жанрам мы относим те жанры, которые оперативно передают ранее не известную общественности информацию. Цель этих текстов — коммуникативно-информационная — достигается через оперативное, релевантное и фактологичное описание события. Для текстов оперативно-новостных жанров становятся свойственны такие характеристики, как краткость и вместе с тем емкость информации.

Современная журналистика интегрируется в информационное пространство. Интернет создал новые условия для создания и восприятия текстов. В частности возникла серьезная проблема копирайтинга и снижения культуры речи. В то же время появилась возможность предоставлять аудитории с помощью новостного агрегатора весь список новостей по поводу того или иного определенного события. Массово-информационный характер журналистики существенно повлиял на язык, которым пользуются журналисты в сети. Его стилистика оказалась результатом не всегда адекватного смешения элементов делового стиля, публицистики и разговорного обиходно-просторечного стиля.

При освещении события посредством новостных сообщений на новостных интернет-лентах возникают проблемы искажения информационного образа события. Так, например, 11 мая 2017 года Президент России В.В.Путин подписал указ «О стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 годы». В

тот же день сетевые новостные ленты оперативно отреагировали на это событие и разместили 70 сообщений, которые были собраны Яндекс-агрегатором новостей [<https://news.yandex.ru/yandsearch?lr=213&cl4url=lenta.ru%2Fnews%2F2017%2F05%2F11%2Fnonanonimus%2F&content=alldocs&from=story>]. В целом они, естественно, относятся к данному событию. Однако при внимательном изучении мы можем отметить ряд проблем, ведущих к общей деформации его медиаобраза. Итак, среди 70-ти сообщений самым популярным является заголовок «Путин подписал указ против анонимности в сети» - 45 текстов (РИА Дербент и др.). Здесь уже происходит подмена, так как указ называется по-другому и посвящен вовсе не только этой проблеме. Тем более что указ не может быть подписан «против» чего-либо.

Вторая группа текстов сообщает о событии более радикально: «В России не будет интернет-анонимности» (Inkazan), «В Интернете теперь нельзя будет сидеть анонимно» (Живая Кубань) и т.п.

Третья группа сообщений прямо апеллирует к президенту: «Путин «запретил» анонимность в Интернете» (Вечерняя Москва), «Путин отменил анонимность в Интернете» (Журналистская правда), «Путин запретил анонимность в соцсетях» (VistaNews), «Путин начал кампанию против анонимов в Интернете» (Экономика сегодня) и т.п.

Есть и оценочный заголовок: «Путин намерен жестко бороться с «диванными войсками» - утвержден указ против анонимности в Сети» (Российский диалог).

Наиболее информативно насыщенным, объективным и конструктивным выглядит сообщение ленты «Утро.RU»: «Путин подписал указ о развитии информационного общества».

Только одно сообщение в заголовке дает цитату советника президента по информационным технологиям Германа Клименко: «Говорить о существовании указа

«против анонимности в сети» нельзя» (Life.ru). По сути это лишает достоверности все остальные сообщения.

Есть и один заголовок позитивной оценки: «Указ Владимира Путина гарантирует безопасность личных данных пользователей» (Царьград). Однако это также не совсем соответствует истине.

Совсем уж неправдоподобным выглядит сообщение под заголовком «Путин подписал указ против интернет-анонимов» (Колокол России). Вводит в заблуждение аудиторию и такой заголовок: «Государство будет регулировать интернет-сервисы, «похожие на СМИ» (Собака.RU). Не соответствует действительности и такой заголовок: «Путин предложил запретить анонимность в Сети» (ТК Звезда). В то время как указ уже был подписан.

Особого разговора требует большое количество грамматических, речевых и стилистических ошибок (например, «...исключить анонимность у пользователей в Сети, которая нередко влечет их к безответственности и безнаказанности» (Народные новости). Замечено и крайне неудачное словотворчество: «Путин подписал указ о *деанонимизации* в Интернете» (VSE42. Новости).

Такая ситуация ярко демонстрирует проблемность качественного освещения события в интернет-СМИ и, безусловно, требует серьезного исследования. Подобный информационный шум не только дискредитирует профессию журналиста, но и дезинформирует аудиторию, представляя ей искаженный образ информационной картины дня.

Литература

1. Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. – М.: изд-во МГУ, 2005. – 332 с.
2. Коноваленко, Е. А. Специфика информационных жанров в прессе (на материале глянцевого СМИ) / Е. А. Коноваленко // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 9. Исследования молодых ученых. – 2014. – № 12. – С. 66-76.

3. Одинцов В.В. Стилистика текста. – М.: Наука, 1980. – 299 с.

4. Сафина Р.А. Особенности жанров интернет-СМИ // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. – т.15, №2, 2013. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-zhanrov-internet-smi> (дата обращения - 18.05.2014)

5. Тertychnyy A.A. Жанры периодической печати Учебное пособие. — М.: Аспект Пресс, 2000 – 312 с.

INFORMATIONAL MESSAGE IN RUNET: PROBLEMS OF DEFORMATION OF THE MEDIA-ABROAD EVENTS

The article is devoted to the problem of distortion of the image of the event in news reports on the news Internet media tapes, which arises under the influence of new information technologies that allow using copywriting, as well as a general decline in the culture of the journalist's professional activity and his speech culture.

Key words: media image, news information message, information note, news line, Internet

О.А. Свешникова

(Российский университет дружбы народов)

ИНТОНАЦИЯ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

В данной статье анализируются средства передачи интонации в интернет-коммуникации.

Ключевые слова: интонация, пунктуация, интернет-коммуникация.

Интернет является неотъемлемой частью жизни современного общества. Коммуникация в глобальной сети (электронная почта, живые журналы, общение в чатах в режиме реального времени, блоги, скайп и т.д.) является самым распространенным способом электронной коммуникации, которая представляется особым видом общения, сочетает в себе устную и письменную речь [Кристал, 2006].

Вопрос соотношения устной и письменной речи в интернет-коммуникации является дискуссионным. Существует ряд признаков, указывающих на письменное начало интернет-коммуникации:

- о сообщения в сети Интернет являются графически зафиксированными;

- о материальную основу электронных жанров составляют графические средства единой с письменной речью знаковой системы;

- о используется искусственный канал передачи информации, что является признаком письменной речи;

- о эмоциональная составляющая устной речи передается с помощью средств письменной речи;

- о статусно-ориентированная коммуникация в Сети стремится к отражению норм построения текстов письменной речи, а личностно-ориентированная – к отражению устного разговорного синтаксиса с общей тенденцией к увеличению частотности разговорных средств [Лысенко 2010].

Интернет-коммуникация обладает многими признаками устной речи, но это не позволяет в полной мере использовать невербальные каналы передачи информации, поэтому коммуниканты выражают свои эмоции, используя письменные знаки.

Просодические характеристики устной речи не отражаются на письме. И.М. Логинова отмечает, что небуквенные знаки письма не имеют постоянного однозначного соотношения с интонационными средствами выражения значения высказывания, какими являются синтагматическое членение, тип интонационной конструкции и место интонационного центра в синтагме согласно фонологической теории русской интонации [Логинова 2008].

С помощью интонации в звучащей речи обозначаются завершенность, незавершенность, выделенность. Графически

эти знаки могут передавать интонационное оформление предложения. Так, например, для передачи завершенности в конце предложения используются точка (в повествовательном предложении), вопросительный знак (для вопроса), восклицательный знак (для передачи волеизъявления, модальности, эмотивности). Множество знаков подряд передают эмоциональное состояние, например, заголовок в теме электронного письма: *Срочно!!!!* При этом, само слово может быть написано заглавными буквами, что также указывает степень эмоционального напряжения.

При этом значения как завершенности, так и незавершенности в конце предложения может быть передано с помощью многоточия, например: *Сегодня много де¹л...* = *Сегодня много де¹л.* / *Сегодня много де^{3,6}л...* в этом примере интонационный центр может быть на слове много и это может быть выделено заглавными буквами, например: *Сегодня мнооооо²го дел (. / ... / Сегодня МНО²ГО дел (!)*

Для выражения интонации и эмоций коммуникантов используются также графические акценты знаки пунктуации в сочетании с графическими символами, к которым относят эмотиконы (англ. emoticone) и смайлики (англ. smileys) – определенное сочетание символов клавиатуры для обозначения эмоционального состояния собеседника, например =) эмотиконы могут выполнять разные прагматические функции – уточнять сообщение, реализовывать стратегии вежливости, выделять релевантные аспекты описываемой ситуации и т. п. [Макарова 2009; 229]. Например, широко известные эмотиконы: :-0 удивление, :-[смущение, :-/ или :-\ недовольство, озадаченность, обида.

Поскольку любое написанное высказывание потенциально многозначно, и эта многозначность снимается только при его озвучивании [Брызгунова 1980], то уместное использование знаков препинания в интернет-коммуникации

представляется способом адекватной передачи смыслового и эмотивного содержания текста.

Литература

1. Crystal, D. Language and the Internet / Second Edition. – Cambridge : Cambridge University Press, 2006. – 316 p.
2. Брызгунова Е.А. Интонация. // Русская грамматика. Т. I. М., 1980.
3. Лысенко С.А. Взаимодействие устной и письменной формы существования языка в интернет-коммуникации: автореф. ... к. филол. н. специальность 10.02.19 – теория языка. Воронеж, 2010.
4. Логинова И.М. О соотношении интонации и пунктуации в русском языке // Лингвистика и школа – Материалы Всероссийской научно-практической конференции 6-8 ноября 2007 г. Барнаул, изд-во Алтайского гос. ун-та, 2008, с. 158-170.
5. Макарова П.М. Интернет-коммуникация в лингвистических описаниях / П.М. Макарова // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Сер.: Языкознание, 2009. Вып. 557: Языковое существование человека и этноса. - С. 219 - 230.

INTONATION IN THE INTERNET-COMMUNICATION

This article analyzes the means of conveying intonation in Internet communication.

Keywords: intonation, punctuation, Internet communication.

М.И.Савинова

*(Военная академия воздушно-космической обороны имени
Маршала Советского Союза Г.К.Жукова)*

ИНТЕРНЕТ КАК ДИСКУРСИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО

В статье идет речь о том, что использование Интернета как дискурсивного пространства способствует формированию вторичной языковой личности.

Ключевые слова: Интернет, дискурс, дискурсивное пространство, вторичная языковая личность.

Хороший преподаватель русского языка как иностранного в своей работе вынужден виртуозно

балансировать на хрупком мостике между двумя пропастями: русским литературным языком и тем, что условно можно обозначить как «язык улицы». Под «языком улицы» мы понимаем разговорный стиль современного русского языка во всем его многообразии. Даже у преподавателя РКИ, работающего в узкоспециализированном вузе (например, военном), возникают ситуации, когда обучающиеся с недоумением говорят о том, что русские люди на улице общаются на другом русском языке, который отличается от того, что изучается в аудитории. Разумеется, преподаватель хочет и должен обучить «правильному» русскому языку: сформировать грамматическую базу, показать варианты выбора и использования синтаксических конструкций в зависимости от интенции говорящего и коммуникативной ситуации и т.п. Но тут возникает вопрос: если существует «правильный», то есть и «неправильный» русский язык? И здесь можно напомнить о вариативности и подвижности языковых норм, о функциональных стилях и реальных коммуникативных ситуациях. Если рассматривать эти явления в комплексе, то получается, что то, что многие преподаватели называют «неправильным» русским языком, на самом деле представляет собой живой язык, на котором общаются носители. Нужно отметить, что у обучающихся крайне высока мотивация овладения именно этим подстилем языка, поскольку он обеспечивает им эффективную коммуникацию в естественной языковой среде. Следовательно, этому языку также необходимо обучать, чтобы сформировать адекватную вторичную языковую личность у обучающегося.

Многие современные учебные пособия и учебные комплексы учитывают эту потребность и предлагают стилизованные тексты, диалоги, полилоги и т.д. Однако понятно, что эти коммуникативные ситуации являются искусственными и интенции коммуникантов им не

соответствуют. Следовательно, обучающиеся могут только пронаблюдать определенные языковые явления, но никак не научиться правильно их использовать.

С нашей точки зрения, одним из решений данной проблемы может быть использование ресурсов Интернета. Говоря об этом, мы имеем ввиду не столько возможность доступа к бесчисленному количеству информации всех видов и форм, сколько особый тип взаимодействия людей, общающихся посредством Интернета. Мы предлагаем рассмотреть Интернет как дискурсивное пространство.

Вслед за П.Серио мы понимаем дискурс как особый способ «оперирования» языком, который нельзя описать с помощью таких терминов как «язык», «стиль» или «жанр». Дискурс – это понятие, существующее на стыке наук о языке и обществе.

Дискурс – это не язык, не речь и не текст. Дискурс выходит на специфическую внешнюю сторону языковой деятельности: идеологическую и социальную. Для дискурса язык одновременно является и формальной структурой, и субъектным социальным пространством.

С позиций грамматики дискурс характеризуется особыми принципами построения предложений. П.Серио подчеркивает, что грамматические возможности языка намного шире, чем возможности дискурса, поскольку дискурс отбирает и использует только определенные конструкции. С позиций семантики дискурс характеризуется не только собственно правилами связи языковых конструкций с объектами реальности, но и самим образом реальности, который задается данным дискурсом и воспроизводится в речевых действиях участников дискурса. П.Серио отмечает, что дискурсивная семантика зависит не от правил языка, а от тех идеологических формаций, в которых находятся говорящие. С позиций прагматики дискурс характеризуется особым статусом и правилами деятельности участников дискурса. Дискурс всегда функционирует в

границах определенного сообщества, которое он в значительной степени формирует и поддерживает.

«Дискурс — это «язык в языке», но представленный в виде особой социальной данности. <...> В мире всякого дискурса действуют свои правила синонимичных замен, свои правила истинности, свой этикет. Это — «возможный (альтернативный) мир» в полном смысле этого логико-философского термина. Каждый дискурс — это один из «возможных миров» [Степанов 1995].

Следовательно, дискурс — это не просто языковое единство или инструмент и результат коммуникации, но социокультурный элемент, наделяемый статусом агента наравне с субъектами коммуникации. Дискурс представляет собой социально-семиотическое образование, самоорганизующуюся систему. С точки зрения П.Серио, субъектом производства и распространения дискурсов выступают не индивиды, а «специфические институты». «Под «институтами» надо понимать не только такие наиболее типичные структуры, каковыми являются армия или Церковь, но и любой организм, который накладывает ограничения на действие высказывательной функции; это может быть статус субъекта высказывания и статус адресата, это могут быть типы содержания того, что можно и должно говорить, а также обстоятельства акта высказывания, законные для той или иной позиции» [Серио 2002; 26]. Следовательно, каждое институциональное образование формирует свое специфическое дискурсивное пространство, попадая в которое субъект вынужден подчиняться определенным правилам речемыслительной деятельности.

С нашей точки зрения, Интернет является одним из самых ярких примеров дискурсивных пространств. Общаясь в социальных сетях («ВКонтакте», «Facebook» и др.) или мессенджерах («WhatsApp», «Viber» и др.), мы подчиняемся определенным правилам коммуникации, и речевой коммуникации в том числе. Отметим, что в данном

дискурсивном пространстве коммуникация осуществляется не только посредством прямого общения или переписки, используются также видео- и аудиофайлы, различные изображения и картинки, символы, передающие человеческие эмоции и т.д. В случае необходимости используются (передаются) ссылки на тот или иной Интернет-ресурс. В результате каждый коммуникант имеет дело с огромным объемом разноуровневой информации. С нашей точки зрения, такая ситуация наглядно иллюстрирует теорию диалога М.М.Бахтина. С этим контактирует и понимание семантики П.Серио. Он считает, что «семантическая единица не может образовываться как постоянная и однородная проекция «коммуникативного намерения», она образуется скорее как некий узел в конфликтном пространстве, как некоторая, всегда неокончателная стабилизация в игре разнообразных сил. За определенной семантической единицей необходимо восстанавливать движение высказывания, которое под двойным нажимом уже сказанного и говоримого должно учитывать требования и языка, и дискурса» [Серио 2002; 53]. Напомним, что дискурсивная семантика зависит не от правил языка, а от тех идеологических формаций, в которых находятся говорящие, что опять подтверждает понимание Интернета как дискурсивного пространства.

Таким образом, общаясь в Интернете, коммуникант, во-первых, существует в четких рамках системных правил, что значительно облегчает коммуникацию в русскоязычном Интернете для иностранца. Во-вторых, осуществляется естественная коммуникация со всеми ее сложными психолингвистическими процессами. В-третьих, такая коммуникация задействует все формируемые речевые навыки обучающегося, поскольку общение строится на обмене не только текстовыми или голосовыми сообщениями, но и аудио- и видеофайлами, картинками, изображениями и т.д.. И в-четвертых, такая коммуникация активно

способствует формированию лингвокультурной (дискурсивной) компетенции, что крайне важно для развития вторичной языковой личности.

В результате можно сделать вывод, что понимая Интернет как дискурсивное пространство, преподаватели РКИ могут использовать его возможности для более успешного формирования вторичной языковой личности своих обучающихся.

Литература

1. *Серво П.* Квадратура смысла. – М.: Прогресс, 2002. – 416 с.
2. *Степанов Ю. С.* Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности // Язык и наука конца XX века. Сб. статей. М.: РГГУ, 1995. URL: <http://abuss.narod.ru/Biblio/stepanov.htm> (дата обращения: 14. 12. 2017)

INTERNET AS DISCURSIVE SPACE

The article deals with the fact that the use of the Internet as a discursive space promotes the formation of a secondary linguistic persona.

Keywords: internet, discourse, discursive space, secondary linguistic persona.

Д.А. Салимова

(Казанский федеральный университет)

РОССИЙСКИЕ НЕМЦЫ

В ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВАХ:

К ВОПРОСУ О САМОИДЕНТИФИКАЦИИ ЭТНОСА

В статье освещаются некоторые вопросы представленности российских немцев как уникального билингвального этноса на сайте В контакте.ру. На материале 9 групп, самых активных и функциональных, делаются выводы о специфике мировосприятия, языковых и культурных предпочтениях РН.

Ключевые слова: российские немцы, интернет-сообщества, в контакте.ру, этнос, самоидентификация.

Выявление причин и мотивов либо утраты, либо сохранения российскими немцами (РН) своих лингвоэтнокультурных корней, а также их самоидентификации в контексте русской и немецкой культур, становится ведущей проблемой в научных исканиях, особенно для тех, кто занимается проблемами социолингвистики, этноязыковой политики и ситуации, этнопсихологии. Практическая значимость работы определяется как лингвокультурологической ценностью материалов по теме, так и той ролью, которую тема РН играет сегодня в германо-российских отношениях. Подход к разрешению связанных с этой темой вопросов может получить положительный импульс, если сегодняшнее явление и сегодняшние проблемы российских немцев (культурологические и языковые) станут более понятными в историческом контексте, при этом с проекцией на современный и информационно насыщенный, технологичный мир контактов людей.

Новизна и актуальность темы состоит в том, что исследования лингвокультурологической составляющей групп российских немцев в Интернет-сообществах проводятся недостаточно, в то же время «российские немцы» как феномен и как особая этническая группа привлекают все больше внимания пользователей и на современном этапе высока популярность групп РН в социальных сетях. В этнической общности российских немцев за последнее время произошли значительные изменения, и проанализировать эти перемены, их причины и последствия представляется очень важным. Изменения коснулись буквально всех сторон жизни – резко снизилась численность немцев, компактный характер расселения сменился дисперсным, произошла трансформация культуры и идентичности, и как в противовес этому, возникли новые формы самоорганизации, созданы многочисленные группы, объединяющие их, активизировались контакты с Германией.

Степень научной изученности темы. Феномен «российские немцы» разными науками изучался и изучается на протяжении многих лет. В своих предыдущих статьях мы старались дать краткий обзор степени изученности темы [Салимова 2015, 2017 Данилова 2016 и др.].

Наблюдения и анализ многих групп, созданных российскими немцами и для российских немцев, в течение последних трех лет дали нам возможность обнаружить закономерную и объяснимую идею: объединить всех граждан, которые имеют отношение к истории российских немцев. В группах социальной сети «ВКонтакте» (при этом, мы сознательно не коснулись темы специальных сайтов и порталов для РН) существует огромное количество групп российских немцев. В последние годы мы не только изучали сообщения-тексты, но и вели последовательную переписку с активными членами этих групп, анализировали анкеты, любезно представляемыми активными и открытыми для контактов представителями РН. Как и любые группы, группы о «р.н» состоят из:

а) участников (людей, знающих историю российских немцев, являющихся непосредственно родственниками немцев России, участвующих в жизни русских немцев); б) обсуждений (создатель группы или его участники предлагают тему для обсуждения). Все участники группы вовлечены в обсуждение, однако, могут не высказывать своего мнения по данному вопросу); в) записей на стене (любой человек, если группа не является закрытой, может зайти в группу и посмотреть, какие мероприятия состоятся в ближайшее время, в каких конкурсах можно поучаствовать); г) видео- и аудиозаписей (песен на русском и немецком языках, видео о мифах про русских и немцев и др.); д) дополнительных источников (ссылок), с помощью которых можно узнать больше информации и погрузиться в тему глубже.

ставить «сердечко» (в «ВК») или «класс» (в «Одноклассниках»), что свидетельствует: данная запись понравилась человеку, но и можно обсуждать насущные проблемы (интересоваться делами оппонента; узнавать, что происходит в той стране, в которой человек не живет; искать с помощью Интернет-источников своих родственников, с которыми была утеряна связь по той или иной причине и многое другое). 3. Открытость. Несмотря на то, что российские немцы являются особой этнической группой и имеют право на личное пространство, которое могут ограничить от потусторонних вмешательств лиц, не имеющих отношения к российским немцам, к примеру, сделав группу закрытой, они остаются открытыми для диалога, многие группы принимают заявки на вступление и тем самым дают возможность узнать намного больше информации, чем это может дать Интернет или книга. Благодаря Интернет-сообществам, многие исследователи, в том числе и мы, не имеющие отношения к российским немцам, получали незаменимые источники знаний, в свою очередь приведших к интересным выводам. 4. Организованность. Российские немцы с помощью групп в соц. сетях обсуждают не только погоду, отношение к российским немцам представителей других национальностей, но и место очередного сбора российских немцев в России и Германии, премьеры, национально-культурные мероприятия и т.д. 5. Перспективность. Исследование феномена «российские немцы» проводится не первый год, и с каждым годом интерес к этим необычным по своей социальной принадлежности людям возрастает с каждым годом.

Обращает на себя внимание то, что в названиях групп, даже примерно одинаковых, отличия в основном графического характера. Нами определено, что взаимодействие немецкого и русского языков влияет на оформление текста, и в связи с этим и на возможные ошибки в тексте, которые допускают российские немцы. Это и

сознательное/несознательное включение элементов смешанной речи, написание существительных с большой буквы, включение в русское слово немецких морфем или наоборот: *Mou druger*- нарочитое выделение аффикса множественного числа в немецком языке и др.; большинство молодых российских немцев свое имя или фамилию предпочитают дать в латинской графике: *Leinweber, Anri, Katrin*.

Двойное восприятие мира накладывает свой отпечаток буквально на все, что касается личности российского немца. Следует отметить, что русские и немецкие черты характера присутствуют у немцев на генном уровне и, как признаются сами РН, «это им не доставляет какого-либо дискомфорта, поскольку «русский» включается в работу, только когда это необходимо, не мешая «немцу». Такие черты характера, как пунктуальность, этикет в гостях (предупреждать о приходе заранее), готовность помочь без лишнего самопожертвования, относятся к немцам, «здоровый» эгоизм, чувство спокойствия перед важными делами относятся к русским».

В.Вириц, на вопрос о том, можно ли сохранить немецкую нацию в России, ответил следующим образом: «Вопрос сформулирован не совсем верно. Немецкая нация, на самом деле, может сохраниться только в Германии. В России существует народ- российские немцы. Сможет ли он сохраниться как этнос? Моё личное мнение - сможет только при наличии у российских немцев своей автономии с правами, не меньшими, чем у любой другой республики в составе РФ и только при том условии, что автономия будет образована в самое ближайшее время. Иначе российские немцы окончательно утратят свою самобытность, язык и национальные традиции. И уже через 30-50 лет можно будет констатировать тот факт, что в России стало на один народ меньше. Останется только понятие - российский гражданин немецкого происхождения. Это грустно, но скорее всего

неизбежно, так как численность немцев в России быстро сокращается, а оставшиеся расселены по стране очень дисперсно. Кроме того, носителей языка уже сейчас почти не осталось, а те, кто его изучает, делают это чаще с целью переезда в Германию и что самое главное, перспективы на восстановление государственности российских немцев крайне малы, если не сказать призрачны...» Не соглашаясь с частью его пессимистических взглядов, нельзя и не признать справедливость многих его положений.

Один из участников группы делится своими впечатлениями по поводу того, как относятся к российским немцам представители других наций.

Д.Дедерер. «Ну, тут больше не как мы это воспринимаем!!! А как нас воспринимают! К примеру, жил я в Киргизии, там говорили, езжайте в свою Россию! Приехали в Россию, начали говорить: понаехали тут... и т.д. узнали, что уехал в Германию, сказали фашисты и т.д.!!! Как бы... тут уже не от внутреннего состояния зависит!!!... И выражение "В России немцы, в Германии русские" очень сильно подходит! :)»

А вообще... я себя считаю больше немцем, чем русским... ибо характер у меня совсем не русский!!! Жалко, что нет пунктов "больше немец, чем русский" или "больше русский, чем немец"! Да и вопросы не очень полно отражают суть! Немец или русский! Это не есть правильно!!!» Как видим, даже конструкция предложения нашего контактера напоминает конструкт на немецком языке, то есть, он действительно «больше немец, чем русский».

Тем не менее, абсолютное большинство сообщений и их авторов на сайте российских немцев характеризуется открытостью по отношению к своим собратьям по социальной группе и толерантным отношением к другим народам России и Германии. Современная социальная сеть поражает огромным количеством различных групп и сообществ. Оказываясь в сети Интернет, человек обращает

внимание в первую очередь на красочность оформления того или иного сообщества.

Изображение каждой группы несет определенную символику. Самыми частотными, среди Интернет-сообществ российских немцев явились изображения флагов Германии и России, медведя (символ России) и молодая пара в национальных немецких костюмах (см. рис. 1, 2).

Примечательно, что цветовая символика каждой из групп по-своему свидетельствует о знании пользователями истории, культурно-ценностной информации. Цвета немецкого флага напрямую связаны с расцветкой униформы Добровольческого корпуса, сражавшегося против Наполеона на территории германских земель (начало 19 века). Основной цвет (немцы - очень практичный народ) униформы был черным, так как черная материя не так сильно марается, да и черная краска была самой дешевой, обшлаг был красного цвета (красная ткань тоже не отличалась дороговизной), а пуговицы на униформе были из достаточно простого сплава - бронзы золотистого цвета. К слову, черный, красный и желтый - это тот же набор цветов, который присутствовал на гербе Священной Римской империи германской нации.

Значение российского флага. Вспомним, официально бело-сине-красный флаг был утвержден как официальный (государственный) флаг России только накануне коронации Николая II в 1896 г. (до этого государственным флагом Российской империи считался черно-желто-белый флаг, который в настоящее время используется различными монархическими движениями, а бело-сине-красный флаг со времен Петра I был торговым или коммерческим флагом России). Официального толкования значения цветов флага России, по всей видимости, не существует. Неофициально чаще всего встречаются три-четыре трактовки цветов: 1) красный цвет - державность, синий - цвет Богоматери, под покровительством которой находится Россия, белый - цвет свободы и независимости; 2) единство трех цветов

восточнославянских народов: белый - цвет Белой Руси (Белоруссии), синий - Малороссии (Украины), красный – Великороссии; 3) белый цвет - мир, чистота, непорочность, совершенство; 4) синий - цвет веры и верности, постоянства; 5) красный цвет символизирует энергию, силу, кровь, пролитую за Отечество и др.

Например, Группа « ★ ★ ★ ★ ★ НЕМЦЫ В КОНТАКТЕ ★ ★ ★ ★ ★ » своей визитной карточкой сделала надпись, которая несет одно и то же значение на двух разных и в то же время родных языках:

«Мы немцы! И мы гордимся этим!!!

Wir sind Deutsche! Und wir sind stolz darauf! ».

Стоит отметить, что наличие конкурсов и мероприятий, проводимых в русле темы «российские немцы» являются актуальными и пополняют ежедневные записи сообществ в сети. Такие конкурсы, как «Друзья немецкого языка», «Лучшие имена России», «Российские немцы в авангарде будущего» и многие другие, проводятся каждый год и способствуют укреплению связи на международном уровне Германии и России.

Несомненно, наши первые попытки исследовать графико-языковые характеристики групп РН в социальных сетях нельзя назвать полновесным опытом; интереснейшая эта тема ждет своих исследователей и в будущем. Тем не менее, мы убеждены, что активные участники этих групп в большинстве своем это равнодушные к этническим корням, к русскому и немецкому языкам, продвинутые и перспективные люди, предлагающие разные конкурсы и проекты, программы. Можно утверждать «о сохранении этнокультурных кодов у российских немцев: дисперсное расселение российских немцев, которое повлекло за собой стирание-вымывание национального сознания, к счастью, все же не привело к тотальным исходам, как в этнокультуре, так и в плане этнодемографии» [Салимова 2017, 382]. Анализ

исследованных нами групп позволяет говорить о высоком индексе толерантности, при этом признание доминирующей русскую культурную составляющую и хороший уровень культуры речи билингва характерны для абсолютного большинства сегодняшних этнических немцев. Современная всемирная сеть, российские культурно-автономные организации создают условия для тех, кто хочет найти себя и ответить на рефреном звучащие вопросы: "Кто мы, российские немцы?", "Где наша Родина?", "Где наш дом?" Представленность РН именно на самом популярном российском сайте, открытый, честный характер сообщений говорят о том, что большинство российских немцев Домом признают именно Россию.

Не случайно В.В. Путин в «Независимой газете» для характеристики государственной позиции по этому вопросу привел слова Ивана Ильина: «Не искоренить, не подавить, не поработить чужую кровь, не задушить иноплеменную и инославную жизнь, а дать всем дыхание и великую Родину... всех соблюсти, всех примирить, всем дать молиться по-своему, трудиться по-своему и лучших отовсюду вовлечь в государственное и культурное строительство» 1899. [Путин 2012].

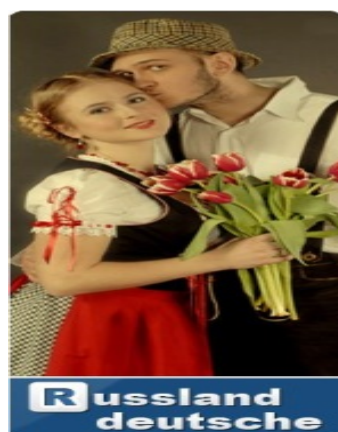


Рис. 1



Рис. 2

Действительно, как нельзя лучше графика говорит за представителей, бикультурных и билингвальных, и создателей таких групп. См. Рис.3.



Рис. 3

Литература

1. Салимова Д. А., Данилова Ю. Ю., Крапоткина И. Е. Историко-социальный подход к проблеме языка и культуры российских немцев Поволжья (на материале опубликованных архивных документов) // Политическая лингвистика / Гл. ред. А.П. Чудинов; ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т». Екатеринбург, 2015. Вып. 4 (54). С. 134-139.

2. Салимова Д.А. Интерес к родному языку и сохранение этнической самоидентификации у российских немцев/ Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Вопросы образования: языки и специальность. 2017. Т. 14. № 3. С. 375-383.

3. Данилова Ю.Ю., Салимова Д.А., Алмагамбетова Д.Т. Определение этнонима как способ этнической (само)идентификации российских/русских немцев // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота. – 2016. – № 12. – Ч. 1. – С. 74-78.

4. Немцы Союза ССР. Драма великих потрясений 1922-1939 гг. В 2-х тт.: Архивные документы, комментарии / Предисл. В. Ф. Баумгертнера, В. Г. Чеботарева. Общественная академия наук российских немцев. М.: Центр немецкой культуры, 2009. 751 с.

5. Два с половиной века с Россией (к 250-летию начала массового переселения немцев в Россию): Материалы 4-й Международной научно-практической конференции (Москва, 24-27 августа 2012 г.). М.: МНСК-пресс, 2013. 720 с.

6. Информационный портал российских немцев. [Электронный ресурс] – URL: <http://www.rusdeutsch.ru/?lan=1>(дата обращения 1.06.2017)

7. Путин В.В. Россия: национальный вопрос // Независимая газ. 2012. 23 янв. URL: http://www.ng.ru/politics/2012-01-23/1_national.html (дата обращения: 12.01.2018).

**RUSSIAN GERMANS IN INTERNET COMMUNITIES:
QUESTION OF THE SELF-IDENTIFICATION
OF ETHNOS**

The article highlights some questions of the representation of the Russian Germans as a unique bilingual ethnos on the site vk.com. On the basis of 9 groups, the most active and functional, conclusions are drawn about the specifics of the worldview, the language and cultural preferences of Russian Germans.

Keywords: Russian Germans, Internet communities, vk.com, ethnos, self-identification

Т.Д. Селеджијева, С.А. Дерябина

(Российский университет дружбы народов)

**УПРАЖНЕНИЯ ПО ФОРМИРОВАНИЮ
СЛУХО-ПРОИЗНОСИТЕЛЬНЫХ НАВЫКОВ В РКИ
В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ**

Статья посвящена анализу упражнений и мультимедийных ресурсов по формированию слухо-произносительных навыков при изучении русского языка как иностранного. Ввиду того, что на сегодняшний день электронные-образовательные программы набирают все большую популярность, рассмотренные наиболее популярные веб-сайты, могут существенно помочь иностранцам в овладении русского языка.

Ключевые слова: фонетика, мультимедиа, русский язык в интернете, сетевые ресурсы, электронные ресурсы

В век современных технологий одним из средств повышения эффективности образовательного процесса является включение в обучение информационных технологий [Дерябина, Дьякова, Жеребцова 2015; 12]. Высокую популярность набирают электронные учебные пособия, квалифицированные педагоги на своих занятиях всё чаще прибегают к использованию мультимедийного оборудования. В процессе обучения иностранные учащиеся ведут в Интернете поиск необходимого материала в информационных базах данных для решения учебной задачи (ТУИС, учебный портал), знакомятся с разными точками зрения на изучаемую проблему, принимают участие в различных национальных и международных сетевых инициативах (олимпиадах, викторинах, конкурсах, проектах). А также проводят много времени для самообразования в Интернете.

Традиционно в методике РКИ работа по формированию слухо-произносительных навыков осуществляется на трех этапах обучения (вводно-фонетический, сопроводительный, корректировочный курс фонетики). В каждом из разделов курса изучение звуков, звукосочетаний, ритмических моделей слов сочетается с изучением интонационных конструкций [Крючкова 2009; 95].

Данная статья посвящена рассмотрению упражнений по формированию слухо-произносительных навыков в электронных учебных пособиях по обучению русскому языку как иностранному.

Электронное учебное пособие *«Практические упражнения по фонетике русского языка»* предназначено для студентов-филологов и рассчитано на два семестра обучения на начальном этапе.

В первой части рассматривается фонетическая система русского языка, объясняются особенности артикуляции

некоторых русских гласных и согласных звуков, представляющих наибольшие трудности для иностранных студентов, например, произношение мягких и твердых согласных, [л] и [ш'], редукции русских гласных и т.п. Непоследнее место в пособии занимают правила транскрипции русских звуков. При этом используются знаки «практической транскрипции».

Во второй части пособия идет работа над интонацией русского предложения, даётся характеристика и примеры употребления всех семи интонационных конструкций русского языка, выделенных Е.А. Брызгуновой.

Кроме материалов по теории фонетики и фонологии, объяснения основных терминов и понятий, главным в пособии являются практические упражнения по различным фонетическим явлениям. Материал составлен так, чтобы студенты с помощью преподавателя уже на первом курсе были ознакомлены с трудностями русского произношения и интонации и учились с самого начала обучения русскому языку, его правильному произношению. Поэтому пособие дополнено также звуковой записью большинства упражнений на CD, записанной русскоязычным говорящим для лучшего освоения материала студентами.

Сетевой учебно-методический интерактивный комплекс по русскому языку «Время говорить по-русски!» предназначен для начинающих.

Комплекс содержит множество разнообразных упражнений и дополнительный материал. На главной странице находятся разделы курса: основной курс, о программе, словарь, страноведение, медиотека, библиотека и тестирование.

Одним из упражнений, направленных на формирование слухо-произносительных навыков, в данном комплексе является просмотр фрагмента или целого фильма. Эпизоды фильма построены на ситуативно-тематических диалогах. На фрагментах показаны слова и фразы, которые предлагается

внимательно прослушать и повторить. После этого, предложен ряд заданий по просмотренным фрагментам. В конце урока дается тест на закрепление.

Благодаря разделу «медиаотека» каждый студент имеет возможность познакомиться с популярными русско-народными и современными песнями, прочитать и перевести текст к ним, а затем спеть их. Это способствует развитию навыков понимания живой разговорной речи, расширению лексического запаса в доступной и занимательной форме.

Таким образом, учащиеся слушают грамотную с точки зрения носителя русскую речь, запоминают правильную интонацию, пополняют словарный запас, в результате чего происходит снятие слуховых, произносительных, ритмико-интонационных сложностей.

Часто иностранные студенты, приехав в Россию, сталкиваются с устойчивыми выражениями. Для носителей языка такие фразеологизмы кажутся простыми, как для понимания, так и для произношения, но иностранцы испытывают значительные трудности в усвоении услышанных фраз. Для того, чтобы облегчить понимание устойчивых выражений, существует сетевой ресурс «Очень по-русски», который предназначен для продвинутого этапа обучения. Аудио подкаст данного веб блока записан носителями русского языка на естественной разговорной скорости. Каждый эпизод сопровождается полным переводом на русский язык с ударением и на английский. Для достижения лучшего эффекта звуковые файлы могут быть загружены, чтобы прослушивать их в режиме оффлайн и повторить пройденный материал в удобное время. Кроме того, подкасты максимально наглядно продемонстрированы в виде карточек и имеют звуковое сопровождение с транскрипцией.

Наиболее распространённый тип аудиторной работы над песней – это предъявление текста музыкального произведения с пропусками, которые учащиеся заполняют в

процессе прослушивания. В данных заданиях могут быть пропущены как целые слова, так и только их окончания в зависимости от того, над какой темой идет работа. Как пример возьмём интерактивный портал «Lyricsgaps».

На сайте существует алфавитный указатель, по которому можно выбрать исполнителя, есть возможность выбора языка панели управления (русский, английский, испанский). В левой части экрана проигрывается видеоматериал, а в правой – текст песни с пробелами. Учащиеся должны в процессе прослушивания выбрать на месте пропуска наиболее подходящее слово. Так же есть возможность выбора уровня владения языком.

В процессе работы над текстом песни формируются слухопроизносительные навыки, отрабатывается артикуляция сложных звуков и звукосочетаний, расширяется словарный запас, грамматические навыки (в песне могут повторяться определенные предложно-падежные формы и синтаксические структуры). Данное задание способствует формированию всех видов речевой деятельности: аудирование, чтение, говорение (обсуждение содержания песни, её сюжета, чувств, которые она вызвала у слушателей) и письмо (коротко записать, о чём эта песня).

Подводя итог, хочется отметить, что в настоящее время в методике преподавания РКИ идет активное развитие электронных обучающих мультимедийных ресурсов и программ. Предметом внимания данной статьи стали упражнения по формированию слухо-произносительных навыков. В рассмотренных ресурсах в данном направлении были представлены такие виды работы как: описание фонетической системы русского языка, объяснение особенностей артикуляции звуков, представляющих наибольшие трудности для иностранных студентов, редукции русских гласных, правил транскрипции русских звуков, работа над интонацией русского предложения, практические упражнения по различным фонетическим

явлениям, прослушивание звуковой записи упражнений, просмотр фрагмента или целого фильма, в которых показаны слова и фразы, предназначенные для прослушивания и повторения, разучивание текстов песен, звуковое сопровождение фразеологизмов с транскрипцией, предъявление текста музыкального произведения с пропусками, которые учащиеся заполняют в процессе прослушивания. Подобные задания способствует формированию как слухо-произносительных навыков, так и лексических, грамматических.

Литература

1. *Дерябина С.А., Дьякова Т.А., Жеребцова Ж.И.* Использование информационных технологий как способ интенсификации обучения РКИ в условиях внеязыковой среды // *Русский язык за рубежом/ специальный выпуск Вьетнамская русистика – №22. – 2015*

2. *Крючкова Л.С.* Практическая методика обучения русскому языку как иностранному: учеб. Пособие / *Л.С. Крючкова, Н.В. Мощинская.* – М.: Флинта: Наука, 2009. – 480 с.

3. *Гобзова И.*, Практические упражнения по фонетике русского языка. Электронное учебное пособие Педагогический факультет, Университет им. Масарика, Брно <http://is.muni.cz/do/ped/kat/KRus/fonetika/index.html>

4. *Петанова А.Ю., Коваленко Ю.Е.* Время говорить по-русски! Сетевой учебно-методический интерактивный комплекс по русскому языку для начинающих. М.: ЦМО МГУ, 2005-2013. http://www.speak-russian.cie.ru/time_new

5. Очень по-русски. Веб-блог по русскому языку для продвинутого этапа обучения. <http://ochenporusski.com/>

6. Веб-сайт Lyricsgaps <http://www.lyricsgaps.com>

EXERCISES FOR FORMING HEARING-SKILLS IN THE STUDY OF THE RUSSIAN LANGUAGE AS FOREIGN IN THE MODERN EDUCATIONAL ENVIRONMENT

The article is devoted to the analysis of exercises and multimedia resources on the formation of auditory-pronunciation skills at all stages of training. Nowadays electronic education

programs are getting popularity; the author believes that the most popular websites can help foreigners in studying the Russian language.

Keywords: phonetics, multimedia, Russian language on the Internet, network resources, electronic resources.

Син оп Шин Ольга

(Российский университет дружбы народов)

**РУССКИЙ ЯЗЫК В ЗЕРКАЛЕ ГРЕЧЕСКОГО.
МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА
ДЕТЯМ БИЛИНГВАМ РУССКО-ГРЕЧЕСКИХ СЕМЕЙ
С ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-
КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ (ИКТ)**

В настоящей статье отражены результаты исследования проведенного в 2015-2016 гг. в русской некомерческой школе выходного дня «Нота», расположенной на острове Родос, Греческой республики. Основной задачей данного исследования являлось разработка методики преподавания русского языка за рубежом с использованием информационно-коммуникационных инновационных технологий (ИКТ).

Ключевые слова: Ключевые слова: русский язык за рубежом, дети билингвы, Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ).

Исследование проводилось в некомерческой школе «Нота», расположенной на острове Родос Греческой республики. Школа была основана в 2014 году для детей из русскоязычных и смешанных (греко-русскоязычных) семей, проживающих на острове постоянно. В учебную программу входили: русский язык и литература как основной предмет; изобразительное искусство и танцы как факультативные предметы. Все занятия проводились на русском языке один - два раза в неделю на базе средней школе №1 острова Родос. Все классы были оснащены проектором и разъемными

для ноутбука и интернета. Уроки танцев проводились в муниципальном доме культуры.

Методология исследования основывалась на качественном подходе, а именно на изучении индивидуального случая (кейс-стади) с использованием следующих методов: наблюдение, интервью, изучение документации, аудио-визуальных материалов и анализ данных был проведен с помощью кодирования и категоризации.

В данном исследовании приняли участие 22 ученика из двух групп, 8 детей 3-3,5 лет и 14 детей 4-5 лет. Для определения уровня знания русского языка родителям было предложено заполнить анкету-опросник [Alzayed 2015, Chumak—Horbatsch 2012]. Основной задачей опросника было установить родной язык каждого родителя, их образование, язык общения с ребенком и возможность общения ребенка с другими членами семьи (например, бабушками и дедушками) по-русски (языковая среда). На следующем этапе детям было предложено ответить на 10 вопросов, чтобы определить их речевые навыки [Kagan 2012].

По предоставленным данным из анкеты и по результатам интервью было определено, что 13 детей (11 мальчиков и 2 девочки) говорили или предпочитали говорить только по-гречески и плохо понимали русский. Факторы влияющие на утрату родного языка родителя в другой стране согласно Wong-Fillmore, Rogoff и Morelli это:

- социальное положение родителя;
- престиж страны или стран, в которых употребляется данный язык;
- отсутствие образовательных учреждений, учебных пособий, квалифицированных педагогов;
- отказ родителя от родного языка по психологическим причинам (стыд, желание улучшить речевые навыки доминирующего языка и т.д.).

За последнее десятилетие статус русского языка в Греческой республике изменился. Растущий престиж Российской Федерации, рост туристов из СНГ способствовали улучшению социального положения русскоговорящих иммигрантов и обеспечили интенсивное развитие образовательной языковой политики по сохранению русского языка [Σκοῦρτου, Κοῦρτη-Καζοῦλη 2015]. Русский как иностранный преподается в университетах, государственных учреждениях и муниципалитетах. Открываются школы для детей русскоговорящих иммигрантов, в которых приоритетной задачей является сохранение русского языка.

Возможности *информационно-коммуникационных технологий (ИКТ)* решили задачи академического уровня [Brophy 2010]:

- повышение квалификации педагогов стало доступно дистанционно;
- интернет является порталом для хранения бесчисленных учебных материалов, доступным из разных мест;
- повышение эффективности и качества процесса обучения и общения идет за счет обогащения традиционного учебного материала мультимедийными и интерактивными уроками, а также
- облегчило обеспечение мотивационно-побудительной сферы, обуславливающих активизацию познавательной деятельности детей [Korbitz Chandrasekaran 2008].

После определения языкового уровня детей, был разработан учебный план. Основной задачей являлось создание благоприятной языковой среды, ориентированной на нужды и способности детей, а также, обеспечение их мотивационными стимулами. Учебный материал сочетал русские сказки, песни, стихи, скороговорки (в основном с применением ИКТ) и практические задания из программы,

которую разработала Roma Chumak-Horbatsch из университета Торонто для работы с детьми иммигрантов дошкольного возраста. Ее сборник практических занятий [2012] направлен на поощрение культурного и языкового многообразия детей и подразумевает активное участие всех членов их семьи в учебном процессе.

Два задания из сборника применялись на каждом занятии, а со второго семестра с использованием ИКТ:

1. Журнал подписей / Sign in book;
2. Тематические двуязычные карточки «Что ты видишь?»/ “What do you see?”.

«Журнал подписей» это практическое задание-игра, основной концепцией которого является идентификация личности ребенка с языком и именем. Данное задание было для группы детей старшей группы. В начале каждого урока первого семестра дети писали свои имена на желаемом языке в журнале подписей. Задание было добровольным, без принуждения.

Результатами наблюдений были таковы:

1й урок. Все дети отказались. По-этому родителям было дано задание попрактиковаться с детьми дома, предоставляя выбор языка им самим.

2й урок. Все присутствующие на уроке (12 из 14) написали свои имена или монограммы. 4 мальчика и 2 девочки написали полностью свои имена, но на греческом языке. Важно отметить, что все уроки велись на русском языке.

3й и 4й уроки. Дети продолжали писать с удовольствием, кто на греческом, кто на русском языках. Я похвалила только детей, которые написали свои имена на русском языке.

5й урок. В журнале было только три имени. Все три на русском языке.

6й и 7й уроки. В журнале было 8 имен. Все на русском языке.

Со второго семестра вместо традиционного печатного журнала был использован планшет со стилусом для заметок. Данное новшество вызвало бурю положительных эмоций у всех детей. Все дети были знакомы с данным устройством и не нуждались в инструкциях по его применению. На протяжении всего семестра постепенно вводились различные вариации, такие как: имена сохранялись на скриншоте и отправлялись родителям, дети фотографировались и подписывали фотографии. До конца семестра все дети активно участвовали в данном проекте-задании.

Другое задание, которое активно использовалось на каждом уроке с постепенным применением ИКТ это тематические двуязычные карточки «Что ты видишь?». Данное задание направлено на обогащение словарного запаса, а главное, на усвоение значений/кода знакомых предметов и понятий на русском языке.

На первом и втором уроках была тема «Овощи и фрукты». Использовались настоящие овощи и фрукты и распечатанные двуязычные карточки. На одной стороне карточки было название овоща или фрукта на греческом языке, а на другой стороне – его аналогичное название на русском.

На третьем уроке была подготовлена презентация в PowerPoint на тему «Дом и мебель». Каждая картинка с предметом мебели имела названия как на греческом, так и на русском языках. После презентации детям было предложено выбрать из распечатанных карточек с названиями предметов мебели на одной стороне и аналогичной картинкой на обратной 4 карточки с предметами, которые есть у них в комнате.

На следующих уроках до конца первого семестра, все задания проходили по вышеуказанной схеме с некоторыми изменениями. Например: на уроке на тему «Морская жизнь» был продемонстрирован фильм из Youtube о подводной жизни, а после фильма мы лепили из пластилина обитателей

моря и рассказывали о них. Все задания выполнялись детьми с энтузиазмом и не вызывали у них трудности.

С середины второго семестра для подведения итогов и определения результатов в вышеуказанной концепции были разработаны тесты в приложении Forms Google drive. По пройденному материалу ребенку зачитывались загадки и он должен был найти правильный ответ из четырех предложенных. Все загадки и ответы были на русском языке.

По результатам проведенных тестов у 5 девочек из 6 было правильных ответов больше 80%. Только у одной девочки правильных ответов было меньше чем 60%. Но важно отметить, что на то время ей было 4 года.

Из 14 мальчиков два мальчика не принимали участие в тестировании из-за родителей. 10 мальчиков имели результат правильных ответов 80% и выше и только 2 мальчика имели результат ниже 50%. Но следует отметить, что один из них был сиротой (он рос только с отцом, которым был греком), а другой занимался регулярно со специалистом-логопедом.

По результатам исследования следует что применение ИКТ в данном случае:

1. способствовало расширению возможностей предъявления учебной информации;
2. повысило мотивацию у детей к познавательному процессу;
3. активизировало у них когнитивную деятельность и раскрыло их способности, а также
4. послужило практической системой проверки и контроля.

Важно сохранить, развивать и постоянно совершенствовать родной язык, особенно если проживаешь в другой стране. Начинать надо с образования и воспитания родителей [Alzayed 2015]. Высокий уровень владения языком является залогом успешной карьеры. Знание родного языка это показатель духовного мира человека, его культуры и

интеллекта. Вот почему, одной из важнейших задач раннего воспитания является развитие культуры речи с последующим ее совершенствованием [Барышникова 2011].

Информационно-коммуникативные технологии являются неотъемлемой частью нашей повседневной жизни. Их применение в учебном процессе является залогом эффективности и высокого уровня образования [6].

Литература

1. *Alzayed, N.N.* Preserving Immigrants Native Language and Cultural Identity in Multilingual and Multicultural Societies, *International Journal of Humanities and Social Science* Vol. 5, No. 2; February 2015.

2. *Brophy, J.* Motivating students to learn, Third edition. Routledge, Taylor & Francis., 2010.

3. *Chumak—Horbatsch, R.* *Linguistically Appropriate Practice. A Guide for Working with Young Immigrant Children.* University of Toronto Press., 2012.

4. *Kagan, O.* Intercultural Competence of Heritage Language Learners: Motivation, Identity, Language Attitudes, and the Curriculum, Proceedings of Intercultural Competence, Conference September, 2012 Vol. 2, pp. 72-84, <http://cerell.arizona.edu>

5. *Korbitz Chandrasekaran, T.* Strategies used by secondary Spanish teachers in heritage language student classrooms, Iowa State University., 2008.

6. *NAEYC.* NAEYC position statement: Technology and young children—Ages three through eight., 1996.

7. *Rogoff, B. & Morelli, G.* Perspectives on Children's Development from Cultural Psychology, Readings on the Development of Children, Ed.: Gauvain, M., & Cole, M., W.H. Freeman and Company, New York, 2nd Edition, 1989.

8. *Wong-Fillmore, L.* When Learning a Second Language Means Losing the First, *Early Childhood Research Quarterly*, 6, 1991; 323-346

9. Σκούρτου, Ε., Κούρτη-Καζούλη, Β. Διγλωσσία και Διδασκαλία Δεύτερης Γλώσσας, Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών, 2015.

10. Барышникова Е.Н. Место, цели и задачи учебной дисциплины «культура речи» в высшей школе. Вестник российского университета дружбы народов. Серия: русский и иностранные языки и методика их преподавания. 2011

PRESERVING RUSSIAN AS A HERITAGE LANGUAGE IN GREEK-RUSSIAN FAMILIES USING ICT AS MOTIVATION. CASE STUDY

This article reflects the results of the case study, which took place in 2015-2016. The main goal of the study was to create a bilingual environment, encouraging student's diversity and cultivating both (Russian and Greek) languages. The data were collected from 22 preschool age students (16 boys and 6 girls) of non-commercial school "NOTA", where the Russian was taught as a heritage language to children from Russian or Greek-Russian families.

Keywords: heritage language, ICT, motivation, Russian language, bilingual children

Т.А. Сироткина

(Сургутский государственный педагогический университет)

ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ КАК ИСТОЧНИК МАТЕРИАЛА ДЛЯ ФИЛОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА РЕГИОНАЛЬНОГО ТЕКСТА

В статье на материале учебно-методического пособия «Литературное краеведение» рассматривается возможность использования текстов региональных СМИ для филологического анализа текста в общеобразовательной школе.

Ключевые слова: информационные ресурсы, филологический анализ текста, региональные СМИ, литературное краеведение.

Важность информационных ресурсов как средства формирования региональной языковой личности мы уже подчеркивали в предыдущем своем докладе на данном форуме [Сироткина 2017]. Сегодня же хочется обратить внимание на то, каким образом информационные ресурсы можно использовать в качестве материала для филологического анализа регионального текста.

Публицистические тексты – незаменимый источник информации о культурных событиях города и региона. Поэтому в новом учебном пособии «Литературное краеведение: филологический анализ регионального текста», рассчитанном на учеников и учителей общеобразовательных школ» [Галян 2017] материалом для анализа нередко становятся тексты, опубликованные на сайтах региональных СМИ. Приведем пример одного из них:

*Репортаж об открытии памятника Учителю в
Сургуте*

В крупнейшем городе Югры появилась новая скульптура. Она расположилась на территории Сургутского государственного педагогического университета на улице Артема. Автор памятника учителю – скульптор с мировым именем. Работы Григория Потоцкого установлены в 42 странах мира. И вот одна из них теперь появилась в Сургуте. Памятник отлит из бронзы, но, по сути своей, является золотым. Об этом в своей вступительной речи сказала губернатор Югры Наталья Комарова, принявшая участие в торжественном открытии.

- Каждый из нас помнит о своем первом учителе, о любимом учителе. Неслучайно говорят, что по ученику и учителя видят. Мне сказали, что автор скульптуры использовал бронзу для этого монумента. Я хочу удорожить

этот проект и напомнить вам о том, что учитель – это чистое золото любви к ребенку, – обратилась к собравшимся на открытии памятника глава региона.

- Памятник учителю – это дань памяти нашей первой учительнице, которая дала нам путевку в жизнь, – рассказал Потоцкий.

- Сегодня российские учителя ответственно несут свою миссию, черпая силы во вдохновении, в вере в свою педагогическую профессию и ее предназначение. Этот памятник, памятный символ, который мы открыли сегодня, это дань профессии учителя, – сказала ректор СурГПУ Надежда Коноплина (по материалам репортажа Р. Нуриева).

Обсуждение данного текста строится на основе диалога учителя и учеников и включает обсуждение, например, таких вопросов: 1. Согласны ли вы с автором, который считает, что «учителями не рождаются – ими становятся»? Постройте рассуждение на эту тему. 2. В Сургутском педагогическом университете каждый год проводится научно-практическая конференция «Знаменские чтения». Учтите ее название, попробуйте сформулировать цель этой конференции. 3. Рассмотрите фотографию памятника Учителю возле корпуса СурГПУ. Скульптор Г. Потоцкий передал нам свое представление о том, каким должен быть настоящий учитель. Попробуйте раскодировать (перевести с языка скульптуры) это сообщение. 4. Опираясь на письмо Галины Кушниковой, опишите отношения учителя и ученицы. При открытии памятника Учителю губернатор Югры сказала, что «по ученику и учителя видят». Каким учителем, судя по письму его ученицы, был А.С. Знаменский? 5. В каком значении употреблено слово «дань» в речи ректора СурГПУ Н.В. Коноплиной на открытии памятника? 6. Какое значение в сургутском тексте имеет памятник Учителю? О каких духовных ценностях сургутян свидетельствует его открытие?

В информационном пространстве региона находят отражение занятия коренных жителей данной местности, их занятия, традиции, обычаи и обряды. Не только аборигенам Сургута – ханты и манси – привычны такие промыслы, как охота и рыболовство. Из уст в уста передаются рассказы об удачной охоте или небывалом улове русских жителей Югры, которые находят отражение в журналистских очерках и эссе. Яркий тому пример – очерк Анжелики Давыдовой:

И медведь нам нипочем

Заметных фигур в истории Сургута немало было. Яркие личности строили город, а их потомки проживали здесь небезынтересную жизнь. Так, в середине прошлого века жил близ Сургута Петр Силин. По рассказам коренных сургутян, знавали его все как дядю Петю Медвежатника. Заядлый охотник – в 32 года от роду имел на своем счету убитыми 18 разных лис: и черных, и рыжих, А за жизнь свою медведей завалил более тридцати. Прежде всего, заниматься приходилось этим, оберегая хозяйство на острове Банный, где жил.

Разные истории рассказывали про его охоту. И сам дядя Петя был отменный рассказчик, и слушатели всегда находились. Одно из приключений с ним приводит в своей книжке «Мой Сургут» старожил города Александр Васильевич Кузнецов. Когда Кузнецову было 13 лет, отец взял его в поездку в Тром-Аган. Как водится, на Банном сделали остановку. Чай пили, когда из соседнего рыбацкого стана на протоке Почекуйка приехали посыльные – промысловики Куйвашевы-Нестеровы за дядей Петей. На уголье медведь объявился.

Хозяин решил брать медведя, гости и друзья напросились с ним. Целой толпой явились на место. Дядя Петя попросил их держаться метрах в двадцати от берлоги и не шуметь, а сам стал кряжем шерудить медведя в берлоге. Поначалу была тишина, а затем раздался рык, и медведь потянул кряж на себя. Охотник сунул еще кряж в берлогу,

чтобы загородить выход. Медведь с ревом принялся освобождать берлогу от кряжей. Дядя Петя и один из помощников стояли в напряжении, приложив приклады ружей к плечам. Вдруг в какой-то момент с противоположной стороны берлоги из белого снега выросла целая куча. Разом прозвучали два выстрела, и зверь – наповал. Оказывается, то была медведица, очень истощенная. Расчистив от снега вход в берлогу, смельчаки полезли в нее, вытащили двух маленьких медвежат, унесли в избушку. Их затем увезли в Сургут, а с открытием навигации отправили на «большую» землю.

Вопросы, заданные по данному тексту, также направлены на лучшее понимание его учащимися: 1. Кто такие промысловики? Что значит «промышлять»? Попробуйте выяснить этимологию этого слова. 2. Почему такие люди, как Петр Силин, были «заметной фигурой» в истории Сургута? Как вы думаете, почему качества характера охотников ценились в Югре? 3. Какое значение для понимания смысла текста имеют топонимы? 4. Как в тексте прослеживается тема преемственности поколений югорчан?

У крупного города не может не быть своей мифологии. Есть она и у Сургута. Легенды, которые передаются из поколения в поколение, связаны со строительством города и ГРЭС, с целебной силой растений и уникальными способностями животных, обитающих в сургутских лесах. Каждому сургутянину знаком памятник черному лису около историко-культурного центра «Старый Сургут». Это – тоже часть городской мифологии, и она не может не найти отражения в городском информационном пространстве. Для работы с учащимися предлагается взять очерк Надежды Жуковой:

Черный лис – исконный символ Сургута

Город Сургут основан летом 1594 года, во времена Бориса Годунова и царствования Федора Иоанновича, после

экспедиции в Сибирь легендарной дружины Ермака. В царском наказе от 19 февраля 1594 года говорится: «... быть на службе в Сибири вверх по Оби реке, ставить город в Сургуте... А пришед князю Федору и Владимиру в Сургут, в котором, мене пригоже, высмотря место крепкое поставить город всеми ратными людьми и тамошними остяками».

Острог выстроили отрядом из 155 служилых людей и кодских хантов на правой стороне Оби под командованием первого сургутского воеводы князя Федора Петровича Борятинского, письменного головы Владимира Аничкова (Оничкова) и при помощи «тутошних» остяков князя Бардака, принявшего русское подданство.

Тайга вокруг нового города была богата пушным зверем. Самыми ценными и дорогими в ту пору считались соболь и чёрная лисица. Чёрный лис занимал особое место в жизни хантов и манси. Являясь покровителем человека, он непременно обитал под каждым священным деревом обских угров. Много славных мифов, сказаний, легенд, загадок посвящали аборигены края Чёрному Лису.

С приходом отряда казаков на древнюю сургутскую землю жизнь аборигенов края изменилась. Они стали «людьми государевыми», получили право на защиту со стороны государства, государство, в свою очередь, обложило их «государевой» податью — ясаком. Ясак принимали преимущественно пушнина. Пушнина для царской казны была такой же валютой, каковой в наше время является нефть. Царскими грамотами Сибирского приказа строжайше запрещалась всякая продажа лисьего меха и вывоз его с сибирских земель. Мех чёрной лисицы считался исключительно источником пополнения государственной казны.

Во многом благодаря этому Россия смогла преодолеть кризис начала XVII века — Смутное время. В обмен на меха государство могло приобрести оружие, драгоценные

металлы, заморские товары. Ни одно посольство не отправлялось в зарубежные страны без роскошных мехов в дар их правителям. Большое поголовье сургутской лисицы и её «доброта» ещё в XVII веке были закреплены на уровне геральдики.

До нас дошло первое описание сургутской городской печати: «На сургуцкой две лисицы, меж ими соболь» (1635 г.). Сразу три пушных зверя! Это говорит о великом изобилии нашего края. С обретением статуса уездного города в 1782 году Сургут обрёл городской герб. В 1785 году герб обновлён, утверждён Екатериной II. В верхней части герба изображены атрибуты города Тобольска, а в нижней части - «чёрно-бурая лисица». Эти символы подтверждали, что Сургутский край изобилует и славен лисицами, «мягким золотом», пушистым переливающимся ручейком, текущим в руки центральных властей.

«Герб этот пребывал без изменений в течение многих лет - до тех пор, пока Советская власть фактически не ликвидировала его как ненужное излишество, как рудимент старого мира, подлежащего разрушению до самого основания»⁸.

Наступило время перемен. И в 2003 году городская Дума города Сургута утвердила новый герб Сургута. Радует то, что вновь принятый герб практически повторил герб 1782 года. Так началось возвращение Чёрного Лиса на сургутскую землю.

2006 год. В Сургуте, на границе старого и нового города, на площади перед историко-культурным центром «Старый Сургут», открыли памятник Чёрному Лису, который представляет собой почти точную копию изображённого на гербе города «собрата». По словам Минсалима Валиахметовича Тимаргазеева, автора эскиза

⁸ Древний город на Оби: история Сургута / [авт. коллектив: Н. Н. Баранов и др.]. - Екатеринбург, 1994. - С. 190.

памятника, — Лис — «идеальная форма перехода и возвращения». Возвращения к истокам, к истории.

И это только начало большого проекта по овеществлению социальной памяти, сотворению мифологии Сургута. Память о прошлом и мифология будят наше воображение, заставляют быть более внимательными к истории края, оборачиваются неожиданными уроками».

Анализ данного текста включает обсуждение следующих вопросов: 1. Какая «служба» имела в виду в царском наказе от 19 февраля 1594 года? 2. В каком значении употреблено в тексте слово «доброта» (выделено курсивом)? 3. Почему автор памятника Лису уверен, что Лис – «идеальная форма перехода и возвращения»? 3. Мех чернобурой лисицы называют «мягким золотом». Объясните смысл этой метафоры. 4. Представьте, что вы ведете экскурсию по Сургуту. Что бы вы рассказали о памятнике Черному Лису гостям города? Составьте небольшой (8-10 предложений) текст. 5. Югра богата природными ресурсами, в том числе и животными и птицами. Почему именно чернобурая лисица стала символом города? 6. Докажите, что памятник Черному Лису органично вписан в сургутский текст.

Таким образом, местные информационные ресурсы (СМИ разных типов) – незаменимый источник текстов, которые можно использовать как материал для филологического анализа в общеобразовательной школе. Обращение к данному материалу способствует развитию не только навыков интерпретации текста, но и формированию региональной культурной личности.

INFORMATION RESOURCES AS SOURCE OF MATERIAL FOR PHILOLOGICAL ANALYSIS OF THE REGIONAL TEXT

The article examines the possibility of using the texts of regional mass media for philological analysis of the text in the

general education school based on the material of the educational and methodological manual "Literary Local Studies".

Key words: information resources, philological analysis of the text, regional mass media, literary study of local lore.

Д.С. Скнарёв

(Российский университет дружбы народов)

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗА В ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЕ

В статье рассматривается специфика Интернет-рекламы, определяются ее свойства и разновидности. Автор анализирует языковые средства создания образа, функционирующие в текстах сайтов кафе г. Москвы, и приходит к выводу о продуктивности различных тропов и фразеологизмов, формирующих эффективное представление о рекламном продукте.

Ключевые слова: Интернет-реклама, реклама кафе, сайт, языковые средства, рекламный образ.

В последнее время функционирование русского языка в Интернет исследуется многими лингвистами (Г.Н. Трофимова, П.В. Морослин, Н.А. Кузьмина, О.В. Дедова, М.М. Лукина, М.А. Уланова и др.).

В.В. Данков называет Интернет «катализатором лингвистической революции 21 века» [Данков 2012]. Н. В. Виноградова описала проблемы конкуренции компьютерного сленга и литературного языка, продемонстрировала «претензии рассматриваемого жаргона на реализацию всех основных языковых функций» [Виноградова 2001; 205]. Влиянию языка и стиля интернет-коммуникации на несетевое общение и естественный (неспециальный) русский язык посвящена статья Н. Б. Мечковской [Мечковская 2006; 165-185].

Интернет – сфера функционирования русского языка, в которой ситуация максимального сближения речевого Интернет-стиля с традициями разговорного стиля повышает

степень доверия к высказыванию, что крайне важно при создании текстов Интернет-рекламы.

Язык - единственное средство формирования и функционирования веб-контента и веб-личности, поэтому человек и общество актуализируются в Интернете в исключительно вербальной сущности.

Интернет-реклама адресована массовому клиенту, носит характер убеждения и имеет, как правило, двухступенчатый характер. Так, первой ступенью выступает внешняя реклама, размещаемая рекламодателем у издателей, – рекламный носитель (баннеры, текстовые блоки, байрики, минисайты, Interstitials). Вторая ступень связана с тем, что подобная реклама обычно имеет ссылку непосредственно на сайт рекламодателя.

А.А. Романов утверждает, что «Интернет-реклама является основным компонентом компьютеризированной рекламы, включающей в себя помимо интернет-рекламы компьютерные базы данных, использование компьютерной техники для производства рекламных обращений, презентаций» [Романов 118].

Интернет-реклама отличается следующими свойствами:

- наличие возможности предоставления максимума необходимой информации о рекламируемом объекте, обеспеченной мультимедийной природой его среды, это: вербальный текст, графика, цвет, звук, анимация;

- являясь интерактивной средой, Интернет-реклама, кроме пассивного воздействия на реципиента, может играть активную роль;

- предоставление рекламодателю эффективного способа фокусированного воздействия на целевую аудиторию;

- предоставление самых широких возможностей оперативного и глубокого анализа результатов проведения рекламных мероприятий.

Известны следующие виды интернет-рекламы – медийная, контекстная, поисковая, геоконтекстная, вирусная, продакт-плейсмент и др.

Так, И.М. Беляков исследует баннерную рекламу Интернета и приходит к выводу о том, что большая связанность компонентов наблюдается в текстах с полной креолизацией, где между вербальным и иконическим компонентами устанавливаются синсемантические отношения: вербальный текст в существенной степени зависит от изобразительного ряда, и само изображение выступает в качестве облигаторного элемента текста [Беляков 2009; 16].

Цель данной статьи – рассмотреть языковые средства создания образа в Интернет-рекламе.

Материалом для исследования послужили более 100 рекламных текстов, размещенных на интернет-сайтах кафе г. Москвы.

По верному замечанию А.Н. Назайкина, любой интернет-сайт сам по себе уже является рекламой компании или товара, которым он посвящен. Исследователь утверждает, что эффективный сайт должен иметь качественное содержание и оформление, а также техническую поддержку [Назайкин 2017; 191].

Текст и изображение взаимодействуют в рекламе и образуют один многослойный знак, вводящий в контекст сразу несколько значений. Удачная Интернет-реклама – это такая реклама, где составляющие ее вербальный, иконический и звуковой компоненты функционируют как единое целое и подчинены общей цели: вызвать положительную реакцию реципиента.

Кафе обычно ассоциируется с демократичными ценами и простыми, понятными каждому позициями меню. В кафе можно съесть ланч, выпить чашечку чая на деловой встрече или приятно провести время вместе с друзьями. Если вы задумались о рекламе кафе, то основным лейтмотивом

продвижения кафе должна стать доступность заведения для большинства потенциальных посетителей.

Реклама кафе в интернете – самый эффективный способ заявить о своем бизнесе, основанный на высокой конкуренции и борьбе за уникальность и узнаваемость. В Москве слишком много кафе, чтобы посетители могли их все запомнить. Большинство посетителей ищет место, где можно поесть и посидеть компанией, через интернет.

Копирайтеры советуют создавать сайт с простым интерфейсом и заполнить несколько разделов актуальной и понятной информацией. На сайте обязательно должно быть меню, телефон и адрес заведения с картой проезда, возможность онлайн-бронирования столика, слайдер с акционными предложениями. Необходимо обязательно настроить контекстную рекламу и обновлять контент. Также эффективна рассылка электронных писем, реклама кафе в социальных сетях, в городских справочных службах и на тематических ресурсах.

Рассмотрим языковые средства создания образа в Интернет-рекламе кафе г. Москвы.

Во-первых, **бренд-нейм**. Значимы и авторитетны такие коммерческие названия, как «Макдональдс», «KFC», «Pizza Hut», «Burger King» и др. За этими именами стоит история их успеха на рынке, международное признание, длительный опыт существования и производства востребованной продукции, традиции.

Во-вторых, активное использование различных тропов, среди которых наиболее продуктивны **эпитеты** (*легендарное кафе, место удивительно красивое и атмосферное; креативное меню, уютная, приятная, дружелюбная, располагающая, расслабленная, чертовски доверительная атмосфера, удобная локация, просторные светлые залы, великолепная обстановка, оригинальный вкус, божественные десерты, лучшая выпечка, вкусный ужин, бесподобные бельгийские вафли, необыкновенные пирожные,*

изысканные супы, хороший кофе, настоящий деликатес, нежнейший, почти воздушный рыбный пудинг, удобный и сверхбыстрый «МакАвто», яркие вечеринки, роскошная винная карта, уютные подушки, мягкое освещение, самобытный деревенский стиль, демократичные цены, быстрое обслуживание и др.) и **метафоры** (один из пионеров паназиатской кухни Москвы («Zю кафе»), волшебная страна гурманов («АндерСон»), огромный мир порой сжимается до размеров тарелки («Cook'kareku»), гастрономическое путешествие («Cook'kareku»), роман о русской кухне («Dr. Живаго»), остроумная вариация на тему классического рецепта («Dr. Живаго»), вкусное место в центре столицы («Москафе»), симбиоз качественной кухни и уютного интерьера («Му-му»), вкусные традиции («Натахтари»), московский символ утонченной и изысканной французской кондитерской (кондитерская «Кафе Пушкинь») и др.

В-третьих, частотно функционируют **фразеологизмы**, создающих наиболее эффективные рекламные образы (повара здесь – люди с фантазией («АндерСон»), посетители со вкусом («АндерСон»), вся семья чувствует себя как дома («АндерСон»), блюда аппетитно тают во рту («АндерСон»), кафе с ностальгической атмосферой («Вареничная»), утренняя еда придает вам настроение и силы («Cook'kareku»), стремимся идти в ногу со временем («Макдональдс»), оптимальный способ перекусить на ходу («МакКиоск»), удобно располагается в пешей доступности («Москафе»), идея в любое время дня и ночи восстановить силы, выйти на старт или подкрепиться перед сном тарелкой отличного супа была воспринята «на ура» («Суп-кафе»), в СУПе можно не только поправить здоровье, но и согреть душу («Суп-кафе»), в баре заведения также можно приятно провести время («Шишка») и др.

Таким образом, проанализировав языковую специфику интернет-сайтов кафе г. Москвы, приходим к выводу о том, что наиболее продуктивными языковыми средствами создания образа в рекламе являются эпитеты, метафоры и фразеологизмы.

Литература

1. *Беляков И.М.* Особенности баннерной Интернет рекламы как поликодового текста (лингвистический аспект): автореф. дис. ... к.филол.н., 10.02.19. – М.: Моск. гос. областной ун-т, 2009. – 164 с.
2. *Виноградова Н.В.* Компьютерный сленг и литературный язык: проблемы конкуренции // Исследования по славянским языкам. – № 6. – Сеул, 2001. - С. 203-216.
3. *Данков В.В.* Лингвистика и Интернет [Электронный ресурс] // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. – 2012. – №8. – URL: <http://jurnal.org/articles/2012/fill12.html>.
4. *Мечковская Н.Б.* Естественный язык и метаязыковая рефлексия в век Интернета // Русский язык в научном освещении. - № 2 (12). - М., 2006. - С. 165-185.
5. *Назайкин А.Н.* Копирайтинг:7+. Как создавать тексты для литературы, кино, рекламы, СМИ, деловых коммуникаций, PR и SEO. – М.: «КДУ», «Университетская книга», 2017. – 314 с.
6. *Романов А.А.* Реклама. Интернет-реклама. – М.: Моск. межд. ин-т эконометрики, информатики, финансов и права, 2003. – 168 с.
7. *Трофимова Г.Н.* Языковой вкус интернет-эпохи в России: Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты. – М.: Изд-во РУДН, 2004. – 380 с.

LINGUISTIC MEANS OF IMAGE CREATION IN INTERNET ADVERTISING

The article deals with the specific features of the Internet advertising, its properties and varieties. The author analyzes the linguistic means of creating an image, revealed in the Internet site content of Moscow cafes, and comes to the conclusion that an effective idea of the advertising product is created by various productive tropes and phraseological units.

Keywords: Internet advertising, cafe advertising, site, linguistic means, advertising image.

Ю.Г. Смирнова

(Алматинский университет энергетики и связи)

**ЯЗЫКОВАЯ МОДА В ЭПОХУ ПОСТ-ГРАНЖА:
ВИНТАЖ И АВАНГАРД (НА МАТЕРИАЛЕ НАЗВАНИЙ
МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ)**

В статье впервые представлены модные языковые тенденции в названиях мобильных приложений для русскоязычных пользователей.

Ключевые слова: языковая мода, пост-гранж, винтаж, авангард, мобильные приложения, русский язык.

Понятие моды, в том числе языковой, может меняться в зависимости от вкуса поколения, определяющего эту моду. Вкус может быть плохим или хорошим. О вкусах не спорят. Иногда мода может порождать безвкусицу, в том числе в языке. Все в конечном счете сводится к эстетике конкретной персоны в конкретных проявлениях: «...мода есть крайнее проявление вкуса, более индивидуальное, быстро преходящее, бросающееся в глаза и обычно вызывающее раздражение у старшей и консервативной части общества. Речевая мода, видимо, более прямолинейно связана с модой в других областях жизни...» [Костомаров 1999].

«Мне не кажется, что то, что модно, то и красиво. Это необязательно. Да и мода всегда меняется, – заметила в одном из своих интервью Майя Плисецкая. – Нельзя свой вкус менять каждый день» [Ефимович 2015].

У В. Солоухина читаем: «Нельзя к цветку в виде дополнения подвесить шуруп. Нельзя к нитке жемчуга на женской шее присоединить в виде подвески канцелярские скрепки. Нельзя к слову «дворец» присоединить «бракосочетаний». Объяснить, почему всего этого нельзя делать, тоже нельзя. Все сводится теперь к языковому слуху,

к вкусу, к чувству языка, уровню грамотности, образованности, культуры» [Солоухин 1983].

Можно ли определить вкус как культурную и речевую категорию? Таких определений пока не существует.

В.Г. Костомаров в книге «Языковой вкус эпохи» пишет: «Мода существует в языке точно так же, как в одежде, обуви, парфюмерии. «Союзпарфюмерпром» дает, например, такую справку о периодическом изменении модных направлений запахов духов: «В 30–40-е годы были модны духи восточно-шипрового направления («Подарочные», «Пиковая дама»), в 50-е – сладковатые, восточного направления («Каменный цветок», «В память о Москве», «Красный мак»), в 60-е – с горьковато-зеленоватой нотой («Триумф», «Торжество»), в 70-е – цветочные, цветочно-фантазийные («Желаю счастья», «Милой женщине», «Русские узоры», «Новая заря»). Но несмотря на капризы моды, есть духи, пользующиеся постоянным спросом, и среди них – «Красная Москва». <...> Торжествующая у нас мода, всегда согласующаяся с модой зарубежной, сейчас особенно сильно подражает американо-европейской...» [Костомаров 1999].

Американо-европейское влияние, о котором говорил классик отечественной лингвистики, – это яркая черта 90-х годов, которые стали эпохой антигламурного стиля гранж. Мы видим его возвращение (*grunge* от англ. *грязь, надрыв, пренебрежение*) в текущем десятилетии под девизом «чем хуже, тем лучше». В 90-е гг. в постсоветской музыкальной субкультуре этот стиль олицетворяли рок-группы Nirvana и Pearl Jam. Курт Кобейн стал кумиром поколения 90-х. В одежде главенствовало нарочитая пренебрежительность и бунтарская эклектика: драные джинсы, тяжелая грубая обувь, потертости и заплаты, пропущенные петли, необработанные края и торчащие нитки. Произошла либерализация в русском языке, о которой так много

говорили и писали исследователи [Воронцова 1996], [Гловинская 2008], [Костомаров 1999].

В десятилетие пост-гранжа мы видим возврат к этой идеологии, но уже на новом витке. В музыке – это Cold, Foo Fighters, Guano Apes, Matchbox Twenty, Nickelback и др. В улицах мегаполисов мы снова видим fashion look эпохи 90-х. Характерные тенденции раскрепощения и расшатывания нормы прослеживаются в языке.

Обозначенные черты заметны в любой речевой сфере. Проследим это на материале названий мобильных приложений. Это интересный современный сегмент, дающий большой простор для лингвистических наблюдений. Мы ограничим поле исследований тематикой, связанной с русским языком. Здесь можно выделить две большие подгруппы: это названия в традиционной манере (винтаж) и названия, появившиеся под влиянием модных тенденций (авангард). Мы приведем некоторые названия, орфография и пунктуация которых сохранена.

Винтаж. В данной группе представлены названия мобильных приложений, которые напоминают по стилю названия учебников русского языка времен СССР: «*Русский язык. Аудиокурс*», «*Русский язык. Справочник*». Сюда же можно отнести лаконичные названия: «*Ударения*», «*Словарные слова*», «*Скороговорки*» и т.п.

Авангард. Американо-европейское влияние прослеживается в использовании в названиях мобильных приложений латиницы, английских слов и выражений: *Parts of speech Russian, Learn and play, RUSGRAMMA* и т.д. Оформление названия прописными буквами позволяет акцентировать внимание пользователя на этом мобильном приложении, выделяя его из ряда подобных.

Используются названия с ассоциативной отсылкой к американо-европейской культуре: «*Фоксфорд Учебник*» (по аналогии с Оксфордом), «*Полный «Языковед»* (калька с английского *full*), «*Говорящая Азбука русского языка*»

(написание с прописной буквы, типичное для английского языка), «Грамотей!» (восклицательное назывное предложение в качестве названия, не свойственно русскому речевому обиходу) и т.д. Под влиянием англосаксонского веяния появилось мобильное приложение «Слово дня» (по аналогии «Блюдо дня» в кафе или ресторанах, «Человек года», «Мисс Июнь» и т. п.), в котором активно эксплуатируются агнонимы.

Сравнительно новыми являются названия мобильных приложений типа «Учим русский язык», «Русский язык. Шпаргалки». Есть названия, в которых отражены современные реалии: «ЕГЭ Русский язык», «ЕНТ Русский язык» (ЕНТ – это аналог ЕГЭ в Казахстане).

Промежуточное положение между классикой и авангардом занимают названия игровых и детских мобильных приложений: «Полиглот», «Эрудит», «Балда», «Грамотей для детей», «Грамотей Кузя» и др.

...Язык – динамическое явление: «Как любая сложная, иерархически организованная система, язык развивается по присущим ему внутренним законам. <...> ... в нем много устаревающего и новейшего, необходимого и ненужного, прекрасного и отвратительного, всплывающего из глубин во время шторма» [Солоухин 1983]. Эпоха гранжа и пост-гранжа – тот самый шторм, во время которого мы видим в языке немало интересного и модного, появившегося под влиянием настроений целого поколения, заставляющего нас по-новому взглянуть на наш язык и его особенности.

Литература

1 Воронцова В.Л., Гловинская М.Я., Голанова Е.И. и др. русский язык конца XX столетия (1985-1995). Под ред. Е.А.Земской. – М.: Изд-во «Языки русской культуры», 1996.

2 Гловинская М.Я., Голанова Е.И., Ермакова О.П. и др. Современный русский язык: Активные процессы на рубеже XX-XXI веков. Под ред. Л.П. Крысина/ Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова. – М.: Языки славянских культур, 2008.

3 *Ефимович Н.А.* Майя Плисецкая. Рыжий лебедь. Самые откровенные интервью великой балерины. – М.: ИД «Комсомольская правда», 2015.

4 *Костомаров В.Г.* Языковой вкус эпохи. Серия «Язык и время». – СПб.: Златоуст, 1999.

5 *Костомаров В.Г.* Язык текущего момента: понятие правильности. – СПб.: Златоуст, 2016.

6 *Солоухин В.А.* Волшебная палочка. – М.: Изд-во «Московский рабочий», 1983.

**FASHION IN LANGUAGE IN THE ERA
OF POST-GRUNGE: VINTAGE AND VANGUARD
(BASED ON THE NAMES OF MOBILE APPS)**

The article first presents most interesting linguistic trends in the mobile app names for Russian-speaking users.

Keywords: fashion in language, post-grunge, vintage, avant-garde, mobile apps, Russian language.

Л.В. Соснина

(Донецкий национальный технический университет)

**ЛИНГВОКРЕАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ
АДЪЕКТИВНЫХ НОВООБРАЗОВАНИЙ
В РУССКОЯЗЫЧНОМ СЕГМЕНТЕ СЕТИ ИНТЕРНЕТ**

В данной статье рассматриваются особенности образования и функционирования адъективных новообразований. Имена прилагательные анализируются с учетом их деривационной структуры.

Ключевые слова: деривация, словообразовательная модель, аббревиатура, композит, новообразование, адъектив.

Имена прилагательные занимают одно из важных мест в процессе неологизации номинативного фонда современного русского языка. Л.Ю. Касьянова замечает, что «качественные трансформации лексического состава происходят за счет порождения значений новых слов и преобразования значений уже существующих» [Касьянова 2006; 5]. Н.Ф. Алефиренко утверждает, что данный процесс

детерминируется когнитивной деятельностью человека: «Поскольку познание окружающего нас мира безгранично, то изменение и совершенствование наших знаний о нем, связанное с обнаружением новых признаков и свойств объектов познания, приводит, естественно, к изменению значений и связанным с ним семантическим процессам» [Алефиренко 2005; 86].

Неологизация обусловлена деятельностной природой человеческого сознания, поэтому все лексико-семантические инновации необходимо изучать как материал, отражающий акты осмысления мира и его освоения современным человеком. Стимулом к образованию новых прилагательных служит потребность в номинации нового, а также необходимость в уточнении, конкретизации, характеристике и оценке уже существующих понятий и признаков. Проблема адъективных новообразований является одной из самых спорных и наименее изученных учеными-лингвистами, поэтому существует необходимость описания и систематизации адъективных новообразований в соответствии с современными языковыми тенденциями. **Целью** данной статьи является исследование особенностей словообразовательного процесса и комплексный анализ производных слов с учетом специфики их деривационной структуры и функциональной предназначенности.

Специфика атрибутивной номинации состоит в том, что имена прилагательные обладают некоторой второстепенностью в системе частей речи и являются производными единицами, обозначающими признак в широком понимании, который мыслится в отвлечении от предмета, явления, вещи. Однако, вовлекаясь в сферу обозначения предметов через существительные, имена прилагательные способны выражать вместе с ними и уникальные единичные признаки. Считается, что наиболее продуктивным путем развития словарного состава является образование новых слов по уже существующим

словообразовательным моделям, свойственным только данному языку: «...большая часть новообразований – это слова потенциальные, созданные по продуктивным словообразовательным моделям в соответствии с правилами русского словообразования» [Плотникова 2011; 187]. Слова с русскими по происхождению компонентами «обладают наибольшим лингвокультурным потенциалом», среди них преобладают «компози́ты с компаративным ономасиологическим значением в структуре номинативно-словообразовательного значения» [Матюнова 2011; 50]. По мнению А.А. Матюновой, все подобные номинации в основном не называют явления, а демонстрируют отношение автора к нему, причем иногда «эмоционально-образная составляющая преобладает над объективным смыслом слов, является определяющим компонентом их семантики, важнейшую роль при этом играет контаминация основ (Толстоевский = Толстой + Достоевский)» [Матюнова 2011; 50]. В конце прошлого столетия появилась целая группа сложных слов, встречающихся главным образом в интернет-блогах и СМИ: *ленинскогорбачевский* (*пошиб*), *хохлорусич*, *девяностолохматый*, *укрохомячок*, *криворылый*, *мамоРусь*, *Толстоевский*, *медиабизнес*, *эмотон*, *блогосфера*, *мыслеформула*: *Российская блогосфера с удивлением цитирует финансиста Андрея Мовчана, который еще в августе 2013 года написал для русского «Форбса» статью «Почему через три года за доллар будут давать 50 рублей»* (Виталий Лейбин. Пальцем в график // «Русский репортер», 2014; Национальный корпус русского языка; www.ruscorpora.ru); *Когда мы пришли в группу, мы обнаружили, что этот медиабизнес за время своего существования никогда не приносил прибыли* (Алексей Панкин. Медиатормоз // «Отечественные записки», 2003; Национальный корпус русского языка; www.ruscorpora.ru). Вполне очевиден тот факт, что значительную часть новообразований составляют заимствованные из других

языков слова, освоение которых является одним из приоритетных направлений расширения лексической системы языка. Т.В. Возбранная замечает, что иноязычный компонент оформляется «средствами как русской, так и латинской графики, может характеризоваться пре- / постпозитивным использованием в структуре производного, а также отличаться разным типом сокращения (инициальный тип, слоговое сокращение, сокращение произвольного типа)» [Возбранная 2013; 31].

Лингвокреативный потенциал словообразовательной неологизации демонстрируют производные от аббревиатуры **PR** (**PR-кампания**, **PR-ресурс**, **PR-ход**). Английская аббревиатура служит мотиватором русского варианта ПР, от которого образовано множество производных. Словообразовательное гнездо, состоящее из таких новообразований, имеет две вершины: **PR** и **ПР**, однако «русская вершина активно вытесняет исторически первичную, англоязычную» [Попова 2005; 85]. Лингвисты фиксируют всего 7 дериватов от английской аббревиатуры, русская же мотивирует 57 производных. Наиболее часто встречаются сложения со словом *пиар* – *пиар-акция*, *пиар-технология*, *пиар-структура*, например: **PR-менеджер** – из *Государственного симфонического оркестра Республики Татарстан под управлением Александра Сладковского* (Кому не все равно // «Русский репортер», 2014 Национальный корпус русского языка; www.ruscorgora.ru); *Примечательно, что факты публикации этих «сливных» статей «Саратов СП» связывает с деятельностью PR-команды известной московской имиджмейкерской фирмы «Никколо-М», которая якобы заключила контракт с администрацией Саратова на сумму в 300 тысяч долларов. Ни о каких «чёрных» PR-акциях во время довыборов в гордуму в ту пору речь не шла* (Моральный вред с правом передачи - 2. (2003) // «Богатей» (Саратов), 2003.05.15; Национальный корпус русского языка; www.ruscorgora.ru). В то же время

фиксируем конструкции «аббревиатура инициального типа + аффиксация», например, *пиарщик, пиарить, пиарский, пиаровский*: *Это был отличный пиаровский ход: дескать, с этих экстремистов все равно ничего не получишь, а значит, и с нас взятки гладки* (Михаил Ржевский. Золотая моя Москва (2003) // «Вслухо...» 2003.05.19; Национальный корпус русского языка; www.ruscorpora.ru); *Создание отдела обычный пиарский ход администрации президента перед выборами* (<http://www.ntv.ru/novosti/>). Прилагательное, образованное от слова пиар, содержит суффиксы *-ск-* и *-овск-*, причем форма *пиаровский* является более употребительной.

Нам представляется интересным образование окказиональных прилагательных *нерукоподаваемый, нерукоподатный (нерукопожатный)*. Окказионализм *рукопожатность* (готовность пожать другому человеку руку, в т.ч. представителю либеральной оппозиции) образован от имени прилагательного, слово выражает высшую степень одобрения. По мнению исследователей, глагол *рукопожимать* образован путем сложения с интерфиксацией и используется «для выражения высокой положительной оценки и высшей степени одобрения» [Акимова 2014; 177]. Авторы отмечают, что первое употребление однокоренного сложного прилагательного *нерукоподатный* связано с передачей В. Соловьева «К барьеру» 2007 года, когда телеведущий назвал *нерукоподатным* Э. Лимонова и полагает, что генетически первым было префиксальное прилагательное со значением негации. В этом заключается общая логика подобных неологизмов: «первыми вербализуются более сильные негативные эмоции; слово прижилось и дало жизнь абстрактным существительным на -ость» [Акимова 2014; 177]. Считаю важным замечание ученых о том, что новые дериваты формируют словообразовательные гнезда, в которые входят абстрактные существительные, агентивы мужского и женского рода, прилагательные, глаголы,

например, **рукопожимать** – **рукопожатность** – **нерукопожатный**: *Есть такое понятие – **нерукоподаваемый**. Вот как Могилев. Он **нерукоподаваем** в среде настоящих офицеров (<http://blogger.com.ua/2012>); Порошенко для Путина попал уже в категорию «**нерукоподаваемых**», особенно после некоторых его неpolitкорректных высказываний с личными выпадами (http://azovnew.ru/news/azov_news/7038-itog-turnira-pamyati-timura-ivanova-pobedili-azovchane.html); Но вот у меня не повернется язык назвать их «**нерукопожатными**» (<http://www.mn.ru/society/edu/85651>).*

Изучение структуры сложных имен прилагательных, которые можно отнести к новообразованиям (в т.ч. отмеченным выше), следует проводить с учетом основных положений теории композитопродукции в пределах универбализации, деривационного композитостроения и образования квазикомпозитов. Универбализационными мы называем такие композиты, которые демонстрируют полное семантическое тождество между производящим словосочетанием и образованным на его базе композитом. Адъективные образования **бюстовыдающийся**, **лебединошей** функционируют в русском языке сравнительно недавно и не обнаружены нами в современных словарях, что позволяет считать их новообразованиями. Данные конструкции реализуются в следующих моделях:

а) **предл + Прич + СущБед – оснСущБед + инт +Прич**, универбализация осуществляется по модели метатезно-компонентного типа с эллипсом предлога, например: *Ник стал китайским дедушкой, а его напарник – блондинкой с **выдающимся бюстом*** (<http://rbcdaily.ru/lifestyle/562949987986365>); *Выбор у этого мачо необъятен – а он всем юным и **бюстовыдающимся** блондинкам предпочел взрослую даму* (Вива-Биография, № 9 (75), 2013);

б) предл + Прил5ед + Сущ5ед – оснПрил5ед + инт + оснСущ5ед+парПрил, универбализация происходит по модели компонентного типа с добавлением структурообразующего форманта **о**, например: *Она была женственная, маленькая с длинной лебединой шеей, с тяжелыми темно-золотыми косами и светлыми глазами* (http://www.holst.od.ua/painters/?p_id=8); *Сейчас эта изящная, лебединошеяя девушка смотрит на нас со стен великих музеев* (<https://lady.tut.by/news/inspiration/343609.html>).

По мнению Е.А. Алексеевой, «достаточно продуктивными являются суффиксально-префиксальные образования с сочинительным или подчинительным характером отношений производящих основ, которыми чаще всего являются атрибутивные словосочетания» [Алексеева 2011; 21]. Мы считаем данные языковые единицы деривационными композитами, реализующимися в языке по следующим моделям:

Прил1ед + Сущ1ед – оснПрил1ед + инт + оснСущ1ед + суф + ПарПр, например, *Белый дом / белодомовский: Я знаю многих, кто служит в Белом доме уже 10 лет, при этом они работают в секретариатах вице-премьеров* (<http://www.ogoniok.com/4990/3/>); *Но снимающий действие белодомовский телеоператор ведет себя как-то странно* (Михаил Ростовский. Трое в лодке, не считая народа (2003) // «Московский комсомолец», 2003.01.11; Национальный корпус русского языка; www.ruscorpora.ru).

Прил1мн + Сущ1мн – оснПрил1мн + инт + оснСущ1мн + суф + парПр, например, *белые воротнички / беловоротничковый: На стадии развития общества знания их основу составили «белые воротнички», специалисты, профессионалы, порождающие новые идеи* (Ирина Прусс. Парты для среднего класса // «Знание-сила», 2013; Национальный корпус русского языка; www.ruscorpora.ru); *Новый средний класс – не чистильщик обуви, выросший до крупного предпринимателя, а респектабельный*

беловоротничковый профессор университета, адвокат, врач (Средний класс произрастает на поле Образования // «Знание-сила», 2013; Национальный корпус русского языка; www.ruscorgo.ru).

По результатам исследования мы позволили себе сделать вывод о том, что адъективные новообразования появляются в русском языке в пределах двух основных тенденций – за счет освоения заимствованных слов и по словообразовательным моделям, уже существующим в языке. Сложные прилагательные рассматриваются нами в соответствии с основными положениями теории композитологии, что позволяет выделить среди них универбализационные композиты, единицы деривационного построения и квазикомпозитные образования. Образование деривационных композитов считаем наиболее продуктивным способом реализации адъективных новообразований в системе русского языка новейшего периода.

Литература

1. *Акимова Ю.В., Лебедев А.А., Минеева З.И.* Актуальное словообразование в свете новых информационных технологий // Ученые записки Орловского госуд. ун-та. – 2014. - № 1 (57). – С. 172-178.
2. *Алексеева Е.В.* Адъективные новообразования в современном русском языке // Автореф. дисс... канд. филол. наук: 10.02.02 / Е.В. Алексеева – Санкт-Петербург, 2011. – 24 с.
3. *Алефиренко Н.Ф.* Спорные проблемы семантики. – М.: Гнозис, 2005. – 326 с.
4. *Возбранная Т.В.* К вопросу о современных тенденциях в области словообразования // *Lingua mobilis*. – 2013. - № 3 (42). – С. 28-32.
5. *Касьянова Л.Ю.* Семантическая неологизация в русском языке конца XX - начала XXI века // Вестник ТГПУ. Серия: Гуманитарные науки (Филология). – 2006. – Вып. 5 (56). – С. 5-10.
6. *Матюнова А.А.* Структура номинативно-словообразовательной семантики сложных слов в русском языке (диахронический аспект) // Вестник БДУ. – 2011. - Сер.4. - № 3. – С. 46-50

7. *Плотникова Л.И.* Деривационный и когнитивно-прагматический потенциал лексических новообразований в живой разговорной речи // Гуманитарный вектор. Серия: Педагогика, психология. – Чита: Изд-во ЗабГУ. – 2011. - № 3. – С. 183-187.

8. *Попова Т.В., Рацибурская Л.В., Гугунава Д.В.* Неология и неография современного русского языка: учебное пособие. – М.: Флинта, Наука, 2005. – 168 с.

LINGUISTIC AND CREATIVE POTENTIAL OF ADJECTIVE NEOLOGISMS IN THE INTERNET RUSSIAN SEGMENT

The peculiarities of formation and adjective neologisms realisation are considered in the article. Adjectives are analysed according to their derivational structure.

Keywords: derivation, derivation model, acronym, composite, neologism, adjective.

В.Е. Степаненко, Ю.В. Роговнева

*(Государственный институт русского языка
им. А.С. Пушкина)*

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ В ИНТЕРНЕТ-КАТАЛОГАХ МЕБЕЛИ

В статье рассматриваются репродуктивные и информативные описания мебели в Интернет-каталогах и анализируются языковые средства, составляющие эти описания.

Ключевые слова: Интернет-каталог, описание, типовое значение предложения, актуальное членение предложения.

В настоящее время все большей популярностью у потенциальных покупателей пользуются Интернет-магазины, в которых можно выбрать нужный товар, не выходя из дома, что позволяет экономить время. В сети представлено огромное количество предлагаемых услуг с их подробным описанием и изображениями, от качества которых и зависит выбор покупателя. В нашей статье мы рассмотрим подобные

описания товаров на примере Интернет-каталогов мебели и проанализируем языковые средства, используемые в описаниях предметов мебели на сайтах наиболее популярных магазинов.

Описания мебели на сайтах магазинов («Роникон», «Hoff», «ИКЕА», «Армада», «Столплит») по типам представления – информативное и репродуктивное. К репродуктивным мы относим описание наблюдаемых характеристик мебели (габариты, цвет, материал), которые сопровождаются соответствующим изображением предмета. На изображении обозначение габаритов может повторяться (например, такие описания преобладают в каталоге магазина «Роникон»: *Комплект мебели Тиффани арт. 3082 габариты композиции: Ширина: 6 032 мм Высота: 2 370 Глубина: 2 052 мм.* В информативном описании представлены оценочные характеристики мебели. Информативное и репродуктивное представления могут вместе появляться в описании предметов, тем самым формируя полное представление о покупаемом объекте, так как изображение дополняет полученную информацию из текста. Однако бывают и исключительно информативные описания, например, на сайте магазина «Hoff»:

1. *Удобный шкаф для хранения одежды в идеальном порядке. Благодаря размеру и вместительности с легкостью разместит весь ваш гардероб. Шкаф имеет несколько полок для хранения белья и три штанги для вешалок с отглаженной одеждой. Также у шкафа есть большое зеркало в полный рост. Лаконичный, стильный дизайн позволит шкафу идеально вписаться в вашу комнату.*

Это описание является информативным, но в его состав входят и репродуктивные элементы, обозначающие составные части предмета: *Шкаф имеет несколько полок для хранения белья и три штанги для вешалок с отглаженной одеждой.* Такие конструкции являются типичными для описания предмета: в их состав входит модель предложения

с качественно-количественным типовым значением [Роговнева 2015]. Информативные синтаксемы (удобный, лаконичный, стильный и под.) встречаются в нескольких описаниях шкафов на сайте, они входят в состав конструкций с типовым значением качества и формируют описания в информативном регистре [Золотова, Онипенко, Сидорова 1998]. Стоит заметить, что с точки зрения актуального членения предложения новым является часть объекта (*полки, штанги, зеркало*), выраженные через конструкции *имеет* и *есть*, а данным – заданный товар в целом.

2. *Съемные полки позволяют регулировать внутреннее пространство в соответствии с потребностями хранения.*

3. *Полезная информация: 2 регулируемые по высоте полки прилагаются. Комбинируется с другой мебелью серии БРИМНЭС. Эту мебель необходимо крепить к стене с помощью прилагаемого стенного крепежа. Для разных стен требуются различные крепежные приспособления. Подберите подходящие для ваших стен шурупы, дюбели, саморезы и т. п. (не прилагаются).*

4. *Размеры товара: Ширина: 78 см Глубина: 41 см Высота: 95 см. Макс. нагрузка на полку: 25 кг*

Эти описания представлены на сайте магазина «ИКЕА». Мы наблюдаем здесь соединение репродуктивного и информативного представления предмета. Элементами репродуктивного представления являются размеры товара и его составные части с качественно-количественным типовым значением: *Ширина: 78 см Глубина: 41 см Высота: 95 см; 2 регулируемые по высоте полки прилагаются*. Интересно, что в последнем примере в функции темы выступает часть целого предмета – *2 полки*.

5. *Компактный кухонный гарнитур поможет вам грамотно организовать рабочее пространство на кухне, превращая повседневные заботы в любимые занятия.*

Контрастное сочетание оттенков отлично впишется как в яркий, так и в спокойный интерьер и будет всегда актуальным. Кухонный гарнитур «Милена» включает в себя все самые необходимые составляющие правильной кухни: столы со столешницами и ящиками, полки с витринами, мойку и сушику.

Магазин «Столплит» ограничивается изображением и информативным описанием. В конце описания присутствует, однако, и репродуктивная информация с обозначением частей целого предмета.

6. Вместительный 4-х дверный 555 Шкаф для одежды и белья с зеркалами во весь рост – находка для любой спальни. Для маленькой спальни он станет незаменим из-за продуманного наполнения. Возможность перевешивать двери позволит создать современную функциональную компоновку из нескольких шкафов во всю стену в больших спальнях. Зеркальные двери с системой открывания Push-to-open открываются при легком нажатии. Стационарные штанги и разделяющую их полку возможно перевешивать, организовав тем самым ниши нужного Вам размера для развешивания длинной и короткой одежды.

В описании шкафов составители текстов магазина «Столплит», так же, как и в каталогах магазина «Армада», начинают свои тексты с обозначения предмета, о котором идет речь. В данном тексте встречается описание функций составляющих шкафа: эти составляющие являются данным, а их функции – новым.

7. Изящный диван для отдыха. Сиденье очень комфортное, в его основании — высокоэластичный пенополиуретан. Ножки могут быть выполнены из дерева или металла. Чехол подушки сиденья легко снять и почистить.

В каталогах магазина «Армада» встречаются тексты, которые начинаются с номинативных предложений, где

обозначается предмет, о котором идет речь, при этом дается и его информативные характеристики (*изящный, комфортная*). Далее же в тексте представлено и репродуктивное описание – указание на материал. Интересно, что варианты материала ножек представлены модальной модификацией исходной модели с типовым значением качества (ср. *Ножки выполнены* и *Ножки могут быть выполнены*).

Проанализировав описания мебели в интернет-каталогах, мы пришли к выводу, что авторы текстов стремятся к выделению составляющих частей и к ее характеристикам (материалы, удобство, вместительность, стиль). Во всех текстах представлены габариты товара и составляющих его частей. Регулярно в описаниях появляются конструкции, подчеркивающие удобство и вместительность того или иного предмета, таким образом в пределах одного описания могут соединяться репродуктивные и информативные характеристики. Еще раз подчеркнем, что репродуктивные характеристики предмета представлены на изображении, сам текст-описание с информативными элементами его дополняет, убеждая потенциального покупателя приобрести этот товар.

Литература

1. *Золотова Г.А., Онипенко Н.К., Сидорова М.Ю.* Коммуникативная грамматика русского языка. – М.: Изд-во МГУ, 1998. – 528 с.
2. *Роговнева Ю.В.* Коммуникативно-функциональный анализ репродуктивных текстов-описаний предмета, созданных при прямом наблюдении // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – №12 (54). Ч.1. – 2015. – С. 151-154.

SPECIALITIES OF USING LANGUAGE CONSTRUCTIONS IN FURNITURE INTERNET- CATALOGS

The article presents reproductive and informative descriptions of furniture in the internet-catalogs and analyses the language constructions which are represented there.

Keywords: internet-catalog, description, typical meaning of the sentence, actual division of the sentence.

Таран И.А.

(Российский университет дружбы народов)

ДИНАМИКА ОСВЕЩЕНИЯ МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В НЕМЕЦКОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ (НА ПРИМЕРЕ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА ОНЛАЙН ПОРТАЛА ГАЗЕТЫ DIE WELT)

В научной статье исследуются ключевые аспекты освещения миграционных процессов в немецком медиапространстве на примере контент-анализа онлайн портала газеты die Welt, анализируются стилистика, способы подачи информации, отбор фактов и специфика композиции материалов.

Ключевые слова: миграция, беженцы, Германия, немецкое медиапространство, die Welt, контент-анализ

Центральное место на печатном рынке Германии занимает газета Die Welt.

В связи с последними изменениями в миграционном процессе, любопытно будет проанализировать степень динамики и изменения в подаче информации немецкими журналистами, проследить взаимосвязь реальной политической ситуации с тем, что приводится в материалах.

Миграционную тематику в издании освещают журналисты Фрея Петерс (Freia Peters), Марсель Лейбехер (Marcel Leubecher) и Томас Шмоль (Thomas Schmoll).

Проблемы, которые освещают эти журналисты: влияние миграционных процессов на экономику Германии,

последствия миграционного кризиса в Германии, миграционная политика Германии как часть ее долгосрочной программы развития, реалии с участием мигрантов и беженцев как средство политической пропаганды.

Статья немецкого издания Die Welt под названием «**So viele Migranten in Deutschland wie noch nie**» журналистки Фрая Петерс (Freia Peters) от 17.12.2013 содержит в себе вопрос о процессе миграции в Германии.

Заголовок материала гласит «Так много мигрантов в Германии как никогда». Фрая Петерс начинает с фактической информации. Журналистка рассказывает, что с 2005 года число мигрантов выросло на 8,5%. Однако этому утверждению не придается негативный характер. Наоборот журналист упоминает об увеличении стабильности немецкой экономики.

Мигранты тут не ассоциируются с проблемой как таковой. Данное явление скорее воспринимается как особенность страны. «Ведь за 65 лет глобальных процессов миграции все к этому уже давно привыкли».

Следующая часть материала – это повествование о жизни мигранта, а также о его проблемах и трудностях в чужой стране. Так, выходец из Турции рассказывает в интервью, как проходит его день. То есть это не мэр города, который жалуется на засилье приезжих, а сам приезжий, чьей судьбой и интересуется журналист.

Дальше в программе говорится о том, что мигранты приносят стране больше пользы, чем вреда. Так, в 2012 г. в казну от них поступило 182 млрд дол. в виде налогов и иных обложений. Сумма в несколько раз превысила то количество денег, которое тратится на миграционную политику. Затем приводится информация о том, что уже 10 лет работает конвенция по правам и защите мигрантов. Она общегосударственная, а местные власти должны подстраиваться под ее стандарты.

Однако позже журналистка высказывает опасение, так как румынам и болгарам разрешили беспрепятственно работать на территории ФРГ, из-за чего могут возникнуть проблемы на рынке труда. Это опасение подтверждается комментарием экономического эксперта.

Таким образом, основные особенности освещения процесса миграции в Германии: 1) Мигранты – как один из двигателей немецкой экономики 2) Использование фактов из жизни мигрантов и беженцев 3) Высокая степень соблюдения этических норм (нет оскорбляющих высказываний, ассоциаций мигрантов с проблемой страны и т.д) 4) Корректная и обоснованная форма опасений и прогнозов в материале (обоснованная реальными фактами, а не ксенофобией или этноцентризмом) 5) Рассмотрение вопроса в динамике – журналист описывает не только нынешнюю ситуацию, но и дает некоторую историческую справку, что помогает детальнее разобраться в сути вопроса.

Однако, материал достаточно односторонен, так как не содержит мнений той части общественности, которая имеет другие взгляды на процесс миграции в Германии.

В программе не упоминается повышенный с недавних пор уровень преступности как следствие большого количества новоприбывших мигрантов. Не говорится также и о том, что казна пополняется за счет мигрантов, давно интегрированных в немецкое общество, а новые потоки только требуют дополнительных расходов.

Таким образом, факты, используемые в материала подобраны таким образом, чтобы не усугублять проблему, которая сейчас сложилась в немецком социуме. Упущен целый ряд аспектов, которые могли бы описать сложившуюся ситуацию более правдиво и достоверно.

Материал на ту же тематику спустя 3 года (дата публикации: 06.01.2016) практически не отличается от первой статьи. Марсель Лейбехер (Marcel Leubecher) в своей публикации **«So viele Migranten kamen noch nie nach**

Deutschland» рассматривает все тот же вопрос миграции в Германии, но уже исходя из новой реалии, которая обуславливается притоком беженцев с Ближнего Востока и других стран. Композиция материала содержит в себе все те же данные о мигрантах, давно интегрированных в общество. Приводятся диаграммы и графики о тех иностранцах, с которыми проблем уже, как правило, не возникает. А вот ситуации с беженцами был посвящен крайне небольшой абзац, в котором журналист просто перечислил количественные показатели, не затрагивая сути вопроса. Основной акцент ставится на то, что Германию выбирают не только беженцы, но и граждане ЕС.

Пик миграции в материале связывается с новой «облегченной» системой (**Easy-System**), созданной в 2015 году. Однако, связь эта достаточно зыбкая. И используется, скорее всего, для того, чтобы замаскировать проблему, скрыть неспособность немецкого правительства в полной мере контролировать поток беженцев.

В материале также звучит призыв разделять мигрантов и беженцев. У тех и других разные правовые отношения со страной. Далее приводится справка, информирующая о том, что заявлений на получения статуса беженца уже около 477 тыс. чел. в то время как еще очень большая часть находится на территории Германии без документов, так как должен пройти определенный период времени до того момента, как можно будет их подавать.

В статье обыгрывается идея того, что несмотря на приток беженцев, Германия стала очень привлекательной страной для мигрантов.

Для информации о том, сколько же прибыло мигрантов в Германию в новом году отводится целая рубрика. И тут журналист проводит странную параллель между современным потоком миграции и массовыми переселениями после распада СССР. «Больше чем 1,46 млн. чел переехали в Германию. Это похоже чем-то на тот

ажитоаж, который случился после 1992 г., когда из СССР ехали в Федеративную республику сотни тысяч переселенцев».

В материале приводится причина, по которой, на взгляд журналиста, проблемы миграции не существует. Эта причина состоит в том, что среди переселенцев есть рабочие по уборке урожая, которые вернутся на свою родину. Таких людей примерно 900 000. В 2014 г. рабочих было 550 тыс. чел. и от них прибыль была очень большая, как ни в одной другой европейской стране.

В качестве преимущества повысившегося уровня миграции говорится о том, что в прошлом году 715.000 детей родились в Германии. Журналист считает, что в 2015 г. общество выигрывает большее количество новых членов за счет иностранцев, чем за счет жителей страны.

В статье подчеркивается, что не только миграция беженцев достигла пика, но и переселение из других стран ЕС. Примерно 880.000 не немецких граждан ЕС прибывали в 2014 в Германию, 200.000 из других европейских стран (включая Турцию), 220.000 из Азии и 75.000 из Африки.

Затем описываются миграционные группы в Германии. Акцент ставится на том, что беженцев в Германии не так уж и много. Основная часть мигрантов – это выходцы из Турции, Польши, Италии и Румынии.

Среди причин, почему иностранцы приезжают в Германию, были перечислены следующие (примечание автора статьи: за исключением тех 518.802 человек, которые пребывают в Германии без каких бы то ни было документов). Автор материала перечисляет следующие причины переезда иностранцев в Германию: по семейным обстоятельствам, по работе, с целью обучения (или пребывание на языковых курсах), гуманитарная причина (36,9%).

Следующая часть отводится на то, чтобы еще раз разъяснить вопрос, насколько разнообразно немецкое

общество сегодня. Также автор тут приводит цифру, о том, что 20% жителей Германии имеют «мигрантское» прошлое.

Другой аспект, на который указывает автор материала: среди мигрантов 27 000 квалифицированных специалистов.

Последняя рубрика посвящена теме беженцев, однако, тут перечисляются некоторые количественные показатели. Речь идет о беженцах из Африки (Южнее Сахары) и Марокко, но ни слова о Сирии и других странах, где идет война.

Материал от 25. 10. 2016 г. под названием «**Willkommen im ZDF-Asyl-Idyll!**» - «Добро пожаловать на проект Второго немецкого телеканала!» под авторством журналиста Томаса Шмоля (Thomas Schmoll).

Материал начинается с повествования о том, что немецкая гражданка взяла к себе в дом двух женщин-беженок с их детьми: Алия (Aliaa) из Сирии и Буртугала (Burtugala) из Судана. Африканка прибыла в Германию будучи в положении и родила здесь здорового ребенка.

Далее описывается еще несколько подобных примеров, когда немецкая семья берет к себе в дом беженцев, чтобы помочь им в их непростой ситуации. По факту данный материал – рецензия на телевизионный проект.

Журналист пишет о том, что немецкая семья и беженцы в программе „37 Grad“ становятся одной семьей. Затем автор материала отмечает, что журналистка Ульрике Бор следила за жизнью этих людей с помощью телекамеры, после чего возник проект "37 °" под заголовком „Иностранцы в моем доме“. Ряд фильмов, основанных на реальной съемке, ставят перед телезрителями вопрос: удастся ли совершенно разным людям жить бок о бок? И журналист материала подчеркивает, что, исходя из этого проекта, — ответ положительный.

Интересно, что журналист приводит в материале комментарий эксперта, в котором говорится, что проект в

значительной степени игнорирует настроения в стране. В нем изображается только счастливый исход событий, отмечает журналист, во что практически невозможно поверить. Проект отражает только позитивную сторону миграционного процесса, там нет ни единого слова о том, появились ли у немецких семей какие-то трудности в совместном проживании с иностранцами, ведь эти люди принадлежат разным культурам. Кроме того, журналист ставит акцент на то, что эта серия фильмов носит пропагандистский характер, «без всей этой идиллии политика Меркель была бы просто пустым звуком».

Журналист отмечает, что в одном из фильмов есть только один эпизод непонимания, когда Андреа (хозяйка дома) недоумевает, как ее сожительница из Африки может не пить целый день во время Рамадана, в то время как кормит ребенка грудью.

Журналист подчеркивает, что ему бесконечно жаль людей, которые оказались в безвыходном положении из-за войны, однако это также нечестно и по отношению к беженцам создавать неправдоподобный образ проживания в немецкой семье.

В результате проделанной работы мы пришли к выводу, что онлайн-портал газеты Die Welt относится к группе тех СМИ немецкого медиапространства, которые в целом придерживаются государственной позиции, но допускают в своих материалах другие мнения и позиции по проблеме миграции.

Данной группе характерен подбор фактов таким образом, чтобы проблема освещалась с выгодной для них стороны. Материалы таких СМИ по большей части однотипны, содержат примерно один и тот же набор аргументов и обоснований своей позиции. В качестве инновационного подхода данных СМИ можно выделить персонификацию героев сюжета, вовлечение непосредственных участников миграционного процесса в

журналистскую работу, детальное освещение жизни мигрантов, но только с выгодных для таких СМИ позиций.

Литература

1. Брук, А.С., Кабузан В.М. Миграциология: Учебное пособие/ под ред. А.С. Брука, В.М. Кабузана. - М.: Владос, 1989. – 656с.
2. Вальраф, Г. Нежелательные репортажи: Сборник/ Г. Вальраф.– М.: Радуга, 1982. – 296с.
3. Вороненкова, Г.Ф. Национальное своеобразие средств массовой информации Германии: монография/ Г.Ф.Вороненкова. - М.: Издательство Московского Университета, 2011. - 648 с.
4. Peters F. So viele Migranten in Deutschland wie noch nie [Электронный ресурс] / Die Welt - Режим доступа: <https://www.welt.de/politik/deutschland/article123029623/So-viele-Migranten-in-Deutschland-wie-noch-nie.html> // дата обращения: 27.10.2016)
5. Leubecher, M. So viele Migranten kamen noch nie nach Deutschland [Электронный ресурс] / Die Welt. - Режим доступа: "<http://www.welt.de/politik/deutschland/article150712256/So-viele-Migranten-kamen-noch-nie-nach-Deutschland.html>" // дата обращения: 16.09.2016 г.).
6. Willkommen-im-ZDF-Asyl-Idyll [Электронный ресурс] / Die Welt – Режим доступа: <https://www.welt.de/vermishtes/article159039640/Willkommen-im-ZDF-Asyl-Idyll.html> // дата обращения: 05.10.2016).

DYNAMICS OF LIGHTING OF MIGRATION PROCESSES IN GERMAN MEDIA SPACE (ON THE EXAMPLE OF CONTENT-ANALYSIS OF ONLINE PORTAL OF NEWSPAPER DIE WELT)

The scientific article examines the key aspects of migration processes coverage in the German media space by the example of the content the newspaper Die Welt online portal analysis, analyzes the stylistics, the methods for submitting information, the selection of facts and the specifics of the composition of materials.

Keywords: migration, refugees, Germany, German media space, die Welt, content analysis

Ю.В. Ткаченко

*(Приднестровский государственный университет
им. Т.Г. Шевченко)*

**ИГРОВЫЕ СТРАТЕГИИ НА РАДИО
(НА ПРИМЕРЕ УТРЕННИХ ШОУ
ПРИДНЕСТРОВСКИХ РАДИОСТАНЦИЙ)**

В настоящей статье представлен анализ игровых форм взаимодействия с аудиторией на радио в утренних шоу приднестровских радиостанций.

Ключевые слова: игровые стратегии, утреннее шоу, радиовещание, интерактивность.

Утреннее шоу – одна из современных форм вещания, позволяющая привлечь слушательскую аудиторию. Как отмечает Т.В. Лебедева, «задача шоу - информировать, образовывать, развлекать. Разнообразная музыка, игры с легкими вопросами, для поиска ответов на которые не надо листать энциклопедии, рассуждения о том, кто победит в хоккейном матче или на конкурсе красоты, - все это развлекает, особенно, если преподнесено соответствующим образом» [Лебедева 2012; 111].

Я.В. Усольцева выделяет семь характеристик утреннего шоу:

1. использование музыкальной составляющей;
2. обязательная рубрикация программы;
3. наличие команды из двух или трех ведущих;
4. неременная интерактивность эфира;
5. присутствие информационной и рекламной составляющей;
6. соблюдение постоянного типа верстки каждого часа программ;
7. присутствие гостя в эфире [Усольцева 2008; 22-24].

Ядром развлекательного радишоу становятся игровые формы взаимодействия с аудиторией. Арсенал современного радиовещания в этом вопросе достаточно разнообразен. Ю. Романова приводит три классические игры,

которые возникли еще в 80-е годы в американском радиовещании и закрепились за форматом утреннего шоу (Zoo Morning): «Битва полов», «War of the Roses», «The Fugitive». [Романова] Однако сегодня спектр предлагаемых радиостанциями игровых стратегий гораздо шире.

Утреннее шоу есть в сетке вещания двух приднестровских радиостанций: государственной «Радио 1» и коммерческой «Интер-ФМ». На «Радио 1» выходит в эфир «Утренний Fresh». На «Интер-ФМ» - программа «Хорошее начало». Типологически и одну и другую передачу можно отнести к типу утренних шоу. Они содержат такие программные элементы, как музыка, новости, тематические рубрики и игры.

Остановимся подробнее на шоу «Утренний Fresh», так как именно эта программа стала первым представителем этого жанра в приднестровском радиовещании. Время звучания - 7.00 – 10.00. Ведущие - Ольга Бархатова, Артём Мазур, Денис Кириллов, Валентина Демидова. Рубрикация «Утреннего Fresh'a» весьма разнообразна:

1. «Глаголет истина». Используются заранее записанные фрагменты – ребенок рассказывает о каком-либо явлении, а слушатель должен отгадать, что же имеется в виду.

2. «Надуть за 60 секунд». Вниманию слушателей предлагаются два коротких новостных сообщения. Необходимо определить, какое из них правдивое, а какое составлено ведущими.

3. «Будист». Слушатели оставляют заявку и номер телефона в группе программы в соцсетях, а ведущие утром звонят по одному из номеров. Присутствуют элементы розыгрыша. Кроме того, слушатель получает подарок.

4. «Операция БИ». В рамках этой рубрики двоим дозвонившимся нужно составить мини-рассказ, в котором все слова начинаются на одну букву. Побеждает тот, чей рассказ длиннее.

5. *«Ну, поехали!»*. Слушатели отвечают на простые вопросы об автомобилях и дорогах и получают в подарок бесплатную поездку на такси.

6. *«Антракт»*. Звучит отрывок из известного литературного произведения. Необходимо отгадать произведение и первым дозвониться в эфир. Призом становятся билеты в театр.

7. *«Форшмак»*. Эта рубрика представляет собой музыкальную пародию. Ведущие сами пишут оригинальные тексты песен и сами же их исполняют в прямом эфире. Часто *«Форшмак»* снимают на видео и выкладывают в сообществах в соцсетях.

8. *«Великий и могучий»*. Задаются вопросы на знание русского языка.

9. *«Перевертыши»*. Слушатель должен отгадать фразу, смысл которой зашифрован в антонимах.

10. *«Умный ужин»*. Эта рубрика представляет собой викторину на кулинарную тему.

11. *«Встала дева на весы»*. Это гороскоп с юмористическими элементами.

12. *«Амур не промажет»*. Радиостанция дает возможность своим радиослушателям признаться в любви. В качестве подарка автор самого красивого признания получает сертификат на покупку цветов.

13. *«Умные и красивые»*. Рубрика представляет собой викторину для эрудитов с вариантами ответов, в которой за минуту нужно дать как можно больше правильных ответов.

14. *«Вопрос дня»*. Каждое утро ведущие задают слушателям один вопрос. Он становится своего рода связующей нитью эфира. Каждый дозвонившийся отвечает на него. Кроме того, зачитываются ответы, присланные в социальных сетях.

15. *«Попкорн в студию!»* В этой рубрике ведущие в юмористической форме рассказывают о новинках кино.

16. «Скамейка запасных». В студию приглашается один из активных слушателей, чтобы тот почувствовал себя в роли радиодиджея. Потом фотографии с эфира появляются в группах «Утреннего Fresh'a» в социальных сетях.

17. «Радиоквест». Это, пожалуй, одна из наиболее сложных и интересных игр приднестровского утреннего шоу. Как правило, она вводится в эфир перед праздниками и создает определенную атмосферу. Квест представляет собой алгоритм с набором вопросов для слушателей. Все «ходы» заранее записаны и выдаются в эфир в зависимости от прозвучавших ответов. «Утренний Fresh» уже подготовил и выпустил в эфир радиоквесты «Кровожадный Виго» и «Турнир трех волшебников». Но судя по успеху этой идеи, подобные радиоквесты будут появляться в эфире и впредь. Элементы радиодраматургии помимо игровых реализуют эстетические задачи, помогают погрузить слушателей в фантазийный мир, созданный авторами.

Отдельно необходимо отметить профессиональное акустическое оформление программы – к каждой рубрике подобрана фоновая музыка и открывающий джингл, что позволяет сразу идентифицировать звучащую в эфире игру.

Таким образом, можно говорить о том, что игра на радио включает в себя следующие характеристики:

1. *Интерактивность.* Активное вовлечение аудитории в радиийное действие является одним из факторов, позволяющих «привязать» слушателя к эфиру. Функция партнера, собеседника или даже друга в лице радиостанции делают ее «своей» для определенной части аудитории. В этом смысле игровые формы утреннего шоу работают как нельзя лучше.

2. *Сюжет.* Он может быть крайне простым и состоять из приветствия, напоминания о правилах игры, серии вопросов - ответов и прощания, а может представлять собой достаточно сложный алгоритм действий.

3. *Призы.* Часто в эфире разыгрываются сувениры с символикой радиостанции (это становится дополнительным средством пиара), а также подарки от спонсоров, что позволяет говорить о ярко выраженной рекламной функции утреннего шоу. Игровая атмосфера облачает рекламное сообщение в легкую и наглядную форму, что, безусловно, способствует продвижению рекламируемых товаров и услуг, не нанося вреда имиджу радиостанции.

4. *Соревновательный компонент.* Многие игры построены по этому принципу – привнесение в эфир элементов спортивной игры активизирует внимание слушателей.

5. *Юмор.* Так как центральной формообразующей функцией утреннего шоу является рекреативная функция, юмористическое содержание большинства игр и соответствующая подача информации являются неотъемлемым элементом игровых стратегий в утреннем эфире.

6. *Эмоциональность.* Ярко эмоциональная окраска речи ведущего позволяет делать выразительные акценты, создавать интригу, демонстрировать доброжелательное отношение к слушателю, актуализировать то или иное сообщение. Позитивный эмоциональный фон становится сильным психологическим фактором, зарядом бодрости для аудитории.

Как показывает практика вещания, грамотное включение игровых стратегий в эфир позволяет добиться весьма значимого эффекта: создать комфортное пространство для взаимодействия со слушателями, выстроить с ними дружеские доверительные отношения, что, в конечном счете, является целью любой радиостанции.

Литература

1. *Лебедева Т.В.* Жанры радиожурналистики. – М., 2012. – 224 с.

2. Романова Ю. Zoo morning или утренний кавардак // Get on air URL: <http://www.getonair.ru/radio/zoo-morning-format-utrennego-shou> (дата обращения: 09/01/2018).

3. Усольцева Я. В. Утреннее шоу как вид радиопрограммы: типология, структура, функции: автореф. дис. канд. фил. наук: 10.01.10. - Краснодар, 2008. – 25 с.

**GAME STRATEGY ON RADIO
(ON THE EXAMPLE OF MORNING SHOWS
OF THE PRIDNESTROVIAN RADIO STATIONS)**

This article reflects the results of a research of game strategy of interaction with audience on radio in structure of morning shows of the Pridnestrovian radio stations.

Keywords: game strategy, morning show, broadcasting, interactivity.

И.Д. Годорова

(Российский университет дружбы народов)

**ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
В ПРЕПОДАВАНИИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА**

Данная статья рассматривает инновационные технологии и методы в преподавании иностранного языка, поскольку на сегодняшний день они являются одним из наиболее важных аспектов совершенствования и оптимизации учебного процесса. Обогащение арсенала методических средств и приемов, которые позволяют разнообразить формы работы и стремятся сделать занятия по иностранному языку более интересными и запоминающимися - это одна из задач, стоящих перед современной методикой преподавания иностранного языка. Необходимым условием качественного современного образования является совмещение традиционного обучения с инновационными технологиями.

Ключевые слова: инновационные технологии, иностранный язык, методы преподавания, учебный процесс.

Основная цель обучения иностранному языку в современных школах и в высших учебных заведениях

является развитие личности учащегося. Он должен использовать язык как средство общения в диалоге культур, принимать участие в межкультурной коммуникации изучаемого языка, а также использовать язык для формирования и развития своих профессиональных интересов, компетенций и реализации, чтобы удовлетворять свои личные ожидания.

В образовательной системе, в целом, и в обучении иностранному языку, в частности, внедряются инновационные технологии, целью которых является улучшение и активизацию процесса обучения. В двадцатом веке человечество начало использовать технологии, полностью неизвестные предыдущим эпохам. Разработка компьютеров сделала возможным представление знаний и в электронном виде и повысила возможность скорости работы с информацией. Интернет используется во всем мире и является способом распространения информации, средством сотрудничества и взаимодействия между людьми, независимо от их географического положения. Развитие информационных и коммуникационных технологий дает все более новых возможностей обучения [Милков 2002; 7].

Информация в Интернете может быть активно использована в различных этапах образовательного процесса. Преподаватель должен использовать интерес обучающихся к мировым информационным технологиям, чтобы знания усваивались более глубоко и интересно. Образовательные ресурсы Интернета в обучении иностранному языку могут быть использованы в следующих направлениях: подготовка учителей для занятий – (для выбора изображений и дополнительной научной информации, для разработки учебных компьютерных презентаций), в практических занятиях, в проведении уроков-наблюдений, а также и в самоподготовке учащегося (для выбора дополнительной научной информации, для подготовки домашних заданий и проектов).

Очень привлекательным способом для учащихся проверить свои знания является подготовка рефератов в виде компьютерной презентации на базе информации из Интернета. Это полезный способ проверить знания, потому что в рефератах проверяются их знания по точно определенной теме, а путем выбора точной и новой информации, осмысливается работа в Интернете. Компьютеры и Интернет можно использовать еще более эффективно и в практических занятиях по иностранному языку, в которых учащиеся повторяют шаги исследователей, анализируют материал с целью извлечь информацию и получить новые знания.

При использовании большинство образовательных ресурсов, которые предлагают огромное количество текстов, справочников, презентаций, тестов и т. д, нужно сначала узнать больше о содержании и о возможностях. Эта ориентация необходима для того, чтобы направить учителя и ученика к проблеме или теме, которая его интересует и, таким образом, подобрать себе наиболее подходящую информацию.

Информация может быть использована с различной дидактической цели:

- для визуализации изучаемых объектов и явлений;
- для организации самостоятельной работы учащихся, для проверки знаний студентов посредством тестов и интерактивных игр;
- для стимуляции интереса студентов при помощи любопытной информации.

Работа студентов в процессе самостоятельной подготовки с помощью инновационных технологий и образовательных ресурсов Интернета организуется поэтапно:

Организационный этап – учащиеся получают задачу подготовить презентацию по определенной теме и определяются сроки ее выполнения.

Мотивационный этап – учащийся начинает искать информацию в различных источниках. Он получает методические рекомендации для эффективности выполнения работы.

Информационный этап – учащийся собирает информацию, после чего он ее анализирует и организует в проекте. Он использует полученные на занятиях знания, дополняя их найденной в Интернете информацией. Такой вид работы помогает в формировании логического и творческого мышления учащихся.

Заключительный этап – учащийся формирует окончательно свой проект – компьютерную презентацию и представляет ее преподавателю и одногруппникам. Это позволяет закрепить изученный материал и применить его на практике в образовательном процессе [Анисимова 2002; 48].

Поскольку, как было упомянуто и выше, образование на сегодняшний день стало очень сильно связанным с инновационными технологиями и Интернетом, то кажется резонно рассмотреть и как используются Интернет коммуникации в обучении иностранному языку.

Переход образования к новым носителям информации создает новые трудности. Речь идет о новой реальности, которой чаще всего определяют как «виртуальной». В общем, электронный диалог можно рассматривать в двух существенных измерениях:

Электронный диалог в реальном времени - Он ближе всего к классическому диалогу, за исключением того, что он проводится без физического присутствия участников в непосредственной близости. Чаще всего участники находятся за сотни километров друг от друга. Они работают на своем компьютере и / или других технических устройствах. В зависимости от технологических возможностей, диалог в

реальном времени может быть: посредством письменного текста, то есть, это письменный, безмолвный диалог [Павлов 1998; 8-10].

Этот тип электронного диалога также культивирует ряд негативных качеств. Например, диалог часто становится скучным - нет прилагательных, нет никаких эмоциональных отклонений. Длительное поддержание так называемого «тихого» диалога препятствует развитию живой непосредственной коммуникации. Тот кто привык к «тихому» диалогу, с трудом использует невербальные средства коммуникации, в некоторых случаях сильно смущается или испытывает чувство неполноценности при непосредственном диалоге.

Электронный диалог, отложен во времени - Это наиболее широко используемая разновидность электронного диалога сегодня. Он широко доступен для всех, кто имеет компьютер, подключенный к Интернету. Специфика этого диалога можно определить следующим образом: каждый из участников диалога является свободным, получать и передавать информацию в зависимости от собственных возможностей в предварительно определенном диапазоне времени. Чаще всего для учебных целей, обмен информации происходит в пределах от одной недели до одного месяца. Если учащийся выполняет задание больше месяца, то он принимает, что у него есть много времени, систематически откладывает свои обязанности, и, наконец, когда понимает, что уже нет времени, он отвечает недостаточно углубленно [Павлов 1998; 8-10].

После того, как все получили сообщение на экране монитора, без необходимости отвечать в настоящий момент, каждый имеет возможность его обдумать, сделать дополнительные исследования, и только тогда дать свой ответ. Очевидно, что в подобной ситуации ответ может быть более углубленным, более компетентным, и лучшим образом отразить собственное мнение и отношение. На самом деле,

аналитико-синтетическая деятельность, проделанная обучающимся в этом случае приводит к формированию и развитию умственных способностей.

Обучающийся готовит свои вопросы и отвечать самостоятельно, не испытывая при этом беспокойства от выбранного темпа. Есть студенты, думающие быстрее, но поверхностно, в отличие от других, которые думают медленнее, но более углубленно. Диалог открытый, доступный для всех, несмотря на возраст, пол и т.д. На первом плане выходят потребность, мотивы, интересы к участию в дискуссии по той или иной теме. В процессе обучения и обмена информации все убеждаются, что человеку свойственно ошибаться, это нормально и совершенно не смертельно, до тех пор, пока человек не научится обнаруживать и устранять ошибки.

Благодаря инновационным технологиям студентам предоставляется возможность публиковаться в Интернете, предоставлять результаты своих исследований, делиться своими комментариями, сформулировать вопросы и выражать свои творческие возможности. Это, конечно, сильный стимул для индивидуальной и коллективной работы, которая должна предшествовать редактированию того, что будет выложено в сети. Здесь речь идет о чем-то гораздо больше, чем здесь составление электронного послания. На самом деле это слишком сильная мотивация для сегодняшних учащихся [Кларк 2003; 4].

Предлагаемые методические рекомендации по применению в обучении Интернет-ресурсов, а также Интернет-коммуникаций ставят новые требования перед преподавателями и студентами и меняют их задачи и роль в образовательном процессе. От учителей и учеников требуется информационная культура. Она предполагает наличие совокупности качеств, отражающих знания и представления об информационных процессах в окружающем мире, владение информационными средствами,

освоение системы целого ряда основных положений, связанные с информационными и коммуникационными средствами, а также владение компьютерной грамотностью.

Использование инновационных технологий в обучении иностранным языкам является одним из важнейших аспектов совершенствования и оптимизации образовательного процесса. Обогащение арсенала методологическими средствами и методами, которые позволяют разнообразить формы работы и сделать интересными и запоминающимися занятия на иностранном языке, также является одной из задач, стоящих перед современной методологией преподавания иностранного языка. Необходимым условием качественного современного образования является сочетание традиционной подготовки с инновационными технологиями.

Литература

1. *Анисимова, Н. С., Сидоркина. И. Г.* Психолого-педагогические аспекты использования Интернет-технологий в образовании. – Информатика и образование, М; -2002, № 9, с. 46–50.

2. *Двуличанская Н. Н.* Интерактивные методы обучения как средство формирования ключевых компетенций // Наука и образование: электронное научно-техническое издание, М; 2011 <http://technomag.edu.ru/doc/172651>

3. *Денисова Л.Г.* Место интенсивной методики в системе обучения иностранным языкам в средней школе. Иностр. Языки в школе. М, 1999, №4. с.11

4. *Зеер Э.Ф., Павлова А.М., Сыманюк Э.Э.* Модернизация профессионального образования: Компетентностный подход. – М.: МПСИ, 2005. – 216 с.

5. *Зимняя И.А.* Ключевые компетенции – новая парадигма результата образования // Высшее образование сегодня. – М; – № 5. – с. 34–42; Компетентностный подход... // Высшее образование сегодня. – М; 2006. - № 6. – с. 20-26

6. *Кларк Ч.* Информационные и коммуникационные технологии: революция в образовании. – Информатика и образование, М; -2003, № 4, с. 3–6.

7. *Конишева А.В.* Игровой метод в обучении иностранному языку. СПб., КАРО, 2006, с. 192

8. *Кононец А.Н.* Педагогическое моделирование: новые вопросы/ А. Н. Кононец //Иновационные подходы к организации образовательного процесса в современном техническом вузе: сб. метод. тр./ под ред. Л. П. Лазаревой ; ДВГУПС. - Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2008. - с. 22-31.

9. *Милков Л., Марков З.* Информационные и коммуникационные технологии в образовании. – Педагогика, София; -2002, № 5, 48–60.

10. *Павлов Д.* Педагогические измерения на электронном диалоге – Педагогика, София; 1998, № 5, с.3–16.

11. *Соосаар Н, Замковая Н.* Интерактивные методы преподавания. Настольная книга преподавателя. СПб., 2004, с.188

INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN TEACHING A FOREIGN LANGUAGE

This article examines innovative technologies and methods in teaching a foreign language, because today they are one of the most important aspects of improving and optimizing the learning process. Enriching the arsenal of methodical tools and techniques that allow diversifying forms of work and seeking to make classes in a foreign language more interesting and memorable is one of the tasks that face the modern methodology of teaching a foreign language. A prerequisite for quality modern education is the combination of traditional education with innovative technologies

Keywords: innovative technologies, foreign language, teaching methods, educational process.

О.Б. Трубина

*(Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина
Дизайн. Технологии. Искусство)*

ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ И ЖАРГОННЫЙ ДИСКУРС

В статье автор рассматривает влияние жаргонного дискурса на лингвистическую безопасность коммуникации в интернет-пространстве. Жаргонный дискурс является неотъемлемой частью интернет-коммуникации, Он негативно влияет на ее безопасность, являясь выражением культурного кода, отличного от национального, конфликтогенным фактором, основой для многих приемов манипуляции.

Ключевые слова: лингвистическая безопасность, жаргонный дискурс, вербальная манипуляция, троллинг, кибербуллинг.

Проблема лингвистической безопасности становится все более актуальной для современного общества. При этом ее понимают в настоящее время достаточно широко: лингвистическая безопасность – это и языковая грамотность, обеспечивающая продуктивность веб-коммуникации, и правовая грамотность, определяющая в том числе и отбор языковых средств. О лингвистической безопасности можно, на наш взгляд, говорить как в отношении языка в целом, так и о языковом продукте - тексте. На наш взгляд, лингвистически безопасный текст соответствует всем языковым нормам, коммуникативно эффективен, максимально свободен от конфликтогенов и приемов вербальной манипуляции. К вопросам лингвистической безопасности, конечно, правомерно относят также угрозу кризиса массовой коммуникации вследствие упрощения языка, выхолащивания образности, расслоения социума по речевым и культурным признакам, что, в свою очередь,

обусловлено и влиянием жаргонного дискурса. Интернет – пространство, очевидно, также вовсе не безопасно для пользователей, и в любой момент каждый из них может оказаться в вербально негативном контексте. Присутствие пользователей в виртуальном пространстве текстуально и вербализировано. Многие из тех, кто находится в этом пространстве, испытывают обострённое желание заявить о себе, но при этом не обладают определенными языковыми компетенциями, не владеют важнейшими культурными нормами или попросту имеют интенции, отличные от тех, которые находятся в рамках, определенных культурой речи и речевым этикетом. В результате мы сталкиваемся с виртуальной средой, в которой никто из пользователей не гарантирован от столкновения с проявлениями лингвистического экстремизма, языкового насилия, речевой агрессии. В интернет-пространстве присутствуют самые разные категории текстов: сетевые копии, сетевые версии, собственно сетевые форматы. Отдельно можно рассматривать тексты СМИ и сегмент неформального общения: чаты, блоги, форумы, социальные сети и др. Конечно, речевые произведения в этих форматах различны, но вопросы лингвистической безопасности актуальны для всех. Интернет - пользователи чаще всего не пассивные наблюдатели, а активные субъекты, формирующие и развивающие единую, живую гипертекстовую интернет - среду. При этом многие процессы, возникшие в русском языке вне виртуальной среды, усугубились и получили развитие именно в Интернете, в нем они стали более явными, очевидными, интенсивными. Публичность, письменная фиксация, значительная доля спонтанных высказываний, компьютерно-сетевая опосредованность, ложно понимаемые свобода слова и либерализм виртуальной среды, а также возможная анонимность – черты, которые определяют актуальность проблемы лингвистической безопасности интернет-пользователей.

Жаргонный дискурс, с точки зрения лингвистической безопасности, является, безусловно, небезопасным: в нем допустимы и даже приветствуются различные приемы манипуляции, он не исключает использование в провокационных целях конфликтогенных языковых единиц. Особенно важно то, что в жаргонном дискурсе формируется иной, отличный от национального, культурный код. Являясь значимой частью интернет-пространства, он не может не влиять на уровень его лингвистической безопасности. При этом жаргонный дискурс, во-первых, выступает как существенный, фоновый элемент интернет-коммуникации, понижающий общий уровень ее лингвистической безопасности; а во-вторых, является важным инструментом для специфических в интернет-пространстве лингвокультурных проявлений, например, троллинг.

Троллинг мы понимаем как форму социальной провокации или унижения в сетевом общении, использующуюся как персонифицированными участниками интернет-коммуникации, заинтересованными в большей узнаваемости, публичности, эпатаже, так и анонимными пользователями без возможности их идентификации. Обычно исследователи выделяют две версии происхождения термина троллинг, мифологическую и «рыболовную». Как известно, в дословном переводе англ. *trolling* означает «ловля рыбы на блесну». [Семенов, Шушарина 2011; 135-136] В самом общем виде троллинг реализуется как процесс размещения на виртуальных коммуникативных ресурсах провокационных сообщений с целью создания конфликтной обстановки путём нарушения правил этического кодекса интернет-взаимодействия. [Внебрачных 2012; 48—51] В отношении пользователя, осуществляющего троллинг, утвердился термин «тролль». Многие исследователи указывают на влияние скандинавской мифологии: тролли - мифологические существа, которые изображаются в качестве

уродливых, неприятных существ, созданных для причинения вреда и сотворения зла. По реакции реагента троллинг делят на два вида: «толстый» и «тонкий». «Толстый» троллинг характеризуется четкостью и максимальной содержательностью коммуникативных сообщений, мгновенностью реакции на провокацию. В «тонком» троллинге часто используется четко отлаженная схема, суть которой состоит в том, что реагент, постепенно втягиваясь в диалог или полилог, четко следует коммуникативным ожиданиям тролля. По среде распространения в глобальной сети различают следующие виды троллинга: чатовый, форумский, сайтовый, новостной (троллинг в новостных группах), ЖЖшный (троллинг в Живых Журналах), блогерский. Во всех активно используется жаргон. Коммуникативные установки троллей часто реализуются посредством ложных сообщений, провокаций, оскорблений, троллинг направлен на вызов определенной эмоции, и важную роль в этом играют жаргонные языковые единицы. Цель стратегии тролля - вызвать реагента на диалог и манипулировать им, чтобы получить нужный для манипулятора эффект. Часто тролль использует тривиальные приемы манипуляции: запугивание, оскорбление, провокацию, искажение информации, для чего использует эмоционально - оценочную, инвективную лексику, большей частью жаргонную. Так, пытаясь оживить дискуссию на форуме, тролль пишет сообщение-провокацию, вызывающее серию сообщений-откликов. Например: «Эй, смотрю, тема **заглохла**. НЕУЖЕЛИ НИКТО НЕ ЗНАЕТ ОТВЕТ?????». Самым частотным приемом является нарочитое оскорбление идеалов участников сетевых сообществ. Например: «Вследствие того, что вы не аргументировали свою точку зрения и не предоставили достаточных фактов своей правоты, я, хоть мне и не очень этого хочется, вынужден признать, что вы, уважаемый, *никнейм*, ДЕБИЛ». При этом тролль иронично использует элементы не жаргонного,

а другого типа дискурса, литературного, поэтического или официально-делового, или даже создает своеобразную его имитацию – стилизацию. Например: «Прошу **пращенья**, великий админ сего ресурса, но, увы и ах, вы допустили ошибки, не могу в свою очередь не отметить их. Быть может, вы снизойдете до их исправления? Как знать». Ироничный характер послания подчеркивается использованием элементов особого варианта языка, нарочито безграмотного, так называемого «языка падонков». Тролль в этом случае действует в пространстве жаргонного дискурса. Однако трудно утверждать, что каждый тролль - тонкий психолог, который умеет манипулировать массовым и индивидуальным сознанием, тем не менее, он, безусловно, осознает, что в большинстве случаев его точку зрения и манеру ее изложения разделит часть пользователей, которой важно поддержать ее как «отличную от мнения большинства». Как понятно из анализа тестов троллей, для инициатора-манипулятора это лишь увлекательная игра, тролль старается абстрагироваться, поэтому негативная реакция в его адрес рассматривается им как успешный результат манипуляции: жертва проявила нужную реакцию. Таким образом, затроллить человека, который не относится серьезно к ситуации и собеседнику или не позволяет манипулировать собой в рамках диалога, труднее. И в этом случае «средством антитроллинга» также может быть жаргон: реагент с его помощью может быть коммуникативно более успешным. Если собеседник спокойно и уверенно может противостоять троллю или опровергнуть его убеждения (желательно в той форме, которую тролль признает адекватной), =интерес манипулятора по отношению к такому реагенту исчезнет.

Другой характерный для интернет-общения прием манипуляции - кибербуллинг. Кибербуллинг (cyber-bullying) - это вид виртуального террора, часто подросткового. Это явление получило свое название от английского слова *bull* —

бык. При этом в русском языке у слова *бык* в жаргонном дискурсе выделяется следующее значение: *агрессивно нападать, бередить, задирать, придирааться, провоцировать, донимать, терроризировать, травить*. Лиц, совершающих данные хулиганские действия, часто называют «булли» или «мобберы», ими создан и соответствующий субжаргон.

Таким образом, необходимо признать, что жаргонный дискурс существенно влияет на лингвистическую безопасность интернет-коммуникации.

Литература

1. *Внебрачных Р.А.* Троллинг как форма социальной агрессии в виртуальных сообществах // Вестник Удмуртского университета. Философия. Социология. Психология. Педагогика. — Ижевск: Удмуртский государственный университет, 2012. — Вып. 1. — С. 48—51

2. *Семенов Д.М., Шушарина Г.А.* Сетевой троллинг как вид коммуникативной деятельности//Международный журнал экспериментального образования: научный журнал. - М., 2011. – Вып. 8.- С. 135-136.

LINGUISTIC SECURITY IN THE INTERNET SPACE AND SLANG DISCOURS

In the article the author considers the influence of slang discourse on the linguistic safety of communication in Internet space. The slang discourse is an integral part of Internet communication. Negatively affecting its security, being expression different from the national cultural code, factor which generates conflicts, and basis for many kinds of manipulation.

Keywords: linguistic security, jargon discourse, verbal manipulation, trolling, cyberbullying.

И.В. Уткина

*(Военная академия воздушно-космической обороны
им. Маршала Г.К. Жукова, г. Тверь)*

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННЫХ УЧЕБНИКОВ
ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫХ КУРСАНТОВ
РЕЧЕВОМУ ОБЩЕНИЮ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ**

Статья посвящена исследованию возможностей электронных учебников на занятиях по русскому языку как иностранному в стенах военного вуза.

Ключевые слова: электронный учебник, русский язык как иностранный, речевое общение, методика.

Внедрение в образовательный процесс информационных технологий обусловлено развитием дистанционного образования, которое пользуется все большей популярностью в РФ. Эффективность электронных учебников в системе дистанционного образования доказана и не вызывает сомнений и существенных разногласий, однако целесообразность использования электронных учебников при обучении общению на иностранном языке в системе традиционного образования не столь однозначна.

В высших учебных заведениях РФ разработаны методические рекомендации по использованию электронных учебников в образовательном процессе, в военных вузах существует подобный документ, который носит не только рекомендательный, но и отчасти регламентирующий характер. Согласно данным рекомендациям преподаватель в военном вузе может использовать электронный учебник практически на всех видах занятий, не отказываясь при этом от традиционных методик обучения.

В процессе обучения русскому языку иностранных военнослужащих в качестве основной цели выступает формирование коммуникативной компетенции, под которой будем понимать вслед за М.Н. Вятютневым «выбор и реализацию программ речевого поведения в зависимости от способности человека ориентироваться в той или иной

обстановке общения; умение классифицировать ситуации в зависимости от темы, задач, коммуникативных установок, возникающих у учеников до беседы, а также во время беседы в процессе взаимной адаптации» [Вятютнев,1976 ;58]. Для достижения данной цели преподавателю необходимо создать на занятии ситуацию, максимально приближенную к естественной коммуникации, в которой обучающийся сможет «реализовать программу речевого поведения» на иностранном языке.

Успешность речевого общения во многом зависит от речевого опыта участников общения, обеспечить наличие такого речевого опыта у обучающихся является важной задачей преподавателя русского языка как иностранного. На занятии необходимо создать такую атмосферу взаимодействия, чтобы обучающиеся не только могли, но и хотели говорить на иностранном языке. Преподаватель должен вызвать естественную потребность высказать свою точку зрения. Задания, на подобие: выскажите свою точку зрения, сформулируйте противоположную точку зрения по данному вопросу не отвечают требованиям, предъявляемым коммуникативно-деятельностным подходом. Задача преподавателя создать на занятии интеракционные условия, т.е. условия, подталкивающие к речевому взаимодействию, а не к выполнению задания преподавателя. Процесс обсуждения проблемы, темы, вопроса является одновременно и средством обучения и целью обучения. Сформированные при таком взаимодействии навыки иноязычного общения, как показывает практика, более прочные, в связи с тем, что созданные интеракционные условия воспринимаются обучающимся как естественные, а не как игровые. Каждый участник интеракции занимает свою собственную позицию и развивается как личность, не только как языковая.

Использование электронных учебников при обучении иностранных курсантов речевому общению должно быть

прежде всего коммуникативно оправданным, в связи с чем будет носить скорее факультативный характер. Факультативность не означает, что преподаватель может полностью игнорировать возможность использования на занятиях по русскому языку электронных учебников. Наоборот, в некоторых ситуациях без использования электронных учебников трудно будет создать атмосферу естественного речевого взаимодействия.

Так, электронный учебник может быть использован преподавателем на занятии для создания информационной платформы общения, облегчая работу с базовым текстом, который носит информационный характер и содержит толкования основных понятий, необходимых для последующего участия в обсуждении, диалоге. На данном этапе в текстах отсутствует оценочная информация, а содержание предельно объективно и нейтрально, как в энциклопедии.

При использовании в электронных учебниках гиперссылок (отсылок к учебникам военных дисциплин), что особо актуально при освоении лексики специальных дисциплин как на подготовительном курсе, так и на основных курсах, осуществляется возможность реализации интегрированного обучения. Таким образом, искусственное деление на язык специальности и саму специальность сглаживается и у обучающихся на более раннем этапе происходит ощущение естественной целостности обучения, осознание необходимости и актуальности изучения языковых единиц и грамматических конструкций и интегрирование полученных на занятиях по русскому языку знаний, умений и навыков с другими дисциплинами. Безусловно, процесс интеграции происходил и при использовании только печатной учебной литературы, однако использование электронных учебников значительно сокращает временные затраты и облегчает процесс речевой адаптации при погружении в реальные условия изучения

специальных дисциплин.

Расширяются и способы презентации текстового материала: кроме привычной печатной формы текст может быть представлен в видео и/или аудиоформате. Таким образом, у преподавателя появляется возможность дифференциации поставленных учебных целей: фонетическое чтение (развитие артикуляционных навыков, техники речи), аудирование (развитие навыков восприятия аудиотекста без зрительной или со зрительной опорой), говорение (развитие умений запрашивать информацию, обмениваться мнениями, вести беседу в связи с полученной из аудио- или видеотекста информацией), письмо (диктант, изложение с элементами сочинения, обсуждение проблемы в форме чата).

В заключение отметим, что при обучении иностранных курсантов речевому общению на русском языке преподаватель может использовать электронные учебники как фронтально, так и индивидуально, используя всё многообразие методических приёмов и принципов. Использование электронных учебников отнюдь не исключает существующих традиционных методик обучения, а лишь дополняет их, открывая новые возможности развития.

Литература

1. *Вятютнев, М.Н.* Понятие языковой компетенции в лингвистике и методике преподавания иностранных языков [Текст] / М. Н. Вятютнев // Иностранные языки в школе. – 1976. – №6. – С.55-64.

ELECTRONIC TEXTBOOKS IN THE TRAINING OF FOREIGN MILITARY STUDENTS COMMUNICATION IN THE RUSSIAN LANGUAGE

The article investigates the possibilities of electronic textbooks in the classroom for Russian as a foreign language in a military Academy.

Keywords: Russian as a foreign language, electronic textbook, methods of teaching language, communication

А.А. Фадеева

(Российский университет дружбы народов)

**КЛЕВЕТА И ОСКОРБЛЕНИЕ
В ИНТЕРНЕТ-СЕГМЕНТЕ СМИ ПОСТСОВЕТСКОЙ
ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ**

Данная работа посвящена исследованию особенностей ответственности за клевету и оскорбление в постсоветских странах Центральной Азии. Рассматриваются особенности законодательства каждой из стран, а также особое внимание уделяется случаям, связанным с президентами республик региона.

Ключевые слова: клевета, оскорбление, Центральная Азия, СМИ, информационная безопасность.

Клевета и оскорбление активно используются в качестве информационного оружия, чтобы выставить определенного человека или группу лиц в невыгодном свете перед общественностью. Чаще всего клевету распространяют, чтобы навредить человеку и нанести ущерб его деловой репутации. Наиболее искусные клеветники, прежде чем распространять ложные сведения, тщательно собирают информацию об объекте затем, чтобы впоследствии в мозаику фактов вплести ложь, дискредитирующую выбранный объект нападок.

После обретения независимости, страны Центральной Азии, а именно пять постсоветских республик- Кыргызстан, Казахстан, Узбекистан, Таджикистан и Туркменистан, встали на путь формирования собственных механизмов защиты информационной безопасности, а также борьбы с клеветой и оскорблениями в интернете. Законодательство стран региона в области СМИ неоднократно меняется, сталкиваясь с новыми вызовами, изменения не обошли стороной и законодательные акты, предусматривающие ответственность за клевету. Статьи за оскорбление и клевету прошли этап декриминализации и таким образом, из всех пяти республик лишь в Казахстане и Узбекистане за клевету и оскорбление

действует уголовная ответственность, что активно оспаривается международными организациями. Кроме того, в странах Центральной Азии действует программа проектов, предположительно финансируемых из-за рубежа, занимавшихся проведением различных мероприятий в рамках реализации национальной кампании по декриминализации статей за клевету и оскорбление, приводящих в противовес статью 19 Международного пакта о гражданских и политических правах, ратифицированную большинством правительств стран региона. Однако, в уголовном законодательстве всех республик, кроме Кыргызстана продолжают действовать отдельные статьи за оскорбление и клевету в отношении руководства республик, в некоторых случаях уголовная ответственность грозит за публичное оскорбление представителей государственной власти и клевету в отношении судебных и следственных органов. Чаще всего подобные дела редко доходят до суда, ограничиваясь извинениями сторон, удалением публикаций, опровержениями или, в крайнем случае, штрафом [Johnson 1994; 15].

Один из крупных показательных судебных процессов против журналистов в Кыргызстане произошел весной 2017 года и его участником стал экс-президент Алмазбек Атамбаев.

После внесения последних поправок в Конституцию, в Кыргызстане официально разрешили критиковать президента в соцсетях. Госкомитет национальной безопасности выявил 45 пользователей Facebook, которые размещали негативные публикации о президенте. Некоторых пользователей Фейсбука вызывали в Государственный комитет для объяснений, а депутат парламента Ирина Карамушкина потребовала «принять меры» в отношении этих пользователей. Однако Генеральная прокуратура Кыргызстана заявила, что никто не может запретить критиковать президента. Несмотря на отмену уголовного

наказания за клевету, штраф может достигать нескольких миллионов, особенно если клевета соединена с обвинением в совершении тяжкого или особо тяжкого преступления. Такой достаточно либеральный подход к наказанию за клевету «компенсируется» возможностью достаточно свободно трактовать документ [Johnson 1994; 21].

В марте 2017 г. экс-президент Кыргызстана Алмазбек Атамбаев подал иски в защиту чести и достоинства на два онлайн-издания — «Zanoza» и «Азаттык» («Радио Свобода»). После встречи с главой «Радио Свобода» Томасом Кентом президент поручил отозвать иск к изданию «Азаттык», однако суд удовлетворил иски к изданию «Zanoza» и обязал соучредителей выплатить многомиллионную компенсацию. С «Zanoza» Генпрокуратура потребовала 6 млн сомов, а с «Азаттыка» 20 млн сомов [Половинко 2017].

В Казахстане честь и достоинство действующего президента Назарбаева защищается отдельной статьей уголовного кодекса. Самый известный случай применения статьи, защищающей президента Казахстана — суд против журналиста Казиса Тогузбаева в январе 2007 года, который написал в своем блоге, что Назарбаев несет ответственность за гибель оппозиционного политика Алтынбека Сарсенбаева. Судя по новостям, в Казахстане были случаи привлечения к уголовной ответственности за критику российского президента. По информации «Актобе Таймс», 46-летний предприниматель и общественный деятель из города Актобе Санат Досов несколько лет оскорбительно высказывался на своей странице в Фейсбуке по поводу конфликта на Украине и в отношении Владимира Путина. Досову было предъявлено обвинение в совершении «Умышленных действий, направленных на возбуждение социальной, национальной, родовой, расовой, сословной или религиозной розни, на оскорбление национальной чести с использованием сетей телекоммуникаций», суд назначил наказание в виде 3 лет

лишения свободы в колонии общего режима [Байджанов 2017].

В Таджикистане часто происходят конфликты между представителями власти и независимыми СМИ, которые зачастую являются единственной оппозиционной и критикующей чиновников структуры. Однако, все журналисты хорошо осведомлены об уголовной ответственности за оскорбление Лидера Нации поэтому чаще всего критика журналистов направлена против чиновников и силовых структур. Пока наказание за оскорбление Лидера Нации получили только два человека. [Юлдашев 2012]

Законодательство Республики Узбекистан особыми статьями защищает неприкосновенность и достоинство не только Президента, но также и судей, сотрудников силовых и таможенных ведомств. Ярким примером применения статей за клевету и оскорбление является дело правозащитника С. Зайнобиддинова, который был осужден за клевету и оскорбление в 2005 году из-за интервью. [Юлдашев 2012]

Таким образом, в странах Центральной Азии чаще всего по статьям за клевету и оскорбление привлекаются люди, которые оскорбили или оклеветали высокопоставленное лицо или группу лиц по национальному или расовому признаку. Доведение до суда по этим статьям происходит довольно редко, в некоторых странах не происходит вообще. По мнению большинства экспертов, это связано с тем, что в стратегии национальной безопасности республик региона недостаточно проработан вопрос контроля в области новых медиа, который на данный момент является актуальным для большинства стран. Под нажимом правозащитных международных организаций, руководство большинства стран региона постепенно декриминализовало статьи за клевету и оскорбление, но на практике видно, что суммы штрафов, присуждаемых по этим статьям абсолютно оторваны от реальности, поэтому уголовное наказание кажется неизбежным.

Рассматривая ситуацию в целом, стоит обратить внимание на этнопсихологию народов, населяющих страны региона. Дело в том, что испокон веков у кочевых народов было не принято в одиночку или открыто критиковать лидеров, которые избирались самим народом. У оседлых ираноязычных народов также было запрещено открыто высказывать недовольство руководителем страны, который зачастую считался наместником Бога на земле. И сегодня многие президенты в этом регионе, кроме руководителей Кыргызстана, имеют особенные титулы. В странах Центральной Азии президент Казахстана Нурсултан Назарбаев и президент Таджикистана Эмомали Рахмон пока единственные лидеры нации, которые после ухода будут иметь практически безграничные права. В Туркменистане глава республики Гурбангулы Бердымухамедов носит неофициальный титул Аркадаг (Покровитель), период его правления при этом объявлен Эпохой могущества и счастья, первого президента Узбекистана Ислама Каримова неофициально называли падишахом, впервые так его назвали в 2013 году в узбекской газете "Туркистон". [Johnson 1994; 29] Такие особенности менталитета объясняют малую востребованность статей о защите чести и достоинства первых лиц.

Литература

1. *Байджанов С.* Не интересуйся, не собирайся, не распространяй. Десять поводов быть наказанным в Казахстане// Информационное агентство Фергана.ру, 07/03/2017 URL: <http://www.fergananews.com/articles/9307>
2. *Половинко В.* Посиди за президента// Новая газета, 18/02/2017// URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2017/02/18/71553-posidi-za-prezidenta>
3. *Расов С.* Туркменистан отменил уголовное преследование за клевету// «Хроника Туркменистана» от 11/01/2014// URL: <https://www.hronikatm.com/2014/01/turkmenistan-otmenil-ugolovnoe-presledovanie-za-klevetu/>

4. Уголовный кодекс Республики Казахстан. - СПб.: ЮЦП, 2001. С. 75
5. Уголовный кодекс Республики Узбекистан. - СПб.: ЮЦП, 2001. С. 112
6. Уголовный кодекс Кыргызской Республики. - СПб.: ЮЦП, 2002. С. 214
7. Уголовный кодекс Республики Таджикистан. -СПб.: ЮЦП, 2001. С. 145
8. *Юлдашев А.* В Таджикистане декриминализованы клевета и оскорбление // Asia-Plus Media group, 4/07/2012// URL: <http://news.tj/ru/news/tajikistan/power/20120704/v-tadzhikistane-dekriminalizirovany-kleveta-i-oskorblenie>
9. *Johnson E.* The Media in Central Asia: Kazakhstan, Kyrgyzstan, Uzbekistan: An Analysis Conducted by Internews for USAID April 1994- P. 40

DEFAMATION AND INSULT IN INTERNET MEDIA OF POST-SOVIET CENTRAL ASIAN COUNTRIES

This article deals with the peculiarities of responsibility for libel and insult in the post-Soviet Central Asian countries. The peculiarities of the legislation of each country are considered, as well as special attention is paid to cases connected with the presidents of Central Asian republics.

Keywords: slander, insult, Central Asia, media, information security.

Yu.A. Filyasova, A.A. Selenkov, A.A. Evseeva
(*Saint-Petersburg Mining University*)

BBC NEWS HEADLINES' CHARACTERISTICS

The article contains the results of media headlines analysis on the topic 'Education', giving an overview of their syntactic structure, word class of the lexical components, topical areas and geographical coverage.

Keywords: media text, headlines, syntactic structure, word class, parts of speech, topical areas.

Introduction. Media texts intend to engage people, to convey some kind of information, and to produce reactions in

their audiences which justify their continuing production [Burton 2010; 5].

Modern media texts, which embrace news, analytical reviews, adverts, among others, are considered nowadays from various perspectives, such as cognitive, social, cultural, textual, thematic, and many others [Mel'nik 2012; 27].

The present trend in approaches to media texts can be characterized by turning away from “text-internal readings, where readers are theorized as decoders of fixed meanings, to more dynamic models, where meanings are negotiated by actively participating readers” [Meinhof 1994; 212]. Therefore, it is clear that the anthropocentric approach in studying media texts is of high importance [Maevskaya 2015; 6].

Today, media text is described as a particular result of media production, while a media product – as a message, containing information addressed to mass audience, whether it be a newspaper article, an advert, a commercial, a movie, and so on [Fedorov 2010]. For these purposes, media language, or a complex of expressive means and techniques, generally characterizing the media culture, is used.

The inherent properties of media texts include, firstly, *intertextuality*, defined as a combination of two or more texts, existing as a single whole; secondly, *paratextuality*, or their ability of being decomposed into separate constituents; thirdly, *metatextuality*, which is understood as commenting, critical and evaluating relations among texts [Kazak, Makhova 2011; 175-176].

The practical relevance of studying media texts is quite important as online newspapers and magazines are one of sources of texts and audio files which contain authentic foreign language material. In addition, internet sources of various kinds are becoming more and more popular in modern textbooks under the influence of rapid development of information technologies and their active penetration into all areas of human life. The modification of the educational paradigm, in general, is worth

mentioning in this context. The qualitative change in teaching approaches and techniques necessitates educators and teaching staff to search for new pedagogical solutions which could produce more effective results and meet students' demand for high-quality education [Klobukova, Vinogradova 2017; 224-225]. More specifically, information technologies have dramatically changed the manner of knowledge acquisition and skills development. Simultaneously, the mode of knowledge transfer to students has also been modified. Rapid development of communication technologies has both extended the linguodidactic competencies and produced an additional branch: electronic linguodidactics (or computer linguodidactics). Its main objective nowadays is to provide theoretical and practical bases for teaching foreign languages. Electronic linguodidactics deals with the regulation and systematization of the information acquisition process, in which educators and linguists should be actively involved [Chromov 2012; 581].

Material. Headlines are important elements of articles which give a general idea of the entire text. Therefore, their primary functions should be exposing the main problem, attracting as much attention as possible.

The goal of this work is to study BBC headlines and identify such features which are intended to produce the attention grabbing effect. To pursue this goal, one hundred BBC article headlines available by November 2017 were randomly selected on the topic 'Education'.

Method. The headlines were analyzed from the perspectives of their length, word class of the lexical components, syntactic structure, subject area, and geographical coverage.

Results

1) **Length.** The total number of words being 787, the average length was 8 words per headline. Generally, the length varied within the range between 4 and 13 words (St. Dev. = 2,66; RMSD = 1,63).

2) **Word Class.** 48% of the vocabulary were nouns; 24% were functions words, such as pronouns, prepositions, determiners; 10% of adjectives and adverbs; 11% of verbs; 3% of infinitives with the particle 'to'; 2% of numbers; 1% of gerunds and 1% of abbreviations. On balance, nouns constituted almost half of the entire headline vocabulary, verbs being only a third of the nouns.

3) **Formal Structure.** The analyzed headlines can be divided into two broad categories: firstly, those which possess the sentence structure (S+P, or subject+predicate): noun phrase followed by verb phrase, as shown in Fig.1 [Chomsky 1965; 65]. Secondly, headlines without S+P structure, which need further analysis.

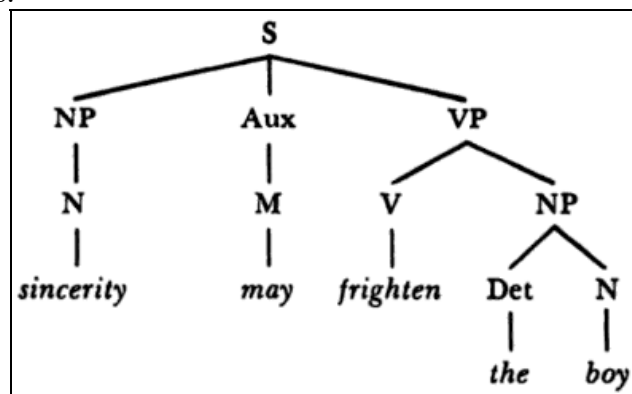


Fig. 1. Formal sentence structure.

According to the obtained results, 48% of the headlines were characterized by the S+P structure, which means that the headlines tend to convey the whole story just in one sentence:

140 heads demand more school cash

Canada student travels world for free with 'manufactured spending'

Dustbin man builds free library of thrown away books

Japan turns to Basil Fawly in race for Olympic English

School teachers will need licence for minibuses

4) **Questions.** 10% of the headlines were in the form of questions, which produce the effect of induced curiosity:

How far did you travel to sit your exams?
How should Scottish universities reach the most disadvantaged?

Singapore - a winning combination?
Time for teachers to get Budget pay rise?
Trump's biggest fans? Canadian universities

5) **Numbers.** 19% of the headlines contained numbers. Accurate data create the impression of authenticity and enhance credibility:

10 toughest places for girls to go to school
From \$50 in his pocket to \$500,000 prize
School in Theresa May's constituency seeks £1 for pens
The 350 million people who don't officially exist
What's it like to start reading at 60?

6) **Abbreviations.** These are normally well-known abbreviations, for example, country or university names which do not disrupt the message decoding process:

Pisa ranks Wales' education the worst in the UK
UN warns of millions missing school in conflict zones
Honour for Isle of Man lawyers and law students who fought in WW1
NI school leaders in 'budget crisis' warning
'Outstanding' Wakefield arts college CAPA saved from closure

7) **Quotation Marks.** In some cases, the entire headline represents a quotation. In other cases, they only include a few words enclosed by quotation marks. As a matter of fact, they clearly demonstrate the media text property called intertextuality, mentioned earlier. Quotation marks, which were present in 13% of the headlines, increase the authenticity, originality and credibility effect.

'Vulnerable children have to reach crisis to get help'
Wales Pisa results: 'Little will be learned'
'Zero progress' on school places in decade, says UN
Student's 'sexual predator' list names professors

School place shortage 'may hit quality of education'

8) **Reporting Clauses** are closely related to quotation marks, elucidating authors of the original speech. They turn the headline into a complete replica of direct speech. However, reporting clauses were not numerous in the list, only 3%:

Focus on quality of early education, politicians urged

School counsellors needed to tackle self-harm 'epidemic', minister told

Too many new pupils not school ready, say head teachers

9) **Topical Areas.** 'Education' is a broad theme which covers several topical branches. As a result of this analysis, twelve subtopics were represented by various quantities of articles (Tb. 1): educational issues (26), global education (15), social issues (14), finance (13), education in the 3d world countries (12), politics (11), freedom of speech (2), students' health (2), gender issues (2), employment (1), cultural issues (1), technology (1).

10) **Geographical Coverage.** Almost half of the headlines (48%) contained the names of countries and cities, thus specifying the exact location of the problematic issue: UK (4 articles), Scotland (4), Oxford (4), Cambridge (1), Northern Ireland (1), Newry (1), Birmingham (1), Isle of Man (1), Wales (3), Burgh Muir (1), Newcastle (1), Liverpool (1), Gladstone (1), Wakefield (1), Europe (1), Toulouse (1), Hungary (1), Canada (5), Montreal (1), US (1), New York (1), Australia (1), Yemen (1), Aleppo (1), Qatar (1), Shanghai (2), China (1), Singapore (3), Japan (1), South Korea (2), South Africa (1), Namibia (1), Malawi (1). As can be seen, despite a wide geography, the most popular locations are connected to Great Britain.

Conclusion and Discussion. Almost half of the BBC headlines tend to approach the sentences structure (subject + predicate), cutting long stories short. On the other hand, over half of the lexical components are nouns which preserve the nominative nature of headlines. Such features as quotation marks and reporting clauses, question marks, numbers, abbreviations are

intended to enhance authenticity, credibility and originality of the material covered in the articles, thus attracting readers' attention.

Educational issues, mainly related to the quality of education, constitute the dominant part of the subject area. Global educational issues, social, political, financial problems and education in the third world countries are half as popular. Finally, the least covered topics include freedom of speech, students' health, gender issues, employment, cultural issues, and technology. As it can be inferred from the geographical coverage, a special emphasis is placed on education in Great Britain, a country whose problems are readily available, being a matter of pressing concern to the broadcasting company.

The pedagogical value of such analysis, being an integral part of autonomous students work [Filyasova 2015; 216], lies in the fact that they can look at their everyday academic environment with a fresh eye and become more responsible in understanding the relevance of education in the modern society.

Литература

1. *Казак М.Ю., Махова А.А.* Медиатексты в аспекте теории интертекстуальности и прецедентности // Научные ведомости, Серия: Гуманит. науки, 2011, №24 (119), Вып. 12, с. 175-182.

2. *Клобукова Л.П., Виноградова Е.Н.* Серия национально ориентированных учебных пособий для дистанционного обучения русскому языку как иностранному «от нуля» // Русский язык в интернете: личность, общество, коммуникация, культур. Сб. статей I Междун. науч.-практ. конф. Москва, РУДН, 8–9 февр. 2017 г. Москва, РУДН, 2017. С. 224-232.

3. *Маевская А.Ю.* Глянцевый журнал в условиях глобализации массмедиа: российская практика. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. С.-Петерб. гос. ун-т. Санкт-Петербург, 2015.

4. *Мельник Г.С.* Медиатекст как объект лингвистических исследований // Журналистский ежегодник. Нац. иссл-ский Томский гос. ун-т, № 1, 2012, с. 27-29.

5. *Федоров А.В.* Словарь терминов по медиаобразованию, медиа-педагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. Таганрог, 2010 // evarist.narod.ru/jour

6. *Филясова Ю.А.* Моделирование системы непрерывного и тематического контроля уровня развития иноязычной коммуникативной компетенции // Вестник РУДН, №4, 2015. С. 210-223.

7. *Хромов С.С.* Русский язык как иностранный в информационной образовательной парадигме в России в 10-е гг XXI в. // Планета «Русский язык» в виртуальном лингво-коммуникативном пространстве. Всемирный виртуальный конгресс по русистике и культуре. 3-5 окт. 2012 г. Лингв. центр Болонского ун-та CLA. Форли, Италия. С. 580-586.

8. *BBC News.* <http://www.bbc.com/news>

9. *Burton, G.* Media and society: critical perspectives. Open University Press, 2010, pp. 5-43.

10. *Chomsky, N.* Aspects of the Theory of Syntax. The Massachusetts Institute of Technology (MIT) Press. 1965. 240 p.

11. *Meinhof, U.* Double talk in news broadcasts. In: D. Graddol & O. Boyd-Barrett (Eds.), Media texts: Authors and readers (pp. 212–223). Clevedon, UK: Multilingual Matters and The Open University. 1994.

О.В. Хрипункова

*(Санкт-Петербургский государственный
экономический университет)*

ПЕРЕОЦЕНКА ТРАДИЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ЦЕННОСТЕЙ В МЕДИАКУЛЬТУРЕ ПОСТМОДЕРНА

В статье говорится о новом типе культуры современного информационного общества эпохи постмодерна - медиакультуре. Рассматривается ее влияние на процессы и явления жизни современного человека и происходящую в современном обществе переоценку традиционных ценностей.

Ключевые слова: постмодерн, медиакультура, массовая культура, информационная эпоха, культурные ценности, нравственные ценности.

Существует множество различных определений сегодняшней эпохи: «постиндустриальное общество», «информационная эпоха», «эпоха глобализации», «эпоха

постмодернизма» и др. Многие исследователи современной культуры сходятся во мнении, что ее можно охарактеризовать как культуру постмодерна. Понятия «постмодерн», «постмодернизм», «постмодернистский» многозначны. Их используют и для обозначения своеобразного направления в современном искусстве, и для характеристики определенных тенденций в политике, религии, этике, образе жизни, мировосприятии, и для периодизации культуры. Также данным термином обозначают соответствующую концепцию, призванную обобщить и систематизировать различные новации, возникающие в современной культуре. Впервые понятие «постмодернизм» в смысле, приближенном к сегодняшнему, употребил Арнольд Тойнби в 1946 году. Он обозначил им определенный этап в развитии западно-европейской культуры, ознаменованный переходом от политики, опирающейся на мышление в категориях национальных государств, к политике, учитывающей глобальный характер международных отношений [Каган и др. 1998; 351].

В культурно-эстетическом плане постмодернизм выступает как освоение опыта художественного авангарда. Однако в отличие от авангарда постмодернизм полностью стирает грань между прежде самостоятельными сферами духовной культуры и уровнями сознания - между «научным» и «обыденным» сознанием, «высоким искусством» и «китчем». Постмодернизм сознательно переориентирует эстетическую активность с творчества на компиляцию и цитирование, с создания оригинальных произведений на коллаж. В отличие от культуры модерна постмодернизм способствует демократизации культуры, поискам новых ходов в творчестве и унификации социальных адресатов. Постмодернистская ситуация вносит новый опыт видения своих и чужих культурных ценностей, стимулирует интеграцию различных культур, способствует выработке целостного воззрения на мир и формированию единой

взаимопроникающей и взаимодополняющей культуры человечества. Идет процесс формирования «глобального», «планетарного» мышления, свидетельницей и активной участницей которого является медиакultura.

Медиа (от латинского «media», «medium» - средство, посредник) - это термин XX века, первоначально введенный для обозначения феномена «массовой культуры». Это тип культуры информационного общества, который входит в понятие общей культуры и представлен книгами, газетами, журналами, кино, радио- и телевидением, Интернет-ресурсами, - всем тем, что связывает человека с окружающим миром, информирует, развлекает, пропагандирует, оказывает воздействие на оценки, мнения и поведение людей [Кириллова 2005; 42]. Понятие «медиа» в научной литературе часто обозначает организации, которые ориентированы на производство и распространение продукта, значимость которого определяется символической ценностью. «Медиа, достигнув уровня массовых, не только обеспечивают производство, передачу и восприятие символических форм, но и осуществляют непрерывный процесс их смыслового конституирования и укоренения в различных социальных контекстах. Этот процесс назван медиатизацией современной культуры, играющей решающую роль в ее сегодняшнем самоопределении и упорядочивании» [Шайхитдинова 2012; 3].

Понятие «медиакultura» в современной культурологической теории обозначает особый тип культуры информационного общества, являющейся посредником между обществом и государством, социумом и властью. Медиакultura является одной из главных детерминант ценностей современного общества. Н. Кириллова дает ей такое определение: «Медиакultura – это совокупность информационно-коммуникативных средств, выработанных человечеством в ходе культурно-исторического развития, способствующих формированию

общественного сознания и социализации личности» [Кириллова 2005; 31].

Присутствие медиакультуры обнаруживается практически во всех аспектах жизни современного человека. Она изменяет мир человеческих отношений, привносит специфические черты в его сознание, регулирует человеческие стремления и поступки, предлагает возможности для оценивания действий других, общественной жизни как таковой, социальной пригодности человека или групп. Медиакультура, являясь продуктом информационной эпохи, активно воздействует на ценности общества, на мировоззрение разных социокультурных групп.

Известно, что ценности усваиваются личностью в процессе социализации. Мировосприятие современного человека складывается в информационной среде, то есть не только под воздействием норм и ценностей, обретаемых в сфере межличностного общения, а во многом именно благодаря разнообразным видам СМИ. В этом смысле медиакультура выступает в качестве одного из основных социализирующих институтов, в качестве наиболее доступного и наиболее влиятельного механизма формирования личности. По глобальности воздействия на формирование мировоззрения человека медиакультуру можно сравнить разве только с участием семьи в социализации личности. Можно говорить о средствах массовой информации, как об институте, занимающем главенствующее место в системе образования и обеспечения не только многочисленных процессов и аспектов жизнедеятельности современного общества, но и, в том числе, его ценностной структуры.

В настоящее время в развитых странах главными задачами медиакультуры становятся развлекательная и информативная. Это связано как с общим подъёмом роли информации и многообразия способов её преподнесения, так

и с тем, что культурная продукция всё больше становится делом коммерции.

Новая система создания материальных ценностей целиком и полностью зависит от мгновенной связи и распространения данных, идей, символов. Нынешнюю экономику можно назвать «экономикой суперсимволов» [Гуревич 2003; 9-10]. Эстетическое производство сегодня встроилось в товарное производство в целом: бешеная экономическая потребность производства новых волн еще более конструктивно совершенных товаров с большим динамизмом оборота предписывает в настоящий момент все более существенную функцию и место в производстве эстетическим нововведениям и экспериментам [Кириллова 2005; 187].

Размывание границ между «массовым» и «элитарным» стало отличительной чертой культурной парадигмы информационного общества, ориентированного на всеядность идей и компромисс эстетических позиций.

В ранг своеобразной эстетической категории в начале XXI века возведен гламур, который утвердился в качестве престижного стандарта жизни, определенной жизненной стратегии со своими правилами, принципами и предписаниями. Гламур - это собирательное обозначение роскошного стиля жизни, близости к общепринятым стандартам роскоши, шика, внешнего блеска. «Стилевое ядро» современного гламура - понятие весьма широкое, включающее в себя культуру потребления, ухода за собой, следование моде и специальные виды досуга. Гламур представляет собой стиль жизни, подчеркнуто сосредоточенный на статусах - реальных или мнимых. Каждое рекламируемое в современных СМИ изделие насыщается символической значимостью, не выразимой в деньгах. Наиболее продаваемым товаром на рынке в постиндустриальном обществе становится не вещь, а представление о самом себе со знаком «плюс», то есть

«собственная позитивная идентичность» [Тульчинский 2007; 142]. Гламур просочился практически во все сферы жизни современного потребителя. Жить дорого становится чуть ли не главной жизненной целью. Личное материальное благополучие – идеал представителей современного общества.

Доминирующим фактором, повлиявшим на развитие медиасферы, наряду с технической модернизацией явилась массовая культура как основной вид культуры эпохи глобализации ее с постмодернистской и гламурной системой ценностей. По определению К. Разлогова, «массовая культура обычно определяется как культурная продукция (в самом широком смысле слова – от произведения искусства до потребительских товаров и кулинарии), создаваемая и распространяемая профессионалами в расчете на потребление на коммерческой основе широкими массами людей вне зависимости от социального положения, пола, возраста, национальности и т.д.» [Разлогов 2003; 146].

В отличие от элитарной культуры, ориентированной на избранную, интеллектуальную публику, массовая культура ориентирует распространяемые ею духовные и материальные ценности на массового потребителя с «усредненным» уровнем развития.

Современные средства массовой коммуникации весьма активно формируют у своего потребителя стереотипы массового усредненного сознания, штампуют взгляды и вкусы с установкой на псевдореальность, на воспроизведение одномерной картины действительности, внедряя ценности, соответствующие не столько истинной культуре, сколько «культуре поверхности».

Естественно, это означает снижение уровня соответствующих культурных ценностей: так называемые «мыльные оперы» являются характернейшим образцом продукции такого рода. Не менее естественно и то, что современная массовая медиакultura ориентируется в

первую очередь на коммерческие цели, предполагает ее пассивное потребление, а потому способна выступать средством манипулирования сознанием потребителя. Многие исследователи полагают, что под её влиянием изменяется система ценностей современного человека: стремление к занимательности и развлекательности становится доминирующим. Сегодняшняя медиакультура культура предоставляет потребителю продукцию, которая легко воспринимается и позволяет уйти из реального мира в мир грез и иллюзий. Она реанимирует низшие аспекты сознания и инстинкты, которые, в свою очередь, нередко стимулируют этическую, эстетическую и интеллектуальную деградацию личности. Чтобы привлечь к себе внимание публики, продукт массовой культуры должен быть ярким, зрелищным, поэтому значительными явлениями культурной жизни становятся не те, которые затрагивают главные проблемы жизни общества, а периферийные события, экстремальные в своей зрелищности - ограбления, катастрофы, политические скандалы и т.п.

СМИ сегодня пропагандируют раскрепощение нравов, провоцируют вседозволенность, популяризируют свободную любовь и безответственность в сексуальных отношениях, таким образом способствуя разрушению традиционных нравственно-духовных ценностей и норм, таких как, к примеру, институт брака и семья в ее традиционном понимании.

Все это ведет к изменениям в ценностных ориентациях людей. Повышается значимость индивидуалистических ценностей. Человек зачастую начинает вести себя эгоистически и готов любой ценой стать победителем. Основным критерием значимости в современном мире и главной ценностью становится «успешность» человека. А мерилom этой успешности, в первую очередь, является материальное благополучие и повышение социального статуса.

Однако было бы упрощением представлять современную медиакультуру культуру только негативно. Широкое распространение массовой культуры не означает исчезновения культуры элитарной. Медиакультура – многофункциональное, объективное явление современного этапа культуры, в которую неизбежно вовлечены все слои населения, и проблема заключена в управлении ее динамикой, то есть, выработке эффективных механизмов отбора необходимых и перспективных ее направлений и выбраковке тех, которые приводят к необратимой деградации культурных ценностей и образцов. Поэтому необходимо насыщать эфир нравственной информацией, отказаться от пропагандирования тех шаблонов поведения, которые аморальны по своей природе.

Литература

1. Гуревич П.С. Конфигурация могущества // Тоффлер Э. Метаморфозы власти. - М., 2003.
2. Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну - М.: Академический проект, 2005. 448 с.
3. Кириллова Н.Б. Медиасреда российской модернизации – М.: Академический проект, 2005. – 400 с.
4. Разлогов К.Э. Глобальная и/или массовая? // Общественные науки и современность. 2003. № 2. с. 143-156.
5. Тульчинский Г.Л. Культура в шопе // Нева. 2007. №2. с. 128-149.
6. Философия культуры. Становление и развитие / Под ред. Кагана М.С. и др. - СПб., 1998. - 448 с.
7. Шайхитдинова С.К. Медиакультура – культура медиа? // Медиа. Информация. Коммуникация. 2012. № 3 // Электронный ресурс. - Режим доступа: <http://mic.org.ru/index.php/new/133-mediakultura-kultura-media>

REVALUATION OF THE TRADITIONAL VALUE SYSTEM IN POSTMODERN MEDIA CULTURE

The article deals with a new type of culture in modern information society: media culture. It reviews how media culture affects different processes and phenomena in modern life and transformations in traditional value system.

Keywords: postmodern, media culture, mass culture, information age, cultural values, moral values.

Т.Т. Черкашина,

(РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство))

Н.С. Новикова

(Российский университет дружбы народов)

Д.Н. Береснев

(РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство))

РОЛЕВАЯ ИГРА КАК МОДЕЛЬ ПЕРЕФОРМАТИРОВАНИЯ СОЗНАНИЯ "ЦИФРОВОГО" ПОКОЛЕНИЯ

В статье рассматриваются игровые технологии формирования коммуникативной компетентности студентов в качестве способа переформатирования пассивности "цифрового поколения", предлагается дидактический и методический материал для ролевой игры "Одно сплошное телевидение".

Ключевые слова: "цифровое поколение", игровые технологии, ролевая игра, прогностические модели речевого поведения

Появление "цифрового" поколения, или поколения сатори, можно рассматривать в качестве платы за информационную "передозировку", результатом которой стала апатия как грозный симптом эмоционального выгорания: современной молодежи, не имеющей ограничений в получении знаний, "ничего хотеть", не к чему стремиться, как считают исследователи "цифрового" поколения. Утеряна интрига в открытии нового, в поиске неизвестного и недоступного знания. "Цифровое" поколение не знает, как распорядиться обрушившимся на нее информационным потоком, не умеет фильтровать информацию, аргументированно относить ее к манипулятивной или к истинной. Можно ли разрушить концепцию неучастия в реальной жизни, которая может

увести молодого человека из мира виртуального? Какие инновационные модели организации образовательного процесса могут стать тем толчком, который заставит задуматься над реальными проблемами и главное - захотеть что-то изменить к лучшему [Черкашина, Новикова 2017].

Общеизвестно, что основная функция интеллекта – создание прогностических моделей, построение возможных вариантов будущего. Методический выбор в пользу игровых технологий формирования прагматической профессиональной компетентности бакалавров творческих профессий корреспондирует интерактивные формы обучения, которые задают предметный и содержательный контексты будущей профессиональной деятельности, учат студентов взаимодействовать в команде, рассматривать альтернативные мнения для решения общей проблемы. Игровые технологии (ИТ) обучения позволяют моделировать в учебном процессе искусственно созданные условия, имитирующие типичные ситуации реальной коммуникации.

Рассмотрим дидактический и методический материалы для проведения ролевой игры «Одно сплошное телевидение», в названии которой угадывается крылатая фраза из к/ф «Москва слезам не верит»: «Ничего не будет. Ни газет, ни кино – одно сплошное телевидение» [Черкашина 2013].

Цель: формирование навыков: а) использования языковых контактоустанавливающих средств, б) публичного выступления, в) выбора адекватного ситуации делового общения речевого жанра, г) монологической и диалогической речи, е) аргументирования своей позиции.

Инструкция. 1-й этап: студентам в формате круглого стола предлагается обсудить ряд социальных проблем, связанных с ролью телевидения и его влиянием на современное общество:

1. СМИ – четвертая власть ((англ. *Fourth Estate*) – словосочетание, определяющее и саму прессу, и её влияние в

социуме. Первой, второй и третьей властями являются, соответственно, законодательная, исполнительная и судебная ветви власти.). Кому она принадлежит?

2. Сегодня телевидение – это самый дешёвый вид развлечений. Следует ли расширять диапазон развлекательных программ или, наоборот, следует увеличить количество интеллектуальных образовательных передач?

3. Телевидение – один из главных источников новостей для миллиардов людей во всём мире. Какие они, эти новости? Чью позицию выражают новостные программы?

4. Парадоксальность и ненормальность ситуации состоит в том, что, сидя в кругу семьи за чашечкой кофе с тортом, взрослые и дети одновременно наблюдают, как на телеэкране льется кровь. Людей приучают относиться к насилию отстраненно. Как это влияет на их мировосприятие?

5. Введение возрастного ценза на доступ к информации. Помог ли этот законопроект оградить подрастающее поколение от «недетских» программ?

6. Нужна ли цензура на телевидении (например, в случае низкопробных программ, имеющих высокие рейтинги и идущих в прайм-тайм)?

7. Постоянный просмотр телевизора может вызвать психическую зависимость (телеманию) и привести к проблемам со здоровьем. Так ли это?

8. Отражает ли телевидение современную картину мира, или оно искажает её?

Действующие лица (Методический комментарий: роли распределяются заранее. Речевое поведение студента должно соответствовать статусу роли. При этом выступающий должен понимать потребности, ожидания и возможности аудитории, перед которой он выступает):

представитель Министерства культуры и массовых коммуникаций РФ; представитель Министерства образования и науки РФ;

представитель Комитета Совета Федерации по науке, образованию, культуре и информационной политике;
представители центрального телевидения: новостного канала, развлекательного канала, религиозного канала;
представитель ассоциации психиатров России;
представитель ассоциации педиатров России;
представитель правящей партии; представители оппозиционных политических партий;
представитель молодёжного движения;
известный писатель, актёр, режиссёр.

Ведущий: Сегодня мы обсудим роль телевидения в современном мире и попытаемся найти ответ на ряд волнующих общество вопросов.

Мы живём в век качественно новых информационных технологий. Американский исследователь Лестер Туроу считает, что «мир письменных средств связи, существовавший со времен распространения грамотности, базировался на линейных логических аргументах, которые следуют один за другим, причем последующие исходят из первого. Эмоциональное воздействие письменного слова гораздо слабее, чем воздействие телеэкрана. ТВ во многих отношениях отбрасывает нас назад, в мир неграмотности. Ценится визуальное воздействие на эмоции и страхи, а не привлекательность языка художественной литературы... Сегодня человеку приходится учиться читать. Это требует труда, времени и расходов. Учиться смотреть телевизор не нужно. Просмотр телепрограмм не требует усилий. Разница очень велика. Словарный запас тех, кто выступает по ТВ, все время сужается, и одновременно сужается лексикон тех, кто его смотрит. Отход от письменного слова изменяет сам способ нашего мышления и принятия решений» [Туроу 1999; 23].

Я думаю, что вы захотите поспорить с этим мнением, потому что уверены: наша жизнь без телевидения была бы

скучной и пустой. И, конечно, я с вами отчасти соглашусь, но... только отчасти, потому что факты – вещь упрямая. «Современная культура утратила статус литературоцентричной культуры и демонстрирует все признаки медиацентричности. СМИ выступают в качестве мощного фактора формирования мировоззрения личности и ценностной ориентации общества», – считает И.В. Анненкова [Анненкова 2011; 6].

С. Хантингтон, известный американский политолог, утверждает, что третья мировая война как война культур и цивилизаций уже началась. Цель этой войны – изменить способ восприятия мира, а значит, изменить сам мир. Проблема языковой безопасности налицо. «Культурно-интеллектуальное и физическое доминирование СМИ в современном мире делает их и тот дискурс, в рамках которого они существуют, культурообразующим фактором в жизни людей новейшего времени» [цит. по Анненкова 2011].

В России телевидение кардинально изменилось после перестройки. Давайте задумаемся о качестве современных телепередач и о языке СМИ. В прайм-тайм нам предлагают примитивные, низкопробные передачи, ток-шоу, мыльные оперы. Новости изобилуют сценами насилия. А образовательные и интеллектуальные программы, документальные фильмы идут поздно вечером или ночью, когда большинство зрителей уже спит. Некоторые люди «подсели» на ТВ, стали «телезависимыми»: они смотрят все подряд, отрываясь от телеэкрана только на поход к холодильнику во время рекламных пауз. Не случайно заговорили о необходимости введения возрастного ценза на доступ к информации.

Давайте постараемся в ходе обмена мнениями подумать, что показывают нам по ТВ, что, на ваш взгляд, нужно показывать, а от чего следует отказаться? Нужна ли цензура на телевидении? За что дикторов ТВ следует снимать с эфира? Удачи всем!

(Методический комментарий: Студентам предстоит отстаивать свою позицию, сформулировав проблему и подобрав для ее обоснования тезисы и аргументы)

Инструкция: 2-й этап: в ходе круглого стола предстоит обсудить проблему «Великий и могучий» под угрозой полной свободы?». (Методический комментарий: Студенты должны аргументированно доказать свою позицию по названным проблемам).

Является ли сегодня речь СМИ эталонной? Ответить утвердительно на этот вопрос, к сожалению, можно далеко не всегда. Уже стали привычными ошибки на страницах газет и журналов, на радио и в телеэфире. В последние годы словари и справочники приводят два (причём иногда совершенно противоположных!) допустимых варианта без каких-либо помет. Иллюстрацией этого является раздел «Словари» портала «Русский язык» ([http:// gramota.ru](http://gramota.ru)). Особой популярностью пользуются мультимедийные словари (как оффлайновые, так и онлайн-овые), универсальные словари, где слово характеризуется с разных сторон, что позволяет читателю получить всестороннее представление о нём с точки зрения семантики, структуры, особенностей функционирования и т.п.

Согласно новым правилам, не только слово «кофе» поменяло свой род, но и в правописании некоторых заимствованных слов существуют варианты: «карате» и «каратэ», «Интернет» и «интернет», «шоппинг» и «шопинг», «блоггер» и «блогер» и тому подобное. Не иначе как либеральностью по отношению к «бра́чащимся» можно объяснить вариант написания и произношения этого слова в Орфографическом словаре под редакцией Б.З. Букчиной, в котором как допустимые даны две формы: «брачу́ющиеся» и «бра́чащиеся». Ещё 10 лет назад словарные статьи обязательно снабжались пометой «допустимо», которая трактовалась как менее желательный вариант, хотя и находящийся в границах нормы, а это означало:

журналистам, чиновникам, дикторам, т.е. публичным людям, использовать в речи этот вариант не рекомендовалось.

В СМИ отмечается «вольное» написание некоторых слов, так, например, в титрах к сериалу «Дворик», который показывали по каналу «Россия-1», слово «сопродюсер» даётся с дефисом («со-продюсер»). В русском языке имеются слова подобной словообразовательной модели: «сотрапезник», «соучастник», «соумышленник», «соученик» и другие, однако они пишутся слитно. Написания типа «спасалон», «арт-директор» уже стали привычными, хотя ранее словари фиксировали как норму написания «артшкола», «артполк» и т.п. Дефис или его отсутствие воспринимаются как нормативное. Думается, что это неправильно.

Кроме того, наблюдается агрессивное проникновение сленга в пространство масс-медиа: «социалка» – социальная сфера; «пиарить» – продвигать; «беспредел» – беззаконность; «разборка» – криминальное выяснение отношений; «качать права» – настаивать на чём-либо; «кинуть» – предать, обмануть; «наезжать» – грубо настаивать на чём-то, обвинять; «достать» – привязаться, прицепиться к кому-либо, надоест. «Олбанский» язык, или, как говорит молодежь, «йезыг падонкоф» из социальных сетей перешел в СМИ и в повседневную жизнь. Так, в театре во время спектакля «Горе от ума», когда после брейк-данса пантомимы Чацкий добрался до монолога «А судьбы кто?» и произнес: «В науки он вперит ум, алчущий познаний», юноша в соседнем ряду хмыкнул: «Ха, ржу не могу! Может, лайкающий?». Комментарии, как говорится, излишни.

Вербальная свобода в СМИ, подобно вирусу, заразила общество языковой игрой под названием эрратография (намеренное искажение слов) в ущерб грамотной речи и чувству меры [Черкашина 2013]. Журналисты заигрывают с молодежной аудиторией, пытаются на радио и в телеэфире говорить языком улиц, например: ответы «от балды»; «заламывать» цены; фирмы, «поднаторевшие» в

мошенничестве; народ «тащился» от восторга. Молодежь вслед за журналистами использует сленговую лексику в своей речи: «беспредел», «сто пудов», «по-любому», «заточен на успех» и т.п.

В СМИ почти перестали обращать внимание на синтаксическое управление: 1) много случаев неоправданного употребления предлогов («Разъяснение о проводимых реформах» вместо (разъяснения чего?) «разъяснение проводимых реформ»; «требования по сокращению военных расходов» вместо (требования о чём? или чего?) «требование о сокращении военных расходов»; 2) стали частотными ошибки в нанизывании творительных падежей («Вопрос будет решён назначенным президентом комитетом»); 3) немало пропусков предлогов («было много людей на улицах, площадях, парках» вместо «на улицах, на площадях, в парках»).

Грубой ошибкой считается употребление в речи слов без учета их семантики:

1. «Об этом скажем ниже» (наречие «ниже» используется только в письменном тексте);

2. «Поставьте свою роспись на документе!» («роспись» – живопись на стенах, досках и т.п., на документах ставят «подпись»);

3. «Обозначим позднее» (вместо «отметим», «расскажем»);

4. «Достаточно успешный проект» (вместо «довольно»);

5. «В том плане...» (вместо «в том смысле») и т.п.

«Олбанский» язык уверенно идет на смену «великому и могучему» в СМИ? Какой урок извлечет зритель из программы «Академия художеств» (06 июля 2010 года) канала для детей «Бибигон», услышав, как один из участников программы, обсуждая рисунок с изображением лошади, произносит: «Какая лаконичная лошадка»? В словаре С.И. Ожегова «лаконичный» и «лаконический» трактуются однозначно: «немногословный». Поскольку речь

шла о рисунке, а не о сказочной лошадке, то отнести это определение к олицетворению нельзя.

К сожалению, не редки в СМИ и орфографические ошибки: 05 июля 2010 года в 15 часов в программе «Новости» по ОРТ в так называемой «бегущей» строке слово «не спеша», было написано слитно; 24.09.10 на канале «Столица» в программе «Разговор с Александром Мягченковым» в той же «бегущей» строке слово «искусница» было дано с удвоенным «сс»; 02 ноября 2010 года на первом канале в 7 часов 50 минут в той же строке телезрители прочли: «Якутия. Белый медведь забрёл *вглубь* материка». Здесь слово «в глубь» употребляется как существительное с предлогом, следовательно, не может писаться слитно; в газете «Комсомольская правда» от 22-29 июля 2010 года несколько ошибок сразу: на 42 стр. в статье «Живая вода из колодца Ефросиньюшки» читаем предложение: «Девушка была хороша собой, образована, начитана и воспитана» (вместо «образованна, начитанна, воспитанна»); в этом же номере на стр. 44 допущена морфологическая ошибка в заголовке статьи: «Возьмите выходной, *езжайте* на Селигер!». Известно, что от глагола «ехать» повелительное наклонение образуется с предлогом «поезжай, съезди», а при отрицании – без предлога «не ездь». Формы «езжай, едь, ехай» находятся за пределами литературной нормы.

В своих блогах будущие газетчики и телевизионщики, экономисты и государственные служащие, менеджеры и юристы пишут на «рузском языке» (русском языке): «рыца» (рыться), «врятли» (вряд ли), «оддекватно» (адекватно), «через чюр» (чересчур), «исскажали» (искажали) и т.п. Как к этому относиться? С тревогой? С юмором? Филологи, говоря о будущем русского языка, шутят: «Он никогда не умрет, потому что наш народ слишком ленив – не захочет изучать чужую грамматику».

И. Волгин в статье «Печать бездарности» утверждает, что «есть какая-то тайная связь между ослабевшей грамматикой и нашей распавшейся жизнью. За изъянами синтаксиса обнаруживаются дефекты души» [Волгин]. Действительно, когда на ТВ правильно произносят слова *мизЕрный, прецедент и инцидент*, хочется немедленно послать благодарственную телеграмму как ведущему программы, так и ее участникам. То, что происходит с языком сейчас, – грозный симптом.

Если интеллигенция позволяет себе аристократическую роскошь – быть полуграмотной, значит, она не очень дорожит своим превосходством. Профессионал, чья деятельность связана с активной речевой практикой, имеет единственную возможность выразить всего себя – через язык. Пренебрегая своей языковой репутацией, считая качество речи чем-то второстепенным, человек вряд ли сможет стать коммуникативным лидером.

Инструкция: 3-й этап: Рефлексопрактика. (Методический комментарий: студенты должны проанализировать эффективность/неэффективность своих выступлений по алгоритму, пройдя так называемые рефлексивные шаги:

- 1) восстановить в памяти то, что требует критического осмысления;
- 2) проанализировать успешность/неуспешность замысла и степень его воплощения;
- 3) выявить личные достижения, недостатки, несоответствия и попытаться найти их причину;
- 4) понять природу успеха и подумать, как можно его сохранить и преумножить;
- 5) вычленив то, что нуждается в изменении, совершенствовании и придумать, как это можно лучше сделать.

Игровые технологии "провоцируют" развитие коммуникативного лидерства, поскольку помимо

регламентации цели игры, ее хода, ролевого репертуара, правил игры, системы оценок и др. создают высокую мотивацию, обеспечивают прочность усвоения теоретического материала, развивают креативность, коммуникабельность студентов, формируют их активную жизненную позицию, позволяют в демократическом формате свободы самовыражения формировать лидерские качества, поскольку в ходе игры группа самостоятельно выбирает лидера, стремясь победить команду «противников». Без сомнения, условия состязательности являются привлекательными для людей студенческого возраста, поддерживает их стремление к самоактуализации.

Таким образом, переформатирование сознания "цифрового поколения" актуализирует «мотив роста» (по А. Маслоу) [Маслоу 1999], стимулирует коммуникативную активность и креативность студентов. Студент, выбравший своей будущей профессией журналистику, имеет право научиться действовать при помощи слова, обучаясь играя.

Литература

1. *Анненкова И.В.* Медиадискурс XXI века. Лингвофилософский аспект языка СМИ. – М.: Изд-во Моск. ун-та; Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2011. С. 6.
2. *Волгин И.* Печать бездарности // www.volgin.ru/public/1600.html.
3. *Маслоу А.* Мотивация и личность. - СПб: "Евразия", 1999, С. 77-109.
4. *Туроу Л.* Будущее капитализма: как экономика сегодняшнего дня формирует мир завтрашний. // Новая индустриальная волна на Западе: Антология / Под ред. В.Л. Иноземцева. – М., 1999.
5. *Черкашина Т.Т.* Виртуальное поле языковой игры: испытание свободой слова/ сборник статей I Международной научно-практической конференции "Русский язык в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура". - М.: РУДН, 2017 - с. 492-501.

6. Черкашина Т.Т. и др. Игровые технологии коммуникативного лидерства: учебное пособие. Гриф УМО. - М.: ГУУ, 2013.

7. Черкашина Т.Т., Новикова Н.С. Аксиология педагогики высшей школы: лингвопрагматический и дидактический аспекты// Известия Тульского государственного университета. Педагогика. № 2. - Тула, 2017. С. 127-139.

**ROLE PLAYING GAME AS A MODEL
FOR THE REFORMATTING OF CONSCIOUSNESS
"DIGITAL GENERATION"**

The article discusses the gaming technology of formation of communicative competence of students as a way of reformatting the passivity of the "digital generation", are offered didactic and methodical material for role playing game "One big television".

Keywords: "digital generation", gaming technology, role playing game, prognostic model of verbal behavior

Е.Н. Черниченко

*(Институт развития образования и повышения
квалификации г. Тирасполь)*

**ПРОБЛЕМЫ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВ
С ОТЛОЖЕННЫМ ПОЛИТИЧЕСКИМ СТАТУСОМ
В ИНФОРМАЦИОННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ**

В статье предпринята попытка анализа проблем продвижения позитивного имиджа непризнанных государств в международном информационном пространстве, описывается специфика информационного противостояния как на внешнеполитическом, так внутривнутриполитическом направлениях. Приводятся примеры формирования и преодоления негативных стереотипов в сознании зарубежной аудитории о государствах с отложенным политическим статусом.

Ключевые слова: имидж государства, СМИ непризнанных государств, проблемы позиционирования.

В условиях стремительного развития информационных и компьютерных систем динамично эволюционируют средства массовой информации. В последние десятилетия изменение политической и исторической парадигмы вызвала трансформацию формата и контента средств массовой информации, являющихся одним из элементов общественной жизни. Средства массовой информации активно реагируют на общественные процессы, отражающие их, быстро охватывают широкие аудитории, с помощью языка как средства познания, орудия общения, передачи информации, источники нравственного и эстетического совершенствования формируют общественное мнение, определяют духовные ценности человека.

Изучение функционирования и тенденций развития русскоязычных средств массовой информации в странах постсоветского пространства, является актуальной темой исследований современных ученых, не столько из-за того, что в ближнем зарубежье проживает более 25 миллионов русскоязычных, сколько потому, что культурные национальные стандарты, представляющие языки бывших советских республик, пока не выдерживают конкуренции с русскоязычными аналогами.

Конституционным правом граждан Приднестровской Молдавской Республики является обучение на трех официальных языках, одним из которых является русский язык.

Русский язык, приемлемый не только для России, но и для всех других постсоветских стран, является одним из рабочих языков многих международных институтов.

СМИ, в том числе и интернет, по своей природе моделируют и отражают социальные действия того общества, на которое распространяется их влияние. Объединяющая функция средств массовой информации накладывается на другие, частично совпадая с информационной, культурно-просветительской,

организаторской, образовательной и др. Для педагога, на современном этапе развития мирового сообщества филологическое сознание все больше обращается к проблеме системного восприятия мироустройства.

Помимо предпринимаемых политическим руководством республики, культурным и научным сообществом Приднестровского государства попыток продвижения его благоприятного имиджа в информационном медиапространстве и формирования его позитивного образа в глазах международной общественности, немаловажную роль в данных процессах играют средства массовой информации.

Приведем в этой связи наиболее яркие высказывания приднестровских печатных и сетевых СМИ по вопросам имиджевых технологий в государстве во времена «правления» первого Президента Приднестровской Молдавской Республики Игоря Смирнова.

«Имидж Приднестровья – это стремление к открытости и демократии», – писала газета «Днестровская правда» [1]. Издание отметило, что в условиях построения новой цивилизации, направленной на защиту прав и свобод человека, делом первоочередной важности является формирование позитивного имиджа Приднестровского государства. Факт отложенного политического статуса Приднестровской Молдавской Республики определяет современную ситуацию вокруг и внутри Приднестровья.

«Базовой составляющей в развитии позитивного имиджа Приднестровья является защита прав человека, – продолжила „Днестровская правда“. – Сегодня в условиях неразрешенности молдо-приднестровского конфликта систематически нарушаются извне права приднестровцев путем введения экономических и политических санкций» [1].

В заключение газета отметила, что «Приднестровье на всех уровнях законодательной, исполнительной и судебной ветвей власти открыто для самого тесного сотрудничества с

международными правозащитными организациями, готово совершенствовать любые формы взаимодействия на межпарламентском и иных уровнях по выработке концепции защиты прав и свобод человека» [1].

«Правозащитная тематика в современном мире – одна из наиболее актуальных, – считает газета „Приднестровье”. – Для Приднестровья и других самоопределившихся государств она актуальна вдвойне. Непризнанность этих стран мировым сообществом создает почву для постоянных нарушений Прав человека, начиная с права на свободу перемещения и заканчивая постоянной угрозой возобновления вооруженного конфликта» [2].

Оппозиционная газета «Человек и его права» писала: «Системообразующей имиджа – является репутация руководства республики. Имидж руководителей ПМР в настоящее время лишает смысла всякие разговоры о скором признании» [3].

Проанализируем процессы образования самоопределившегося государства, его позиционирование в информационном медиaprостранстве и осветим проблемы, возникающие на пути его развития.

В результате мониторинга информации, публикуемой на сайте «Новости Приднестровья», о Приднестровской Молдавской Республике мы выявили следующие тенденции. Ресурс способствует формированию положительного имиджа государства, пишет о соблюдении принципов демократии на территории республики. Публикуются материалы о поддержке социально незащищенных слоев населения, о стабилизации экономики, о развитии сотрудничества с другими государствами и т. п.

Показательным примером, формирующим положительный образ приднестровского государства, является материал: «За все время работы в ПМР «врачи без границ» убедились в том, что Приднестровье – надежный партнер»: На сегодняшний день все поставленные цели и

задачи выполнены... по словам Марка Уолша, его многолетний опыт работы в постсоветских государствах, позволяет с уверенностью сказать, что взаимодействие с министерством здравоохранения ПМР было самым эффективным.

Высокая оценка взаимодействия с приднестровским государством в такой области, как лечение серьезных заболеваний, которые касаются населения всего мира, на порядок поднимает имидж ПМР в глазах мировой общественности.

Как известно, на имидж всей страны большое влияние оказывает имидж ее политического лидера, Президента. На сайте формируется положительный имидж Президента ПМР: в каждой подборке материалов публикуются информация о тех или иных действиях лидера ПМР, приводятся цитаты из его высказываний: «Президент ПМР встретился с делегацией из Южной Осетии...», «Инвестиционный форум – возможность показать потенциал ПМР и привлечь дополнительные инвестиции в приднестровскую экономику».

Приведем примеры ключевых понятий о Приднестровье: развитие и укрепление государства; признание нашей республики; преодоление кризиса; мир на Днестре и др.

В материалах ресурса постоянно затрагиваются вопросы развития отдельных областей функционирования государства: здравоохранения, туризма, культуры, экономики, промышленности и т. п. Подробно описываются все события, связанные с ними. Отмечаются достижения в данных сферах.

Не проходят мимо ресурса обсуждения проблем региона, в конце каждого материала предлагаются пути решения. Развитие межгосударственных отношений – постоянная тема на страницах сайта.

Таким образом, политическая тематика на страницах ИА «Новости Приднестровья», явно преобладает.

Политику сайта характеризуют следующие оценочные маркеры: зрелость и ответственность приднестровских элит; стремление к решению любых сложнейших вопросов государственного строительства исходя из принципов демократии; повышение эффективности органов государственной власти и др.

На страницах сайта широко обсуждается «политический кризис», по нашему мнению, оценку политических событий следует проводить не так откровенно и предвзято: наличие равноправного диалога и дискуссий на страницах сайта повысят не только его рейтинги, но и государства в целом.

Говоря о толерантности по отношению к Приднестровью, под которой мы понимаем отсутствие речевой агрессии, уместно обратиться к материалу румынского издания Зиуа «Приднестровские пули из румынского металлолома», в котором речевая агрессия ярко выражена (просматривается почти в каждом предложении, строке): «ничейной страны», «убежище криминальных авторитетов», «свобода выражения проходит через желудок», «сепаратистское Приднестровье» и т. п.

Анализируя материалы сайта, необходимо отметить, что достаточно много внимания уделяется вопросам молдо-приднестровского урегулирования. Публикуются комментарии российских, молдавских и приднестровских журналистов и политологов. В подборе комментариев, в оценках ощущается лояльность к приднестровской стороне. Об этом свидетельствуют ключевые слова и фразы, отобранные нами из нескольких материалов: «непризнанные власти Приднестровья»; «Приднестровская Молдавская Республика объективно имеет все шансы на провозглашение и международное признание своей государственной независимости».

Все материалы, просмотренные нами, имели сугубо политический характер, иной информации о ПМР на сайтах обнаружено не было.

В сетевом сегменте ПМР наблюдается рост во всех областях, за исключением СМИ, что свидетельствует о статичности данного сектора сетевых ресурсов ПМР. Если учесть тот факт, что из 19 существовавших в 2015 году информационном медиапространстве к 2018 сохранилось только 8, и прибавилось всего 10, то можно сделать вывод о стагнации сетевого информационного сектора Приднестровской Молдавской Республики.

Литература

1. «Имидж государства и защита прав человека: реалии, проблемы, перспективы» – в ПМР проходит Международная конференция//Днестровская правда. – 2007. – 2 февраля.

2. «Имидж государства и защита прав человека: реалии, проблемы, перспективы». – Доступно: <http://old.vspmr.org?Part=179>

3. Стоит поднять вопрос о возвращении России ее законных земель: Приднестровье за неделю. – Доступно: <https://regnum.ru/news/781317.html>

PROBLEMS OF POSITIONING STATES WITH THE DEFERRED POLITICAL STATUS IN THE INFORMATION MEDIA SPACE

In article an attempt of analyzing problems of advance of positive image the unrecognized states in the international information space is made, specifics of information opposition as on foreign policy, internal political directions are described.

Keywords: state image, unrecognized states' mass media, positioning problems.

Чжэн Цяньминь

(Российский университет дружбы народов)

**К ВОПРОСУ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЕЧИ
В ИНТЕРНЕТЕ В РАМКАХ ГИПОТЕЗЫ ИНТЕРЯЗЫКА
(НА ПРИМЕРЕ ПОПУЛЯРНЫХ ВЫРАЖЕНИЙ
НА РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ
В ИНТЕРНЕТЕ)**

Статья посвящена анализу функционирования речи на русском и китайском языках в Интернете. Анализируются причины появления популярных выражений в Интернете на русском и китайском языках. Под руководством гипотезы интерязыка выделяются и описываются характерные особенности речи в Интернете в Китае, также в России.

Ключевые слова: функционирования, речи, Интернет, популярные выражения, гипотеза интерязыка, характерные особенности.

В связи с тем, что в последнее время отношения между Китаем и Россией приобрели более близкий и дружественный характер, увеличился информационный, культурный, технический, аграрный, экономический, туристический обмен между двумя странами.

Раньше, Интернет, СМИ и другие средства массовой информации не были хорошо развиты, поэтому жители двух стран могли получать информацию из малого количества литературы, но сегодня с помощью открытости информационной отрасли человек с легкостью может погрузиться в культуру другого народа. На сегодняшний день наблюдаются изменения в сотрудничестве информационной отрасли между странами.

Учитывая важность «Интернет» в последние годы, сложно не согласиться с утверждением В.А. Березняка о том, что «XIX век стал эпохой информационных технологий и экономики знания – никогда еще информация не играла в жизни отдельного человека и общества в целом настолько важную роль. Благодаря развитию Интернета и новых медиа

люди получили возможность общаться друг с другом, где бы они ни находились: связи между ними окрепли и стали поистине глобальными» [Березняк, Царева 2016; 240].

На вопрос, «Какой стиль речи Вы предпочитаете?» мы получили следующие ответы: «официально-деловой» – 21%; «публицистический» – 6%; «разговорный» – 85%; «научный» – 20%; «художественный» – 16% (в данном вопросе было разрешено выбрать несколько вариантов ответа) [Вырковский, 2012]. Проведённое исследование показывает, что в повседневной коммуникации люди предпочитают использовать разговорную речь.

Анализируя несколько типов речи в Интернете, автор отмечает, что основные особенности речи в Интернете являются следующими:

1. Краткость. Когда люди общаются в Интернете, они пишут быстро, поэтому они выбирают форму речи более разговорную и краткую. В следующей таблице показываются примеры речи в Интернете на русском языке, которые чаще использует молодёжь, особенно студенты:

Речь в Интернете на русском языке	Письменная речь по правилам грамматики
щас / ща	сейчас
общага	общезитие
студак	студенческий билет
диссер	диссертация
курсач	курсовая работа
инста	Инстаграм (Instagram App)

Речь в Интернете на китайском языке также характеризуется краткостью. Например, ММ (美眉 měi méi) – красавица, ДД (弟弟 dì dì) – младший брат, и т.д.. Используя первую букву каждого иероглифа, люди сокращают речь в Интернете. Таким образом, общение станет проще и быстрее.

Причины появления и существования данной речи в Интернете лежат в том, что общение в Интернете требует сокращённые выражения вместо длинных слов или

словосочетаний. Можно сказать, что в речи в Интернете показана коммуникативная функция.

2. **Займствование.** С ускорением глобализации, английский язык был широко изучен и принят во всём мире. Использование английского языка как займствование в речи онлайн-коммуникации стало модой, его любят и принимают подавляющее большинство молодого поколения. Соответственно данному явлению, не только речь на русском языке, но и на китайском языке заимствует от английского языка, например:

а. Бро (brother, брат) – «это друг, малознакомый, но вызывающий симпатию человек или вовсе незнакомец» [3].

б. Баг (bug, жучок) – «постоянная ошибка, сбой в программе» [там же].

в. Зафрендить (to make friend with, дружить) – «добавить кого-то в друзья в соцсетях (обычно в Facebook)» [там же].

г. Андрюша (Android) – «ласковое название операционной системы Android» [там же].

д. Шоу (show, представление) – изображение какой-нибудь пьесы в формах сценического искусства, спектакль и т.д.. Например, «национальное шоу».

Примеры речи на китайском языке в Интернете, связаны с займствованием, произношения которых близко выражениям на китайском языке, представлены следующими:

а. 秀 (xiù, show, представление, 表演; 演出) – изображение какой-нибудь пьесы в формах сценического искусства, спектакль и т.д.. Например, “真人秀”(реалити-шоу).

б. 粉丝 (fēn sī, fans, 支持者; 拥护者) – на русском языке: *фанат*; «человек, испытывающий особо повышенное влечение к определённому объекту» [4].

в. Low (low, 低俗; 没品味) – не имеющий хороший вкус, взгляд, или . Например, 他今天的衣服看起来low low的

3. **Динамичность.** Речь в Интернете быстро развивается, меняется, а популярные слова и словосочетания имеют срок службы не более одного года. Например, чаще использованная речь в Интернете в 2016 и 2017 годах практически полностью различна. Кроме этого, в любой стране использование речи в Интернете ограничено молодыми людьми, так как большинство пользователей Интернета – молодёжь.

4. **Считается юмористической.** У большинства речи в Интернете на китайском языке есть что-то новое, также интересное. Сравнив речь в Интернете на русском языке, автор заметила, что множество речи в Интернете на китайском языке имеет подразумеваемый смысл. Некоторые популярные выражения являются словосочетаниями, которые уже давно существовали, но получили новое значение с развитием общества.

а. 蓝瘦香菇 (lán shòu xiāng gū: синий цвет + худой + грибы) – 难受想哭 (nán shòu xiǎng kū, психологически плохо себя чувствовать, и хотеть плакать). В сегодняшнем обществе почти у каждого индивида психологическое напряжение. В данном выражении в Интернете используется способ сходного произношения, косвенным образом показывается печаль и юмор говорящегося. Данное выражение не вызывает возражения слушателя, наоборот, эффективно вызывает его сочувствие, также достигает цели общения.

б. 宝宝 (bǎo bao, малыш) – 我 (wǒ, я). Люди используют «малыш» вместо «я» с целью вызывания сочувствия слушателя, как и “蓝瘦香菇”. Например, “宝宝心里苦, 但是宝宝不说”(У меня горе в душе, но я не буду говорить об этом), “吓死宝宝了”(Я испугался).

в. 老司机 (старший водитель) – знаток; человек, который хорошо знает правила внутри какой-то системы или в какой-то сфере, обладающий богатыми ресурсами. Например, “老司机, 请带上我”.

Л. Селингер дал термину «интерязык» следующее определение – «interlanguage refers to the separateness of a second language learner system, a system that has a structurally intermediate status between the native and target languages» [Селингер Л. 1972; 210]. В рамках гипотезы интерязыка можно увидеть, что у большинства речи в Интернете на китайском языке есть переносное значение. Поэтому если прямо перевести их буквально, то получается интерязык, в этом случае носителям русского языка могут быть непонятно.

«С точки зрения динамики, интерязык является своего рода развивающимся процессом, так как знания учащихся, формируемые во время овладения иностранным языком, развиваются постепенно от единичных языковых фактов, явлений к целостной системе» [Чжэн Цяньминь, Шаклеин В.М. 2017; 271]. Таким образом, интерязык учащихся постоянно развивается, меняется с развитием речи в Интернете.

Литература

1. Березняк В.А., Царева Д.С. Влияние Интернета на речь современной студенческой молодежи (на примере Белгородской молодежи). – Уфа, Инновационная наука, № 6-3, 2016. – С. 238-241.
2. Вырковский А. В., Ван Янь Китайцы в Москве: опыт исследования информационных потребностей. – М., Электронный научный журнал «Медиаскоп», № 1, 2012. <http://www.mediascope.ru/node/1004>
3. <https://internet-inside.ru/internet-slang-i-ih-znacheniya/>
4. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Фанат>
5. Selinker L. Interlanguage, IRAL. International Review of Applied Linguistics in Language Teaching, 10 (1-4), 1972. – P. 209-232. Doi: <https://doi.org/10.1515/iral.1972.10.1-4.209>.
6. Чжэн Цяньминь, Шаклеин В.М. К вопросу исследования интерязыка. – Горно-Алтайск: Международный научный журнал "Мир науки, культуры, образования" № 4 (65), 2017. – С. 269-272.

**TO THE QUESTION OF THE FUNCTIONARU
OF SPEECH ON THE INTERNET UNDER THE HYPOTHESIS
OF INTERLANGUAGE (IN THR CASE STUDY OF POPULAR
EXPRESSIONS IN RUSSIAN AND CHINESE LANGUAGES
ON THE INTERNET)**

The article is devoted to the analysis of the functionaries of speech in Russian and Chinese languages on the Internet. The reasons for the appearance of popular expressions on the Internet in Russian and Chinese are analyzed. Under the hypothesis of interlanguage the characteristic features of speech on the Internet in China, as well as in Russia are identified and described.

Keywords: functionaries, speech, Internet, popular expressions, the hypothesis of interlanguage, characteristic features.

Чинь Тхи Зыонг

(Российский университет дружбы народов)

**НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ СЕМАНТИКА
РУССКОЙ ЛЕКСИКИ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ
ТЕКСТАХ С ПОЗИЦИИ ВЬЕТНАМСКОЙ ЯЗЫКОВОЙ
ТРАДИЦИИ**

В настоящей статье осуществлён анализ национально-культурной семантики русской лексики – названий животных и птиц, предствленных в публицистических текстах на фоне вьетнамской лигвокультуры.

Ключевые слова: лексика, национально-культурная семантика, вьетнамская лингвокультура, межкультурная коммуникация.

В последние годы исследователей всё больше привлекают проблемы межкультурной коммуникации, соотношения языка и культуры, связи языка с социальным и духовно-культурным контекстом, взаимосвязи человека и культуры в современном обществе. Как правило, язык выражает культуру народа, говорящего на этом языке. В этом контексте изучение иностранного языка означает ознакомление с новой культурой. Из-за различий двух лингвокультур в процессе изучения русского языка,

особенно при чтении публицистических текстов, вьетнамские учащиеся нередко встречаются с определённым количеством слов и выражений, не имеющих семантических соответствий во вьетнамском языке. Одним из понятий, в котором ярко отражаются особенности лексики с окружающим миром, является понятие национально-культурной семантики лексики. Как отмечает В.А. Маслова, «система образов, закреплённых в семантике национального языка, является зоной сосредоточения культурной информации в естественном языке. Соотношение с тем или иным культурным кодом составляет содержание культурно-национальной семантики лексики» [Маслова 2001; 56]. Следовательно, «чтобы выяснить национально-культурную специфику лексики, прежде всего надо обсудить соотношение языка и нации, соотношение языка и культуры» [Брагина 1986; 45]. Значение русского слова часто осложняется ассоциациями, обусловленными национальной культурой. Усвоение национально-культурной семантики русских слов является одним из наиболее эффективных критериев овладения русским языком, а также одним из условий межкультурной коммуникации. Нгуен Дык Тон подчеркивает, что «межкультурная коммуникация означает общение между представителями разных культур, что подразумевает как прямой контакт между людьми (язык и речь), так и косвенные формы общения такие, как, например, публицистические тексты, в которых наиболее яркими являются различные проблемы национально-культурной семантики лексики» [Нгуен Дык Тон 2010; 65]. Если раньше основным источником русского языка, который вьетнамские учащиеся использовали для формирования языковых норм, являлись литературные произведения, то сегодня значительное место принадлежит публицистическим текстам в интернете, где наиболее быстро и эффективно отражаются изменения в языке и речи, происходящие в повседневной жизни народа.

Как в русских, так и во вьетнамских публицистических текстах возникает много фразеологизмов, поговорок, пословиц с использованием названий животных и птиц. Животные играют ведущую роль в символике всех культур в связи с тем, что они обладают наибольшим объектом национально-культурной информации, а также в настоящее время активнее других функционируют в публицистических текстах. Характеристики животных легко переносятся на человека, создавая достаточно устойчивые образы. Человек стал сравнивать характеристику животных с характеристикой человека, затем стал наделять ими самого человека теми характерными чертами животных, которые он считал похожими с человеческими. Следовательно, русские привыкли к такой символике и не удивляются, что *осёл*, *баран* являются символами глупости; *свинья* - символ нечистоплотности; *змея* - символ коварства и т.д.

Следующие типичные названия животных и птиц отражают различия в национально-культурной семантике у носителей русского и вьетнамского лингвокультур. Например, «*сорока*» во Вьетнаме является символом фестиваля, счастья и благополучия. Её прилет означает, что кому-то в чём-то повезёт. В России сорока означает, прежде всего, вражду.

Если в русских публицистических текстах появится фраза «*дракон пришёл к раку*», русские сразу подумают, что это – иллюстрация к волшебной сказке о животных, даже посочувствуют раку, поскольку тот попал в беду, так как он гораздо меньше и слабее. Для русских *дракон* является символом зла, беды, врага, злой силы. Именно так дракон воспринимается в русских народных сказках, в которых он предстает страшным злым чудовищем. В словаре С.И. Ожегова даётся следующее толкование: «Дракон представляет собой сказочное чудовище в виде крылатого огнедышащего змея» [Ожегов 1994; 153]. Во вьетнамских публицистических текстах нередко встречается выражение

«*rông đến nhà tôm*» (по-русски: дракон пришёл к раку). Это означает, что богатый благородный человек приходит к обыкновенным людям и приносит радость, богатство и благополучие. Кроме того, такое выражение нередко использовалось с переносным значением, с чувством иронии, когда знакомые люди так давно встречаются друг с другом, но если неожиданно один из них приходит к другому в гости, то хозяин может сказать: «*rông đến nhà tôm*», чтобы показать своё подбострастие к гостю. При этом прямое значение слов «дракон» или «сорока» выступает как внутренняя форма по отношению к переносному значению. Национально-культурный компонент слова можно считать феноменом национальной культуры, сложившимся исторически, передающимся от поколения к поколению и проникающим в восприятие каждой нации.

Также не характерен для вьетнамской лингвокультуры образ лебедя. У вьетнамцев такой образ встречается только в переводах зарубежных публицистических текстов. В русской лингвокультуре «лебедь» символизирует верность. Русские даже говорят «лебединая верность», когда имеют в виду, что люди любят друг друга так сильно, что никогда не предадут. В то же время, в сознании вьетнамцев эту символику выполняет «голубь» как птица верности. Кроме того, «голубь» символизирует красоту глаз вьетнамских женщин. Следовательно, во вьетнамских публицистических текстах появляются следующие фразы «*mắt đẹp như bồ câu*» (по-русски: красивые глаза как глаза голубя), «*đen lay láy như mắt bồ câu*» (по-русски: чёрные глаза как глаза голубя).

Русские говорят «плавать как утка» в значении «кто-л. хорошо плавает». В русской лингвокультуре образ утки означает глупость, прожорливость. Во вьетнамских публицистических текстах при описании человека нередко употребляют сравнительные обороты «*chạy như vịt*» (по-русски: бежать как утка) в значении «кто-л. плохо бегаёт»,

«*nước đổ đầu vịt*» (по-русски: как с утки вода) в значении «кто-л. медленно понимает». Русские говорят «как с гуся вода» в значении «кто-л. легко, быстро, бесследно исчезает, забывает» [Молотков 1986; 73].

Однако, необходимо заметить, что именно взаимодействие между образным свободным сочетанием влияет на всю дальнейшую семантику лексики. Например: в русских публицистических текстах «волк» в свободном словосочетании «*воздушный волк*» символизирует человека, искушенного в каком-либо деле, испытавшего на себе что-то негативное, привыкшего к невзгодам, опасностям, качества которого аналогичны привычкам «волка», привыкающего к невзгодам, опасностям. Словосочетание «*воздушный волк*» при метафорическом употреблении образа волка обозначает старого, опытного лётчика» [Молотков 1986; 43]. В связи с этим, во вьетнамской лингвокультуре образ волка символизирует человека со злым характером. Кроме того, русские говорят, что «*голодный как волк*» означает крайнюю степень голода. Тем не менее, такое выражение не характерно для вьетнамской культуры, и, следовательно, оно возникло только в переводах публицистических текстов с русского языка. По сравнению с вьетнамским публицистическим текстом есть другое представление о состоянии человека, когда он голоден - «*kiến bò bụng*» (по-русски: муравей в животе). Когда человек голоден, во Вьетнаме говорят: «*Муравей в животе бегаем*».

Вышеприведённые примеры можно представить в следующей таблице:

Русские слова с названием типичных животных и птиц	По национально-культурной семантике с позиции вьетнамской лингвокультуры	
	<i>Сходство</i>	<i>Несходство</i>
Сорока		+
Дракон		+
Лебедь	нет	нет
Утка		+
Волк		+

Рассматривая национально-культурную семантику некоторых типичных названий животных и птиц в русской и вьетнамской лингвокультурах, мы заметили, что полных эквивалентных национальных образов практически нет. Как написали Э. Сэпир (1931), Б.Л. Уорф, «языки разделяют мир по-разному. Люди, которые говорят на разных языках, имеют разное мировоззрение» [Нгуен Ван Схиен 1992; 42]. В этой связи Л.В. Щерба признает, что «передача лексического значения с одного европейского языка на другой европейский язык намного проще, чем передача с одного азиатского языка на любой европейский язык» [Ахманова, Минаева 1982; 6].

Названия животных и птиц обладают заметными оттенками национально-культурной семантики. Причём, национально-культурная семантика лексики играет большую роль в реализации эстетической функции публицистических текстов, поскольку в ней отражается жизнь народа, его опыт и история. С одной стороны, различия национально-культурной семантики русской лексики вызывают затруднения при изучении публицистических текстов вьетнамскими учащимися. С другой стороны, это может способствовать культурной гармонии, сближению духовных ценностей разных стран. Таким образом, изучение национально-культурной семантики русской лексики с учётом вьетнамской языковой традиции на материале публицистических текстов является одним из эффективных методов в процессе овладения вьетнамскими учащимися русским языком и русской культурой.

Литература

1. *Ахманова О.С., Минаева Л.В.* О предмете и метаязыке учебной лексикографии: Словари и лингвострановедение. – М., 1982. – 55 с.
2. *Брагина А.А.* Лексика языка и культура страны. - М., 1986. - 151 с.
3. *Маслова В.А.* Лингвокультурология: Учебное пособие для студ. высш. учеб. заведений. - М., 2001. - 208 с.

4. *Молотков А.И.* Фразеологический словарь русского языка. - М., 1986. - 543 с.
5. *Нгуен Ван Схиен.* Сравнение лингвистики в Юго-Восточной Азии. – М., 1992. - 124 с.
6. *Нгуен Дык Тон.* Культурно-этническая идентичность языка и мысли. - Х., 2010. – 635 с.
7. *Нгуен Чонг Бау.* Русско-вьетнамский словарь. – Х., 2015. – 1008 с.
8. *Ожегов С.И.* Толковый словарь русского языка / Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. – 2-е изд., испр. И доп. – М., 1994. – 908 с.

**NATIONAL-CULTURAL SEMANTICS OF RUSSIAN
VOCABULARY IN PUBLIC TEXTS FROM THE
POSITION OF THE VIETNAMESE LANGUAGE
TRADITION**

This article presents an analysis of the national cultural semantics of Russian vocabulary - the names of animals and birds represented in public texts on Vietnamese linguocultural background

Keywords: vocabulary, national and cultural semantics, Vietnamese linguoculture, intercultural communication.

М.С. Шавга

*(Военная академия воздушно – космической обороны
имени Маршала Советского Союза Г.К. Жукова)*

**СМЕШАННОЕ ОБУЧЕНИЕ
(BLENDED LEARNING) ПРИ ОБУЧЕНИИ РУССКОМУ
КАК ИНОСТРАННОМУ**

Процесс овладения иностранным языком представляет собой сложный, многоаспектный и многофакторный процесс. Многообразие обучающих средств, а также вариантов обучения иностранным языкам предъявляет новые требования к преподавателю. В новых педагогических условиях преподавателю необходимо уметь действовать не по строго предписанным правилам (например, не ограничиваться лишь методическими

разработками, которые используются при проведении практических занятий), но и уметь привносить, что, то новое в сам процесс обучения.

Рассматривалась аудиторная учебная работа на занятии по русскому языку группы учащихся, для которых данный язык является неродным. В данной статье рассматривалась комбинированная модель смешанного обучения, применяемая при обучении русскому языку как иностранному (РКИ) на подготовительном и основном курсах ВА ВКО г. Твери.

Ключевые слова: online learning blended learning, электронное учебное пособие, русский как иностранный.

Существует множество аспектов, через призму которых можно сказать, что практическое занятие считается эффективным. Одним из важнейших условий эффективности занятия является планирование учебного процесса. Оно предполагает разработку планов учебной деятельности преподавателя при ориентации на различный уровень образованности обучающихся. Процентное соотношение активности преподавателя во время учебного процесса сейчас меняется. В настоящее время современный учебный процесс становится более инновационным, разноплановым и многоступенчатым процессом.

В настоящее время большое внимание уделяется компьютерному сопровождению учебного процесса, использование которого повышает успеваемость и мотивацию обучающихся. Большое количество учебных заведений в настоящее время применяют электронное обучение так как оно:

- повышает мотивацию и уровень самостоятельности у обучающихся;

- увеличивает темпы обучения и развивает когнитивные, психологические, эмоциональные способности;

- повышает эффективность образовательного процесса в целом;
- способствует интерактивному взаимодействию с обучающимися;
- гарантирует свободу в осуществлении образовательного процесса;

В зависимости от степени применения электронного обучения в образовательном процессе выделяют онлайн-обучение и смешанное обучение.

Онлайн-обучение (online learning) определяется как процесс самостоятельного изучения учебных материалов с использованием образовательной среды, основанной на интернет-технологиях. [Жигулина 2012; 389-391]

В практике электронного обучения более распространено смешанное обучение.

Смешанное обучение (blended learning) представляет собой современный образовательный метод, сочетающий в себе традиционное обучение с некоторыми элементами дистанционного обучения, онлайн-методами и веб-технологиями в различном соотношении.

Данный термин имеет множество определений, но, по сути, представляет собой понятие комбинирования технологий традиционной аудиторной работы и технологий электронного обучения. Смешанное обучение может быть представлено частично, при этом технологии электронного обучения могут составлять минимальную часть от аудиторных занятий, или оно может быть доминантной моделью академической программы.

Смешанное обучение может быть реализовано на двух уровнях – на уровне аудиторной работы, и на уровне самостоятельной работы обучающегося, включающем в себя дополнительное образование.

Далее представлены существующие модели данного метода.

Для модель «Face-to-Face Driver» характерна традиционная форма обучения, а работа с электронными ресурсами реализуется самостоятельно.

В рамках реализации модели «Flex» основная часть учебного материала представляется онлайн.

Модель «Rotation» предполагает чередование традиционной аудиторной работы с использованием информационных технологий.

Модель «Online Lab» предполагает освоение нового материала в условиях электронного обучения, на специальном сайте в специально оборудованных компьютерных классах.

Стоит отметить, что смешанное обучение не имеет четкой классификации моделей, поэтому преподаватель в праве сам применять различные элементы и методы обучения и комбинировать их в соответствующей пропорции.

В данной статье рассматривается комбинированная модель «Face-to-Face Driver» и «Rotation», применяемая при обучении русскому языку как иностранному (РКИ) на подготовительном и основном курсах ВА ВКО г. Твери.

При реализации данной модели обучающимся предлагаются аудиторные или самостоятельные занятия с использованием традиционных учебных средств или используя онлайн – ресурсы. Так использование электронных учебных пособий в гипертекстовой форме во время аудиторной или самостоятельной работы повышает количественные и качественные показатели объема работы каждого обучающегося.

Использование электронных учебных пособий в гипертекстовой форме дает возможность глубокого изучения материала, подробного ознакомления с интересующими темами.

Иллюстративный материал в электронном пособии позволяет наглядно продемонстрировать теоретическую

информацию, система тестов позволяет определить уровень владения изученного материала, а также дает возможность повторения ранее изученного грамматического материала.

При использовании электронных учебных пособий происходит не только репродуктивная деятельность студентов, но и абстрактно-логическая, что способствует лучшему осознанию и усвоению учебного материала. [Зайнутдинова 2003; 350]

Обучающийся, может использовать один и тот же электронный ресурс, соответствующий изучаемому предмету, во время аудиторных занятий, так и в процессе самостоятельной работы. Использование данной модели эффективнее на продвинутом этапе обучения языку.

Литература:

1. Беспалько, В.П. Педагогика и прогрессивные технологии обучения/В.П.Беспалько. - М.: Издательство ИРПО МО РФ, 1995. – 336 с.
2. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. М., 1983.
3. Селевко Г.К. Современные образовательные технологии. М., 1998 г.- с. 167-215.
4. Жигулина О.В. Применение электронных учебников в образовательном процессе // Молодой ученый. — 2012. — №11. — С. 389-391. — URL <https://moluch.ru/archive/46/5732>
5. Зайнутдинова Л.Х. Создание и применение электронных учебников. Астрахань, ООО "ЦНТЭП", 2003, с. 364.
6. Зимина О.В., Кириллов А.И. Печатные и электронные учебники в современном высшем образовании: Теория, методика, практика. М.: Изд-во МЭИ, 2003.
7. Красильникова В.А. Информационные и коммуникационные технологии в образовании: учебное пособие / В.А. Красильникова. – М.: ООО «Дом педагогики», 2006. – 231 с.

BLENDED LEARNING OF RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE

The process of mastering a foreign language is a complex, multidimensional, multifactorial process. A variety of teaching tools as well as options of foreign language teaching places new demands on the teacher. In a new pedagogical environment, the teacher must be able to act according to strictly prescribed rules (e.g., not limited to only materials which are used during the practical exercises), but to be able to bring something new in the process of learning.

The article discusses academic class work group of students for whom Russian was as a foreign language. In this article we considered a combined model of blended learning used in teaching Russian as a foreign language (RFL) at the preparatory and main courses.

Key words: online learning blended learning, e-textbook, Russian as a foreign language (RFL).

Е.В. Шаповалова

*(Военная академия воздушно-космической обороны
имени Г.К. Жукова)*

МЕДИАТЕКСТ НА ЗАНЯТИЯХ ПО РКИ В УСЛОВИЯХ ВОЕННОГО ВУЗА

Статья посвящена важности использования медиатекстов на занятиях по РКИ. Особое внимание обращено на специфику отбора медиатекстов в военных вузах.

Ключевые слова: русский как иностранный, иностранные военнослужащие, медиатекст, аутентичный текст, культурный потенциал.

С каждым годом человек всё больше погружается в медийное пространство, которое стало неотъемлемой частью жизни общества. Под медийным пространством понимается пространство электронных средств коммуникации (радио, телевидения, Интернета). Единицей функционирования

информации в данном пространстве является медиатекст. По сути, медиаинформация сегодня формирует общественное мнение. «СМИ выступают и как инструмент власти, и как орудие осуществления информационного диктата, и как способ когнитивной обработки социума и индивида с целью формирования особой картины мира» [Кузьмина 2014; с. 15]. Кроме того, медиавлияние напрямую связано с такими новыми оперативно-стратегическими категориями военных действий, как информационная война и кибернетическая война.

Как мы уже отмечали, «привлекая иностранцев в Россию для получения высшего образования, государство преследует экономические, социальные, политические цели, а получение высшего военного образования является ещё и важной составной частью геополитики Российской Федерации» [Носова 2016; с. 138]. То есть включение медиаматериала в процесс обучения преследует не только лингвистические, но и экстралингвистические цели.

Безусловно, тексты массмедиа давно и системно используются на занятиях по РКИ. Такая востребованностью определяется следующими причинами: 1) аутентичностью текстов; 2) актуальностью материала; 3) культурологической насыщенностью информации; 4) спецификой и востребованностью языка медийных текстов; 5) предрасположенностью данных текстов к анализу, реферированию, аннотированию; 6) возможностью усовершенствовать аудитивные навыки, а также выйти в дискуссию, высказать своё мнение, обсудить прочитанное/услышанное и т.д.

Однако обращение к данному материалу имеет ряд трудностей: 1) аутентичность материала требует особой подготовки как обучающихся, так и преподавателя; 2) чтобы сохранить мотивацию обучающихся, необходимо постоянно обновлять материал, который ежедневно теряет актуальность; по этой же причине выпускаемые учебные

пособия на основе медиатекстов фактически устаревают ещё на этапе их публикации; 3) отбирать тексты для занятий приходится с особой тщательностью, учитывая историко-культурный и политический подтекст представленной информации; 4) медийные тексты, как правило, насыщены коннотативной лексикой, эмоциональны, метафоричны и экспрессивны, что также усложняет работу с ними; 5) для полноценной работы с данными текстами требуется достаточно хорошая сформированность аудитивных, аналитических, речевых навыков, что позволяет использовать данные тексты в полном объёме только на продвинутом этапе.

Доведение до обучающихся сведений о политической обстановке в стране и мире является необходимым и важным учебно-воспитательным моментом на занятиях по русскому языку в военном вузе. Начиная с базового уровня, данная информация начинает вводиться как обязательный элемент урока. На начальном этапе обучения преподаватель доводит её кратко и в упрощённом виде. Но с течением времени работа с медийными текстами должна стать систематической. А впоследствии, в рамках специального курса, становится целенаправленной работой по формированию лингвистической, социокультурной и межкультурной компетенций.

Этапность работы в данном случае следующая. Во-первых, отбор и упрощение материала преподавателем – то есть до обучающихся доводится лишь информационная и культурологическая составляющие. Во-вторых, подбор преподавателем минимальных аутентичных фрагментов. Важным моментом данного этапа является настроить обучающихся не бояться незнакомой лексики и сформировать у них поисковое восприятие информации, что, в свою очередь, требует предварительной лексико-грамматической отработки. Следует отметить, что восприятие аутентичного аудитивного новостного текста

сложно даже для сильных обучающихся в связи с быстрым темпом речи дикторов; с другой стороны, визуальный ряд упрощает понимание текста. В-третьих, самостоятельный поиск обучающимися информации по теме или подготовка, например, новостного блока урока. Задача в этом случае упрощается тем, что обычно новости имеют как аудио, так и текстовый формат.

Хотелось бы подчеркнуть особую ответственность преподавателя за отбор предъявляемого материала в военном вузе. Как было отмечено ранее, информация давно стала элементом политики и оружием информационной войны, поэтому работа с данным материалом требует дипломатического подхода и учёта национально-политической ситуации в стране обучающихся (например, освещение ситуаций по Сирии или палестино-израильского конфликта в разных арабских аудиториях). Как отмечает Л.Б.Волкова, «при непосредственной работе с медиатекстом в иностранной аудитории важно помнить о влиянии когнитивных сценариев носителя иностранного языка и его глубинных ценностных установок на восприятие текста», «межкультурная интерференция на когнитивном уровне оказывает более сильное воздействие на адекватную смысловую интерпретацию языкового материала, чем языковая и коммуникативная интерференция именно в силу неосознаваемости протекающих процессов» [Волкова 2017; 160-161]. Особая ответственность ложится на преподавателя при работе в полинациональной аудитории, когда культурные коды многослойны.

Таким образом, медиатексты обязательно должны быть представлены на занятиях по РКИ в силу медийности современного общества. Помимо этого, медиатекст является особым языковым фактом, который требует специального изучения. Однако работа с медиатекстом специфична и сложна в силу наслоения экстралингвистических факторов, что требует от преподавателя очень серьёзной подготовки

при отборе материала, особенно для обучающихся военных вузов.

Литература

1. Волкова Л.Б. Современный публицистический текст в иностранной аудитории // Инновационная наука №04-3/2017.
2. Кузьмина Н.А. Современный медиатекст. Учебное пособие. – М., 2014.
3. Лихачёва М.Е. Особенности организации обучения РКИ в мононациональных и полинациональных группах // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2017.
4. Носова Е.В. Роль межкафедрального взаимодействия в преодолении трудностей адаптации иностранных военнослужащих (по результатам анкетирования) // «Язык. Культура. Образование» Материалы II Межвузовской научно-практической конференции. – С.-П., 2016.
5. Цонева Л.М. Медиатекст в обучении русскому языку как иностранному // Вестник Новгородского государственного университета, 2015, № 87, ч.1.

THE MEDIATEXT IN TEACHING OF RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE IN A MILITARY INSTITUTES

The article considers the reasons of use mediatexts in the process of teaching Russian as a foreign language. Special attention is paid to the specificity of use mediatexts in a military institutes.

Keywords: Russian as a foreign language, foreign servicemen, mediatext, authentic text, cultural potencial.

Л. Шарифзаде Кермани

(Тегеранский открытый университета)

РУССКИЙ ЯЗЫК КАК ИНОСТРАННЫЙ И ЗАДАЧИ ОБУЧЕНИЯ ГРАММАТИКЕ В ИРАНЕ

В настоящей статье в аспекте РКИ рассматриваются задачи обучения грамматике, описываются некоторые приемы социально-психологического тренинга, которые способствуют развитию коммуникативных навыков у студентов, изучающих русский язык как иностранный,

помогают созданию благоприятной для изучения языка атмосферы на уроке.

Ключевые слова: целый и задачи обучения грамматике на уроке РКИ, упражнения, русский язык, иранские студенты.

Овладение грамматической стороной устной речи для обучаемых любого возраста традиционно представляет особую трудность. Это обусловлено различными причинами, первая из которых – многозначность термина «грамматика». Неоднозначное понимание того содержания, приводит к значительным различиям как в методах и приемах обучения, так и в получаемых результатах. Поэтому в первую очередь необходимо четко определить, что представляет собой грамматика как аспект обучения.

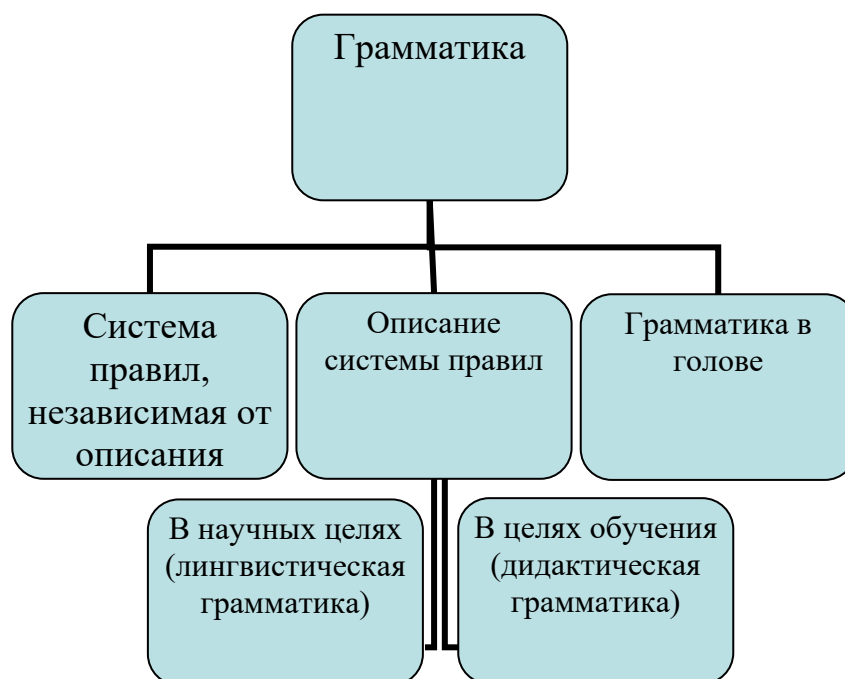
Как отмечают Н.Д.Гальскова и Н.И.Гез, «под грамматическим уровнем языка понимаются синтаксические закономерности организации текстов из слов, синтагм и предложений, а также правила слово- и формообразования» [Гальскова 2006; 304]. Е.Н.Соловова определяет грамматику как раздел языкознания, в котором изучаются закономерности изменения и сочетания слов, образующие осмысленные предложения и высказывания.

Таким образом, очевидно, что **грамматика**, с одной стороны, представляет собой грамматической стороной языка т.е. строение слова и предложения, присущее данному языку, которым говорящий на родном языке владеет в полной мере. А с другой стороны, грамматика – это научная лингвистическая теория, которая обобщает и описывает грамматический строй языка как систему. Теоретическая грамматика, изучая системные свойства языка, оперирует такими формальными категориями, как синтагмы, их типы и уровни синтагматических объединений, парадигмы грамматических чисел и падежей, лица и времени, залогов и наклонений, градаций модальностей, наборов

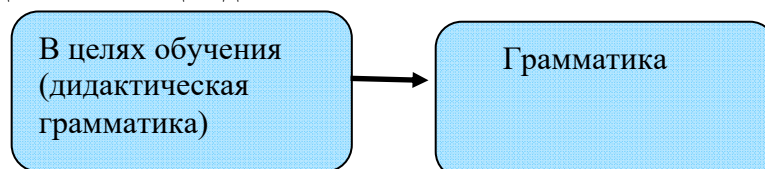
подчинительных и сочинительных моделей предложений и т.д.

Элементы языка используются в речи не по формальному признаку - не так, как они описываются в науке. Например, общаясь с собеседником, мы не употребляем в одном высказывании все временные формы глагола или всю парадигму его изменений по лицам и числам. В каждый момент речи из всего богатства языковых элементов и их форм мы выбираем и используем при построении высказывания только те, которые необходимы для передачи определенного смысла, идеи, эмоции. Другими словами, элементы языка функционируют в речи исключительно на коммуникативно-смысловой основе, и их организация всегда принципиально отличается от организации языка как системы.

Данные различия наглядно продемонстрированы в схеме, предложенной В.П.Белогрудовой и В.М.Филатовым [Шатилов 1977; 353]:



Данную схему, на наш взгляд, целесообразно дополнить ещё одной взаимосвязью:



Как отмечает С.Ф.Шатилов, экспрессивные грамматические навыки при совершенном владении языком обеспечивают автоматизированное формообразование и формоупотребление в речи (морфологические навыки). В языках с развитой системой флексий (например, в русском) роль морфологических речевых навыков весьма значительна – они в основном определяют грамматическую правильность речи или понимание речи (при аудировании и чтении).

То же самое различие между языковыми и речевыми навыками может иметь место и при рассмотрении продуктивных грамматических навыков.

Отличительная особенность усвоения языковых явлений, в том числе и грамматических, состоит в том, что усвоить эти языковые явления возможно лишь путем активных действий с ними. Автоматизированность навыка формируется в результате многократного повторения. Другими словами, фактор повторения создает необходимую основу для формирования динамического стереотипа. Для того чтобы обеспечить повторяемость грамматического материала в речи, необходимо объективно оценить «объем говорения» на иностранном языке в ходе занятия. При планировании урока(занятия) и определении целей и задач необходимо понимать, что работа должна быть направлена не на «сообщение новых знаний» или «закрепление освоенных знаний», что часто встречается в планах-конспектах педагогов, а на «тренировку в употреблении и понимании нового (или ранее усвоенного) материала». При этом важное значение имеет и последующее грамотное планирование действий с новым грамматическим материалом, каречевом действии. В любом случае вышеуказанные вопросы могут служить для педагога критерием оценки того, насколько количество и качество используемых приемов реализует (или лишь декларирует) поставленные задачи.

Грамматический минимум должен включать две группы явлений: те, которые необходимы для самостоятельного выражения мыслей в устной форме, и те, которые необходимы для понимания речи при восприятии её на слух. Это активный и пассивный грамматические минимумы соответственно. В активный грамматический минимум всегда входит меньше ксваиваемых грамматических явлений, так как объективно количество языковых явлений, которыми человек владеет на

продуктивном уровне, меньше, чем число понимаемых на слух.

Как отмечает И.Л. Бим, в качестве критериев научного отбора выступают такие показатели, как частотность и употребительность того или иного грамматического явления в речи, в также его обобщенность, т.е. способность распространяться на многие явления: «в отличие от звуков и слов, которые составляют исходную материальную субстанцию языка, грамматические формы и явления представляют собой обобщение способов реализации языка в речи» [Бим 1988; 151].

Иногда на практике педагог стремится научить учащихся употреблять, например, всю парадигму форм глагола *быть* и регулярно из урока в урок организует проговаривание его форм с целью тренировки всех имеющихся здесь вариантов. Часто при этом тренировка приобретает механический, лишний какой – либо коммуникативной направленности характер. Подобно ситуации можно избежать, если подумать о том, насколько часто все эти речевые образцы будут встречаться в рамках изучаемой темы в течение года. Если это, например, первый год обучения, по итогам темы предусмотрено элементарное монологическое сообщение типа "Меня зовут Ольга. Мне 6 лет. Я из Ирана". Тогда целесообразно включить в активно усваиваемый учебный материал именно эти речевые образцы, а остальные либо оставить на уровне понимания в пассивном грамматическом минимуме, в том числе в виде вопросов, либо перенести овладение ими на следующий год, когда эта же тема может получить свое развитие и найти отражение в более расширенном монологе.

Как пишет И.Л.Бим, моделирование в обучении грамматике используется с позиций так называемого структурно-функционального подхода. В соответствии с данным подходом «делается допущение, что определенному коммуникативному намерению назвать предмет, или

качество, или действие, или местоположение и т.п., соответствует определенная синтаксическая структура, многофункциональность (асимметрию) языкового знака, когда одному содержанию соответствует несколько форм и наоборот» [Бим 1988; 152].

Существуют две стратегии введения нового грамматического материала: оно может осуществляться индуктивно или дедуктивно.

Индукция традиционно рассматривается как метод рассуждения, предполагающий путь от частного к общему. Индуктивный способ обучения грамматике предусматривает изучение и анализ специально подобранных примеров, на основе которых учащиеся выводы и обобщают их в модель или правило.

Дедукция имеет в виду обратный процесс: какой-либо языковой факт сообщается в виде правила или модели, иллюстрируется примерами и отрабатывается с помощью упражнений.

Введение грамматического материала в соответствии с дедуктивным способом в качестве первого шага предполагает его презентацию (или представление). Основной способ презентации грамматических явлений для студентов, т.е. введение в ситуацию (проблемную или коммуникативную). Это может происходить следующим образом:

Учитель сообщает студентам, что сегодня к ним на занятие пришел щенок Бобби. Он хочет рассказать, что устроился в русский цирк работать цирковой собакой. Директор цирка спросил его: "Что вы умеете делать?" Вот что рассказал ему Бобби: "Я умею нгого делать. !Я умею бежать . я умею прыгать . Я умею ходить на цыпочках . Я умею плавать . Я умею кататься на велосипеде. В процессе рассказа Бобби учитель демонстрирует соответствующие иллюстрации, семантизирующие реплики игрового персонажа. Затем преподаватель спрашивает студентов ,

все ли им понятно; вычленяет новую реплику и спрашивает о её значении : «Студенты, кто из вас догадался ? Что говорил Бобби ?» Если студенты затрудняются сказать, о чем шла речь, обращается за помощью к игровому персонажу или сам сообщает значение . Важно привлечь внимание студентов и к форме нового речевого образца : «Как Бобб рассказывал о том, что он умеет делать? Как он говорил об этом ? »

Все вышесказанное, таким образом, содержит следующие действия преподавателя:

- создание контекста (ситуации);
- предъявление нового грамматического явления;
- вычленение его из контекста;
- контроль понимания его студентам, так как контекст является главным семантизирующим фактором в данном случае.

Дальнейшими шагами педагога являются :

- семантизация;
- объяснение;
- контроль понимания отдельных составляющих речевого образца;
- проговаривание хором и индивидуально ;
- организация первичной тренировки в употреблении нового грамматического явления.

В чем может заключаться объяснение грамматических явлений, представляют себе многие педагоги. Оно в первую очередь предполагает выделение составляющих грамматической структуры и указание на порядок слов. А вот что такое семантизация грамматического явления, не всегда достаточно понятно.

Ещё Л.в.Щерба писал, что для установления в сознании обучаемого связи функции (смысла) и формы, необходимо, чтобы грамматические правила формулировались как правила речевого поведения. Другими словами, они должны носить характер кратких инструкций,

дающих четкие предписания, какую структуру, речевой образец необходимо использовать для сообщения той или иной мысли. Например, чтобы сказать, что ребенку что-либо нравится, надо говорить " Я люблю", а если не нравится- "Я не люблю ". Чтобы сказать , где находится предмет : "Кошка на диване ", а чтобы сказать, что есть в комнате (на столе, в сумке и т.д.):" Диван в номере". Если ребенок хочет рассказать, кто у него есть в семье и какие домашние животные, надо говорить: " У меня есть собака" и т.д.

Конечно, в учебном процессе объяснение и семантизация неразрывно связаны в целях достаточно условно и лишь для того, чтобы более внимательно рассмотреть составляющие процесса обучения.

Е.А.Воронцовой был разработан учебный курс, включающий систему средств знаково-символической и ситуативной наглядности «грамматические игрушки» и приемы работы с ними.

Чтобы облегчить студентам осознание языковых единиц и связей между ними, Т.П.Блудова предложила использовать систему условных знаков как символов-заместителей письменной формы русских слов. Условные знаки, как отмечается в исследовании, «представляют своего рода загадку, рисуночное и жестовое "письмо", код, с помощью которого можно "зашифровать" звучащую речь» [Блудова 1997; 11].

Литература

1. *Бим И.Л.* Теория и практика обучения иностранному языку. Проблемы и перспективы. М. – 1988.
2. *Блудова Т.П.* Использование условных знаков в обучении возрасту. – 1997.
3. *Воронцовой Е.А.* Использование синтетической наглядности в обучении иностранному языку. – Спб. – 1999.
4. *Гальскова Н.Д.* Теория обучения иностранным языкам. Лингводидактика и методика: Учебное пособие. М. – 2006.
5. *Соловова Е.Н.* Методика обучения иностранным языкам. М. – 2006.

б. Шатилов С.Ф. Виды и взаимодействие навыков и умений в иностранном языке. – 1977.

RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE AND THE TASK OF TEACHING GRAMMAR IN IRAN

In this article, in the aspect of the Russian language teaching were treated as a and objectives of teaching grammar in which lay some of the techniques of socio-psychological training. In the article, contribute to the development of communicative skills of students studying Russian as a foreign language, help to create a favourable language learning atmosphere in the classroom.

Key words: the whole and the tasks of teaching grammar in the lesson of the Russian language teaching, exercises, Russian, Iranian students.

К. Шиманская

(Мессинский университет, Италия)

РУССКАЯ ЭПИТАФИЯ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИДИСКУРСЕ

Настоящая статья посвящена проблеме изучения эпитафии. Целью нашей работы является лингвокультурологический анализ эволюции жанра в современную эпоху, в частности, выявить актуальность и жанровые особенности эпитафий в медиадискурсе в русской лингвокультуре, а также установить, какие черты традиционного написания присутствуют в тексте эпитафий.

Ключевые слова: эпитафия, эволюция жанра, русская лингвокультура, интернет, медиадискурс.

В настоящей статье рассматривается эволюция русской эпитафии в современном медиадискурсе. Не останавливаясь на определении эпитафии [3], выделим два направления в ее развитии: надмогильную надпись, в стихотворной или прозаической форме, и литературно-художественный жанр - стилизованные поэтические произведения, написанные в форме эпитафий, а также эпитафии сатирического характера, очень близкие к

эпиграммам.

В России эпитафия появляется в XVII в. Традиционно принято считать, что одной из первых русских стихотворных эпитафий была надпись на могиле патриарха Никона, датируемая 1681 годом [Николаев; 1]. Будучи явлением заимствованным, эпитафия в конце XVII в. попадает в Россию и начинает формироваться как жанр в соответствии с российскими реалиями и потребностями общества в тот период. Расцвет жанра приходится на XVIII – первую половину XIX в. Наряду с классической эпитафией тогда же формируются и другие виды, относящиеся к этому жанру: автоэпитафия, лирические стихотворения, написанные на смерть близкого человека, а также ироничные сатирические краткие по форме своей тексты – эпитафии-эпиграммы. Несмотря на кризис жанра конца XIX в., эпитафия продолжает существовать и развиваться как литературный жанр в соответствии с современными реалиями.

Эпитафия чаще всего сохраняет свое традиционное написание, ее отличает краткость и лаконичность. Обращение в ней направлено к покойному или же от его имени к живым (к «прохожему»), или же от имени самого камня к «проходим». Сквозной темой эпитафии является прямое или косвенное указание на смерть.

В данной статье мы ограничились рассмотрением эпитафий с точки зрения лингвокультурологии как литературного жанра в медиадискурсе. В ходе исследования были использованы материалы интернет-порталов и НКРЯ. Нами был проведен отбор единиц и в ходе анализа было установлено, что в современной сетевой литературе присутствуют следующие виды эпитафий: непосредственно посмертная эпитафия, эпитафия-эпиграмма, эпитафия, представленная новыми малыми видами сетевой литературы, а также эпитафийные названия.

Совершенно очевидно, что в современном мире жанр эпитафии не потерял своей популярности. Вопросы жизни и

смерти, оставить след после себя, память – всегда волновали и продолжают волновать человечество. В современной поэзии в интернет-ресурсах эпитафия все еще сохраняет свою актуальность, нами был выявлен достаточно широкий пласт посмертных эпитафий. Интересным образцом современной литературной эпитафии может быть произведение П. Карачина «Эпитафия посв. Егору Летову», на смерть российского поэта и музыканта, активного представителя «сибирского андерграунда». Построенная в форме лирического стихотворения, она имитирует произведения российских поэтов XIX в., когда жанр эпитафии переходит в жанр элегии. Приведем небольшой отрывок из произведения: «В новостях прогремела новость: / ДЕВЯТНАДЦАТОГО УМЕР ЛЕТОВ!!! / И от этого не отвертеться! / На земле не стало поэта, / Отказало поэта сердце...» [4].

Эпитафия, выраженная в форме сатирической эпиграммы, также нашла свое проявление в медиадискурсе. Такого рода поэтическое произведение имеет ряд отличий от традиционной эпитафии. Т.С. Царькова рассматривает эпитафию-эпиграмму как пародийное межжанровое образование [Царькова 1998; 2].

Эпитафии-эпиграммы, являясь малым стихотворным жанром, как нельзя лучше реализуются в интернет-пространстве, учитывая их малый размер и лаконичность. Примером может послужить стихотворение Б. Вайнера из цикла «Кладбищенский юмор»: «Здесь спит хитрюга Иванов / С улыбкою довольною. / Покойный был на всё готов, / Чтоб не писать контрольную» [5].

В последние годы появились литературные порталы, которые занимаются публикацией малых сетевых поэтических жанров. Таким образом, интересно проследить, как в сетевой литературе отображена эпитафия. Более современное обыгрывание эпитафической поэзии малых форм в интернете представлено такими новыми формами как

«пирожки», и их непосредственным ответвлением «порошки». Это небольшие законченные анекдотичные четверостишия, имеющие строгие правила написания: без больших букв, без знаков препинания и только одного стихотворного размера. Примером «пирожка» может послужить следующее произведение, автор которого выступает под сетевым псевдонимом alexeybobkov: «присядь прохожий там бутылка / лежит под камнем и стакан / ты пей а в следующей жизни / я тоже выпью за тебя» [6].

«Порошки» отличаются наличием рифмы и особой краткостью последней строки. Приведем пример такой эпитафии от пользователя ЯКатюня: «вы пыл свой несколько умерьте / не тратьте жизнь на суету / чтоб эпитафия вместилась / в плиту» [7].

Что касается газетных и журнальных публикаций в сети, то здесь мы можем отметить следующий факт присутствия эпитафийных названий, где название метафорично. Слово «эпитафия» часто встречается в названиях статей, в нарицательном виде как гипертрофированный термин, гипербола, часто несет саркастический смысл. Эта тенденция не нова, а берет свое начало из литературной традиции рубежа веков - конца XIX - начала XX.

Нельзя обойти вниманием тот факт, что эпитафия также в достаточной мере представлена на страницах портала Национального Корпуса русского языка (НКРЯ). В общей сложности было найдено 328 документов, 356 вхождений. Каждый из корпусов отражает разные подходы в работе с представленными документами.

Приведем данные по корпусам: основной корпус - 94 документа, 120 вхождений⁹; акцентологический корпус – 98/98; газетный корпус – 20/20; параллельный корпус – 12/13; поэтический корпус - 101/102; устный корпус – 3/3. В

⁹ Для удобства цитирования статистика по НКРЯ будет приводиться следующим образом: сперва указывается количество документов, затем - количество вхождений.

мультимедийном, диалектном, обучающем и синтаксическом корпусах эпитафия не представлена.

Проследим распределение эпитафий с диахронической точки зрения. В основном корпусе запрос по термину дает 94 документа и 120 вхождений, что позволяет нам определить временной пласт предложенных примеров: с 1772 г. и до наших дней. Приведены примеры из художественных произведений, записок, заметок путешественника и т.д. По временному плану эпитафии распределены следующим образом: XVIII в. – 4/9; XIX в. – 22/27; XX в. – 43/50; XXI в. – 25/34.

Больше всего во временном плане отображены эпитафии XX в., меньше всего XVIII в., что вполне закономерно, учитывая такой короткий временной отрезок.

В основном корпусе эпитафии представлены примерами литературной прозаической эпитафии, цитатами, в которых непосредственно встречается сам термин “эпитафия” и цитатами с эпитафическими надгробными надписями с захоронений. Первая эпитафия, обозначенная в основном корпусе, датируется 1793 г., последняя - 2014 г.

Эпитафии, представленные в поэтическом корпусе, по временным пластам распределяются следующим образом: XVIII в. – 24/24; XIX в. – 40/40; XX в. – 37/38; XXI в. – 0/0. Одна из самых первых поэтических эпитафий датируется 1755 г., последняя - 1989 г.

Соответственно, мы видим, что поэтическая эпитафия была в значительной мере отображена уже в середине XVIII в., практически в равной степени в XIX и XX вв. и полностью отсутствует в XXI в.

Все документы, представленные в газетном корпусе, относятся к XXI в., а небольшое количество документов устного корпуса датируется концом XX в. и началом XXI в.

На основании проведенного анализа в документах в большей степени присутствуют поэтические эпитафии. Их количество значительно превышает прозаические эпитафии в

XVIII и XIX вв., что совершенно естественно, так поэтические тексты наиболее соответствуют духу эпохи и тенденциям того периода. Однако производство прозаических эпитафий значительно увеличивается в XX в. и немного превышает количество поэтических эпитафий. Что же касается XXI в., то прозаические тексты представлены в достаточном количестве, поэтические полностью отсутствуют.

В заключении хотелось бы отметить, что проведенное исследование позволило установить, что на протяжении последних трех веков эпитафия является неотъемлемой частью русской лингвокультуры. За долгие годы жанр претерпел изменения, под воздействием различных литературных стилей и культурных эпох развилось многообразие форм. И в наши дни эпитафия остается актуальной, в современной литературе представлены все значимые виды этого литературного жанра. В сетевой литературе эпитафия сохраняет основные элементы традиционного написания, сочетая их со стилевыми особенностями современного медиадискурса. В эпоху интернета эпитафийная поэзия не теряет своей популярности, что проявляется в развитии новых форм и постоянно растущем интересе со стороны молодых авторов и всего общества.

Литература

1. *Николаев С.И.* Проблемы изучения малых стихотворных жанров (Эпитафия) // Серийный сборник «18 век», сборник 16, Институт русской литературы (Пушкинский Дом) РАН с. 44-55. [Электронный ресурс] URL <http://xviii.pushkinskijdom.ru/Default.aspx?tabid=5031>
2. *Царькова Т.С.* Русская стихотворная эпитафия XIX-XX веков // Автореферат диссертации по филологии. - С.-П., 1998.
3. *Малый академический словарь* // Институт русского языка Академии наук СССР. Под ред. Евгеньевой А. П. - М., 1957 - 1984.

4. Карачин П. Эпитафия посв. Егору Летову. [Электронный ресурс] URL <https://poembook.ru/poem/643062-epitafiya-posv-egoru-letovu-%2822082008-g%29>

5. Вайнера Б. Кладбищенский юмор [Электронный ресурс] URL <https://stihi.ru/2010/10/25/4235>

6. Пирожки [Электронный ресурс] URL <http://pirozhki.ru.livejournal.com/1201769.html?page=3>

7. Поэторий [Электронный ресурс] URL <https://new.poetry.ru/authors/yakatyunya/pot/rating/2>

RUSSIAN EPITAPH IN THE MODERN MEDIA DISCOURSE

This article is dedicated to the problem of the study of the epitaph. The purpose of our work is to analyse the evolution of this genre in modern times from a Russian culture studies point of view, its up-to-dateness and peculiarities in media discourse, as well as to establish which peculiarities of traditional writings are present in the text of the epitaphs.

Keywords: epitaph, genre evolution, Russian's culture studies, internet, media discourse.

С.А. Шумилина

*(ФГБОУ ВО "Литературный институт
им. А.М. Горького")*

ЯЗЫК БЛОГА

Данная статья отражает исследования языковых особенностей нового типа текста, связанного с коммуникативным актом интернет-пространства – блога.

Ключевые слова: жанр, блог, блогер, блогосфера, интернет-коммуникации.

Коммуникативная функция Интернета сегодня доминирует над информационной. Виртуальная коммуникация не зависит от временных и пространственных ограничений. Это особый тип коммуникации, созданный виртуальным пространством, симулирующим реальные действия и явления. Данный вид коммуникации принимает всеобщий характер, вследствие чего его изучение видится

особенно актуальным. Интернет-коммуникация как процесс до сих пор является одной из наименее изученных, с лингвистической точки зрения, областей. Данная статья посвящена рассмотрению языка блога как жанра интернет-коммуникации. Сегодня блоги активно теснят домашние страницы и порталы, все большее количество пользователей предпочитают именно этот вариант коммуникации. В какой-то степени это связано с более широкими возможностями, предоставляемыми администрацией сайтов именно блогу.

Жанр – это устойчивый тип текста, объединенный единой коммуникативной функцией, а также сходными композиционными и стилистическими признаками [Бахтин 1986]. Жанровая система упорядочивает человеческое общение во всех его формах (устной, письменной, электронной). По Эриксону, жанр – коммуникативный шаблон (паттерн), созданный под непосредственным влиянием индивидуальных, социальных и технологических факторов, которые неявно присутствуют в воспроизводимой коммуникативной ситуации. Жанр структурирует коммуникативный процесс, создавая «разделяемые» ожидания о форме и содержании общения и таким образом облегчая производство и воспроизводство коммуникации [Breure 2001].

Лингвистические исследования по-разному определяют понятие «жанр» применительно к интернет-коммуникациям. А.А. Селютин считает жанром форму коммуникативного выражения личности в режиме онлайн. Интернет-жанр представляется своеобразным единством формы и содержания с определенными специфическими чертами коммуникативного характера, служащим для реализации отдельных интенций пользователя.

Интернет-коммуникации – явление нашего времени, активно колонизирующее многие сферы общественной жизни. Изучение этого явления ведет к новым взглядам не только на понятия «коммуникация, жанр», но и «текст»,

которые все чаще встречаются в научной (и не только) литературе с префиксом «интернет»: интернет-коммуникация, интернет-жанр, интернет-текст. «Интернет-текст – это медиатекст особого типа, отличающийся от других типов медиатекстов гипертекстуальностью, интерактивностью, нелинейностью и незавершенностью. Особенности интернет-коммуникации также отражаются на системе медиажанров, трансформируя ее в соответствии со своими законами или расширяя ее за счет формирования новых интернет-жанров (форумов, блогов, комментариев, чатов и т.п.) [Иванова, Клушина 2017].

Классифицируя существующие сегодня интернет-коммуникации, условно их можно различать по месту происхождения жанра виртуальной коммуникации: внутри интернет-пространства или вне него. Жанры, известные в литературе, лингвистике, культуре, используются в интернет-пространстве наряду с новыми, порождаемыми самим интернет-пространством. Жанры первого вида иногда называют каноническими, второго – неканоническими. Неканонические жанры не могут существовать вне интернет-пространства. К таким жанрам можно отнести следующие: электронная почта, блог, ICQ, чат, форум, социальная сеть и игровой портал. Данные жанры обеспечены определенной программной периферией, характерными особенностями и условиями функционирования в интернет-среде. [Селютин 2009; 139].

Термин «блог» был создан путем сокращения слова «веблог» (англ. weblog - «сетевой бортовой журнал») Питером Мерхольдзом в апреле 1999 г. В том же году компания Pura Labs стала использовать слово «блог» в значении глагола «вести блог» и образовала производный термин «блогер (blogger)» - «человек, ведущий блог».

Предшественником блогов, наряду с веблогами, был жанр сетевого дневника (online diary или online journal). Термин блогосфера введен Уильямом Квиком [Quick 2001].

Это понятие быстро вошло в употребление СМИ. Сегодня под блогосферой понимают совокупность всех блогов как социальную сеть и динамичную информационную оболочку.

Блоги рассматриваются как новая коммуникативная и информационная среда, новый жанр, средство выражения общественного мнения.

Видится целесообразным в данной статье придерживаться следующего определения блога. «Веб-сайт (или раздел веб-сайта), содержащий датированные записи мультимедийного характера, расположенные в обратном хронологическом порядке, с возможностью оставления комментариев к записям и просмотра любой записи на отдельной веб-странице». Блогер – «это человек, вовлеченный в электронную коммуникацию, проводящий огромную часть своего времени спиной к реальному миру, лицом к монитору компьютера. Буквы и другие символы, появляющиеся на экране, общение с виртуальными собеседниками заменяют во многом для него действительность действия и традиционные формы человеческой коммуникации, причем коммуникации неофициальной, интимной, существующей обычно в устной форме» [Сидорова 2003].

Как языковое явление, возникшее сравнительно недавно, блог особенно важен для современной лингвистики. В исследовании языка блогеров необходимо учитывать то, как он функционирует в Интернете, не обходя стороной особенности «сложного взаимодействия некоторого открытого множества факторов при изначальной включенности человека в социально-культурный контекст взаимодействия в Сети» [Зайцева 2006].

Ученые лингвисты признают сегодня за интернет-пространством «право», порождающее новые жанрово-видовые характеристики текста и языка, и даже претензию на изменение языковой нормы как таковой. «Сегодня в связи с новой языковой реальностью, с русской речевой

действительностью следует несколько пересмотреть норму литературного языка именно для его сохранения. Действительно пришло время на государственном уровне регламентировать русское языковое употребление. Важно обновить литературную норму в отношении электронных СМИ по линии ее расширения, соотнесения с живым разговорным языком, с речевой практикой, а определить границы расширения, выработать принципы и правила регулирования должны не юристы, а лингвистическое сообщество, базовые кафедры» [Иванова 2017].

Язык блогеров некоторыми учеными выделяется сейчас как третья форма речи наряду с устной и письменной. Таковые идеи содержатся в работах Волохонского В.Л., Голубевой И.В., Горошко Е.И., Зайцевой Ю.Е. Свою позицию они мотивируют тем, что сфера функционирования этого подъязыка четко отграничена от других сфер коммуникации (осуществляется при помощи технических электронных средств и всегда опосредована ими); этот подъязык служит удовлетворению специфических коммуникативных целей (общение ради общения); языковые средства этой функциональной разновидности языка характеризуются определенным набором уникальных (или практически уникальных) лексических и грамматических характеристик, которые могут быть выделены, формализованы и образуют единый прагматический комплекс.

Коммуникации в блогосфере имеют свои особенности, которые отличают их от других типов коммуникаций:

- полифоничность данного вида общения предполагает смешение большого количества различных типов дискурса и речевых вариаций;
- изменчивость вариантов создания и восприятия текста под влиянием гипертекста и интерактивной формы коммуникации (например, гиперссылочный аппарат

подразумевает для читателя возможность не только идти по пути развертывания авторского текста, но и осуществлять собственную навигацию;

- дистантность и анонимность блога также влияют на коммуникацию в нем. Языковые особенности блога позволяют практически любому человеку быть одновременно и блогером и читателем. Выбор роли чаще всего обусловлен желанием самого человека. Свободное вхождение в интернет-коммуникации подобного рода имеет и свои негативные аспекты. «Эти факторы, наряду с физической непредставленностью участников общения, возможностью «присоединиться» или «отсоединиться» в любой момент общения, отсутствием инструментов принуждения способствуют усилению девиантного коммуникативного поведения (явления спама, флуда)» [Волохонский 2006]. Язык блогеров – явление неслучайное, обусловлено множеством факторов и имеет в основе своей определенные закономерности. Сама специфика поддержания интернет-коммуникации требует от автора блога максимальной мобилизации языковых средств, имеющихся у него в запасе, для постоянного создания, поддержания и удержания контакта. Нередким инструментом подобного рода является нарушение языковой нормы. Для поддержания непрерывности коммуникации блогеры прибегают к такому приему, как использование реплик таким образом, чтобы за ними непременно последовало продолжение разговора. Стратегия поддержания коммуникативного контакта предполагает взаимную ответственность партнеров за создание комфортной атмосферы общения на основе адекватного реагирования, что достигается при помощи тактики построения ответных реплик. Установление и поддержание контакта требует от автора блога определенного коммуникативного новаторства, чтобы именно данное общение было оригинальным. Креативность языковой личности автора блога в

коммуникативном пространстве постоянно растет. Рост идет по всем языковым уровням, что делает сетевой язык уникальным объектом лингвистического исследования. Именно в блогах наблюдается взрыв народного речетворчества, захватывающий все языковые уровни, но особенно ярко это видно по использованию языковой игры. Нередко такое новаторство выражается в отклонении от графических и грамматических языковых норм;

- в данном типе коммуникации можно говорить о замещенном характере общения, когда минимум информации о виртуальном собеседнике инициирует особенное внимание к метатекстовой информации и ее «дистраивание» до необходимых выводов;

- общение в блоге достаточно (если не сказать, очень) эмоционально. Эмоциональная насыщенность такого общения имеет компенсаторный характер в условиях практически полного отсутствия невербальных средств передачи эмоций и описания эмоциональных состояний. Для усиления эмоциональности коммуникации в блоге используются графические вербальные средства (заглавные буквы, повторение пунктуационных знаков, смайлики и прочее), специальные программные графические средства, предусмотренные программным обеспечением;

- на интернет-коммуникации не может не сказаться добровольность и желательность контактов. Коммуникативное пространство интернета в целом и блога в частности – это своеобразная площадка для построения виртуальной личности с множеством способов самопрезентации и творческой самореализации.

Пользователи блогов часто используют в своей речи различные языковые средства, такие как: междометия, сокращения, аббревиации, фразеологизмы, сленг, неформальная лексика, незаконченные предложения, эпитеты, сравнения и другие. Использование различных

графических средств делает речь блогера яркой, разнообразной и интересной для читателей.

Литература

1. *Breure L.* Development of the genre concept [Электронный ресурс]. - 2001. URL: <http://www.cs.uu.nl/people/leen/GenreDev/GenreDevelopment.html>
2. *Quick W.* I propose a name [Электронный ресурс]. - 2001. URL: http://www.iw3p.com/DailyPundit/2001_12_30_dailypundit_archive.php#8315120
3. *Бахтин М.М.* Проблема речевых жанров. - М., 1986.
4. *Виноградов В.В.* Избранные труды. История русского литературного. – М., 1987.
5. *Волохонский В.Л.* Психологические механизмы и основания классификации блогов // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. Блоги: новая реальность: Сборник статей / В.Л. Волохонский, Ю.Е. Зайцева, М.М. Соколов. – СПб., 2006.
6. *Голубева И.В., Левоненко О.А.* К вопросу о чате как ведущем жанре электронного общения // Русская словесность в контексте современных интеграционных процессов. - Волгоград, 2005.
7. *Горошко Е.И.* Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии / Е.И. Горошко // Жанры речи. – Саратов, 2009.
8. *Горшков А.И.* Теория и история русского литературного языка. – М., 1984.
9. *Зайцева,* Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии / Е.И. Горошко // Жанры речи. – Саратов, 2006.
10. *Иванова М.В.* Речь журналистов электронных СМИ// «Учимся говорить по-русски. Проблемы современного языка в электронных СМИ». - М., 2016.
11. *Иванова М.В.* Расширение литературной нормы и его исторические обоснования // Вестник РУДН. Серия "Теория языка. Семиотика. Семантика". – М., 2017.

12. *Иванова М.В., Клушина Н.И.* трансформация медийных жанров в коммуникативном пространстве Интернета // Вестник РФФИ. Гуманитарные и общественные науки. – М., 2017.

13. *Селютин А.А.* Жанры как форма коммуникативного выражения онлайн-личности // Вестник Челябинского государственного университета. - 2009.

14. *Сидорова М.Ю.* Интернет-лингвистика: русский язык. Межличностное общение – М., 2003.

BLOG LANGUAGE

This article shows the analyses of linguistic features in a new type of text, which is a communication in the Internet space. It's blog.

Keywords: genre, blog, blogger, blogosphere, Internet communication.

Н.Ю. Щербакова

(Российский Университет Дружбы Народов)

ПРОБЛЕМА НЕПРОФЕССИОНАЛИЗМА В ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКЕ

Интернет-журналистика вошла в нашу жизнь как новый культурный и цивилизационный феномен. Теперь компьютер может не только перенести нас в желаемую точку пространства или времени, но и позволяет построить новый мир – виртуальный. Именно о построении нового мира в будущем мечтали литературные герои знаменитых антиутопий Хаксли, Оруэлла, Бредбэри. Будущее наступило, оно за Всемирной сетью Интернет. Итак, интернет-журналистика – это качественно новый культурный и цивилизационный феномен, представляющий собой деятельность по формированию и представлению информационных образов актуальности, причем носителями этих образов могут быть не только слова, но и картинка, фотография, кино, видео, звук, веб-страница — любой объект, способный выступать в роли носителя информации или текста в широком смысле этого слова [Калмыков, Каханова 2005; 4].

Мы живем в информационном обществе. Профессор Токийского технологического института Ю. Хаяши характеризовал информационное общество как общество индустрии образов и знаний. Одной из отличительных черт информационного общества, по его мнению, является детерминирование интеллектуальных технологий в технологической и производственной сферах [Хаяши 1969; стр. 189]. Именно поэтому в наши дни Интернет-журналистика стала неотъемлемой частью жизни информационного общества. Безусловно, интернет-журналистика способствует развитию информационного общества, поскольку отличается оперативностью, доступностью, интерактивностью, возможностью просмотреть архивы, всеохватностью. [Машкова 2006;16] Так, М. Маклюэн в своей книге «Галактика Гуттенберга» называл новый мир, который был создан под воздействием электронных СМИ, объединяющих разные страны с помощью телекоммуникационных сетей, «глобальной деревней».[Маклюэн 2003; 47-49] Это сравнение очень точное. Ведь часто именно на просторах Интернета как в деревне появляется непроверенная информация, которая разносится стремительно быстро. Данная проблема говорит о непрофессионализме в интернет-журналистике.

В наши дни проблема профессионализма актуальна для журналистики в целом. В Англии, например, отсутствует высшее журналистское образование. В России кафедра журналистики развита не во всех регионах. Начинающие журналисты осознают то, что журналистика нуждается в подтверждении полученных знаний на практике, поэтому они идут работать в СМИ или ведут блоги, поскольку современному журналисту нужно уметь работать с аудиторией через социальные сети. Здесь и появляется очаг непрофессионализма, поскольку материалы веб-блогеров редко отличаются глубиной изучения и грамотностью изложения. Также И.В. Зиновьев в своей статье

«Современные электронные СМИ и профессионализм журналиста» обращает свое внимание на степень достоверности сведений, распространяемых через Всемирную сеть. Он говорит о том, что наиболее достоверными являются факты и мнения, излагаемые информационными агентствами и интернет-журналами. Блогеры вообще не учитывают этот важнейший в журналистике аспект. При этом речь идет не только о содержании публикаций и откликов на них, но также о подлинности авторства, когда даже подписанная известной фамилией статья может принадлежать совершенно другому лицу, использующему такую подмену в своих интересах. Отсюда вытекает важнейшая задача в работе журналиста, которая заключается в тщательном анализе и многосторонней проверке любых интернет-сообщений, используемых при подготовке собственных публикаций. [Зиновьев 2004; 54]

На мой взгляд, для того чтобы решить проблему непрофессионализма в Интернет-журналистике необходимо более ответственно подходить к написанию статей в Интернете, обучать молодых журналистов техническим новшествам, открывать в вузах специализации «Интернет-журналистика», изучать деловые СМИ, существующие в Интернет-пространстве, достигать конкурентоспособности на рынке информационных услуг, а именно расширять круг специальных дисциплин, ориентированных на современные информационные технологии. И, безусловно, помнить о том, что планка качества сетевого СМИ была установлена Фондом эффективной политики, автором таких сетевых проектов, как ежедневная интернет-газета Gazeta.Ru, «Русский Журнал», национальная информационная служба «Страна.Ru», лента новостей Lenta.ru, ежедневная интернет-газета «Вести». [Машкова 2006; 21] Эти Интернет-издательства являются эталоном профессионализма, на

который должны ориентироваться начинающие Интернет-журналисты.

Литература

1. *Hayashi Yujiro, Johoka shakai* Hado na shakai kara sofuto na shakai [Текст] / Н. Yujiro. – Токио.: Feo, 1969. – 189 стр.
2. *Зиновьев И. В.* Современные электронные СМИ и профессионализм журналиста // Факс: журнал Уральских журналистов. 2004. № 1–2. С. 53–57.
3. *Калмыков А. А., Коханова Л. А.* Интернет-журналистика. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. — 383 с.
4. *Маклюэн М.* Галактика Гутенберга. — Киев, 2003, 432 стр.
5. *Машкова С.Г.* Интернет-журналистика учебное пособие - Изд-во тамб. гос. техн. ун-та, 2006. – 80 с.

PROBLEM OF UNPROFESSIONALISM IN ONLINE JOURNALISM

In this article author considers the concept of online journalism and its effect on the information society. Also, author pays attention to the problem of unprofessionalism in online journalism. At the end of the article author shows ways to solve this problems.

Keywords: Online journalism, web page, information society, media, professionalism, authenticity.

К.А. Щукина

(Санкт-Петербургский государственный университет)

ВИРТУАЛЬНАЯ ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ АВТОРА СОВРЕМЕННОЙ СЕТЕВОЙ ПОЭЗИИ

В статье рассматривается виртуальная языковая личность автора современной сетевой поэзии на примере автора «пирожков» supposedly-me. Проведенный анализ прецедентных феноменов как единиц мотивационного уровня дает представление о виртуальной языковой личности автора.

Ключевые слова: виртуальная языковая личность, прецедентные феномены, «пирожок», современная сетевая поэзия, мотивационный уровень

В лингвистических исследованиях последнего времени происходит постоянное обращение к лингвоперсоналогии, т.е. к анализу языковой личности конкретного носителя языка, реального, вымышленного (персонажа литературного произведения) или виртуального, определенным и характерным образом проявляющего себя в языковом плане.

Современные исследователи обращаются к изучению виртуальной языковой личности, отталкиваясь от определения Ю.Н. Караулова, который определял языковую личность как «совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им речевых произведений (текстов)» [Караулов, 1989, с. 3]. Им же была предложена трехуровневая структура языковой личности, в соответствии с которой выделяются вербально-семантический, лингвокогнитивный и прагматический (мотивационный) уровни. Единицей мотивационного уровня языковой личности, по мнению Ю.Н. Караулова, является прецедентный текст, связанный с элементами других уровней языковой личности. [Караулов, 1987 с. 241].

В отличие от реальной, виртуальная личность реализует себя в виртуальной коммуникативной среде, виртуальном дискурсе. Т.М. Гермашева отмечает, что «виртуальная языковая личность реализуется в создаваемых ею же текстах и проявляется в виртуальной коммуникативной среде как «квазиличность». Такое поведение предполагает установление отношений с виртуальным адресатом с помощью сетевой идентификации, представления аватара, языковых и неязыковых средств виртуальной коммуникации» [Гермашева, 2014].

Виртуальная личность сама себя моделирует, опираясь на свои собственные приоритеты, предпочтения и

т. д. При этом реальная информация об участнике общения остается скрытой, нереализованной, что обуславливает специфику виртуального дискурса и живой научный интерес к проблемам моделирования языковых личностей участников виртуального дискурса, их целей, ценностей, коммуникативных стратегий, специфических средств текстового выражения [Галинская, 2011].

Понятно, что материалом для исследований языковой личности является текст, в котором «реализует себя, с одной стороны, креативный потенциал языковой системы, с другой стороны, лингвокреативный потенциал языковой личности» [Гермашева, 2014]. Ю.Н. Караулов подчеркивал, что «анализ прецедентных текстов может играть не только вспомогательную, побочную роль, но использоваться в качестве самостоятельного средства в изучении и характеристике персонажа как отдельной языковой личности» [Караулов, 1987, с. 236].

Таким образом, определенный исследовательский интерес представляет изучение виртуальной языковой личности автора современной сетевой поэзии с точки зрения анализа мотивационного уровня, а именно прецедентных феноменов, используемых данной языковой личностью, в частности, языковой личностью автора так называемых пирожков – стихотворений из четырех строчек, необычайно популярных в интернете последние годы. Следует обратить внимание на такую особенность виртуальной личности автора пирожка, как анонимность, поскольку автор скрывается за ником (который может быть впоследствии утрачен в связи с распространением стихотворения по интернету). Тем не менее, мы можем рассматривать языковую личность автора пирожка не только как виртуальную языковую личность, но и как языковую личность автора художественного текста.

Материалом для анализа послужили пирожки автора supposedly-me, написанные в период с 2014 по 2017 гг., всего

около 1000 стихотворений. Supposedly-ме достаточно часто использует в своих текстах прецедентные феномены. Мы не будем подробно останавливаться на рассмотрении различных видов прецедентных феноменов, но отметим, что вслед за И.В. Захаренко, В.В. Красных, Д.Б. Гудковым и Д.В. Багаевой [Захаренко, 1997; 82 - 103] разграничиваем следующие их виды: прецедентные имена, прецедентные высказывания, прецедентные тексты и прецедентные ситуации.

Методом сплошной выборки из пирожков supposedly-ме были отобраны следующие прецедентные феномены:

Прецедентные имена, трансформированные по правилам написания пирожков - написание с маленькой буквы и с сокращением количества букв соответственно количеству слогов (исус вместо Иисус), которые мы приводим в более привычном для читателя виде:

Барто, Нил Армстронг, Кастанеда, дон Хуан, Иисус (19 текстов), Иуда (2 текста) Дантес, Иоанн, Лука, Марк, Матвей, Христофор, сатана, ГУЛАГ, Достоевский, Курчатов (4 текста), Берия, Давид и Голиаф, Колумб, будда, Анубис, Пастернак, Ватсон, Боярский, 38 попугаев, 28 панфиловцев, Моцарт, Айвазовский (3 текста), Верлен, Пушкин (5 текстов), Шопен, Ватсон, Сталин, Путин (5 текстов), Навальный, Ильич, Николай Чудотворец, патриарх, Обама, Гоголь, Гагарин (3 текста), Сократ, Перельман, Донцова, Шаинский (4 текста), Чебурашка (2 текста), Муфта, Полботинка и Моховая Борода, Фрейд, Цой, Саврасов (2 текста), Адам и Ева, Герасим (2 текста), Мазай, Эйнштейн, Игги Поп, Меладзе, Куклачев, Маккартни, Петросян, Чингачук, Мересьев, Че Гевара, Один, Игдрасиль, Тамара.

Отметим, что как прецедентные в основном выступают имена классиков русской литературы, библейских персонажей и святых, персонажей классической русской литературы и мультфильмов, политических

деятелей, поп-звезд, ученых и др. Наиболее частотным является употребление прецедентного имени Иисуса.

Прецедентные высказывания из текстов пирожков мы также приводим в виде первоначальной цитаты, а не в трансформированном:

«не утонет в речке мяч», «где стол был яств», «февраль – достать чернил и плакать», «владычица морская», «элементарно, Ватсон», «повесил свой сюртук на спинку стула музыкант», «и под каждым ей кустом был готов и стол, и дом», «выпьем, няня: где же кружка?», «колокольчик в твоих волосах звучит соль-диезом», «спасибо деду за Победу», «не велеть ли в санки кобылку бурую запретить?», «зима! Крестьянин, торжествуя», «мой конь притомился», «ведь были ж схватки боевые», «Татьяна пред окном стояла, на стекла хладные дыша», «что за комиссия, создатель», «когда усталая подлодка из глубины идет домой», «в горящую избу войдет», «бог есть любовь», «как из города из Мурома, из села из Карачарова», «люблю грозу в начале мая», «в салазки жучку посадив, себя в коня преобразив; шалун уж заморозил пальчик: ему и больно и смешно, а мать грозит ему в окно», «Не верю!», «рожденный ползать летать не может», лучшие синица в руках, чем журавль в небе.

Авторов цитат мы не уточняем, т.к. предполагаем, что данные цитаты известны всем образованным носителям языка. Стоит отметить большое количество цитат из русской классики, точнее, той русской классики, которая входит в школьную программу по литературе. Подчеркнем, что не только имя Пушкина является прецедентным, но и его произведения как источники прецедентности, очевидно, опережают любые другие – особенно роман «Евгений Онегин» является значимым для языковой личности supposedly-me.

Прецедентные тексты: Евангелие, «Поэт и толпа», «Сказка о мертвой царевне», «Стрекоза и Муравей»,

«Красная Шапочка», «Кот в сапогах», «Над пропастью во ржи», «Мастер и Маргарита», «Властелин колец», миф о Прометее, Yellow submarine, «Выхожу один я на дорогу», Колобок, «Демон» Лермонтова, «Пророк» Пушкина.

Прецедентные ситуации: высадка американцев на Луну, распятие Христа, воскресение Христа и праздник Пасхи, дуэль Пушкина и Дантеса, подвиг панфиловцев, сожжение 3 тома «Мертвых душ».

Кроме того, очевидной характеристикой языковой личности supposedly-me является соединение в текстах пирожков нескольких прецедентных феноменов (подробнее об этом см. [Щукина, 2015; 52]), «которые являются ассоциативными стимулами, оживляющими в сознании носителя языка концепты прецедентных текстов» [Слышкин, 2000; 37]. Следует отметить, что часто отсылка к прецедентному феномену завуалирована, декодировать ее непросто, и читателю следует подумать и вспомнить, какое именно имя/текст/высказывание/ситуация имеется в виду:

*однажды гоголь по ошибке
вдруг начал пушкина писать
но слава богу спохватился
и всё написанное сжѐг*

© supposedly-me

Казалось бы, всем известны прецедентные имена Пушкина, Гоголя и прецедентная ситуация с сожжением 2 тома «Мертвых душ». Но, кроме того, представляется, что в тексте содержится аллюзия на известные «Литературные анекдоты» Д.И. Хармса (постоянными персонажами которых являются и Пушкин, и Гоголь: «Однажды Гоголь переоделся Пушкиным»), которую искушенный читатель может вывести из словосочетания «по ошибке».

Приведем еще один пример неочевидной отсылки к прецедентному тексту:

*заметь что лунная дорожка
всегда протянута к тебе*

*и это как бы знак что каждый
имеет шанс по ней пройти*

© supposedly-me

Словосочетание «лунная дорожка» отсылает читателя к концу романа «Мастер и Маргарита» М.А. Булгакова: «От постели к окну протягивается широкая лунная дорога, и на эту дорогу поднимается человек в белом плаще с кровавым подбоем и начинает идти к луне. Рядом с ним идет какой-то молодой человек в разорванном хитоне и с обезображенным лицом. Идущие о чем-то разговаривают с жаром, спорят, хотят о чем-то договориться.» [Булгаков, 1988; 668]. Интересно, что к тексту «Мастера и Маргариты» supposedly-me обращался неоднократно, см. наш разбор пирожка 2011 года в вышеупомянутой статье [Щукина, 2015].

Ю.Н. Караулов отмечал, что прецедентные для данной языковой личности тексты отнюдь не представляют собой «некий декорум в организации и функционировании языковой личности»; что, проанализировав их, «мы получаем «в остатке» те проблемы, которые данная личность считает жизненно важными, самыми главными для себя как представителя человечества и над разрешением которых она бьется; мы получаем набор черт ее индивидуального характера, отраженный с помощью тех же прецедентных текстов; мы получаем, наконец, систему и чисто прагматических критериев и оценок, с которыми языковая личность подходит к жизненным ситуациям и коллизиям, а соответственно, и совокупность мотивов, определяющих ее позицию и образ действий» [Караулов, 1987; 234].

Итак, что мы можем сказать о языковой личности автора пирожков supposedly-me? Очевидно, что перед нами образованная личность, обладающая определенным культурным уровнем, с успехом освоившая школьную программу по литературе (и не только – *Верлен* и «*Над пропастью во ржи*» *Сэллинджера* в нее не входят), уделившая особое внимание творчеству и жизни Пушкина;

интересующаяся религией (частотное упоминание библейских персонажей, «*бог есть любовь*», *воскресение Христа*) и мифологией (*Один, Иггдрасиль, Анубис*), возможно, и восточными практиками (*будда*); проявляющая внимание к политике (*Ильич, Сталин, Берия, Путин*) и высмеивающая звезд современной поп-культуры. Кроме того, данная языковая личность характеризуется плодовитостью (1000 пирожков за три года) и высокой креативностью, в частности, выражающейся в частотном использовании приема аллюзии и неоднократном соединении нескольких прецедентных феноменов в рамках одного текста. Как отмечает О.В. Лутовинова, «лингвистическая компетенция участников виртуального дискурса состоит в умении использовать вербальные средства во всем разнообразии их грамматико-парадигматических, семантико-синтаксических и ассоциативных связей. (...) Высшей степенью обладания лингвистической коммуникативной компетенцией является способность языковой личности включаться в языковую игру» [Лутовинова, 2012], что, как мы видим, и делает с большим успехом supposedly-me.

Перспективной темой дальнейших исследований представляется анализ и сравнение мотивационного уровня нескольких виртуальных языковых личностей.

Литература

1. Supposedly-me. <http://poetory.ru/content/list?author=598>
2. Булгаков М.А. Белая гвардия. Мастер и Маргарита. – Мн., 1988.
3. Галинская Т.Н. Роль прецедентных текстов в идентификации виртуальной языковой личности // Вестник ОГУ. 2011. №17 (136). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/rol-pretседentnyh-tekstov-v-identifikatsii-virtualnoy-yazykovoy-lichnosti> (дата обращения: 21.01.2018).
4. Галинская Т.Н. Роль прецедентных текстов в идентификации виртуальной языковой личности // Вестник ОГУ. 2011. №17 (136). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/rol-pretседentnyh-tekstov-v-identifikatsii-virtualnoy-yazykovoy-lichnosti>

pretsedentnyh-tekstov-v-identifikatsii-virtualnoy-yazykovoy-lichnosti (дата обращения: 19.01.2018).

5. Гермашева Татьяна Мартиросовна Виртуальная языковая личность в пространстве блог-дискурса // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2014. №2 (140). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/virtualnaya-yazykovaya-lichnost-v-prostranstve-blog-diskursa> (дата обращения: 19.01.2018).

6. Захаренко И.В., Красных В.В., Гудков Д.Б., Багаева Д.В. Прецедентное имя и прецедентное высказывание как символы прецедентных феноменов // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. М.: Филология, 1997. Вып. 1. С. 82–103.

7. Караулов Ю. Н. Ассоциативная грамматика русского языка. - 2-е изд. - М., 2010.

8. Караулов Ю.Н. Русская языковая личность и задачи ее изучения // Язык и личность. - М., 1989. С. 3–8.

9. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. - М.: Наука, 1987. - 264 с.

10. Лутовинова Ольга Васильевна Коммуникативное пространство виртуальной языковой личности // Известия ВГПУ. 2012. №11. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnoe-prostranstvo-virtualnoy-yazykovoy-lichnosti> (дата обращения: 24.01.2018).

11. Панарина Н. С. Прецедентный текст как культурно значимая когнитивная модель // Вестник ПНИПУ. Проблемы языкознания и педагогики. 2013. №8. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/pretsedentnyy-tekst-kak-kulturno-znachimaya-kognitivnaya-model> (дата обращения: 20.01.2018).

12. Салимова Л. М. Теория языковой личности: современное состояние и перспективы исследования // Вестник Башкирск. ун-та. 2012. №3(1). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-yazykovoy-lichnosti-sovremennoe-sostoyanie-i-perspektivy-issledovaniya> (дата обращения: 19.01.2018).

13. Слышкин Г.Г. Лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе: моногр. - М.: Academia, 2000. -140 с.

14. Щукина К.А. Прецедентные феномены в *пирожках* и *порошках* – новых жанрах современной интернет-поэзии. // Мир русского слова. 2015. № 4. С. 49-54.

VIRTUAL LINGUISTIC IDENTITY OF THE AUTHOR OF MODERN INTERNET POETRY

The article deals with the virtual linguistic identity of the author of modern internet poetry on the example of the author of "pirozhok" *supposedly-me*. The analysis of precedent phenomena as units of the motivational level gives an idea of the virtual linguistic identity of the author.

Key words: virtual linguistic identity, precedential phenomena, "pirozhok", modern internet poetry, motivational level

О.В. Щукина

*(Приднестровский государственный университет
им. Т.Г. Шевченко)*

ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В КОНТЕКСТЕ ПЛЮРИЛИНГВИЗМА

В статье рассмотрены вопросы обучения иностранному языку с использованием плюрилингвального подхода. При этом плюрилингвальное обучение рассматривается в двух аспектах – как образование для плюрилингвизма и образования посредством плюрилингвизма.

Ключевые слова: плюрилингвизм, многоязычие, иноязычное образование

Плюрилингвальное обучение, являясь одним из приоритетов Совета Европы в силу мультилингвального характера европейского языкового сообщества, призвано обеспечить образование, адаптированное нуждам многоязычных граждан. При этом, плюрилингвальное обучение имеет два основных аспекта: обучение для плюрилингвизма и обучение посредством плюрилингвизма. Понимание и изучение разнообразия языков и культур является целью и источником качественного образования.

По мнению специалистов, более половины мирового населения билингвальны, либо многоязычны, что привело к тому, что би- и полилингвизм уже стали нормой современного общества. В некоторых случаях большая часть представителей нации являются билингвальными или мультилингвальными.

Обилие терминологии в рассматриваемой области знаний часто приводит к синонимичному использованию терминов многоязычие, полилингвизм, мультилингвизм и плюрилингвизм. «В современной отечественной лингвистике существует несколько равнозначных терминов для обозначения ситуации, когда отдельный индивид или некая социальная общность людей используют несколько языков при взаимодействии с другими людьми, при этом язык выбирается в соответствии с конкретной ситуацией общения» [Лыкова 2012; 7-14].

Как правило, различия терминов плюрилингвизм и многоязычие сводится к разграничению объектов, которые характеризуются данными терминами – индивид и общество. Плюрилингвальным называют общество, члены которого могут быть охарактеризованы как плюрилингвальные индивиды, живущие в условиях «диалога культур», при этом термин «мультилингвизм» или «многоязычие» имеет более обобщенный и неопределённый характер. «...в эти два близких термина вкладывается различное понятийное содержание, и с этим сталкиваются все, кто начинает интересоваться проблемами многоязычия. Наиболее четко это различное понимание этих двух терминов изложено в статье президента Европейской обсерватории по плюрилингвизму Кристиана Трамбле «От мультилингвизма к плюрилингвизму», написанной в 2007 г. Уже в начале статьи к. Трамбле ссылается на Европейскую хартию плюрилингвизма (2005), в которой определяется, что «под плюрилингвизмом понимается употребление нескольких языков одним человеком. Это понятие отличается от понятия

многоязычия, которое означает сосуществование нескольких языков внутри социальной группы.» [Лыкова 2012; 7-14].

Именно в контексте диалога культур плюрилингвальный подход в обучении иностранным языкам более продуктивен и рекомендуется как основной принцип овладения как первым иностранным языком, так и последующими.

Развитие системы плюрилингвального обучения вызвало необходимость формулирования конкретных дидактических подходов, побуждающих к более тщательному явному и скрытому сопоставлению языков в рамках учебного процесса, использованию типологических характеристик языков, принадлежащим к одной языковой группе, побуждение учащихся к анализу и синтезу языковых явлений.

«Практика преподавания иностранного языка, опирающаяся на общеевропейские компетенции владения иностранным языком в соответствии с понятием «плюрилингвизм», позволяет:

- проводить систематическое исследование взаимодействия различных методов обучения языку;
- разрабатывать стратегии формирования навыков понимания иноязычной речи и говорения на иностранном языке;
- осуществить индивидуальный режим обучения (индивидуальной траекторией обучения);
- соединить знания языка с эффективным использованием имеющихся языковых ресурсов каждого ученика (родной язык и изучаемые языки)» [Романова 2014; 142 -144].

Плюрилингвальный подход к обучению языкам позволит способствовать развитию знаний учащихся о других языках, формированию способности сравнивать, анализировать, идентифицировать языковые единицы. При этом познание родного языка перейдет на качественно новый

уровень в силу вынужденной необходимости сопоставления с ним иноязычных систем.

В некоторых случаях плюрилингвальный подход к обучению способствует выявлению языкового разнообразия региона, в котором проживают учащиеся в связи с фокусированием внимания на официальных языках государства, языках национальных меньшинств, родных языках неоднородных в языковом отношении групп учащихся. При этом языки становятся видимыми для учащихся, устанавливается непосредственный контакт с различными языками.

Достижение когнитивных преимуществ многоязычного образования позволит решить ряд общедидактических и общекультурных задач: развитие открытости, уважения и межкультурных компетенций у учащихся; демонстрация равнозначной роли всех языков в классе; создание пространств для собственных языков, культуры и традиций учащихся; развитие любопытства, уважения ко всем языкам, увеличение мотивации к изучению языков.

Литература

1. *Лыкова Н.Н.* Плюри-/мультилингвизм и язык науки. Плюрилингвизм и мультилингвизм: проблемы и стратегии развития. Материалы международного научного семинара. Тюмень, 2012.

2. *Романова С.А.* Обучение иностранным языкам в сфере реализации общеевропейской концепции плюрилингвизма. Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2014. No 9 (39): в 2-х ч. Ч. I.

PECULIAR FEATURES OF FOREIGN LANGUAGE TEACHING IN PLURILINGUAL CONTEXT

The article considers the issues of teaching a foreign language using the plurilingual approach. At the same time, plurilingual education is considered in two aspects - as education for plurilingualism and education through plurilingualism.

Keywords: plurilingualism, multilingualism, foreign language education.

И. Юнес

(Российский университет дружбы народов)

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АРАБОЯЗЫЧНЫХ СЛОВ
В РОССИЙСКОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ
КАК МЕХАНИЗМ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА АУДИТОРИЮ
(НА ПРИМЕРЕ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА
ОНЛАЙН-ПОРТАЛА ДЕЛОВОЙ ГАЗЕТЫ
«КОММЕРСАНТЬ»)**

В научной статье исследуется механизм воздействия арабских слов на аудиторию в российском медиапространстве, показана методика их искажения с изменением эмотивного значения на примере контент-анализа онлайн-портала деловой газеты «Коммерсантъ»).

Ключевые слова: арабоязычная лексика, онлайн-портал деловой газеты Коммерсантъ, механизм воздействия на аудиторию, манипулирование сознанием, трансформация эмотивного значения.

В российском медиапространстве циркулирует огромное количество арабских слов с искаженным значением, которые глобально влияют на представления россиян об исламе, создавая отождествление последнего с экстремистской идеологией и практикой.

Верно подметила журналистка Надежда Кеворкова, «нашим экспертам все ясно: приезжие - грязь, террорист - исламский, таджики - наркокурьеры, интернационал - мусульманский, война – цивилизаций».

В прессе крайне редко можно встретить материалы, которые освещают информацию об исламе, которая не связана с политическим контекстом.

Однако это еще полбеды, но намного опаснее то, что журналисты чаще всего бывают элементарно невежественны по отношению к истории и специфике религии ислам. Часто

причиной служит уже сформированное мировоззрение журналиста под влиянием искажающей функции СМИ, а также под воздействием ксенофобии [Дробижева 2007; 23-25].

В российском медиaprостранстве по-прежнему можно встретить и «мусульманские церкви», что тождественно в степени своей абсурдности выражению «христианские мечети». Не говоря уже об употреблении термина «шафииты» (один из толков суннитского ислама) вместо понятия «шииты».

Надо сказать, что необходимость объективной и правдивой информации, а не только негативной повестки дня по отношению к теме ислама и мусульман очевидна не всем. Именно поэтому в этом направлении мало что предпринимается, а скорее даже наоборот – проблема усугубляется и доводится до абсурда.

В современной российской прессе в последнее время журналисты все чаще употребляет конфессиональную лексику арабского происхождения. Надо сказать, что прием использования арабских слов сейчас достаточно популярен практически во всех российских СМИ. Журналисты намеренно актуализируют слова этой семантической группы, добавляя к ним дополнительные коннотации, которые замещают истинное значение данных слов. В прессе за последние десять лет появлялись и вследствие стали для всех понятными такие арабские слова как: «моджахед», «ваххабит», «шахид», «джихад», «талиб» и др. Однако какое значение для россиян носят все эти неологизмы?

Если сравнить истинное значение этих слов и то, что в них вкладывают российские журналисты, становится понятно, что разница просто диаметрально противоположная. Значения таких заимствований не просто претерпели трансформацию, они обрели негативный оттенок и отрицательную оценку.

Например, слово «**шахид**», которое в арабском языке

обозначает «мученик за веру» **ديہش**, в русской прессе соотносится с отрицательной коннотацией и прямой оценкой «исламский террорист-самоубийца, камикадзе», причем слово «исламский» в этой конструкции тоже употреблено неверно, так как мировая религия ислам и терроризм никак не связаны. Показательный пример искажения данного слова можно увидеть в материале на онлайн-портале издания «Коммерсантъ» от 24.04.2017 под названием «Афганистан ответил на бомбу бойней. Нападение на базу сил безопасности стало крупнейшим терактом с 2001 года».

«Проникнув на территорию базы, вооруженные автоматами и ручными гранатами и имевшие при себе **пояса шахидов**, талибы открыли огонь по военнослужащим...».

Слово «**моджахед**» в арабском языке **دہاجم** «борец за правое дело», в российской прессе, как правило, имеет два значения — «1) боец в вооруженном формировании, который выступает за оппозицию во время войны; 2) «воин, террорист».

Тот же самый подход в искажении исконно арабского смысла мы видим **в материале от 03.12.2016 под названием «Сергей Лавров обратился к Риму и миру»:**

«Затем министр напомнил, что во время советского вторжения в Афганистан США поддерживали **моджахедов**, которые позднее переродились в "Аль-Каиду".

Слово «**ваххабит**» от арабского **ويہاؤ** — «тот, кто приносит дар, жертвующий» в прессе России закрепляется как название политического движения религиозного характера «приверженец Ислама, тот, кто проповедует религиозную чистоту, отказ от роскоши и т.д.». Это понятие в его искаженном значении мы встречаем на онлайн-портале газеты **"Коммерсантъ"** в заголовке материала от **22.08.2017**

«Выданный из Чехии ваххабит оказался неподсуден в России».

Понятие джихад **داهج** — в первом значении толкуется в арабском языке как «усилия; старания во имя Аллаха», в материалах российских журналистов оно имеет значение «священная война, которая объявляется мусульманами иноверцам», «вооруженная борьба». Однако последний вариант значения этого слова в российской прессе в корни неверен, так как не соответствует истинному значению этого слова. Что, к слову, не мешает использовать именно это значение онлайн-порталу газеты **"Коммерсантъ"** в материале от **21.08.2017** «Террор по-королевски. Ударной силой **мирового джихада** становятся марокканцы»:

«Для экспертов по терроризму подобная активность марокканских **«воинов джихада»** сюрпризом не стала».

Согласно канонам Карана, самым сложным джихадом считается борьба с самим собой - внутренними страстями, пагубными привычками, желаниями, наклонностями. Это один из основных столпов религии и он совсем не сводится к примитивной борьбе с неверными.

Такого рода расхождения между значением первоисточника и заимствованием - яркий пример того, как одно и то же слово отражает в разных языках противоположные точки зрения на, казалось бы, один и то же факт реальной действительности: мученик - превращается в террориста-смертника, борец за правое дело — в воина-террориста, служение богу — в вооруженную борьбу.

Также важной проблемой становится то, что большая часть Российского общества смешивает в одно такие понятия как ислам и исламизм, последнее в русской традиции погранично с радикализмом и терроризмом. Сходство в звучании слов ислам и исламизм уже наталкивает человека на то, чтобы проводить аналогию между двумя этими понятиями. Но это два абсолютно разных явления и очень печально, что схожесть наименований (которая видится нам неслучайной, а тщательно выверенной СМИ и государственной политикой) запутывает людей, позволяет

мешать их в одно целое.

Например, мы выяснили посредством поиска по одному слову «исламисты», что во всех информационных продуктах онлайн-портала «Коммерсантъ» количество материалов с 03.11. 17 по 12.11.2016 превышает 220 материалов.

Так, в материале от 30.10.2017 онлайн-портала под названием «Политическое урегулирование — не дело техники» два раза употребляется данное слово: «он уточнил, что **исламисты** контролируют менее 5% территории Сирии (до начала операции ВКС в сентябре 2015 года было 70%)».

«Военный эксперт Антон Лавров отмечает: учитывая снижение интенсивности боевых действий и предстоящую победу над **исламистами**, Минобороны может сократить количество ударных машин».

В данном материале слово «исламисты» противопоставляются понятию «террористы», что накладывает негативный след и на сам ислам, выстраивая тем самым цепь: ислам – исламисты – террористы.

Интересно, что отрицательного эмотивного значения журналисты материалов в российской прессе добиваются посредством сочетания арабизмов со словами, которые содержат компонент семантического характера «насилие»: мишень, казнены, оружие, вооружены, разжигать, теракты, взрыв и др.

Семантика арабских терминов стирается, несмотря на свою однозначность. Эти слова превращаются в слова-«этикетки», которые нередко характеризуют, например, лишь организацию, использующую эти термины в качестве своего названия, — ваххабиты, моджахеды, талибы. Однако все это нельзя без изменений переносить в русский язык, так как данные организации далеки от традиционного ислама и часто следуют своим радикальным взглядам и искаженным видением мусульманства.

Конечно, духовные лица в исламе пытаются

рассказывать о том, что ислам – это в первую очередь мир, однако этим объяснениям уже никто не верит, когда по телевизору и в прессе речь идет об исламистах, которые в очередной раз взорвали школу или обстреляли больницу.

Тезис о миролюбии ислама опровергается в каждом материале медиапространства, где говорят и пишут о мусульманах, которые убивают людей. Но никого уже не интересует, что если ты убиваешь людей, значит ты уже не мусульманин, ведь в мусульманстве, как и в христианстве действуют священные заповеди «Не убей, не укради» [Блохин 2008; 35].

За последние несколько лет создание негативного образа ислама российской прессой стало очевидным, случаи нагнетания обстановки участились, а освещение событий на Ближнем Востоке стали основой для этого процесса. Конечно, не вся пресса следует такому пути. Однако, на наш взгляд, этого все же недостаточно.

То, как видит арабский мир российское общество, практически тождественно тому, что распространяется в российском медиапространстве об арабском мире и обо всем, что с ним связано. Тем самым формируется ряд стереотипов, которые ассоциируются у населения с определенным народом, с определенной страной.

Однако наиболее важная причина того, что ислам и мусульманство обрастает мифами, стереотипами и негативным отношением, это то, что терроризм использует религию ислам в своих целях, он эксплуатирует религию, чтобы привлечь на свою сторону больше людей и объяснить псевдорелигией свои кровавые действия.

Именно поэтому в метро можно встретить глаза, полные страха, когда девушка в хиджабе заходит в вагон метро. Ведь она может оказаться террористкой-смертницей, и что тогда? И люди боятся, стараются избегать тех, кто на них не похож и может оказаться потенциально опасным, потому что в СМИ твердят об этом каждый день. Интересно, что

отрицательного эмотивного значения журналисты добиваются посредством сочетания арабизмов со словами, которые содержат компонент семантического характера «насилие»: мишень, казнены, оружие, вооружены, разжигать, теракты, взрыв и др. Надо отметить, что арабизмы в российской прессе журналисты применяют к событиям на Ближнем Востоке, а также используют их в описании российской действительности. Именно это обстоятельство делает проблему и национального, и международного уровня.

Литература

1. *Блохин И.Н.* Журналистика в мире национальных отношений. СПб, 2008. с 35.
2. *Блумер Г.* Коллективное поведение. Уфа: Библиотека БГУ «Ихтик», 2003 – 280 с.
3. *Дробижева Л.М.* Толерантность и рост этнического самосознания: пределы совместимости // От толерантности к согласию. М., 2007 – 23-25 с.
4. «Афганистан ответил на бомбу бойней. Нападение на базу сил безопасности стало крупнейшим терактом с 2001 года» [Электронный ресурс] онлайн-портал газеты Коммерсантъ, материал от 24.04.2017 - Режим доступа:
<https://www.kommersant.ru/doc/3280566?query=%D1%88%D0%B0%D1%85%D0%B8%D0%B4>(дата обращения: 15.10.2017)
5. «Сергей Лавров обратился к Риму и миру», [Электронный ресурс] онлайн-портал газеты Коммерсантъ, материал от 03.12.2016 - Режим доступа:<https://www.kommersant.ru/doc/3161446?query> (дата обращения: 10.10.2017)
6. «Выданный из Чехии ваххабит оказался неподсуден в России», [Электронный ресурс] – онлайн-портал газеты Коммерсантъ, материал от 22.08.2017, Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3390359?query>(дата обращения: 12.10.2017)
7. «Террор по-королевски. Ударной силой мирового джихада становятся марокканцы», [Электронный ресурс] онлайн-портал газеты Коммерсантъ, материал от 21.08.2017, Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/daily/103016>

8. «Политическое урегулирование — не дело техники» [Электронный ресурс] онлайн-портал газеты Коммерсантъ, материал от 30.10.2017, - Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3454164?query> (дата обращения: 28.10.2017).

THE USAGE OF ARABIC WORDS IN THE RUSSIAN MEDIA SPACE AS A MECHANISM OF THE IMPACT ON AUDIENCE (ON THE EXAMPLE OF CONTENT-ANALYSIS OF BUSINESS NEWSPAPER "KOMMERSANT" ONLINE-PORTAL)

In the scientific article, the mechanism of the impact of Arabic words on the audience in the Russian media space is studied, the methodology of their distortion with changing emotional value is shown on the example of content analysis of the business newspaper Kommersant online portal.

Key words: Arabic-language vocabulary, Kommersant business newspaper online portal, mechanism of influence on the audience, manipulation of consciousness, transformation of emotional value.

Е. В. Юрьева

(Донецкий национальный технический университет)

АНАЛИЗ ДИСКУРСА СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В РАКУРСЕ ИНТЕГРАТИВНОЙ МЕТОДИКИ

В данной статье обосновываются причины, цели и задачи использования интегративной методики для анализа дискурса социальной рекламы.

Ключевые слова: дискурс социальной рекламы, интегративная методика, критический дискурс-анализ, адресант, адресат.

Сочетание прагматического, коммуникативного и когнитивно-концептуального подходов к изучению дискурса социальной рекламы позволяет определить условия, а также способы его эффективного функционирования.

Следовательно, нельзя рассматривать исследования организации дискурса социальной рекламы в рамках одного

подхода: изучение данного дискурсивного образца должно быть комплексным, по-нашему мнению, уместно опираться на интегративную методiku дискурс-анализа.

Интегративная методика дискурс-анализа отражает коррелятивные связи между уровнями (вербально-семиотическим, мотивационно-прагматическим, когнитивно-эксplanаторным) и этапами (описание, интерпретация, объяснение) исследования дискурса; аналитическими категориями, специфическими для уровней и этапов, и лингвистическими средствами описания категорий [Кравченко 2012; 51].

Интегративная методика анализа дискурса является обобщением исследовательских принципов, методов и результатов основных школ и направлений критического дискурс-анализа (далее КДА) [Кравченко 2012; 51].

Интегративная методика имеет двуединую цель: раскрыть социальные представления адресанта и определить степень воздействия его речи на адресата.

КДА заявил о себе как о новом научно-теоретическом и прикладном направлении еще в начале девяностых годов двадцатого века. Программой работы для зарождения КДА как отдельной школы в лингвистике послужила работа «Язык и власть» (1989) Нормана Фэйрклау, которая содержит анализ господствующих дискурсов Великобритании (политической риторики тэтчеризма и «новой экономической» рекламы) [Кравченко 2012; 9].

КДА дает возможность исследовать дискурс социальной рекламы как инструмент формирования общественного мнения и способ демонстрации определенных социальных норм.

Критический анализ дискурса представляет собой междисциплинарный подход к изучению коммуникации в социокультурном контексте, так как устанавливает связи «между знаками, значениями, социальными и историческими условиями, которые задают семиотическую структуру

дискурса» [Фолер 1991; 5], эксплицирует детерминированность текстовых структур социальным, когнитивным, политическим, историческим и культурным контекстами [Кравченко 2012; 9]. Проблемы КДА в зарубежном языкознании рассматриваются в работах Р. Водак, Т. ван Дейка, Гунтера Кресса, Н. Фейрклау и др.

Язык воспринимается и изучается как одна из форм социальной практики, которая воздействует на социальную структуру и, одновременно, испытывает на себе ее влияние: любые социальные реалии реализуются и конструируются в дискурсе и через дискурс [Кравченко 2012; 9]. Критическим дискурс-анализом осуществляется попытка свести социальное измерение проблемы к комплексному исследованию «треугольника» из дискурсивного, когнитивного и социального ее аспектов [Дейк 2001; 95-120].

КДА объединяет понятия и категории прагматики, социальной семиотики, конверсационного анализа системно-функциональной лингвистики, риторики, социальной психологии, лингвистики текста, когнитивно-лингвистического подхода к изучению метафоры, интеракционной социолингвистики.

Н. К. Кравченко в работе «Практическая дискурсология: школы, методы, методики современного дискурс-анализа» говорит о том, что КДА фокусируется на таких направлениях практического анализа:

1) выявляет и объясняет политико-идеологическую основу дискурса – механизмы формирования, проявления и воспроизводства посредством дискурса властных отношений в обществе; эксплицирует манипулятивность идеологических и политических представлений;

2) определяет роль дискурса в воспроизводстве социального, гендерного, расового или этнического неравенства, отношений имплицитного подчинения, что связано с обоснованием идейного фундамента КДА – концепцией критики;

3) объясняет значение интердискурсивных, интертекстуальных связей, в которые «встроен» текст (Норман Фэйрклау), в конструировании нового дискурса и структурируемой посредством него социокультурной реальности;

4) систематически анализирует прагматические факторы и контекст (социальный, идеологический, исторический), референцию, пресуппозицию, импликации, имплицатуры. Согласно Т. ван Дейку, текст – «айсберг информации», и только «вершина» айсберга выражена словами и предложениями. Остальная часть предположительно восполняется скриптами и моделями и, соответственно, обычно остается невысказанной;

5) объясняет создание и воспроизводство социальных стереотипов и предубеждений сочетанием комплекса когнитивных процессов; выявляет роль дискурсивных практик в конструировании социально-культурных концептов: гражданства, политического участия, представительства и др.; критически обосновывает знания, заложенные в дискурсе, в их взаимосвязях с властными и идеологическими структурами (Т. ван Дейк);

6) изучает различные дискурсивные образцы как формы социальной и политической интеракции – локальной и глобальной; выявляет макростратегии, стратегии, тактики, семантические (речевые) ходы, социально-коммуникативные роли.

Обозначенные исследовательские ориентиры так или иначе связаны с тремя основными школами КДА: 1) дискурс-анализом Нормана Фэйрклау; 2) когнитивной теорией дискурса Т. ван Дейка; 3) дискурсивной социолингвистикой, представленной Венской школой анализа дискурса [Кравченко 2012; 11-12].

Итак, интегративная методика дает возможность рассмотреть дискурс социальной рекламы как средство социального воздействия, инструмент, который направлен на

перформатирование сознания адресата (как отдельного индивида, так и речевого сообщества), преобразование основных составляющих его языкового сознания и концептуальной картины мира.

Литература

1. *Кравченко Н. К.* Практическая дискурсология: школы, методы, методики современного дискурс-анализа / Н. К. Кравченко / Практическое пособие – Луцьк: Волиньполіграф, 2012. – 251 с.
2. *Dijk T. A. van.* Multidisciplinary CDA: a plea for diversity / T. A. van Dijk // R. Wodac, M. Meyer. *Methods of Critical Discourse Analysis.* – London: Sage, 2001. – P. 95–120.
3. *Fairclough N.* Discourse and text: linguistic and intertextual analysis within discourse analysis / Norman Fairclough // *Discourse and Society.* – 1992. – №3. – P. 258-284.
4. *Fowler R.* Language in the news: discourse and ideology in the press / Roger Fowler. – London; New York: Routledge, 1991. – 254 p.

ANALYSIS OF PSAs DISCOURSE IN THE INTEGRATIVE METHODOLOGY

This article reflects the reasons, tasks and purpose of the using of the integrative methodology for analysis the PSAs discourse.

Keywords: PSAs discourse, integrative methodology, critical discourse analysis, addresser, addressee.

Т.С. Яковлева

(Российский университет дружбы народов)

МЕТОДЫ РАСШИРЕНИЯ СЛОВАРНОГО ЗАПАСА ПРИ ИЗУЧЕНИИ РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО С ПОМОЩЬЮ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В данной статье рассматриваются инновационные методы расширения словарного запаса русского языка как иностранного. Автор рассматривает такие методы и способы как создание потенциального словаря, использование ресурсов Интернета. Особый акцент автор делает на таком

методе расширения словарного запаса русского языка как интенсивный метод. Выделяются его сущность, особенности и практическая польза.

Ключевые слова: словарный запас, потенциальный словарь, инновационный метод, интенсивный метод, преподаватель.

Любой язык в современном обществе занимает важное место в системе образования. Что касается изучения русского языка как иностранного, то его практическая необходимость обусловлена перспективами сотрудничества других государств с Россией. Более того, экспорт образовательных услуг в контексте подготовки специалистов разных профилей для зарубежных стран также подчеркивает важность изучения русского языка иностранными гражданами. Преподавание русского языка как иностранного широко развивается как актуальная и перспективная область. Отметим такую тенденцию как повсеместная заинтересованность в изучении русского языка в разных странах мира, которая связана не только с укреплением геополитической позиции России, но и с культурными и спортивными достижениями российских граждан. Так, количество иностранцев, проживающих как в России, так и за рубежом, проявляют интерес к нашему языку, желают глубже его изучить и грамотно изъясняться на нем.

Рассмотрим ряд современных методов и способов расширения словарного запаса при изучении русского языка как иностранного.

Во-первых, отметим, что беспереводное чтение текстов разных жанров и стилей (особенно это касается неадаптированных текстов художественной литературы) диктует необходимость в применении рецептивного словаря. Одним же из эффективных способов повышения уровня словарного запаса является создание **потенциального словаря**. Основное отличие потенциального словаря от обычно заключается в том, что первый включает в себя ранее

незнакомые слова, о значении которых он может догадаться при помощи контекста. Немаловажную роль здесь играет интернациональная лексика, а также знание словообразовательной структуры. Важно понять, что потенциальный словарь необходимо вести с самого первого занятия на протяжении всего периода обучения.

Во-вторых, важно развивать «у иностранных учащихся так называемую мотивированную языковую догадку, которая помогает им самостоятельно, без словаря и без помощи преподавателя узнавать в тексте большое количество незнакомых лексических единиц, что, если и не решает полностью проблему чтения, то в значительной степени облегчает ее» [1].

Одним из важных методов увеличения словарного запаса при изучении русского языка как иностранного является использование *ресурсов Интернета*. Как известно, новейшие технологии обеспечивают студентам большие ресурсы для практики и изучения незнакомых слов. Например, повсеместно практикуются социальные сети, позволяющие обучаться русскому языку посредством обмена текстами, разговоров, видеочатов и других способов онлайн-общения. Социальная сеть не только направлена на изучения языка в контексте той или иной языковой среды, но и обеспечивает пользователей «методическими материалами» (различные упражнения, инструменты коммуникации и отслеживания прогресса в изучении языка).

Если взять конкретно ресурсы Интернета, направленные на изучение русского языка как иностранного, то можно выделить различные приложения и инструменты [Панюшкина 2014; 180 - 183], позволяющие расширить словарный запас учащихся, а также облегчить процесс приобретения лексических компетенций. Назовем ряд таких инструментов:

Astalaweb. Данное образовательное сообщество содержит в себе интересный раздел на словарный запас.

Доступен на нескольких языках, имеет полезные разделы, например, такие как летучие выражения и повсеместные фразы, язык для ведения бизнеса. Оно также содержит в себе ссылки на аналогичные ресурсы для осуществления практических упражнений.

Language Guide. Данное приложение включает в себя аудио- и визуальные ресурсы, направленные на приобретение новых лексических единиц по самым разным предметам в занимательной и динамичной форме.

Word Steps. Эффективное приложение для ежедневного изучения лексики на 11 разных языках. Преимущество данного средства заключается в том, что пользователь самостоятельно может выбирать темы, по которым он хочет увеличить свой словарный запас, а также отслеживать данный сегмент в его языковой эволюции.

Таким образом, использование информационных технологий в рамках изучения русского языка как иностранного позволяет студентам самостоятельно проводить работу как в условиях аудиторной, так и внеаудиторной деятельности, а также способствует росту мотивации учения. Как верно заметила Панюшкина О.А. «применение компьютерных технологий дает возможность учащимся более полно реализовать свой интеллектуальный и творческий потенциал, а преподавателю создает условия шире использовать в учебном процессе их интересы и склонности» [Панюшкина 2014; 235].

Отметим такой важный метод расширения словарного запаса русского языка как **интенсивный метод**. Несмотря на то, что данный метод был разработан еще в 60-е и 70-е годы XX века, он все еще востребован по сей день по причине своей высокой эффективности. В 60-е годы известный методист и психолог Г.К. Лозанов разработал принцип интенсивного *суггестопедического метода*.

Сущность интенсивного метода заключается в овладении живой устной речью. Данный метод базируется на

внутренние резервы личности учащегося, которые обычно не используются в обычном обучении. Интенсивный метод предусматривает целенаправленное управление социально-психологическими процессами в группе.

Характерные особенности интенсивных методов:

1. Максимальная активизация учащихся в ходе занятий;

2. Мобилизация скрытых психологических резервов личности учащегося [4].

Основываясь на коммуникативно-личностном и деятельностном подходах интенсивное обучение рассматривает овладение русским языком как иностранным сквозь призму социально-психологической задачи. Об интенсивном обучении можно говорить как об особым образом организованном обучающем общении постольку, поскольку иноязычное общение является содержанием интенсивного обучения, целью этого обучения и его средством. В ходе иноязычного общения происходит активизация отдельной личности и всего учебного коллектива как в воспитательном смысле, так и в образовательном. Как результат значительно увеличивается объем учебного материала, словарный запас, происходит процесс активизации совместной деятельности преподавателя и студента.

Отметим, что в рамках интенсивного метода обучения важность имеет постоянный контроль эффективности обучения. Должна производиться объективная оценка тех или иных речевых навыков. Так, под данный контроль подпадают как навыки и умения употребления языкового материала, так навыки и умения, получаемые в процессе обучения. Языковой материал, навык чтения, говорения и аудирования выступают в данном случае объектами контроля.

Расширение функций преподавателя, заключающееся в решении емких психолого-педагогических задач, играет

важную роль в условиях интенсивного обучения. Ведь преподаватель одновременно является источником первичной информации, сценаристом, актером и режиссером образовательного процесса. Преподаватель является лидером учебного коллектива, который помимо прочего имеет особый авторитет. Преподаватель также является эталоном нравственно-этических норм поведения, организатором психологического климата в группе. Именно преподаватель катализирует образовательный процесс, задавая ему определенную тональность. Атмосфера изучения русского языка как иностранного должна быть эмоционально-положительной, насыщенной чувством юмора, чувством удовлетворения достигнутыми успехами. Средством же достижения данных целей является преподавательский артистизм.

Таким образом, интенсивный метод увеличения словарного запаса русского языка как иностранного представляет собой организацию усвоения знаний и формирование речевых умений и навыков через совокупность специальным образом организованных учебно-познавательных действий, связанных с мобилизацией возможностей коллектива, личности каждого учащегося и эффективного их использования в концентрированно протекающем учебном процессе.

Литература

1. URL: http://web-local.rudn.ru/web-local/uem/iop_pdf/169-havronina-_balyhina.pdf (дата обращения 04.12.2017 г.). С. 31.
2. *Панюшкина О.А.* Социальные сети как инновационно-образовательные технологии в обучении иностранным языкам // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – Р-н-Д., 2014. N 3.
3. *Панюшкина О.А.* Практика применения новых технологий для обогащения словарного запаса в процессе изучения иностранных языков // Историческая и социально-образовательная мысль. - Кр., 2014. № 3 (25).
4. *Мухачева А. М.* Интенсивный метод обучения русскому

языку как иностранному // Молодой ученый. — 2010. — №6. — С. 215-220. — URL <https://moluch.ru/archive/17/1699/> (дата обращения: 06.12.2017).

**INNOVATIVE METHODS (WAYS) EXPAND
VOCABULARY IN THE STUDY OF RUSSIAN
AS A FOREIGN LANGUAGE**

Innovative methods to expand vocabulary of Russian as a foreign language is described in this article. The author examines such methods and techniques as creating potential dictionary, the using of Internet resources. The author makes on such method of vocabulary expanding of the Russian language as the intensive method. The nature, characteristics and its practical use is analyzed in this article.

Keywords: vocabulary, potential dictionary, an innovative method, the intensive method, teacher.

НАШИ АВТОРЫ

Абдыханов У.К. – к.ф.н., доцент, доцент кафедры русского языка и литературы, Южно-Казахстанский государственный педагогический университет, Казахстан (e-mail: uali.kibray@mail.ru).

Авдонина М.Ю. – к.псих.н., доцент, доцент кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации факультета заочного обучения, Московский государственный лингвистический университет» (МГЛУ), доцент кафедры иностранных языков экологического факультета, Российский университет дружбы народов (e-mail: mavdonina@yandex.ru).

Агафонова С.И. – бакалавр кафедры массовых коммуникаций филологического факультета, Российский университет дружбы народов (e-mail: Sofiya-sarov@mail.ru)

Адетокунбо Абиодун – к.и.н, преподаватель, кафедры русского языка факультета искусств, Ибаданский Университет, Ибадан, Нигерия (e-mail: tokunbonov@gmail.com).

Аймагамбетова М.М. – старший преподаватель кафедры русского языка и литературы, Казахский национальный педагогический университет имени Абая (e-mail: aimagambetovamalika@gmail.com).

Азимов Э.Г. – д.п.н., профессор, профессор кафедры методики преподавания РКИ, Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина (e-mail: azimov@yandex.ru).

Алефиренко Н.Ф. – д.ф.н., профессор, профессор, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (e-mail: n-alefirenko@rambler.ru).

Алешина Л.Н. – к.ф.н., доцент, доцент Департамента языковой подготовки, Финансовый университет при Правительстве РФ (e-mail: laura_70@bk.ru).

Антонова В.В. – к.ф.н., руководитель Департамента внутренних и внешних коммуникаций, ассистент кафедры русского языка и методики его преподавания, Российский университет дружбы народов (e-mail: Antonova_vv@rudn.university).

Анциферова О.В. – к.п.н., старший преподаватель кафедры русского языка как иностранного и методики его преподавания филологического факультета, Санкт-Петербургский государственный университет, (e-mail: kira_a@list.ru).

Арпентьева М.Р. – д.псих.н., доцент, профессор кафедры психологии развития и образования, Калужский государственный университет имени К.Э. Циолковского, (e-mail: mariam_rav@mail.ru; arpentevamr@tksu.ru).

Баранова Е.А. – к.ф.н., доцент кафедры журналистики факультета коммуникационного менеджмента Российский государственный социальный университет (e-mail: Kat-journ@yandex.ru).

Бахтикиреева У.М. – д.ф.н., профессор, профессор, кафедры русского языка и межкультурной коммуникации, Российский университет дружбы народов (e-mail: uldanai@mail.ru).

Бекай С. – аспирант филологического факультета, Российский университет дружбы народов (e-mail: bekauesacko47@yahoo.fr).

Бинхуэй Лу – магистр филологического факультета, Санкт-Петербургский государственный университет, (e-mail: Lululifestyle@ya.ru).

Богданова Л.И. – д.ф.н., профессор, профессор кафедры сопоставительного изучения языков факультета иностранных языков и регионоведения, МГУ имени М.В. Ломоносова (e-mail: libogdanova1@mail.ru).

Болдова Т.А. – д.п.н., профессор кафедры РКИ института филологии, Московский педагогический государственный университет (e-mail: bos1173@mail.ru).

Бондаренко М.А. – к.п.н., доцент, профессор кафедры филологии ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений», г. Москва (e-mail: marbondina@mail.ru).

Бразуль-Брушковский Е.Г. – к.философ.н., преподаватель колледжа Российского государственного социального университета (e-mail: brazul.bruszkowski@gmail.com).

Береснев Д.Н. – директор Института международного образования РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство) (e-mail: beresnev@mail.ru).

Бузальская Е.В. – д.ф.н., доцент, филологический факультет, Санкт-Петербургский государственный университет, (e-mail: e.buzalskaya@spbu.ru).

Брусенская Л.А. – д.ф.н., профессор, профессор кафедры русского языка и культуры речи, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ) (e-mail: brusenskaya_l@mail.ru).

Валикова О.А. – научный сотрудник УНИП РУДН, доцент кафедры русского языка и межкультурной коммуникации, ответственный секретарь журнала "Вестник РУДН. Вопросы образования: языки и специальность" (e-mail: mailto:leka.valikova@mail.ru).

Ващекина Т.В. – к.ф.н., доцент, факультет иностранных языков и регионоведения, Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова (e-mail: vascjulia@yandex.ru).

Веселовская Т.С. – к.ф.н., специалист лаборатории инновационных средств обучения русскому языку, Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина (e-mail: tatianus2006@yahoo.com).

Вибке А.Н. – магистр, Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина (e-mail: alexandravibke@gmail.com).

Владимирова Т.Е. – д.ф.н., доцент, профессор, Институт русского языка и культуры, Московский

государственный университет им. М.В.Ломоносова, факультет гуманитарных и социальных наук, Российский университет дружбы народов (e-mail: yusvlad@rambler.ru).

Волкова Я.А. – д.ф.н., доцент, профессор кафедры теории и практики иностранных языков, Российский университет дружбы народов (e-mail: yana.a.volkova@gmail.com).

Врыганова К.А. – к.ф.н., доцент кафедры иностранных языков и лингвистики, Ивановский государственный химико-технологический университет (e-mail: kvryganova@yandex.ru).

Гайденко А.А. – магистр, филологический факультет, Российский университет дружбы народов (e-mail: al.gaydenko@mail.ru).

Гзиришвили Н.А. – учитель русского языка ЮЛПП Тбилисская ПШ №51 имени Галактиона Табидзе, Грузия (e-mail: nataliamatia51@gmail.com).

Голубева М.А. – бакалавр, Российский университет дружбы народов (e-mail: Margo07.01@mail.ru).

Градюшко А.А. – к.ф.н., доцент, доцент кафедры медиалогии и веб-журналистики Института журналистики, Белорусский государственный университет, (e-mail: webjourn@gmail.com).

Грибовская Н.Ю. – преподаватель кафедры русского языка, Военная академия ВКО им. Г.К. Жукова, г. Тверь (e-mail: grinatal74@mail.ru).

Григорян А.А. – к.ф.н., доцент кафедры русского языка для иностранных учащихся, Южный федеральный университет (e-mail: armine_1979@mail.ru).

Грунина Е.О. – аспирант кафедры русского языка и методики его преподавания филологического факультета, Российский университет дружбы народов (e-mail: grunina93@mail.ru).

Гудков Д.Б. – д.ф.н., доцент, профессор кафедры русского языка для иностранных учащихся гуманитарных

факультетов филологического факультета, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (e-mail: dmi-gudkov@ Rambler.ru).

Гузман Тирадо Р. – член Президиума МАПРЯЛ, профессор кафедры греческой и славянской филологии, Гранадаский университет, Испания (e-mail: rguzman@ugr.es).

Дерябина С.А. – к.п.н., доцент кафедры русского языка и методики его преподавания, Российский университет дружбы народов (e-mail: deryabina_sa@pfur.ru).

Дубовицкая О.С. – магистрант кафедры массовых коммуникаций филологического факультета, Российский университет дружбы народов, (e-mail: oduboviczkaaya@bk.ru).

Двинова Е.О. – старший преподаватель кафедры русского языка как иностранного, факультет русского языка как иностранного, Российский государственный педагогический университет имени А. И. Герцена (e-mail: mailto:deo1601@mail.ru).

Волчек А.В. – старший преподаватель кафедры русского языка как иностранного, факультет русского языка как иностранного, Российский государственный педагогический университет имени А. И. Герцена (e-mail: Annavolchek88@mail.ru).

Дьякова Т.А. – к.ф.н., доцент кафедры русского языка как иностранного, Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина (e-mail: larionova86@mail.ru).

Евсеева А.А. – студентка факультета переработки минерального сырья, Санкт-Петербургский горный университет (e-mail: evseeva_angelina@icloud.com).

Санкт-Петербургский горный университет

Жабо Н.И. – к.ф.н., доцент кафедры иностранных языков Аграрно-технологического института, Российский университет дружбы народов (e-mail: lys11@yandex.ru).

Заварзина Г.А. – д.ф.н., доцент, заведующая кафедрой русского языка, современной русской и

зарубежной литературы, Воронежский государственный педагогический университет (e-mail: Zga1311@mail.ru).

Заварзина В.А. – студентка 3 курса филологического факультета, Воронежский государственный университет (e-mail: Zga1311@mail.ru).

Загидуллина М.В. – д.ф.н., профессор, ведущий научный сотрудник, профессор кафедры журналистики и массовых коммуникаций факультета журналистики, Челябинский государственный университет (e-mail: mzagidullina@gmail.com).

Зайцева И.А. – к.ф.н., доцент, Департамент языковой подготовки Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва (e-mail: slunce@inbox.ru).

Зверева М.И. – преподаватель кафедры русского языка, Военно-космическая академия имени А.Ф. Можайского (e-mail: marianna_zz@mail.ru).

Зюкина З.С. – к.п.н., доцент, доцент кафедры русского языка юридического института, (e-mail: z.zyukina@yandex.ru)

Иванова М.В. – д.ф.н., профессор, декан очного факультета, Литературный институт им. А.М.Горького (e-mail: g-vinograd@mail.ru).

Избицкая М.В. – ассистент кафедры иностранных языков и лингвистики, Ивановский государственный химико-технологический университет.

Ильченко С.Н. – Санкт-Петербургский государственный университет (e-mail: tv_and_radio@mail.ru).

Ипатова А.В. – бакалавр, Российский университет дружбы народов, (e-mail: anastasiya.ipatova@bk.ru).

Исмаилова А.А. – аспирант кафедры массовых коммуникаций филологического факультета, Управление по связям с общественностью, УСО, Департамент Интернет-коммуникаций, специалист по SMM, Российский университет дружбы народов (e-mail: Alsou.ismailova@gmail.com).

Ишханян Р.С. – PR-директор, Генеральная дирекция международных книжных выставок и ярмарок, Российский Университет дружбы народов (e-mail: rubenishkhanyan@gmial.com).

Кабяк Н.В. – преподаватель РКИ кафедры русского языка, Мельбурнский университет (e-mail: nkrussian@gmail.com).

Кажуро Д.В. – магистр, филологический факультет, Российский университет дружбы народов (e-mail: kazhuro.dmitrii@mail.ru).

Казакова О.П. – к.п.н., доцент, доцент, Уральский государственный педагогический университет (e-mail: olgakasakova@yandex.ru).

Калмыков А.А. – д.ф.н., к.п.н., доцент, профессор кафедры теории и практики общественных связей, Российский государственный гуманитарный университет (e-mail: alex.kalmykov@gmail.com).

Карпушина Г.В. – учитель высшей категории, Средняя школа-гимназия № 1 им. А.С. Пушкина, Казахстан (e-mail: galinochka_1966@mail.ru).

Каширин А.В. – к.эконом.н. (e-mail: aleksejkashirin@yandex.ru).

Китанина Э.А. – д.ф.н., доцент, профессор, Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина (e-mail: ella kitanina@mail.ru).

Клокова А.И. – магистр, филологический факультет, Российский университет дружбы народов (e-mail: klokova_nastya21121994@mail.ru).

Князева Е.С. – к.ф.н., доцент, Военная академия воздушно-космической обороны, Тверь (e-mail: knek1985@mail.ru).

Колосова Т.Н. – к.ф.н., доцент кафедры русского языка как иностранного и методики его преподавания филологического факультета, Санкт-Петербургский государственный университет. (e-mail: kira_a@list.ru).

Копалова Г.О. – учитель русского языка и литературы, СОШ № 44 имени Мади Бапиулы г. Каркаралинска, Казахстан (e-mail: sara_kopalova@mail.ru).

Корнейчук С.П. – к.ф.н., доцент, доцент, Ростовский государственный экономический институт (e-mail: willycat2@mail.ru).

Костина Е.В. – старший преподаватель кафедры иностранных языков и лингвистики, Ивановский государственный химико-технологический университет (e-mail: kvryganova@yandex.ru).

Коростелева Т.В. – к.ф.н., доцент кафедры русского языка и культуры речи, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ) (e-mail: kulikova_ella21@mail.ru).

Коськина П.Д. – магистр, филологический факультет, Российский университет дружбы народов (e-mail: exailehz@rambler.ru).

Кривошапова Н.В. – к.ф.н., доцент, доцент кафедры русского языка и межкультурной коммуникации филологического факультета, Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко (e-mail: krivoshapova2012@gmail.com).

Кулибина Н.В. – д.п.н., профессор, начальник научно-методического отдела по русскому языку, Государственный институт русского языка им. А.С.Пушкина (e-mail: NVKulibina@pushkin.institute, nkulibina@yandex.ru).

Куликова Э.Г. – д.ф.н., профессор, заведующая кафедрой русского языка и культуры речи, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ) (e-mail: kulkova_ella21@mail.ru).

Куличенко Г.Е. – к.п.н., доцент, доцент кафедры русского языка как иностранного, Волгоградский государственный социально-педагогический университет (e-mail: volgalina@list.ru).

Купрещенко О.Ф. – аспирант, филологический факультет, Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина (e-mail: ofkupreshchenko@pushkin.insitute).

Кытина В.В. – ассистент школы образовательной подготовки мигрантов, Российский университет дружбы народов (e-mail: kytinavictoria@mail.ru).

Кытина Н.И. – заместитель директора, МАОУ ДПО управления образования городского округа Домодедово (e-mail: kytinanatalia@mail.ru).

Лазутова Н.М. – старший научный сотрудник факультета журналистики, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (e-mail: n.m.rom@yandex.ru).

Лапошина А.Н. – проектная научно-исследовательская лаборатория инновационных средств обучения русскому языку, Государственный институт русского языка им. А.С.Пушкина (e-mail: antonina.laposhina@gmail.com).

Лаптева М.Л. – д.ф.н., доцент, профессор кафедры современного русского языка, Астраханский государственный университет (e-mail: hohlina2004@yandex.ru).

Латышев О.Ю. – п.д.н. (ScD h.c.), к.филол.н.(PhD in philology), Академик (действительный член) Международных академий: социальных технологий (МАС), естествознания (МАЕ), детско-юношеского туризма и краеведения имени А.А. Остапца-Свешникова (МОО АДЮТК), Член-корреспондент Международной академии психологических наук (МАПН); Почётный член Международного Научного и консультативного комитета (ISAC) Академии Инноваций и Устойчивости (ISA). Профессор РАЕ, Почётный доктор наук Международной Академии Естествознания. Заслуженный деятель науки, техники и образования. Президент Международной Мариинской Академии им. М.Д. Шаповаленко», научный

руководитель международных экспериментов, директор МТОП «Мариинская галерея им. М.Д. Шаповаленко» (e-mail: Pаrа888@list.ru).

Левина В.Н. – д.ф.н., доцент, доцент кафедры русского языка № 1 факультета русского языка и общеобразовательных дисциплин, Российский университет дружбы народов (e-mail: levina_vn@mail.ru).

Левшина Е.О. – студент филологического факультета, Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина (e-mail: levshinajenya@mail.ru).

Литвин О.В. – к.ф.н., и.о. зав. кафедрой, доцент кафедры РиЗЛ, Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко, Приднестровье (e-mail: Раean2012@rambler.ru).

Лонская А.Ю. – аспирант кафедры русского языка и методики его преподавания филологического факультета, Российский университет дружбы народов (e-mail: daligalia@yandex.ru).

Луговская Е.Г. – к.ф.н., доцент кафедры русского языка и межкультурной коммуникации, Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко, Приднестровье (e-mail: hellylu@gmail.com).

Лян Цзин – директор филиала Московского института искусств (МПИУ), Председатель Вэйнанской ассоциации музыкантов, Начальник исследовательского центра воспитания массовой музыкальной способности, КНР (e-mail: music.jing@163.com).

Мадоян В.В. – д.ф.н., профессор, Ректор, Ереванский университет международных отношений им.Ан.Ширакаци, Армения (e-mail: v.madoyan@rambler.ru).

Мануйлова Н.А. – к.ф.н., доцент кафедры сопоставительного изучения языков, факультет иностранных языков и регионоведения, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (e-mail: manouilova@mail.ru).

Малаховский А.К. – к.и.н., доцент, доцент кафедры теории и истории журналистики, филологический факультет, Российский университет дружбы народов (e-mail: malakhovskiy_ak@rudn.university).

Мамонтов А.С. – д.ф.н., профессор, профессор, Государственного института русского языка им. А.С. Пушкина (e-mail: as-mamontov2@yandex.ru).

Манету Ндяй – к.п.н., профессор, заведующая кафедрой русского языка факультета наук и технологий образования и воспитания, Дакарский университет им. Ш.А. Диоп, Сенегал (e-mail: taamanet@yahoo.fr).

Маркелова Т.В. – д.ф.н., профессор, Первый проректор по учебной работе, Институт современного искусства, Москва (e-mail: tvmarkelova@mail.ru).

Петрушина М.В. – к.ф.н., доцент, доцент кафедры русского языка и литературы, Московский политехнический университет (e-mail: mpetrushina@mail.ru).

Мартынова Е.М. – д.ф.н., доцент, сотрудник, Академия ФСО России (e-mail: lm1973@mail.ru).

Марченко О.С. – к.ф.н., доцент, доцент кафедры сопоставительного изучения языков, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова (e-mail: marchos@list.ru).

Микова С.С. – к.ф.н., доцент кафедры русского языка и методики его преподавания, Российский университет дружбы народов (e-mail: mikova_ss@pfur.ru).

Мирошниченко Г.А. – к.филол.н., доцент, доцент кафедры массовых коммуникаций филологического факультета, Российский университет дружбы народов (e-mail: mirosh2150@yandex.ru).

Митрофанова И.И. – к.социол.н., доцент, доцент кафедры русского языка и методики его преподавания филологического факультета, Российский университет дружбы народов (e-mail: mitrofanova_ii@pfur.ru).

Млечко Т.П. – д.ф.н., доктор педагогики, доктор хабилитат филологии, профессор, Ректор, Славянский университет, Кишинев, Республика Молдова (e-mail: mle4ko-t@mail.ru).

Молашхия Н.Д. – учитель русского языка ЮЛПП Тбилисская ПШ №51 имени Галактиона Табидзе, Грузия (e-mail: molashkianino@gmail.com).

Морева А.С. – магистр, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова (e-mail: Ichiga1@gmail.com).

Музыкант В.Л. – д.социол.н., профессор, профессор кафедры массовых коммуникаций филологического факультета, Российский университет дружбы народов (e-mail: vmouzyka@mail.ru).

Музыкант Е.В. – студентка бакалавриата кафедры массовых коммуникаций филологического факультета, Российский университет дружбы народов (e-mail: liza27942@gmail.com).

Мфарредж Фади – аспирант кафедры массовых коммуникаций филологического факультета, Российский университет дружбы народов (e-mail: Fadi.mfarej@hotmail.com).

Нгуен Лан Фьонг – аспирант кафедры русского языка и методики его преподавания филологического факультета, Российский университет дружбы народов (e-mail: phuong24343@gmail.com).

Нгуен Лан Хьонг – аспирант кафедры массовых коммуникаций филологического факультета, Российский университет дружбы народов (e-mail: phuong24343@gmail.com).

Никитин С.А. – к.ф.н., доцент, руководитель, научно-производственная группа «МосКультПрог» (e-mail: ser.nikitin@gmail.com).

Нилакши Сурьянараян – доктор, заведующая кафедрой славянских и финно-угорских исследований,

Делийский университет, Индия (e-mail: s.neelakshi@gmail.com).

Новикова М.Л. – д.ф.н., профессор, профессор кафедры русского языка юридического института, Российский университет дружбы народов (e-mail: novikovamarinalvovna@yandex.ru).

Новикова Н.С. – к.ф.н., доцент, профессор кафедры русского языка, Инженерная академия, Российский университет дружбы народов (e-mail: natalynov@yandex.ru).

Нуртазина М.Б. – д.ф.н., профессор, профессор, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан (e-mail: n-alefirenko@rambler.ru).

Одинцова И.В. – к.ф.н., доцент, доцент кафедры русского языка для иностранных учащихся филологического факультета, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (e-mail: odintsova.irina@gmail.com).

Очигавва К.Дж. – учитель русского языка ЮЛПП Тбилисская ПШ №51 имени Галактиона Табидзе, Грузия (e-mail: keti.ochigava@gmail.com).

Павлова Е.В. – преподаватель Департамента языковой подготовки, Финансовый университет при Правительстве РФ (e-mail: kryuchkova.ekv@yandex.ru).

Пак Сочжон – магистр, Российский университет дружбы народов (e-mail: ru.sophie92@gmail.com).

Панков Ф.И. – д.ф.н., доцент, профессор, Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова (e-mail: pankovf@mail.ru).

Пархоменко В.Н. – учитель русского языка и литературы ГБОУ «Белгородский инженерный юношеский лицей-интернат» (e-mail: parhomenkovn2014@yandex.ru).

Пахалко А.Г. – ведущий инженер, Всероссийский научно-исследовательский геологический институт имени А. П. Карпинского (e-mail: aleksey_pahalko@vsegei.ru).

Пензина А.И. – магистр кафедры теории и истории журналистики филологического факультета, Российский

университет дружбы народов (e-mail: anastasiyapenzina1703@gmail.com).

Пивоварчик Т.А. – декан факультета истории, коммуникации и туризма, Гродненский государственный университет имени Янки Купалы (e-mail: t.pivovarchik@grsu.by).

Подвойская Н.Л. – к.политич.н., директор, Центр русского языка НИТУ «МИСиС» (e-mail: nlpodvoyskaya@gmail.com).

Полежаева С.С. – к.ф.н., доцент, доцент кафедры русского языка и межкультурной коммуникации филологического факультета, Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко (e-mail: svetlanapolejaeva1506@mail.ru).

Прокофьева Н. А. – Санкт-Петербургский государственный университет (e-mail: tv_and_radio@mail.ru).

Пустовалова О.И. – магистрант кафедры русского языка факультета филологии и журналистики, Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина (e-mail: levina_vn@mail.ru).

Раскольников Д.В. – магистр филологического факультета, Российский университет дружбы народов (e-mail: diana.raskolnikova@gmail.com).

Раханитранирина Рува Финаритра – аспирант кафедры русского языка и методики его преподавания филологического факультета, Российский университет дружбы народов (e-mail: rovaфинаритра@gmail.com).

Роговнева Ю.В. – к.ф.н., старший преподаватель, Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина (e-mail: JuVRogovneva@pushkin.institute).

Рыжова Н.В. – к.ф.н., доцент, доцент кафедры русского языка и методики его преподавания филологического факультета, Российский университет дружбы народов (e-mail: nryzhova@yandex.ru).

Савастенко Р.А. – к.ф.н., доцент кафедры массовых коммуникаций филологического факультета, Российский университет дружбы народов (e-mail: savastenko_ra@rudn.university)

Савинова М.И. – старший преподаватель, Военная академия воздушно-космической обороны имени Маршала Советского Союза Г.К.Жукова (e-mail: olmahon@mail.ru).

Салимова Д.А. – д.ф.н., профессор, профессор кафедры русского языка и литературы, Елабужский институт Казанского федерального университета (e-mail: daniya.salimova@mail.ru).

Свешникова О.А. – к.ф.н., старший преподаватель кафедры русского языка инженерной академии, Российский университет дружбы народов (e-mail: ola-c@yandex.ru).

Селеджиева Т.Д. – бакалавр филологического факультета, Российский университет дружбы народов (e-mail: tan-i_a@mail.ru).

Селенков А.А. – студент строительного факультета (СФ), Санкт-Петербургский горный университет (e-mail: alexandrselekkoff@yandex.ru).

Син ор Шин Ольга – аспирант кафедры русского языка и методики его преподавания, Российский университет дружбы народов (e-mail: olgashin2003@mail.ru).

Синячкин В.П. – д.ф.н., профессор, заведующий кафедрой русского языка и межкультурной коммуникации факультета гуманитарных и социальных наук, Российский университет дружбы народов, (e-mail: inyachkin_vp@pfur.ru).

Синячкина Н.Л. – к.ф.н., доцент кафедры русского языка и межкультурной коммуникации факультета гуманитарных и социальных наук, Российский университет дружбы народов, (e-mail: sinyachkina_nl@pfur.ru).

Сироткина Т.А. – д.ф.н., доцент, доцент кафедры филологического образования и журналистики, Сургутский государственный педагогический университет (e-mail: sirotkina71@mail.ru).

Скнарев Д.С. – д.ф.н., доцент, профессор кафедры русского языка юридического института, Российский университет дружбы народов (e-mail: sknar@list.ru).

Смирнова Ю.Г. – к.п.н., доцент, доцент, Алматинский университет энергетики и связи (e-mail: aues@tut.by).

Соснина Л.В. – д.ф.н., доцент, профессор кафедры английского языка, Донецкий национальный технический университет (e-mail: ludmilasosnina@gmail.com).

Степаненко В.Е. – студент, Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина (e-mail: pika-step@mail.ru).

Таран И.А. – магистр 1 курса кафедры теории и истории журналистики филологического факультета, Российский университет дружбы народов (e-mail: Iratrn@mail.ru).

Тимошенко Т.Е. – к.п.н., доцент, зам. директора, Центр русского языка НИТУ «МИСиС» (e-mail: tattimoshenko12@gmail.com).

Ткаченко Ю.В. – старший преподаватель, Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко (Тирасполь) (e-mail: julia-polia@mail.ru).

Тодорова И.Д. – аспирант, Российский университет дружбы народов (e-mail: ivelina_todorova@mail.ru).

Трегубова Л.В. – к.п.н., доцент кафедры методики преподавания русского языка института филологии, Московский педагогический государственный университет (e-mail: dsovet@mail.ru).

Трубина О.Б. – к.ф.н., доцент, доцент кафедры русского языка, Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство) (e-mail: olga.palladio@mail.ru).

Уткина И.В. – к.ф.н., доцент, доцент кафедры русского языка, Военная академия воздушно-космической обороны (e-mail: irvlut@mail.ru).

Фадеева А.А. – аспирант кафедры массовых коммуникаций филологического факультета, оссийский университет дружбы народов (e-mail: alina.fadeeva1092@gmail.com).

Филясова Ю.А. – к.ф.н., доцент, Санкт-Петербургский горный университет (e-mail: phill.yield@gmail.com).

Хрипункова О.В. – старший преподаватель кафедры русского языка и литературы, Санкт-Петербургский государственный экономический университет (e-mail: khripunkova.oxana@yandex.ru).

Черкашина Т.Т. – д.п.н., профессор, заведующая кафедрой русского языка РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство) (e-mail: ttch2004@yandex.ru).

Черниченко Е.Н. – старший преподаватель ГОУ ДПО «Институт развития образования и повышения квалификации», соискатель ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии» (e-mail: chen_elena@mail.ru).

Чернышева И.Б. – к.ф.н., доцент, доцент, Высшие курсы иностранных языков Министерства иностранных дел Российской Федерации (e-mail: cher_ir@mail.ru).

Чинь Тхи Зыонг – аспирант кафедры русского языка и методики его преподавания, Российский университет дружбы народов (e-mail: dukyu.rea@gmail.com).

Чжан Цзюйси – доктор, профессор, директор института журналистики и коммуникации, Чжэнчжоуский университет, КНР (e-mail: zhangjuxi@126.com).

Чжэн Цяньминь – аспирант кафедры русского языка и методики его преподавания, Российский университет дружбы народов (e-mail: toujie@mail.ru).

Шавга М.С. – Преподаватель кафедры русского языка как иностранного, Военная академия воздушно – космической обороны имени Маршала Советского Союза Г.К. Жукова (e-mail: marina_Shavga@list.ru).

Шаклеин В.М. – Заслуженный работник высшей школы РФ, д.ф.н., профессор, заведующий кафедрой русского языка и методики его преподавания (e-mail: shaklein_vm@pfur.ru).

Шаповалова Е.В. – старший преподаватель, Военная академия воздушно-космической обороны имени Г.К.Жукова, г. Тверь (e-mail: elenashapp@gmail.com).

Шарифзаде Кермани Л. – к.п.н., преподаватель кафедры русского языка платного Университета Азад, Тегеранский открытый университета (e-mail: Lidash2001@yahoo.com).

Шейранян С.З. – к.п.н., доцент, доцент, Ереванский университет международных отношений им.Ан.Ширакаци, Армения (e-mail: UMES1@rambler.ru).

Шиманская К.Ю. – преподаватель русского языка, Мессинский университет, Италия (e-mail: kchimanskaia@unime.it).

Шипелевич Л. – член президиума МАПРЯЛ, президент Польской ассоциации учителей и преподавателей русского языка, заведующая кафедрой языковой коммуникации факультета прикладной лингвистики, профессор, Варшавский университет, Польша (e-mail: ludmila_sz@poczta.onet.pl).

Шумилина С.А. – аспирант, Литературный институт им. А.М.Горького (e-mail: shumilina.swet@yandex.ru).

Щербакова Н.Ю. – магистр, Российский университет дружбы народов (e-mail: natashasher14@gmail.com).

Щукина К.А. – к.ф.н., доцент кафедры русского языка как иностранного и методики его преподавания филологического факультета, Санкт-Петербургский государственный университет (e-mail: kira_a@list.ru).

Щукина О.В. – к.п.н., доцент, декан филологического факультета, Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко (Тирасполь) (e-mail: o.shchukina@gmail.com).

Юнес И. – магистр 1 курса кафедры теории и истории журналистики филологического факультета, Российский университет дружбы народов (e-mail: Itratn@mail.ru).

Юрьева Е.В. – к.ф.н., доцент кафедры русского языка, Донецкий национальный технический университет (e-mail: uriev79@mail.ru).

Яковлева Т.С. – ассистент кафедры русского языка №3, Российский университет дружбы народов (e-mail: tasha10.02.85@mail.ru).

СОДЕРЖАНИЕ

ДОКЛАДЫ УЧАСТНИКОВ КОНФЕРЕНЦИИ		
Лазутова Н.М.	Проблема смысловой доминанты в семантическом пространстве текста	3
Лапошина А.Н.	Потенциал автоматических диалоговых систем в обучении РКИ	9
Лаптева М.Л.	Особенности варьирования семантики глагольной лексики <i>качать</i> в интернет-пространстве	15
Латышев О.Ю.	Проблемы лингвистической безопасности студенческой коммуникации в период академической мобильности	21
Левина В.Н., Пустовалова О.И.	Роль региональных СМИ в формировании речевой культуры молодежи	26
Левшина Е.О., Роговнева Ю.В.	Модели видения действительности в текстах социальной сети «Твиттер»	30
Литвин О.В.	Прецедентные антропонимы в медийных текстах	36
Лонская А.Ю., Шаклеин В.М.	Причины крылатизации высказываний из скетч-шоу «Наша Russia»: лингвокультурологический аспект	46
Луговская Е.Г.	Виртуальная коммуникация как способ реализации парадоксальных интенций	52

Лян Цзин, Болдова Т. А., Трегубова Л.В.	Русский язык в поликультурном евразийском пространстве, проблемы изучения и обучения на основе новых технологий	61
Мадоян В.В., Шейранян С.З.	Смысл и структура текста в современном Интернете	68
Мануйлова Н.А.	Жанрово-стилистические особенности тематических интернет-форумов	80
Маркелова Т.В., Петрушина М.В.	Языковая игра как основа Интернет-мема: оптимизация коммуникации в социальных сетях	85
Мартынова Е.М.	Угрозы коммуникативной безопасности пользователей в киберпространстве	94
Марченко О.С.	Новая компьютерная реальность сквозь призму языка	102
Мирошниченко Г.А.	Роль рекламы в формировании новых гендерных стереотипов	117
Морева А.С.	#SherlockLives: феномен фанатского интернет-дискурса (на примере сериала «Шерлок»)	124
Музыкант В.Л., Музыкант Е.В.	Генезис медиатекстов в социальных медиа	130
Mfarrej Fadi	News readability in arab online newspapers	136
Нгуен Лан Фыонг	Лингвокультурологический анализ крылатых выражений из советских и вьетнамских кинофильмов с компонентом «любовь»	143
Нгуен Лан Хыонг	Культура коммуникаций вьетнамских пользователей Facebook	149

Новикова М.Л.	Информатизация образования в современной парадигме обучения РКИ (юридическая аудитория как субъект учебного процесса и объект лингводидактического воздействия)	155
Одинцова И.В.	«Advanced Russian: from reading to speaking. От текста к речи»: учебник и мультимедийный курс	166
Павлова Е.В.	Активные словообразовательные процессы русского языка в политическом интернет-дискурсе	169
Пак Сочжон	Социальные медиа в развитии массовой коммуникации	174
Панков Ф.И.	Русские диминутивы и интернет	178
Пархоменко В.Н.	Использование информационных технологий для обучения детей с ОВЗ комплексному анализу текста	184
Пензина А.И.	Интернет-журналистика – эволюция или революция?	190
Пивоварчик Т.А.	Коммуникативные ценности виртуальных сетевых сообществ в лексике и идиоматике интернет-дискурса	197
Подвойская Н.Л., Тимошенко Т.Е.	Использование современных технологий в процессе преподавания русского языка как иностранного в техническом вузе	204
Полежаева С.С.	Информационно-коммуникационные технологии в обучении русскому языку как официальному	211

Раскольников Д.В.	Особенности интервью в интернет-изданиях СМИ	219
Раханитранирина Рува Финаритра	Преподавание русского языка на Мадагаскаре в условиях современной образовательной среды	224
Савастенко Р.А.	Информационное сообщение в Рунете: проблемы деформации медиаобраза события	230
Свешникова О.А.	Интонация в интернет-коммуникации	236
Савинова М.И.	Интернет как дискурсивное пространство	239
Салимова Д.А.	Российские немцы в интернет-сообществах: к вопросу о самоидентификации этноса	244
Селеджиева Т.Д., Дерябина С.А.	Упражнения по формированию слухо-произносительных навыков в РКИ в условиях современной образовательной среды	255
Син ор Шин О.	Использование инновационных технологий как средство сохранения русского языка у детей-билингвов русско-греческих семей	261
Сироткина Т.А.	Информационные ресурсы как источник материала для филологического анализа регионального текста	268
Скнарев Д.С.	Языковые средства создания образа в Интернет-рекламе	276

Смирнова Ю.Г.	Языковая мода в эпоху пост-гранжа: Винтаж и авангард (на материале названий мобильных приложений)	282
Соснина Л.В.	Лингвокреативный потенциал адъективных новообразований в русском сегменте сети Интернет	286
Степаненко В.Е., Роговнева Ю.В.	Особенности функционирования языковых средств в интернет-каталогах мебели	294
Таран И.А.	Динамика освещения миграционных процессов в немецком медиапространстве (на примере контент-анализа онлайн портала газеты DIE WELT)	299
Ткаченко Ю.В.	Игровые стратегии на радио (на примере утренних шоу приднестровских радиостанций)	307
Тодорова И.Д.	Инновационные технологии в преподавании иностранного языка	312
Трубина О.Б.	Лингвистическая безопасность коммуникации в Интернет-пространстве и жаргонный дискурс	320
Уткина И.В.	Использование электронных учебников при обучении иностранных курсантов речевому общению на русском языке	326

Фадеева А.А.	Клевета и оскорбление в интернет-сегменте СМИ постсоветской Центральной Азии	330
Filyasova Yu.A., Selenkov A.A., Evseeva A.A.	BBC News Headlines' Characteristics	335
Хрипункова О.В.	Переоценка традиционной системы ценностей в медиакультуре постмодерна	342
Черкашина Т.Т., Новикова Н.С., Береснев Д.Н.	Ролевая игра как модель реформирования сознания "Цифрового" Поколения	350
Черниченко Е.Н.	Проблемы позиционирования государств с отложенным политическим статусом в информационном медиапространстве	361
Чжэн Цяньминь	К вопросу функционирования речи в интернете в рамках гипотезы интерязыка (на примере популярных выражений на русском и китайском языках в интернете)	368
Чинь Тхи Зыонг	Национально-культурная семантика русской лексики в публицистических текстах с позиции вьетнамской языковой традиции	373
Шавга М.С.	Смешанное обучение (blended learning) при обучении русскому как иностранному	379
Шаповалова Е.В.	Медиатекст на занятиях по РКИ в условиях военного ВУЗа	384

Шарифзаде Кермани Л.	Русский язык как иностранный и задачи обучения грамматике в Иране	388
Шиманская К.Ю.	Русская эпитафия в современном медиадискурсе	397
Шумилина С.А.	Язык блога	403
Щербакова Н.Ю.	Проблема непрофессионализма в Интернет-журналистике	411
Щукина К.А.	Виртуальная языковая личность автора современной сетевой поэзии	414
Щукина О.В.	Особенности изучения иностранному языку в контексте плюрилингвизма	423
Юнес И.	Использование арабоязычных слов в российском медиапространстве как механизм воздействия на аудиторию (на примере контент-анализа онлайн-портала деловой газеты «Коммерсантъ»)	427
Юрьева Е.В.	Анализ дискурса социальной рекламы в ракурсе интегративной методики	434
Яковлева Т.С.	Методы расширения словарного запаса при изучении русского языка как иностранного с помощью инновационных технологий	438
Наши авторы		445

Научное издание

**ЯЗЫК И РЕЧЬ В ИНТЕРНЕТЕ:
ЛИЧНОСТЬ, ОБЩЕСТВО,
КОММУНИКАЦИЯ, КУЛЬТУРА**

В двух томах

Том 2

Издание подготовлено в авторской редакции

Технический редактор *Н.А. Ясько*
Дизайн обложки *Ю.Н. Ефремова*

Подписано в печать 19.03.2018 г. Формат 60×84/16.
Бумага офсетная. Печать офсетная. Гарнитура Таймс.
Усл. печ. л. 27,44 Тираж 300 экз. Заказ 331.

Российский университет дружбы народов
115419, ГСП-1, г. Москва, ул. Орджоникидзе, д. 3

Типография РУДН
115419, ГСП-1, г. Москва, ул. Орджоникидзе, д. 3, тел. 952-04-41