

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 1**

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. 1. – 515 с. : ил.  
ISBN 978-5-209-08629-1 (т. 1)

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 978-5-209-08629-1 (т. 1)  
ISBN 978-5-209-08628-4

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

## ПЛЕНАРНЫЕ ДОКЛАДЫ

---

**Р.Гусман Тирадо**

*(Гранадский университет, Гранада, Испания)*

### **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ В ПРАКТИКЕ ПРЕПОДАВАНИЯ РКИ В ИСПАНОЯЗЫЧНОЙ АУДИТОРИИ**

Использование ресурсов и услуг интернета в процессе изучения русского языка как иностранного имеет исключительное значение, так как с их помощью обеспечивается возможность реального общения на русском языке, предоставляется доступ к аутентичным материалам и огромному числу учебных ресурсов в текстовом, аудио - и видеоформатах. Только с помощью сети интернет можно создать подлинную языковую среду и поставить задачу формирования потребности в изучении русского языка на основе интенсивного общения с его носителями, работы с аутентичной литературой самых разных жанровых разновидностей, аудирования оригинальных текстов, записанных носителями языка. В этом случае можно ставить вопрос о формировании социокультурной компетенции на основе диалога культур.

Отличительной чертой современного образования становится широкое внедрение в учебный процесс новых информационных технологий (НИТ). В соответствии с современными тенденциями активной стороной учебного процесса становится учащийся, приобретающий знания и совершенствующие коммуникативные умения в процессе использования НИТ как под руководством преподавателя на уроке, так и самостоятельно в домашних условиях. Многие методисты и преподаватели-практики признают, что студенты-инофоны не только базового, но и продвинутого уровня испытывают трудности в понимании аутентичной речи на слух, чтении и осмыслении прочитанного,

говорении, умении писать эссе на свободную тему, выступать с докладами на иностранном языке.

В составе коммуникативной компетенции, рассматриваемой в настоящее время в качестве конечной цели обучения РКИ, принято выделять следующие компоненты: 1) лингвистическая компетенция; 2) дискурсивная компетенция; 3) иллокутивная компетенция; 4) социолингвистическая компетенция; 5) страноведческая компетенция; 6) стратегическая компетенция.

Учет многокомпонентной структуры коммуникативной компетенции лег в основу разработки комплекса креативных заданий с использованием мультимедийных технологий для испаноязычных студентов в рамках научно-образовательного проекта «Информационные технологии в практике преподавания РКИ испаноязычным студентам (инновационные методы организации индивидуальной и групповой самостоятельной работы студентов)», финансируемого Отделом инновационных исследований Гранадского университета (подробная информация о проекте размещена на портале: [www.elrusoenespaña](http://www.elrusoenespaña)).

Данный комплекс заданий ориентирован на раскрытие межпредметных связей, отработку лексических, грамматических навыков, развитие творческого мышления испаноязычных студентов, их умения работать с мультимедийными технологиями. Интерактивный национально-ориентированный комплекс заданий позволяет совершенствовать умения студентов-инофонов в 3-х видах речевой деятельности: 1) в *области говорения* - обучать аргументированно выражать свое мнение, вступать в дискуссии, корректно ставить вопросы и отвечать по содержанию прочитанного; выступать с проектом; 2) в *области письма* - обучать писать эссе на заданную тему, выполнять письменные творческие задания; 3) в *области аудирования* – совершенствовать умение слушать

аутентичные тексты по предложенной тематике с пониманием общей идеи, с извлечением информации и с детальным пониманием.

Комплекс креативных заданий с использованием мультимедийных технологий для испаноязычных студентов, разработанный членами научно-исследовательской группы Гранадского университета "Славистика, кавказология, типология языков» (Eslavística, caucasología y tipología lingüística - HUM-827) состоит из четырех модулей.

Первый модуль *«Использование НКРЯ в практике преподавания РКИ испаноязычным студентам (начальный, базовый и продвинутый уровни)»* включает подробную инструкцию на испанском языке по работе с НКРЯ и разные типы заданий с использованием НКРЯ для испаноязычных студентов как под руководством преподавателя на уроке, так и для самостоятельной домашней работы.

Второй модуль *«Комплекс лексико-грамматических игр для испаноязычных студентов»* включает разные игры и задания с элементами игры, которые связаны с основными изучаемыми темами («Страны», «Национальность», «Продукты», «Покупки», «Цвета», «Числа», «Время» и др.) и которые могут быть использованы как при объяснении и закреплении нового учебного материала, так и при опросе и контроле знаний и умений испаноязычных студентов. Хорошо известно, что атмосфера соревнования активизирует память студентов-инофонов, лексико-грамматические игры дают возможность не только усвоить изученное, но и приобрести новые знания, так как стремление выиграть заставляет думать, вспоминать пройденное и запоминать все то новое, что встречается в игре. С данным комплексом лексико-грамматических игр подробнее можно ознакомиться на сайте [www.elrusoenespaña](http://www.elrusoenespaña).

Третий модуль *«Комплекс интерактивных заданий для индивидуальной и групповой самостоятельной работы студентов (подготовка презентаций и видео-сюжетов на*

*русском языке)»* включает списки тем для создания презентаций и видео-сюжетов на русском языке на основе изученного лексико-грамматического материала, методические рекомендации для испаноязычных студентов.

В четвертом модуле размещены студенческие презентации и видео-сюжеты на русском языке, признанные лучшими экспертной комиссией.

Особенность интерактивного комплекса заданий состоит в том, что он является тематической основой для создания учебных мультимедийных проектов по РКИ. Для организации деятельности по созданию проектов предлагается концепция *лаборатории мультимедийных проектов (ЛМП)*. Основная *цель лаборатории* — обучить студентов создавать и защищать учебные мультимедийные проекты по изучаемой тематике. *Образовательные задачи ЛМП*: развитие умений учащихся ориентироваться в информационном пространстве, самостоятельно конструировать знания; совершенствование навыков чтения, письма, говорения, аудирования, навыков работы с аутентичными видеофрагментами и т. д. *Воспитательные задачи ЛМП*: воспитание личностных качеств студентов, например, уверенности при ответе, умения ставить проблему, отстаивать свою точку зрения, представлять и защищать проект, анализировать и подводить итоги; повышение интереса учащихся к учебному процессу; развитие навыков коллективной деятельности учащихся.

**Манету Ндяй**

*(Дакарский университет им. Ш.А. Диопа, Сенегал)*

**ПРОДУКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ  
ИНТЕРАКТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ  
В ПРЕПОДАВАНИИ РУССКОГО ЯЗЫКА  
КАК ИНОСТРАННОГО ВНЕ РУССКОЙ ЯЗЫКОВОЙ  
СРЕДЫ**

В данной статье рассматривается вопрос применения интерактивных технологий при обучении русскому языку в иноязычной среде. Организация учебной деятельности играет большую роль в развитии коммуникативной компетенции иностранных учащихся, способствует развитию их речевых возможностей, развивает интерес к русскому языку и культуре.

**Ключевые слова:** продуктивный, интерактивные технологии, преподавание русского языка, вне языковая среда.

Язык при образовании и образование в целом всегда связаны технологиями и основными этапами их развития, в частности, с изобретением письменности, печати, телевидения и компьютера, который тесно связан с мультимедиа.

С изобретением письменности, о месте происхождения которой никто не знает, не абсолютно точно известно было ли это в Ираке или в Китае, и с обучением языкам много изменилось: научились и учили писать и общаться вообще.

Аналогичным образом, изобретение печатного станка в пятнадцатом веке нашей эры позволило большей демократизации преподавания языков. В середине двадцатого века, появление аудиовизуальных средств позволило учить и преподавать язык без необходимости присутствия носителя языка.

Изобретение компьютера позволило учителю и учащемуся второго иностранного языка использовать

огромное количество документов, письменных, визуальных, устных, всех видов, которые имеются в традиционном преподавании языков и могут облегчить обучение.

Важно подчеркнуть, что технология должна быть использована, не потому что это просто модно, но, потому, что она позволяет нам улучшать качество образования. В области образования или подготовки любого объекта, она используется, чтобы научить или научиться чему-то. Например, доска – одна из самых старых технологий, может оказаться еще часто полезна, и печатные книги – другая старая технология, является до сих пор популярной.

В течение долгого времени объектом изучения были свитки, которые впоследствии были заменены на книги, но с появлением компьютерных технологий, объекты изучения постоянно расширяются, становятся более разнообразными.

Преподаватель русского языка или другого иностранного языка, должен теперь иметь в своем распоряжении весь арсенал/ или множеству объектов обучения, которые позволяют варьировать его преподавательскую деятельность в зависимости от уровня, стиля обучения и интересов учащихся, и, конечно, его личных предпочтений. Он должен создавать свои собственные объекты изучения: иметь среду для работы с мультимедийными объектами изучения, иметь доступ к сети Интернет, что особенно важно, поскольку это будет способствовать вовлеченности учащихся в процесс обучения.

Общеизвестно, что глобализация межкультурных контактов, интеграция русского языка в мировое сообщество существенным образом повлияли на задачи формирования коммуникативной компетенции иностранных студентов, изучающих русский язык. Для изучения коммуникативных возможностей студентов необходимы поиски новых технологий обучений, способствующих активизации речевой деятельности. Наше исследование посвящено внедрению в образовательный процесс РКИ мультимедийных,



интерактивных методов и технологий обучения. Использование новых технологий в системе обучения является необходимым условием интеллектуального, творческого и нравственного развития студентов. Интерактивное обучение – это, прежде всего, диалоговое обучение, в ходе которого осуществляется взаимодействие преподавателя и его ученика. В основе концепции этой технологии предполагается понимание социального взаимодействия людей как в межличностной коммуникации, важнейшей особенностью которой признается способность человека принимать роль другого, представлять, как его воспринимает партнер по общению и соответственно интерпретировать ситуацию. Суть интерактивного обучения состоит в том, что учебный процесс организован таким образом, при котором практически все учащиеся оказываются вовлеченными в процесс познания. В организованной среде (в интерактивной среде) они имеют возможность понимать и рефлексировать по поводу того, что они изучают, познают, делают, знают и думают. Применение мультимедийных и интерактивных технологий обучения русскому языку как иностранному делает практическое занятие привлекательным и, по-настоящему современным. Можно сказать, что такая организация учебной деятельности играет большую роль в развитии коммуникативной компетенции иностранных студентов, способствует развитию их речевых возможностей, развивает интерес к русскому языку и культуре. В практике преподавания русского языка как иностранного широко применяются такие интерактивные технологии обучения, как работа в парах или мини-группах, по цепочке, пресс-конференция, мозговой штурм, командные игры-задания, лингвистические игры, кроссворды, ролевые и деловые игры, кейсы, проектные технологии, технологии работы с медицинской документацией, метод тандема, уроки дружбы, интерактивные экскурсии, квесты, литературно-музыкальные

композиции, дискуссии, мультимедийные и Интернет технологии, подкасты, эдьютейнмент, технологии развития критического мышления и коммуникативных стратегий, конкурсы чтецов/ литературные конференции, фестивали русской речи. Данные виды работы универсальны и соответствуют разным этапам обучения, как при освоении тем социокультурного характера, так и научного стиля речи.

В качестве примера можно привести фрагменты уроков с использованием мультимедийных и интерактивных технологий.

Например: Материал занятий апробирован в учебных группах сенегальских студентов.

*Фрагмент практического занятия для студентов продвинутого этапа обучения. «Восточная Сибирь. Байкал» по фильму «Россия от края до края».*

*1. Переведите слова и выражения.*

*2. Посмотрите презентацию материала о Сибири и оз. Байкал. Материалы презентации представлены в формате PowerPoint: 10 слайдов с лексикограмматическим, лексическим и страноведческим материалом (региональный компонент). Фрагменты презентации. Слайд 7. Задание лексикограмматического характера.*

*Прочитайте интенции. Вы удивлены: Только одна река вытекает из Байкала. Вы разочарованы: Вода в Байкале настолько холодная, что в ней невозможно купаться. Вы возмущены: Из-за беспечности людей многие животные исчезли с лица Земли. Вы опасаетесь: Мне кажется, что памятники истории могут исчезнуть.*

*3. Ролевая игра. Ваш друг из Сенегала хотел бы поехать на Байкал. Недавно вы прочитали в газете «Комсомольская правда» рекламу туристического агентства «Бюро путешествий». Прочитайте рекламный материал. Позвоните по указанному телефону и подробно расспросите об услугах этой фирмы. Туристическая компания «Бюро путешествий» предлагает: выходные туры (суббота,*

*воскресенье выезды по историческим местам); экскурсии по Иркутску; экскурсия «Байкал».Обращаться по телефону:(423)2678909*

Известно, что в общем виде технология представляет собой наиболее эффективный способ достижения целей обучения. Это понятие интегрируемое, поэтому образовательной технологией принято считать модель совместной образовательной деятельности преподавателя и учащегося (группы учащихся) в подготовке и проведении учебного процесса. Новые образовательные технологии в преподавании языков – это современный обновляемый этап развития методов, приёмов и способов обучения с целью формирования и развития коммуникативной компетенции учащихся. К числу таких современных образовательных технологий относятся **интерактивные технологии**, основанные на активном взаимодействии учащегося с преподавателем и другими учащимися. Они базируются на интеракционизме – одной из популярных концепций современной социальной психологии. В литературных источниках отмечается, что интерактивные технологии обучения разрабатываются с конца XX в. в США (Ч. Темпл, Д. Стил, К. Мередит) как универсальные формы обучения учащихся всех возрастов и преподавания различных предметов и совместно реализуются преподавателями разных стран мира. Эти технологии эффективно применяются как в традиционной модели обучения, так и в современной, в том числе на занятиях по иностранному языку, в частности РКИ. Развитие навыков общения и социального взаимодействия иностранных учащихся на изучаемом языке становится основной целью современной методики преподавания РКИ.

Главная цель интерактивных технологий — развивать критическое мышление учащихся как конструктивную интеллектуальную деятельность, предложить осмысленное восприятие информации и последующее её усвоение.

Критическое мышление — это сложный ментальный процесс, начинающийся с ознакомления с новой информацией и заканчивающийся принятием решения.

В рамках интерактивных технологий разработаны основы обучения и учения, состоящие из «стадии вызова», «смысловой стадии» и «стадии рефлексии».

На «стадии вызова» пробуждается интерес к новой теме, ученики с опорой на предыдущие знания и языковой опыт делают прогнозы относительно содержания новой информации.

На «стадии осмысления» проводится работа с текстом, изучается новый материал, ученики интегрируют идеи, заложенные в тексте, со своими собственными, для того чтобы прийти к пониманию новой информации.

На «стадии рефлексии» (*лат. Reflexio* 'отражение') учащиеся размышляют над полученной информацией, закрепляя таким образом новый материал.

Создателями интерактивных технологий были предложены и широко используются следующие приёмы преподавания: «кластер» (в ряде публикаций называется также «карта понятий», «ассоциограмма»), сравнительная диаграмма, пазл (англ. puzzle — 'загадка, головоломка'), целенаправленное чтение, двухчастный дневник и ряд других.

При работе с использованием приёма «кластер», который применяется для стимуляции познавательной деятельности учащихся, развития их памяти и пространственного мышления, работа протекает следующим образом. Учитель записывает в центре классной доски тему (ключевое слово), просит учеников сделать то же в тетрадях, а затем подумать и записать вокруг данного слова (словосочетания) всё, что приходит им на ум в связи с предложенной темой. Затем учащиеся обмениваются своими идеями при работе в парах, делятся ими со всей группой и фиксируют их на доске и в тетрадях.

Использование приёма «двухчастный дневник» предполагает в процессе чтения текста запись в тетради в разделе «отрывок» слов (фраз, предложений), которые вызывают у учащихся различные ассоциации, эмоции, а в разделе «реакции» фиксацию своих мыслей и чувств в связи с прочитанной частью текста. Затем проводится обсуждение результатов работы. Система занятий в рамках каждого метода преподавания включает три выше названные стадии усвоения и закрепления материала: «вызов — осмысление — рефлексия».

Опыт преподавания свидетельствует об эффективности применения интерактивных методов в качестве способов развития интеллектуальных способностей, аналитического мышления учащихся в процессе межличностной коммуникации как на занятиях по языку, так и по другим дисциплинам. Методика работы с использованием интерактивных средств обучения изложена в ряде работ [Соосар, Замковая 2004; Замковая, Моисеенко 2006].

Основными задачами применения интерактивных технологий в преподавании РКИ является формирование и развитие речевых навыков и умений, навыков речевой деятельности, эффективное усвоение учебного материала, повышение и поддержание интереса к изучению русского языка на всех этапах обучения. На занятиях с использованием подобных технологий студенты способны обобщать весь свой накопленный учебный и коммуникативный опыт. Акцент делается на умение общаться и навыки групповой работы. В этом процессе преподаватель берёт на себя роль организатора, руководителя и непосредственного участника общения, координирует коммуникативную деятельность учащихся и помогает им.

Диалоговое взаимодействие участников учебного процесса в практике преподавания иностранных языков, в

частности РКИ, известно давно. Различные виды диалогов (преподаватель – ученик/группа, ученик – ученик/ученики), элементы драматизации присутствовали и продолжают иметь место в коммуникативной методике. Современная методика РКИ представляет собой постоянно развивающийся и обновляемый уровень существующих методов и приёмов, предлагающий довольно широкий спектр интерактивных технологий, при котором каждый преподаватель может вполне самостоятельно разрабатывать и подбирать новые, комбинировать и адаптировать существующие в зависимости от языкового уровня студентов, их способностей и мотивации. При таком понимании интерактивные технологии обучения предполагают особые способы и приёмы организации учебного взаимодействия, вопросно-ответное обсуждение материала, поиск аргументации различных точек зрения, учёт мнения учащихся. Укрепляется мнение, что интерактивные образовательные технологии вполне соответствуют современным требованиям к обучению: более демократичный подход к самому процессу обучения, направленный на повышение внутренней мотивации, развитие личности учащегося, его познавательной активности и творческих способностей.

Интерактивные формы обучения служат основой развития навыков иноязычного общения и способствуют формированию коммуникативной и социокультурной компетенции студентов-иностранцев. Опыт преподавания свидетельствует об эффективности и востребованности применения интерактивных технологий для совершенствования речемыслительных механизмов, навыков межличностного взаимодействия и общения.

Изучение иностранного языка, в частности русского как второго иностранного языка, способствует коммуникации, пониманию, обмену и, следовательно, вносит вклад в решение проблемы вызванной отсутствием благоприятной среды для того, чтобы практиковать

говорение. Нужно иметь мужество, чтобы взять на себя обязательства изменить программы обучения иностранным языкам для включения достижений и инноваций, которые способствуют интеграции наших учащихся. Единственная альтернатива, по нашему мнению, - выучить один или несколько иностранных языков, и это возможно с введением технологии и помощью учителя, чей характер работы, скорее всего, будет меняться. Таким образом, школа 21 века, школа будущего, обязана интегрировать, контролировать и развивать у каждого навыки, необходимые для того, чтобы максимально использовать этот потенциал.

#### **Литература**

1. *Бимурзина И. В.* Использование технологий в обучении русскому языку как иностранному (из опыта работы) // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 13. – С. 2561–2565. – URL: <http://e-koncept.ru/2015/85513>.

2. *Капитонова Т. И., Московкин Л. В., Шукин А. Н.* Методы и технологии обучения русскому языку как иностранному / под ред. А. Н. Шукина. – М. : Русский язык. Курсы, 2008. с. 268

3. *Шукин А.Н.* Современные интенсивные методы и технологии обучения иностранным языкам. М.: Фитоматис.,2008, с. 532. ПетроваН.С. Видеофильмы в практике

4. *Dermers P.* Pour un enseignement efficace des langues aux autochtones. Le paradigme radical en didactique des langues secondes et étrangères (L2). Paris, 2010, L'Harmattan. p. 117-118

5. *Giardina M.* *L'interactivité* dans un environnement d'apprentissage multimédia. Revue des sciences de l'éducation (18)1. Paris 1992. P. 43-66

#### **EFFECTIVE USE OF INTERACTIVE TECHNOLOGIES IN TEACHING RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE OUTSIDE THE RUSSIAN LANGUAGE ENVIRONMENT**

This article discusses the application of interactive technologies for teaching Russian language in a foreign language environment. The organization of educational activities in this, plays an important role in developing the communicative competence of foreign students, promotes the development of

their speech capabilities, and develops interest in the Russian language and culture.

**Keywords:** Effective, interactive technologies, teaching of the Russian language, outside the language environment.

**Т.П. Млечко**

*(Славянский университет, Кишинев, Республика Молдова)*

### **ОСОБЕННОСТИ РУССКОЯЗЫЧНОГО СЕТЕВОГО ПРОСТРАНСТВА В БЛИЖНЕМ ЗАРУБЕЖЬЕ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ МОЛДОВА)**

Статья посвящена проблеме функционирования русского языка в киберпространстве постсоветского зарубежья России, в частности, социолингвистическому описанию использования русского языка в сетевом пространстве полиэтничной Молдовы, где он издавна бытует и является, наряду с государственным, вторым по распространенности языком межнационального общения, а также средством выражения консолидированной позиции русскоязычного сообщества по ряду вопросов особой политической и социальной значимости.

**Ключевые слова:** Интернет, русский язык, ближнее зарубежье, языковая ситуация. Республика Молдова.

Русскоязычный интернет, несмотря на очевидную доминанту английского языка в глобальном сетевом пространстве, является привлекательным для всего географически безграничного русского мира, для поликультурного и многоязычного ближнего зарубежья. Применительно к этому ареалу сегодня актуален целый ряд вопросов: кого интересуется российский и русскоязычный интернет вообще и на что в нем наибольший спрос. Иными словами, есть потребность в информации, касающейся как характеристик пользователей русским интернетом, так и характеристик наиболее востребованного электронного продукта на русском языке. Нам представляется важным



выяснение этих вопросов, например, для совершенствования стратегий сохранения и упрочения позиций русского языка как важнейшей скрепы общего языкового, информационного и образовательного пространства СНГ. Выступая в ТАСС на круглом столе, посвященном языковой политике России и положению русского языка в мире и ссылаясь на данные ООН, посол по особым поручениям МИД РФ Э. Митрофанова обратила внимание на тот факт, что в 2015 году население СНГ (без учета РФ) насчитывало 138 млн человек, русским языком владели лишь 61 млн человек, 36,9 млн - пассивно, 35,6 млн уже не владеют русским языком[Митрофанова 2016].

Наша цель – рассмотреть в контексте новой языковой ситуации в ближнем зарубежье России «местный» русскоязычный сегмент многоязычного киберпространства в одной из постсоветских республик, ныне суверенном государстве Республике Молдова, выявив те факторы, которые влияют на его масштаб, положение, содержательное наполнение (контент) и на языковой выбор пользователей.

В ходе исследования нами изучена вся языковая палитра молдавского сетевого пространства - местных сайтов, порталов, электронных СМИ, ТВ, радио, наполнение и место среди них русскоязычного сегмента, а также отдельные параметры использования жителями Молдовы русскоязычных социальных сетей. Поскольку самыми активными пользователями является молодежь, то положенные в основу полевые исследования представляют собой, помимо статистической выборки и наблюдений, а также непосредственного анализа материалов местного интернета, но еще и результаты анкетирования, специально проведенного в среде молодых русофонов разного этнического происхождения (фокус-группа 150 человек).

Поскольку сетевая коммуникация является органичной и неотъемлемой частью общего коммуникативного пространства, то рассматривать его

следует в соответствующем контексте. Как сказано в Послании первого заместителя генерального директора ЮНЕСКО Г.Энгида: «Новые технологии кардинально изменили то, как мы общаемся, творим и делимся своими знаниями. ...Они также порождают новые вызовы – вызовы, связанные с доступом, разнообразием контента, многоязычием» [Энгида 2015]. Кратко характеризуя типичную картину перемен в коммуникативном пространстве государств ближнего зарубежья России, можно констатировать, что в этих многонациональных по составу населения, поликультурных и многоязычных республиках к этноязыковым характеристикам социума обозначилось более пристальное внимание в течение последних 25 лет. В ходе расширения перечня востребованных языков и перераспределения функциональных ролей между ними, произошла заметная трансформация языковой ситуации. Несмотря на различия между постсоветскими странами в наполнении и пропорциях исходных и новых показателей языковой ситуации, общие тенденции изменений и их результаты вполне сопоставимы.

Нынешняя ситуация повсеместно демонстрирует:

- укрепление позиций национальных языков в статусе государственных и их преобладающая коммуникативная мощь;
- продолжение латентной конкуренции национальных языков с русским;
- заметное изменение статистических показателей по языкам населения и показателей демографической мощи каждого из них;
- расширение социального диапазона функционирования языков национальных меньшинств и иностранных языков;
- увеличение количества предлагаемых для изучения языков «местных» национальных меньшинств и иностранных языков,

- внедрение новых подходов к языковому образованию;
- изменение характеристик языковой личности в направлении большей ее предрасположенности к многоязычию.

Все это стало, с одной стороны, откликом на новые реалии и потребности жизни в современном мире, с другой - результатом государственной политики. Последнее потребовало целого комплекса мер, который включает разработку и продвижение новых языковых политик, закрепление их в законодательстве, разработку стратегий и программ поддержки языков, регламентирование использования языков в различных сферах (образовании, судопроизводстве, делопроизводстве, здравоохранении, СМИ на транспорте и др.), присоединение к международному законодательству.

Так, в РМ, на примере которой построено наше исследование, помимо Закона о государственном языке РМ (1989), действует Закон о функционировании языков на территории МССР (1989), Конституция Республики Молдова, принятая в 1994 и изданная в 2017 г. на 7 языках, в которой, в частности, записано: «Ст. 13. [1]

Государственным языком Республики Молдова является молдавский язык, функционирующий на основе латинской графики.[2]Государство признает и охраняет право на сохранение, развитие и функционирование русского языка и других языков, используемых на территории страны.[Краснов].Государство содействует изучению языков международного общения».

Также многоязычие поддерживается Законом о правах лиц, принадлежащих к национальным меньшинствам, и правовом статусе их организаций (2001). Из последних документов внимания заслуживает «Стратегия укрепления межэтнических отношений в Республике Молдова на 2017-2027», в которой одним из основных разделов является

«Язык как средство интеграции», включающий меры по реализации политик в отношении государственного языка и языков меньшинств.

Из международных профильных документов важно упомянуть два основных. Это Рамочная Конвенция о защите национальных меньшинств (1996) и Европейская Хартия региональных языков или языков меньшинств, подписанная в 2003, но не ратифицированная до сих пор. В подготовленном национальными и европейскими экспертами в 2012 году проекте для Молдовы указывались такие языки: болгарский, гагаузский, немецкий, польский, русский и украинский, а также нетерриториальные – романи и идиш.

Поощрение многоязычия соответствует самому декларируемому ныне международным сообществом с подачи ЮНЕСКО постулату и послы. Он ориентирован на понимание того, что консолидация общества и успешное развитие государства требует поддержки многоязычия на социальном и индивидуальном уровне, в том числе, в киберпространстве, чему был посвящен ряд специальных международных форумов ЮНЕСКО. В Итоговом документе Всемирной экспертной встречи «Многоязычие в киберпространстве в интересах инклюзивного устойчивого развития» (Ханты-Мансийск, Российская Федерация, 4–9 июня 2017 г.), на которой были представлены и результаты нашего исследования, в качестве задачи для стран мира сформулировано: «Предпринимать усилия по совершенствованию и продвижению этических, правовых и социальных принципов и норм для сохранения языкового и культурного разнообразия в киберпространстве»[6].

Таков общий контекст, в котором проходит интенсивное освоение киберпространства и в который оно плотно вмонтировано. Хотя Интернет лишь в определенном смысле подчиняется языковым регламентам и регулируется жесткими правилами, тем не менее, наше исследование показало, что сетевая коммуникация в основных своих

чертах является отражением языковой реальности социума и естественного речевого поведения личности, которое, не в последнюю очередь, зависит от владения ею тем или иным языком / языками.

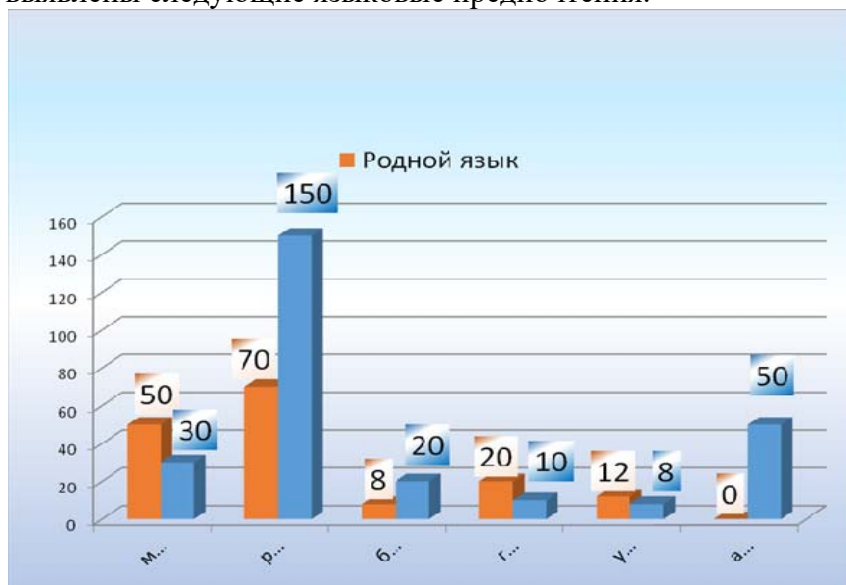
К такому выводу мы пришли, исследовав подробно языковые характеристики коммуникативного пространства РМ и его сетевой составляющей, а также языковое поведение и языковые предпочтения молодого поколения жителей Республики Молдова, постоянных «обитателей» киберпространства.

По данным на 2017 год, число активных пользователей Интернета в Молдове стабильно составляет 75 % жителей РМ[1].

В ходе нашего исследования в поле зрения был материал Moldnet в хронологическом промежутке с 2010 по 2017 гг. В 2010 году был опубликован обзор самых посещаемых сайтов в Молдове. «По данным alexa.com, всего лишь 30 сайтов из рейтинга ТОП 100 в Молдове являются локальными ресурсами. Остальные 70 сайтов - российские или зарубежные ресурсы. Наибольшей популярностью в Молдове пользуются медиа-новостные сайты. Итого 8 специализированных сайтов и еще 3 мощных информационных сайта, которые помещены в категорию "Порталы", освещают новости в стране и попадают в сотню самых посещаемых сайтов. Таким образом из 30 сайтов молдавских ресурсов, которые входят в ТОП 100 по посещаемости, 11 сайтов – новостные»[7]. Такая тенденция и пропорции сохранялись и в последующие годы. Добавим только, что более широко востребованными стали сайты образовательные и юридические, а также сайты научных библиотек.

В ходе нашего исследования «Языковые особенности общения в информационном пространстве Интернет (на примере молодого поколения русофонов Республики Молдова)» внимание было уделено выяснению соотношения

языков и выявлению мультилингвальных траекторий освоения киберпространства в глобальной компьютерной сети Internet в РМ. Анкетирование и статистическая обработка данных проводилась И.В. Балиной, директором Центра информационных технологий и дистанционного обучения Славянского университета РМ. В плане двуязычия среди полученных данных явно выделяется группа языков свободного общения: русский - гагаузский, русский – украинский, русский – болгарский, русский – английский и др. В том, что касается родных языков и русского, были выявлены следующие языковые предпочтения.



По имеющимся данным, к 2017 году, каждый второй житель Молдовы активно использует социальные сети. Что касается предпочтений между сетями ФЕЙСБУК и ОДНОКЛАССНИКИ, то во второй из них зарегистрированы 860 тысяч человек из нашей страны. Большая часть из них проживает в сельской местности, и только четверть составляют жители столицы. Показателен и образовательный ценз пользователей этой сети: 23 % это люди с высшим

образованием, еще у 38% - среднее и средне-специальное. Социальная сеть ФЕЙСБУК, где свою учётную запись создали 570 тысяч человек, более популярна в столице. 40 % тех, кто ею активно пользуется, - обладатели дипломов о высшем образовании. В КОНТАКТЕ интенсивно набирает популярность в молодёжной и студенческой среде. ИНСТАГРАММ, несмотря на возрастающий интерес к нему, и ТВИТТЕР имеют значительно более скромные показатели, чем по другим социальным сетям[5].

В ходе верификации данных по отдельным позициям на момент подготовки доклада и статьи (начало 2018 г.) произошли изменения, когда в Молдове вступили в силу принятые парламентом поправки в Кодекс о телевидении и радио, запрещающие ретрансляцию российских новостей и информационно-аналитических программ. Отметим, что при этом молдавские телеканалы могут и далее транслировать информационную продукцию США, а также стран Евросоюза. За нарушение закона предусмотрены санкции, вплоть до лишения лицензии на вещание. В этой связи естественным образом возрастает число желающих получить доступ к российским каналам через Интернет.

Можно утверждать, что в Интернете РМ русский язык востребован и популярен. В процентном отношении русскоязычного дискурса в сетевом пространстве Молдовы больше, чем в реальной коммуникации в тех же сферах, которые охватывает Moldnet. Несмотря на то, что русскоязычных потребителей, клиентов, читателей значительно меньше, тем не менее, информация выкладывается преимущественно с русской параллелью или на русском языке, если это русскоязычный сайт. Тематический каталог включает 3112 наименований местных молдавских сайтов[2].

Практически все они представляют информацию на русском языке или в том числе и на русском, за редким

исключением (agenda.md - события, новости, политика; jurnal.md - новостной портал РМ и др.). В этот перечень входят сайты государственных структур и учреждений, сайты СМИ и рекламные коммерческие, по разным отраслям деятельности, а также охватывающие сферу досуга, здоровья, спорта, учебы, семьи и широкого круга иных интересов. Отдельные новостные сайты представляют пользователю специальную опцию перевода на русский язык своих публикаций. Имеется, что весьма показательно, такая опция или русская версия сайтов всех ветвей власти РМ: Президента, Парламента, Правительства.

В опубликованных в 2017 году рейтингах популярных новостных ресурсов на основе данных, представляемых международным измерителем интернет аудитории Gemius, в список «Топ-10 Интернет-СМИ Молдовы» на лидирующих позициях (занимая второе или первое места) входит двуязычное Информационное агентство и радио Sputnik Молдова[8]. Это одно из подразделений, основанное международным информационным агентством «Россия сегодня», какие в виде представительств и бюро есть и в других странах. Первоочередное освещение на Sputnik Молдова получают молдавские и российские новости.

Необходимо отметить еще одну характерную особенность публичного дискурса в Молдове. О ней подробно написал О. Краснов в аналитической статье «Остров Молдова»: «Пресса на румынском и на русском языке это два разных непохожих мира, очень слабо связанных между собой – другая языковая этика, другие новости, заблуждения, мифы, настроения. Если разобраться, то разные новости - это совсем не безобидно. С непохожими новостями в головы обывателей загружаются непохожие пропагандистские клише» [Краснов]. Эта же разобщенность двух языковых сообществ проявляется и в Интернет, что отчетливо демонстрируют содержание статей и позиции их



авторов, а также мнения по поводу тех или иных публикаций или событий на форумах.

Установив факт востребованности российского и русскоязычного Интернета в Молдове, выделим значимые для этого статуса особенности молдавской ЯС в плане сохранения в ней русского языка.

Во-первых, за четверть века проведения в РМ новой национально-языковой политики, нацеленной на утверждение титульной лингвокультурной доминанты, пространство русского языка значительно сократилось, однако русская языковая среда сохранилась. Она представлена в полном объеме её функционально-коммуникативного спектра: государственные документы, официальная коммуникация представителей власти, вся вертикаль образования, область культуры (театры, библиотеки, издательства и др.) и культура, СМИ, сфера обслуживания, межнациональное и межличностное, а также повседневное неформальное общение.

Во-вторых, особое значение имеет тот факт, что Молдова - это не только территория исторически долгого и широкого бытования русского языка во всех сферах, но и страна с несколькими особыми регионами, где русский язык доминирует и в настоящее время. Это левобережье Днестра, т.н. непризнанная Приднестровская Молдавская Республика, и Автономное образование Гагауз Ери. В обоих случаях у русского статус одного из официальных языков. Также русскоязычными являются зоны компактного проживания русских старообрядцев, болгар, украинцев. Республика Молдова – полиэтничное государство Русофонами являются практически все нацменьшинства республики, составляющие около трети населения - за исключением цыган.

В-третьих, у значительной части населения РМ есть постоянный интерес к бывшим республикам Союза как направлению экономического партнерства (рынка), а непосредственно к России –еще и как к основному

направлению трудовой миграции, а также как к предпочитаемому вектору внешнеполитического курса Молдовы.

Наконец, у молдаван старшего возраста высок уровень национально-русского билингвизма, унаследованный в более скромных масштабах постсоветскими поколениями молодежи. Этот традиционно высокий уровень молдавско-русского билингвизма позволяет сохранить и обеспечить многим жителям Молдовы, даже рецептивным билингвам, доступ к развлекательной и профессиональной информации на русском языке в разных отраслях знаний, а также поддержание контактов в науке, образовании, культуре, а также на уровне родственных и дружеских связей.

Нами выделено и перечислено именно то главное, что, помимо привлекательного контента, объясняет естественную потребность в использовании русскоязычного интернета, как российского, так и местного.

Выводы.

- Языковая жизнь государств постсоветского зарубежья России демонстрирует разнообразие языкового репертуара страны в целом и её граждан, а также разнообразие предпочтений языковой личности в разных сферах коммуникации. Так, индивид по своему усмотрению может пользоваться Интернетом 1) на языке своего государства, 2) на традиционно распространенном в этом ареале русском языке, 3) на этническом языке диаспоры, то есть на языке своей исторической родины, или 4) на иностранном языке, которым владеет.

- Пример Молдовы показывает, что русский язык является одним из самых востребованных в Интернете ближнего зарубежья, что связано с рядом объективных причин. Одна из главных – это насыщенность русскоязычного сетевого пространства актуальным информационным и развлекательным материалом, другая -

достаточный уровень владения языком у пользователей Интернета, что, кстати, им тоже поддерживается. Также особое притяжение для пользователей имеют популярные российские социальные сети.

- Примечательно, что, помимо русскоязычных, практически все молдавские сайты от официальных государственных до рекламных, включая электронные СМИ и электронные версии бумажных СМИ, имеют русскую версию или опцию перевода на русский язык, что говорит об ориентации на аудиторию пользователей, на привлечение более широкого их круга. Тем не менее, до сих пор есть очевидные различия между материалами, которые публикуются русскоязычными и румыноязычными СМИ по тематике и занимаемым позициям в вопросах социокультурного и геополитического характера, что отражает определенное противостояние двух основных лингвокультурных сообществ в Молдове – русскоязычного и румыноязычного.

- Наблюдается тенденция к цифровому многоязычию, к общению в социальных сетях на разных языках, что характерно для современной молодежи, активно владеющей несколькими языками,

Таким образом, можно констатировать, что при заметном сужении русскоязычной коммуникации и расширении активного многоязычия в странах постсоветского зарубежья русскоязычный Интернет, однако, занимает лидирующие позиции по востребованности, интенсивности и диапазону использования.

#### **Литература**

1. В правительстве обсудили ряд реформ // ВЕСТИ.МД / все новости ...  
[www.vesti.md/?mod=news&id=67718?&utm\\_source=publika...](http://www.vesti.md/?mod=news&id=67718?&utm_source=publika...)
2. Каталог сайтов Молдовы - Point.md  
<https://point.md/ru/catalog/>

3. *Краснов О.* Остров Молдова – Ava.md  
<https://ava.md/authors/krasnov-oleg/?page=2>

4. *Митрофанова Э.* Статус русского языка в СНГ должен быть в повестке РФ, считает  
...<https://ria.ru/world/20161117/1481576522.html>

5. Названы самые популярные соцсети в Молдове -  
[point.md/Общество/...-sotsseti-v-moldove](http://point.md/Общество/...-sotsseti-v-moldove)

6. Российский комитет Программы ЮНЕСКО  
"Информация для всех ... [www.ifarcom.ru/ru/printf/405](http://www.ifarcom.ru/ru/printf/405)

7. Самые посещаемые сайты Молдовы - Интернет-проекты  
[vieru.md/2010/10/samye-trendovye-sajty-moldovy/](http://vieru.md/2010/10/samye-trendovye-sajty-moldovy/) - 21 февр. 2017 г.

8. Топ 10 популярных Интернет-ресурсов Молдовы в  
августе

<https://ru.sputnik.md/.../20170906/.../top-10-populyarnyh-internet-resursov-moldovy...> - 6 сент. 2017 г.

9. *Энгидя Г.* Послание первого заместителя генерального директора ЮНЕСКО. - Языковое и культурное разнообразие в киберпространстве. Сб материалов III Международной конференции. – М., 2015.- С 11.

#### **THE FEATURES OF RUSSIAN INTERNET IN CIS COUNTRIES (ON THE EXAMPLE OF MOLDOVA)**

The article is devoted to the Russian language functioning in post-Soviet countries and in particular to the sociolinguistic description of the Russian language on the Internet in polyethnic Moldova where this language has been used along with the state one as the language of intercultural communication and means of expression of the common position of the Russian-speaking community on the questions of high political and social importance.

**Keywords:** Internet, Russian, CIS countries, language situation, Moldova

**В.П. Синячкин**  
**У.М.Бахтикирева**

*(Российский университет дружбы народов)*

### **ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ЗАМЕТКИ О VIRTUALITY**

Статья посвящена осмыслению феномена виртуального социума и предлагает читателю понаблюдать за изменениями ключевых тенденций в Интернет-коммуникации: анонимность vs персональность, речевое невежество vs пуризация языка чатов и блогов и т.д. Автор размышляет о влиянии Интернета как на языковую личность, так и на литературную норму как таковую, приводя примеры из новейшего Интернет-лексикона.

**Ключевые слова:** virtuality, Интернет-коммуникации, виртуальная личность, литературная норма

Язык всегда живо реагирует на изменения в любой из сфер своего бытования, будь то политика, экономика, культура, искусство или духовность. Русский язык, переживший стадию нормативно-функционального расслоения с принятием христианства (книжно-церковный и народно-литературный типы), «лексический переворот» во времена петровских реформ и в перестроечную эпоху, дестабилизацию нормы на рубеже 20-21 веков, и сегодня продолжает активно репрезентировать явления действительности, называя их при этом новыми – зачастую немислимыми – именами. Интернет-коммуникация, ставшая основной формой общения между людьми, породила очередную волну «новорусского языка» (первые три: бандитская, гламурная и профессиональная – подробно описаны М. Кронгаузом [Кронгауз 2008; 18]). Речь современного пользователя пополнилась рядом новых слов, которые ежедневно вливаются в компьютерный пиджин. Как правило, эти слова имеют английские корни, но склоняются в соответствии с требованиями русского языка. Эджайл, свайп, бинджвотчинг... Что это – модные заимствования или показатели языкового распада? Или, возможно, приметы

новой транслингвальной эры, когда смешение и «взаимообтекание» элементов речи порождает особый тип дискурса? Диахроническая ось развития русского языка показывает (и подсказывает) нам, что генетический код языка находится в относительной безопасности. Здесь уместно вспомнить об эпохе нормативного сдвига в конце 90-х годов 20 века, когда отечественные лингвисты всерьез обеспокоились состоянием литературной нормы. Знаменитая почтовая дискуссия «О состоянии русского языка», инициированная Ю.Н. Карауловым, позволила языковедам прийти к нескольким важным выводам:

- язык единовременно существует как совокупность созданных на нем текстов; структура и свод правил, регулирующих распределение ее элементов; компетенция носителей, понимаемая как способность производить тексты разного уровня – от высокого искусства слова до городского просторечия;

- языку как системе ничто не угрожает. Этого нельзя сказать о речевой культуре. Метафор, описывающих ее состояние, множество, и все они показательны: «русский язык на грани нервного срыва» (М. Кронгауз), «всеобщее языковое одичание» (А. Апресян), «языковое отчуждение» (В.Г. Гак) [Караулов 1992].

С тех пор прошло двадцать шесть лет. Проблемы расшатывания языковой нормы («Улица шагнула на страницы газет...») мы пересматриваем сегодня в новом ракурсе, а именно с позиций глобализации и формирования виртуального социума как одной из ее «примет».

Программа глобализации (или «проект вестернизации», если употребить термин И. Валлерстайна) осуществляется уже не одно столетие, но сегодня ее масштабы стали по-настоящему колоссальными. Все языки и культуры в разной степени испытывают на себе влияние экономической, политической, культурной интеграции. Этому способствует стремительное развитие

информационных технологий, благодаря которому формирование глобального социума (global society) стало возможным. Что стоит за этим понятием? В широком смысле – это единая земная цивилизация как альтернатива множеству разнородных и разрозненных этнических «самостей», коммуникативно скооперированная при помощи сети Интернет и универсального языка международного общения – английского. Как мировые культуры реагируют на эти процессы – отдельный большой разговор, потому что здесь мы всегда имеем дело с выраженной антиномией глобального и локального, которая движет целые системы (в том числе языковые) к сложно прогнозируемым результатам. И если говорить о глобальном социуме пока несколько преждевременно, то не признать успешное функционирование виртуального социума мы не можем.

Виртуальная реальность – уже не оксюморон, а словосочетание с алетической модальностью. Появился и термин-гибрид *virtuality*, своего рода сигнификатор промежуточного положения личности между двумя сферами – внешней, объективно-физической, и внутренней, субъективно-семиотической. Личность вступает в пространство перманентного конструирования, переконструирования, корректировки, аннигиляции определенных своих ролей и имиджей, которые транслируются в *virtuality* с различными прагматическими целями. Происходит формирование виртуальной личности, которая может быть полигранной (термин Е. Зейферт) и полностью либо частично не совпадает со своим реальным прототипом. Интернет предоставляет для этого самый широкий арсенал средств: от создания множественных профилей в соцсетях под вымышленными именами (никнеймами) до персональных веб-сайтов.

Интернет-коммуникацию изначально отличала анонимность/имперсональность. Например, за никнеймом *Rage\_of gods*, который относится к игровым и в то же время

коммуникативно «непрозрачным», может скрываться кто угодно: мужчина, женщина, подросток. Это может быть как школьник, так и бизнесмен: никнейм не дает нам представлений о реальной личности, а запускает вместо этого ассоциативные реакции: «ярость богов» (дословный перевод) – характерный маркер принадлежности к таким сферам, как рок-музыка и/или компьютерные игры. Думается, это способ самопозиционирования в виртуальном социуме, попытка очертить «свой круг» при помощи соответствующего имиджа. Однако реальные социальные индексы личности в данном случае не проявлены. В процессе коммуникации в формате онлайн-переписки нами было установлено имя собеседника, а также уточнены его биологические и социальные параметры: мужчина, 34 года, Кемерово, не женат, кандидат филологических наук. Мы попросили респондента прокомментировать выбор никнейма и получили следующую экспликацию: «Для меня ник связан со скандинавской мифологией, в частности, со Старшей и Младшей Эддами и в особенности – с так называемым «Прорицанием Вэльвы». Это уровень личностно-значимых смыслов и в то же время коммуникативный фильтр: не каждый собеседник готов начать контакт с носителем подобного имени, для этого нужны определенные основания». Таким образом, экспектативная функция виртуального имени не оправдывается полностью: ожидания воспринимающего, связанные с его субъективными ассоциациями, не совпадают с объективными мотивами персоны. У того же пользователя было зафиксировано еще несколько профилей. В одном из них он представлен под реальными (паспортными) данными, в другом – под никнеймом Seeker («Искатель»). Первый при этом связан с научным подразделением, в котором работает респондент, а потому требует соответствующей достоверности; второй – с личной страницей-блогом, посвященной филологическим исследованиям в формате научно-популярных заметок.



Таким образом, у одного человека, как видим, три виртуальных имиджа, за каждым из которых стоит своя задача.

Наблюдения за элементами виртуального ономастикона позволили нам сделать некоторые выводы. В виртуальном пространстве человек с большей вероятностью, чем во внешнем мире, включается в игру по «конструированию» самого себя. Активируется та его ипостась, которую Й. Хейзинга назвал *Homo ludens*. Особенно эта тенденция была интенсивна в 2006-2012 годы, когда Рунет захлестнула волна никнеймов с повышенной ассоциативностью и интертекстуальностью, но при этом нулевой информативностью: *Кот Бегемот*, *Королева Марго*, *Оле-Лукойе*, *Зигизмунда Фрейд*, *Eternity*, *The Best Man Ever*, *Роки* и многие, многие другие. Как писал Роже Кайуа в своей книге «Статьи и эссе по социологии культуры» [Кайуа 2007], игры можно условно разделить на четыре класса: агонические (соревновательные), алеатические (игры с непредсказуемым исходом), мимикрические (подражательные) и илинксальные (с эффектом головокружения). Каждый из элементов этой классификации обусловлен внутренними потребностями и мотивами не только индивидуума, но и коллектива в целом. Если рассматривать никнеймы в контексте теории игр, то мы увидим, что представленные примеры укладываются в таксономию Кайуа. Создание никнейма – это алеатическая игра (так как коммуниканты вступают во взаимодействие «неузнанными» и могут оставаться таковыми, сколько пожелают); в то же время это может быть агоническим актом (см. пример *The Best Man Ever*, прямо указывающий на исключительность носителя никнейма, т.е. на его явные конкурентные преимущества в «схватке с соперником») или «мимикрическим жестом» (см. *Роки*). Функции подобного «никнейминга» могут быть самыми разными: от репрезентативных до компенсаторных. Виртуальная

личность – это постоянный эксперимент с комбинированием имиджей и снэпшотов (один из терминов Интернет-лингвистики, подразумевающий связь языкового сознания индивидуума с кибер-пространством).

С 2012 года наметилась противонаправленная тенденция: люди перестали «скрываться» за вымышленными никнеймами, отдавая предпочтение реальным именам. Если никнейм в свое время был «инфоповодом» к началу коммуникации, провоцировал запуск герменевтического круга или выступал знаком «нулевой информативности» (маски), то имя собственное постепенно стало знаком открытого самопровозглашения личности в киберпространстве, а в отдельных случаях и брендом.

Мы помним, что анонимность/имперсональность виртуального общения послужила импульсом для многих характерных черт *virtuality*, среди которых чрезмерная гласность («воинствующее невежество»), феномен Интернет-хейтинга, отсутствие прямой ответственности за написанное, постепенное стирание гендерных границ и нарушение гендерных скриптов. Как это сказалось на языковой норме? Интернет 2000-х (в особенности, Рунет) воспринимался как место, где «все смешалось». В едином функциональном поле оказались многие подсистемы языка: литературный язык, территориальные диалекты, городское просторечие, социальные и профессиональные жаргоны. Личность, оказавшаяся внутри этих перекрестных «потоков», часто утрачивала ощущение языковой стабильности и жила предчувствием надвигающейся языковой катастрофы, которая, однако, не наступила и вряд ли наступит. По крайней мере, мы и сегодня имеем дело в большей степени с языковым вкусом эпохи [Костомаров 1994], чем с серьезными изменениями в астеносфере языка. Возвращение Интернет-пользователей к исходным именам (т.е. восстановление статуса персональности) как общественная тенденция свидетельствует о большей, чем прежде,

осознанности и ответственности языковой личности за каждое из совершаемых ею речевых действий.

Само понятие «виртуальной языковой личности» так же трансформировалось. В 2010 году Компанцева Л.Ф. дала следующее объяснение этому феномену: «Личность в Интернете ограничена письменным каналом взаимодействия, что дало основание определить виртуальную языковую личность как дискурсивный вариант языковой личности, представленный в языковом пространстве Сети, зафиксированный в коммуникативных стратегиях и тактиках общения, типах речевого поведения, в значениях фрагментов гипертекста, лингвокогнитивных особенностях тезауруса» [Компанцева 2010; 28]. Сегодня истинность первого положения мы не признаем: виртуальная личность вышла *за пределы письменного канала взаимодействия* благодаря интермедийным жанрам: роликам на YouTube или, например, сервису Instagram, где информативным ядром служат фотографии и короткие видео, а максимально сжатый текст выполняет поддерживающую функцию. Рассмотрим, например, Интернет-феномен последних лет: мукбанг (от корейского *мокранг* – «есть» и *bangsong* – «показ, трансляция»). В указанном формате блогер ничего не рассказывает, не делится своим опытом, не высказывает собственного мнения; он/она ест на камеру, поглощая количество пищи, многократно превышающее норму (за один сеанс, например, человек съедает онлайн сто бананов). У этого тренда – поистине международный размах, о чем свидетельствует как система языка (мукбанг, мукбанги), так и статистика просмотров и комментарии на YouTube. Виртуальная личность современности не только активно говорит, но и «показывает»; по словам Уэбстера, «мы живем в век зрелищ» [Уэбстер 2004].

Развитие информационных технологий, как отмечает З.К. Сабитова, изменило психотехнику восприятия, мышления и поведения человека [Сабитова 2013].

Общедоступность информации в Интернете, ее неизмеримые объемы и скорость распространения в Сети не оставили Человеку Воспринимающему возможности для ее последовательной обработки и хранения. Сознание современного человека постепенно утрачивает способность к потреблению больших информационных массивов, а потому мышление аудитории становится «клиповым», то есть ориентированным на восприятие наиболее значимых фрагментов (клипов) [Анненкова 2007, с. 111]. Добавим от себя: сегодня это не просто клиповое, а полноценно «хэштэговое» мышление. Хэштеги (от англ. «решетка» и «метка») – это маркеры, используемые для обсуждения определенных тем, относящихся к какой-либо группе или каналу. Они начинаются с символа # (решетки), изначально призванного пометить наиболее актуальные темы в микроблогах (таких, как Twitter), то есть выполнять функцию индексов. Постепенно функциональный диапазон хэштега расширился, став формой объявления, запроса, знаком эмотивного состояния, а также «показателем» сарказма, личного мнения и даже внутреннего монолога. Хэштеговое мышление – еще одна примета нашего времени и новой виртуальности.

Так как самым подвижным ярусом языка (в том числе виртуального) остается лексика, мы провели небольшое лексикографическое исследование с целью зафиксировать наиболее частотные Интернет-слова новейшего времени и попытаться пояснить их с точки зрения общественных трендов. Это установочно-предпосылочный этап, на котором мы постараемся не давать оценок ни самим явлениям, ни словам, их представляющим.

Например, *хайп* (англ. *hype* – «шумиха») – слово, пришедшее к нам из медиа и буквально означающее шум вокруг товара/проекта, обрело в русском языке «второе дыхание» с пополнением словообразовательной парадигмы: появился глагол «хайпить» и его наиболее употребительная в

Интернете форма – «хайпанем [немножечко]». Слово вошло в узус (его употребляют не только студенты, школьники, «богема», но и банковские служащие, юристы и даже преподаватели высших учебных заведений). Тем не менее, судить о его статусе пока рано: вероятно, это один из циркулирующих элементов лексической системы, которые активируются в момент «востребования», а затем вновь уходят на периферию.

*Инфлюэнсер* (от англ. «человек, оказывающий влияние») – слово, находящееся в гиперо-гипонимических отношениях с широко известным словом «блогер», которое в последнее время характеризуется смысловой размытостью, широтой. Инфлюэнсер – не просто блогер, но личность, активно формирующая общественное мнение. Это своего рода пассионарий с мощным индуктивным зарядом, побуждающий свою аудиторию к совершению определенных действий (например, покупке товара / просмотру фильма / посещению мероприятия). Термин активно используется в сфере маркетинга. Более того, начали появляться специализированные маркетинговые агентства по работе с инфлюэнсерами. Как в хрестоматийном примере Л.П. Крысина о «стилисте» и «парикмахере», мы видим здесь семантическое несовпадение понятий, наличие нескольких дополнительных смысловых компонентов в слове «инфлюэнсер». Это не просто блогер, но «влиятельный блогер», прямо или косвенно направляющий свою аудиторию в сторону конкретного выбора/определенных действий с прогнозируемыми и стабильно высокими результатами.

*Эджайл* (от англ. agile – «быстрый, резвый») – изначально модель поэтапного запуска продукта с целью минимизации рисков и затрат. Сегодня – оперативное реагирование на ситуацию (так, слово эджайл было применено Д. Медведевым при описании работы правительства) без отягощающих факторов: бюрократии и

т.д. Выйдя из Интернета в жизнь, слово обосновалось в среде так называемого «топ-менеджмента», хотя его активно используют даже студенты («Сдаю курсовую главами – настоящий эджайл!»). Здесь нам важно не столько слово, сколько система ценностей и отношений, которую оно представляет: это репрезентант картины мира, в которой главными ценностями признаются скорость и результат.

*Краудфандинг* (англ. crowd – «толпа» и funding – «финансирование») – слово, означающее сбор денег в Интернете на запуск какого-либо проекта (например, издание книги, открытие собственного дела и т.д.). На сегодня это самый важный канал финансирования в Интернете. В русском языке появился глагол «накраудфандить» в значении «собрать необходимую сумму».

Донейшнс (от англ. donations – «пожертвования») – еще одна популярная форма финансовой поддержки в Интернете, но речь, как правило, не о добровольных жертвованиях благотворительным организациям, а безвозмездная помощь блогерам на поддержание их каналов. Донаты – своего рода зарплата блогеру от его аудитории с тем, чтобы он/она продолжал(-а) выпускать качественный и интересный контент для своего зрителя. И слово, и явление, стоящее за ним, говорят нам о том, что современная аудитория обрела большую самостоятельность и не намерена мириться с «программой передач», в формате которой работает телевидение. Пользователь стремится самостоятельно организовывать свой досуг в Сети и в случае необходимости готов вносить символическую (а иногда и вполне ощутимую) плату за то, чтобы получать желаемую информацию.

В рамках настоящего сообщения мы не можем прокомментировать другие слова, значимость которых для современной культуры virtuality достаточно высока. Все они так или иначе отражают мир, в котором мы живем, и помогают специалисту объяснить социальные «тренды»

(см. *свайп*, *флюидность*, *бинджвотчинг*, *байтить*, *шаут* и многие другие). Нужны ли эти слова русскому языку? Не нарушат ли они целостность и чистоту самой системы? Судя по всему, некоторые изменения в массовом восприятии все-таки происходят. С другой стороны, хэштеговое мышление – не что иное, как вариация на тему древнерусского «пропозиционального восприятия», характерного для ранних этапов становления письменности. Отбор жизнеспособных лексических элементов с Сети продолжается. Из-за высокой скорости распространения информации мы часто становимся свидетелями «коммуникативных взрывов» (см., например, рэп-баттлы, породившие «панчи», «панчлайны» и пр.), но велика вероятность того, что многие из них вскоре угаснут. А язык останется.

### Литература

1. Анненкова И.В. Язык современных СМИ как система интерпретации в контексте русской культуры (попытка риторического осмысления) // Язык современной публицистики. – М.:Флинта: Наука, 2007.
2. Кайуа Р. Игры и люди. Статьи и эссе по социологии культуры. – М.: ОГИ, 2007.
3. Караулов Ю.Н. О состоянии русского языка. Материалы почтовой дискуссии // Русская речь. – 1992. – № 2. – С. 48 – 57.
4. Компанцева Л.Ф. От классического языкознания к Интернет-лингвистике // *Studia Linguistica*. – 2010. - № 4. – С. 24 – 30.
5. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. М.: Педагогика-Пресс, 1994.
6. Кронгауз М.А. Русский язык на грани нервного срыва. – М.: Знак: Языки славянских культур, 2008.
7. Сабитова З.К. Лингвокультурология. – М.: Флинта: Наука, 2013.
8. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. – М.: Аспект Пресс, 2004.

## **LINGUISTIC NOTES ON A VIRTUALITY PHENOMENON**

The article is devoted to the understanding of the phenomenon of virtual society and offers the reader to observe the changes in key trends of Internet communication: anonymity vs personality, speech ignorance vs purification of the language of chats and blogs, etc. The author reflects on the influence of the Internet on both the linguistic personality and the literary norm, citing examples from the latest Internet lexicon.

Keywords: virtuality, Internet communications, virtual personality, literary norm

**Нилакши Сурьянараян**

*(Делийский университет, Индия)*

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРЕПОДАВАНИИ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ В ИНОЯЗЫЧНОЙ АУДИТОРИИ**

Статья посвящена необходимости использования при изучении русской литературы советских и российских фильмов, основанных на произведениях классиков – А.С. Пушкина, М. Ю. Лермонтова, Н.В. Гоголя, И.С. Тургенева, А.П. Чехова, Л.Н. Толстого и многих других писателей. Особенно это важно для иностранной аудитории, поскольку фильмы дают богатый иллюстративный материал и помогают расширить фоновые знания, необходимые как для понимания художественных текстов, так и шире – для формирования социокультурной компетенции.

Хотя методика преподавания иностранных языков уже давно обращает внимание на важность использования аудиовизуальных средств при изучении иностранного языка, до сих пор не было предпринято серьезной попытки по созданию подобной методики использования кино в преподавании литературы для иностранных студентов.



**Ключевые слова:** русская литература, обучение, мультимедийные ресурсы, кино.

На фоне кинематографа разных стран, пожалуй, именно Россия имеет наиболее плодотворные кинематографические отношения с собственной литературой. Большинство классических русских фильмов являются адаптациями русской художественной литературы, и большинство шедевров русской художественной литературы имеют свою экранизированную версию. Любой кинематограф — опытный или молодой — восхваляет литературное наследие своей страны и находит в литературе готовый материал. Русские кинематографисты не раз вдохновлялись литературой в художественном и в духовном планах; создание фильма для них было чем-то большим, чем просто поисками новой идеи для сюжета, которую можно было бы развивать для достижения профессиональной славы.

Литература является отправной точкой для российского кинематографа, что привело к появлению многих экранизаций, которые заслуживают отдельного рассмотрения. Среди таких экранизаций можно назвать «Шинель» Григория Козинцева и Леонида Трауберга (1927), «Солярис» Андрея Тарковского (1969-72), «Мой друг Иван Лапшин» Алексея Германа (1983), большую часть фильмов Александра Сокурова и многие другие. Этот богатый кинофонд может найти широкое использование в преподавании русской литературы иностранным студентам.

В наши дни большое количество материала доступно в Интернете, начиная с простых фотографий писателей и их семей, до видео-клипов их выступлений, мы также можем отправиться в виртуальное путешествие и посетить дома писателей, увидеть различные объекты, связанные с их жизнью. Это особенно касается России, потому что дом почти каждого писателя сохранился как дом-музей, где мы можем представить себе среду, в которой писатель творил и создавал свои произведения.

Таким образом, интернет-ресурсы можно использовать на разных этапах, начиная со знакомства с литературной биографией писателя, и затем переходя к просмотру экранной версии обсуждаемого литературного произведения.

### **Методология**

С самого начала очень важно уточнить, что использование фильмов и других мультимедийных ресурсов никоим образом не должно заменять работы с литературным текстом. Несмотря на то, что чтение литературного текста на уроке кажется сложным, кропотливым и трудоёмким для иностранных студентов, тем не менее, необходимо проводить работу над ним – обращать внимание на нюансы словесной игры, анализировать метафоры, а также скрытые смыслы, составляющие основную идею писателя и его литературного произведения. Поэтому мультимедиа и фильмы должны служить дополнительным источником для лучшего понимания литературного произведения и знакомства с культурными артефактами, которые являются составной частью сюжета произведения.

Работа может проходить следующим образом:

- чтение биографии писателя с акцентом на основные произведения и историю их создания;
- показ видеофильма или фрагментов документального фильма о жизни и творчестве писателя;
- чтение литературного произведения и его анализ на уроке;
- различные типы письменных заданий - ответы на вопросы, написание сочинения.

Показ фильма необходимо предварять сведениями о фильме, о режиссёре, об актёрах, о времени создания фильма. Далее следует просмотр фильма с последующим анализом, дискуссией и обсуждением (студенты высказывают свое мнение по различным вопросам, дают

свою оценку). Часть заданий может выполняться письменно (например, ответы на заданные вопросы).

Большое место в таком учебном процессе занимают задания творческого характера, нацеленные на анализ и сопоставление, подталкивающие студентов на развитие самостоятельного критического мышления.

Просмотр фильма может проходить как в аудитории, так и в неаудиторное время, в том числе являться домашним заданием. И эту возможность дает Интернет.

### **История вопроса взаимодействия литературы и кино**

С появлением кино многие кинематографисты обратили свое внимание на изучение его основ и стратегии его быстрого развития. Так, С. Эйзенштейн и многие другие режиссеры начали осознавать, что писатели девятнадцатого века уже демонстрировали признаки кинематографического видения в своих трудах. С. Эйзенштейн использовал свои обширные знания в области художественной литературы и выявил, как литература способствовала развитию кино. Выработывая свою теорию «монтажа», он неоднократно указывал на то, что многие литературные произведения уже содержат в себе элементы монтажа в готовом виде. Сценаристам и режиссерам надо только передать их на экране. В своих статьях «Монтаж» (1938), «Диккенс, Гриффит и мы» (1938) и «Пушкин и кино» (1939) С. Эйзенштейн дает подробное и убедительное описание так называемых монтажных изображений, найденных в работах разных авторов из разных стран, и подчеркивает, что кино в значительной степени обязано своим развитием литературе.

Хорошим примером вышесказанного служит повесть А.С.Пушкина «Пиковая дама», особенно показательной является та ее часть, где Германн приходит к графине, чтобы просить ее раскрыть ему тайну. Пушкин описывает наступление ночи в комнате графини: *«...Как и все старые люди вообще, графиня страдала бессонницею. Раздевшись,*

*она села у окна в вольтеровы кресла и отослала горничных. Свечи вынесли, комната опять осветилась лампадою...»* [Пушкин 1959-1962; Т.5, 248]. Как отмечает М. Ромм, с точки зрения кинематографии «Мы видим здесь общий план комнаты с точки зрения Германна: кресло у окна, проход горничных, изменение световой обстановки, кивот. Но едва графиня остается в одиночестве, Пушкин начинает постепенно приближаться к ней, изолируется от обстановки, заставляет вас внимательно разглядывать старуху, готовя драматическую кульминацию эпизода» [Ромм 1964; 120]. Далее у Пушкина: «... Графиня сидела вся желтая, шевеля отвислыми губами, качаясь направо и налево. В мутных глазах её изображалось совершенное отсутствие мысли; смотря на неё можно было бы подумать, что качание страшной старухи происходило не от её воли, но по действию скрытого гальванизма. Вдруг это мёртвое лицо изменилось неизъяснимо. Губы перестали шевелиться, глаза оживились: перед графиней стоял незнакомый мужчина...» [Пушкин 1959-1962; Т.5, 249]. В этом заключительном эпизоде, Пушкин заставляет нас увидеть Германна через реакцию на лице старой женщины. Таким образом, он не только дает нам вид графини крупным планом, но и заставляет нас обратить внимание на ее лицо в соответствующем драматическом моменте. Пушкин не показывает нам, как Германн приходит к графине. Зритель видит только изменение выражения лица старой женщины, ее замершие губы, расширенные глаза — что-то произошло. Пушкин как бы сам вдруг поворачивает камеру, чтобы показать нам лицо Германна. М. И. Ромм справедливо говорит: «Можно подумать, что Пушкин не только был знаком с кинематографом, но знал все его тайны. Режиссеру остается только безоговорочно следовать за авторской волей, ибо здесь увидено все, услышано все, написано всё. Даже особенности кинематографической мизансцены как бы учтены в этом отрывке, даже переходы со статических на

динамические точки, даже монтаж предусмотрен в нём...» [*Ромм 1964; 121*]. М.Ромм восхищается А.Пушкиным и добавляет: «Пример этот весьма поучителен потому, что конкретность видения, зрелищность, лаконичность, действенность, пластичность, выразительность немого действия – всё то, чего мы требуем от сценария, оказывается, лежит в природе высокой литературы...» [*Ромм 1964; 121*].

### **Взаимоотношения литературы и кино как диалог культур**

Итак, внимание к взаимодействию кино и литературы возникло уже начиная с первых шагов кинематографа, и не ослабевает по сей день. Ранние исследователи искусства акцентировали внимание на специфике каждого из видов искусства для определения их функций. Так, Гёте писал: «Но в том-то и заключается долг, заслуга и достоинство истинного художника, что он должен проводить границу между той областью искусства, в которой он работает, и всеми остальными, должен уметь воздвигать любое искусство, любой его жанр на собственной его основе и по мере возможности изолировать каждую художественную область» [*Гете 1980; Т.10, 41*].

Сегодня известно, что наряду с дифференциацией искусств не меньшее значение имеет их интеграция. Об этом свидетельствует творческая практика театральных и кино режиссеров. Одностороннее изучение специфики искусства, не учитывающее характер взаимосвязей, неплодотворно. Издержки чрезмерно узкой специализации в исследовании искусств отмечал М. Бахтин. Он призывал к изучению различных областей культуры в их взаимосвязи и взаимодействии: «...Как раз более напряженная и продуктивная жизнь культуры проходит на границах отдельных областей ее, а не там и не тогда, когда эти области замыкаются в своей специфике» [*Бахтин 1970; 238*].

Единственно плодотворным, с нашей точки зрения, является представление о целостности развития, когда каждое искусство занимает свое место в ряду остальных и каждое ограничено пределом своих видовых возможностей, каким бы беспредельным оно ни казалось. Смысл и сила искусств — в их различии, взаимодополняемости и целостности. Эволюция этих взаимоотношений (влияния и взаимодействия) имеет свою историю — от примитивного подражания и заимствования до сложных форм современного взаимодействия и взаимовлияния.

Кино, как и любое другое искусство, развивается, взаимодействуя с остальными: плодотворно в тех случаях, когда контакты происходят без нарушения границ видовой специфики каждого из искусств. Прочтение литературного наследия, проблема постановки классики в театре и кино всегда вызывала споры и дискуссии. Позволительна ли вольность в истолковании произведения? В чем состоит верность его автору — в следовании ли «букве» его творений или в следовании их духу?

М. Бахтин рассматривал понимание одной культуры другой как диалог между ними, взаимообогащающий их, освещающий новым светом каждую из культур. Как он отмечал, «Мы ставим чужой культуре новые вопросы, каких она сама себе не ставила, мы ищем в ней ответы на эти наши вопросы, и чужая культура отвечает нам, открывая перед нами свои новые стороны, свои смысловые глубины. Без своих вопросов нельзя творчески понять ничего другого и чужого (но, конечно, вопросов серьезных, подлинных)» [*Бахтин 1970; 238*].

#### **Теория экранизации**

Проблема отношений экранизации с оригиналом существует с началом появления кинематографа, и на ее счет у киноведа сложилась масса теорий. Традиционно текст первоисточника считался высшей ценностью, а фильм — лишь интерпретацией, подчиненным материалом,

своеобразным «переводом» с языка литературы на язык кино. Но внимательный анализ этого феномена позволяет скорее предположить, что экранизация литературных произведений — это новый вид художественного творчества, родившийся в XX в. и требующий еще своего тщательного исследования.

В этом отношении исследовательский подход распадается на два основных направления: во-первых, когда характер взаимоотношений кино и художественной литературы осмысливается в общем эстетико-философском, историческом и социологическом контексте (так называемая внешняя структура фильма), и, во-вторых, когда характер этих взаимоотношений рассматривается в чисто искусствоведческом ключе, т.е. с точки зрения внутренней структуры фильма, когда в центре внимания — сопоставление и различие приемов построения художественного образа в кино и в литературе. Иными словами, во втором из названных случаев речь идет о художественных «языках» в этих видах искусств, об исследовании закономерностей построения художественного произведения и кино [*Горницкая 1986; 98-106*].

Исследователи и теоретики, изучающие феномен экранизации литературных произведений, поднимают ряд киноведческих вопросов и проблем: 1) проблема определения самого понятия экранизации (что такое экранизация); 2) проблема диалога литературы и кино, либо вопрос о переводе языка словесных образов на язык визуальных, кинематографических образов; 3) проблема жанров в фильмах-экранизациях [*Горницкая 1986*].

Изучение указанной проблематики экранизации занимает различное место в русскоязычном и иностранном киноведении. В советском и в целом русскоязычном киноведении осмысление экранизации не носило систематического характера. Например, в теоретических исследованиях крупнейшего советского кинематографиста и

учёного С. Эйзенштейна проблеме экранизации вообще не нашлось места, хотя он постоянно занимался сопоставлением художественной литературы и кино.

Нередко считается, что художественная ценность кинокартины определяется исключительно тем, насколько она соответствует своему «литературному источнику». Однако встаёт вопрос: кто осмелится претендовать на самое полное и правильное понимание литературного произведения? Если экранизация оказалась явно неудачной, то необходимо сначала попытаться найти чисто кинематографические причины и признаки этой неудачи, а не заводить отвлечённый спор об интерпретации и истине.

Несоответствие литературному произведению не определяет и не может определять художественное качество фильма как произведения другого вида искусства. Сопоставление с литературным источником необходимо включать в анализ фильма крайне осторожно и тонко. Подобное сопоставление не должно носить заведомо оценочного характера. Фильм должен быть понят прежде всего как кинопроизведение, обладающее своими собственными закономерностями и образностью. Оценка фильма должна строиться на имманентных художественных закономерностях кинематографа. Сравнение с литературным источником может лишь уточнять эту общую, уже произведенную, оценку, но ни в коем случае не подменять ее собой.

Как справедливо отмечает Е.Л.Бондарева, анализируя экранизацию, исследователь должен не столько «проверять», что есть и чего нет на экране из литературного источника, сколько пытаться осмыслить предложенные кинематографом суть и облик «возрожденных» экранными средствами поступков и чувства уже известных читателям героев [Бондарева 1988; 9].

Нужно сохранить необходимый баланс между двумя крайними подходами к изучению экранизации — между



сведением анализа фильма к узкой перспективе обсуждения адекватности/неадекватности его литературной основы и явным пренебрежением к литературному источнику.

Таким образом, в проблеме экранизации литературных произведений отражается целый ряд проблем, актуальных для современной эстетики искусствоведения и культурологии. Базу для теоретического осмысления этих общекультурных процессов дает диалогический метод, основы которого были разработаны М.М. Бахтиным.

Любая экранизация всегда есть новый эстетический феномен, подчиняющийся своим внутренним закономерностям создания и существования. Синтез искусств — естественное состояние культуры. Каждое искусство в той или иной мере занимается эстетическим восполнением того, что средствами другого искусства выражено быть не может. Искусства всегда развиваются по пути «сближений» и «расхождений», которые, по мысли Ю.Н. Тынянова, «оправдывают небывалые преобразования в области данного искусства» [Тынянов 1978; 317].

Именно пытаюсь выйти за свои границы, любое искусство открывает в себе новые возможности, обогащая собственную природу.

Экранизации открывают новые аспекты в изучении художественных произведений. Благодаря кинематографическому языку в произведении высвечивается и акцентируется все то, что является его основой и богатством, а также привлекает особое внимание к тому, что не может быть переведено на язык другого искусства. Художественное содержание не исчерпывается какой-либо одной трактовкой произведения. Процесс постижения смысла великих художественных творений бесконечен.

Как указывают теоретики литературы и кино, каждому художественно-изобразительному средству создания литературного образа соответствует прием в кинематографе. В литературе существуют приемы удаления

или приближения действующего лица, значение художественной детали, портретная зарисовка (см. выше пример из «Пиковой Дамы»), в кинематографе же — приемы крупного, среднего и общего планов; в литературе — повторы, параллелизм; в кинематографе — повторяемость и соотнесенность кадров; в литературе — смена ракурсов (разные точки зрения), антитезы, вставные конструкции; в кинематографе — монтажный стык, ракурс (см. С. Эйзенштейн «Пушкин и кино»(1939)). Также кино использует бинарные оппозиции кадров (убыстренная съемка/замедленная съемка, черно-белый кадр/цветной кадр, некомбинированные съемки/комбинированные съемки и т. д.), а литература располагает, например, такими средствами, как авторский комментарий. Не стоит забывать и о возможности музыкального оформления, которое активно используется в кинематографии.

Тем не менее, нельзя не учитывать, что литературное художественное произведение обладает непереводаемыми на язык кинематографа особенностями, что определяет его специфику.

### **Заключение**

Необходимость включения просмотра кинофильмов в учебные программы и в учебный процесс вызвана важностью расширения фоновых знаний, способствующих пониманию художественных текстов, знакомству с русской культурой и в результате — формированию социокультурной компетенции.

Цель данной работы заключается в использовании междисциплинарного подхода в преподавании русской литературы иностранным студентам, в данном случае индийским студентам. Целью также является призыв к преподавателям русской литературы включить в учебные программы и так или иначе использовать в учебном процессе огромный фонд советских и российских фильмов, основанных на классических произведениях русской

литературы. Эти фильмы, основанные на произведениях А.С. Пушкина, М. Ю. Лермонтова, Н.В. Гоголя, И.С. Тургенева, А.П. Чехова, Л.Н. Толстого и многих других авторов, созданные рядом ведущих российских и советских режиссеров, являются богатым источником для расширения знаний студентов и углубления их понимания русской культуры.

Подводя итоги, надо ещё раз подчеркнуть, что студентам, изучающим литературу на иностранном языке, приходится преодолевать многие сложности, работать с вопросами, к решению которых они часто не готовы. От них ждут понимания другой культуры, понимания философии, поданной в литературном тексте; кроме того, они должны научиться чувствовать стиль и особенности изложения автора. Очень часто студенты теряются и падают духом. Вместо того чтобы наслаждаться произведением в подлиннике, им приходится сражаться со смыслами, чтобы понять саму сюжетную основу текста. Просмотр фильмов и их обсуждение может помочь им преодолеть эти сложности до какой-то степени.

Взаимодействие литературы и кино может также привлечь учителей, которые не имели никакой подготовки в области теории кино, к изучению основ этого вида искусства, а также приучить к критическому просмотру фильма.

#### **Литература**

1. *Бахтин М.* Смелее пользоваться возможностями. — Новый мир, 1970, № 11.
2. *Бондарева Е.Л.* Кинематограф и литература. Экран и книга за рубежом: диалектика взаимоотношений. Сборник научных трудов. Москва, 1988.
3. *Гете И.В.* Введение в «Пропилеи». В кн.: Соч. в 10-ти томах. Т. 10, М., 1980.
4. *Горницкая Н.С.* Киноповествование в процессе взаимодействия литературы и кино. В кн.: Проблемы художественной специфики кино. М., 1986.

5. *Мильдон В.И.* Другой Лаокоон, или О границах кино и литературы. Эстетика экранизации. М., 2007
6. *Пушкин А.С.* Собрание сочинений в 10 томах. М.: ГИХЛ, 1959—1962.Т 5.7.
7. *Ромм М.* Беседы о кино. Искусство, Москва, 1964. С.120
8. *Тынянов Ю.Н.* История литературы. Поэтика. Кино. М., 1978.
9. *Эйзенштейн С.* «Монтаж» (1938), «Диккенс, Гриффит и мы» (1938) и «Пушкин и кино»(1939)
10. *Andrew D.* From Concepts in Film Theory. Adaptation. In.: Film theory and criticism. Introductory readings. Eds G. Mast, M. Cohen, L. Braudy. N.Y. 1999, p. 426-428.

#### **USE OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN TEACHING FICTION IN FOREIGN-LANGUAGE AUDIENCE**

The aim of this article is to show the necessity of using Soviet and Russian films based on the works of A. Pushkin, M. Lermontov, N. Gogol, I. Turgenev, A. Chekhov, L. Tolstoy and many other writers. This is especially important for a foreign audience, because the films give rich illustrative material and help to expand the background knowledge necessary for understanding literary texts, and more broadly - for the formation of a sociocultural competence.

Drawing from ideas of famous Russian film directors like S. Eisenstein, M. Romm and others who saw literature as a source for the development of cinema and M. Bakhtin who emphasized on the importance of interdisciplinary approach in the study of the arts, the paper argues that films and other multimedia resources should be used for better understanding of a literary text for foreign students pursuing a course on Russian literature.

**Key words:** Russian literature, teaching, multimedia resources, cinema, interdisciplinarity.

**Juxi Zhang**

*(Zhengzhou University, China)*

**ON THE QUALITY OF NEWS PERSONNEL IN  
THE ERA OF DIGITAL MEDIA**

Since the twenty-first Century, the society has developed rapidly, the technology of communication is advancing rapidly, the means of communication is constantly updated, and the competition of the media is becoming more and more intense. The main factors that determine the viability of the media are increasingly focused on the talent competition. The main factors that determine the viability of the media are increasingly focused on the talent competition. Under such a background, the demand for news talents is higher and higher, and the expectation for news education is higher and higher. It also puts forward new requirements for modern journalism education. In order to meet the needs, it is urgent to explore and study the news education methods of keeping pace with the times. Specifically, news talent in addition to technical proficiency in a variety of media and news technology business, how to also have the theoretical level of innovation ability and high humanistic quality, moral quality, broad international vision, strong the good. The news education should adjust the training target in time, construct the curriculum system reasonably, improve the teaching means and improve the quality of education.

**Key words:** digital media, news personnel, training methods

The world has gradually entered the knowledge-based economy society. The rise and vigorous development of the Internet has become a remarkable revolution in the field of science and technology. According to the latest statistics, hundreds of millions of computers in more than 200 countries and regions are running on the Internet, and about two billion users are in use. Only the Internet users in China have reached 720 million. This digital media has become the latest information

carrier after language, text and radio and television technology. The digital media, which is described here, includes two aspects:

One is the carrier of information, that is, a series of computer equipment that disseminating information in a multi-channel, all directional and interactive way, in the form of discontinuous digitalization, which is different from the analog signals in the past -- electronic symbol bit.

Second, it refers to the content of communication, that is, the information itself that uses bit as the element of information dissemination. It should be explained that the so-called bit is the smallest information unit that has no shape and quality at the speed of light, compared to the "atom" of the physical information carrier in the traditional media.

In the era of digital media, the era of computerization is the era of information. The rapid development and integration of multimedia computer technology and network technology create an incomparable condition for the unlimited dissemination of information. Its main feature is that as a most important subjective dynamic factor, human is not only the receiver of digital media, but also the disseminator of this kind of media. People always receive information, create information and disseminate information all the time. In this state, human selectivity has been greatly enriched and satisfied. As Negroponte, a famous American futurist, said in his book "digital survival", "mass media is evolving into a personalized two-way communication, and information is no longer imposed on consumers. On the contrary, people will pursue the information they need and participate in the activities of creating information. " There is no doubt that the widespread dissemination of digital media is actually the way of production and lifestyle of human society, so that the modern civilized society is becoming a bit, information and digitalized society [Wei Jin 2000].

## **1. The change of news practice under the background of digital**

### **1.1. "Media platform" leads to the change of news production process**

The main feature of the digital media age is that the power of new media is strong. Media technology innovation has become the main means of competition among major news organizations. In the twenty-first Century, we can no longer ignore the great role of media technology. Or, subjectively, people are increasingly relying on media and advanced media technology to express their views. 2010 Shanghai World Expo National Museum exhibition is a typical example. Entering the National Pavilion, we will find that the world exposition which represents the highest achievements in the development of science and technology is getting less and less with the help of physical exhibition. Many countries, especially the developed countries, almost all use the big screen of 3D or 4D, which can express their core concept with the help of a curtain. Some radical ideas, it cannot see any physical display, relying on multimedia digital technology to complete the exhibition. It can be explained two points: first, people's dependence on media, especially the new media, has increased significantly; two, the competition of media technology seems to be another aspect of wrestling in every country. The importance of media technology in the digital age has emerged.

More importantly, the innovation of media technology and its application in the field of news dissemination led directly to the news production process changes: for a news event collection by different media, the traditional media according to the different attributes of repeated visits to the media in the context of the fusion of a one-time collection of audio and video of different media attributes the material is then distributed to a common platform composed of different media, according to the characteristics of different media processing. This kind of "media platform" eliminates the different news categories and media differences caused by different media forms. Different media

organizations can make use of the same publishing platform for news release, that is, unified platform and different channels.

And this process changes, emphasizing the "news content production platform" as the core of the media integration technology platform. At the same time, it also put forward higher request to contemporary journalists: from special journalists (photographers, text reporters, etc.) to Backpackers, to transform "omnipotent journalists". Therefore, in the era of digital media, a journalist with different media technology should be one of the basic qualities that it has.

### **1.2. The power of the division leads to a change in the content of the news**

Today, all media organizations are experiencing strong pressure from the audience. With the progress of science and technology, raise the level of education, the audience's media literacy continues to increase, they have not a gun that is inverted "target", nor the extras echoed. The audience can not only "pull" the news from a large and excess flow of information, but also "push" the news on its own. Especially in recent years, the strong development of micro-blog represented by "Twitter", "Sina micro-blog" and other media has become a common means for the audience to publish their own news, promoting the development of "citizen journalism". Under this dimension, the "gatekeeper", a special reference to the journalist, has been eliminated, and the audience can directly become the "gatekeeper" of his own. They are not satisfied with the information provided to them by the media, and often publish their own information by self media. It can be said that the news media is not the "seller's market", but the "buyer's market" in which the audience is free to choose the media.

Therefore, in the prevalence of the idea of "citizen journalism", which is "everyone is a journalist" [Jay Rosen], the amount of information available for the audience has increased the challenge for media coverage and news information selection. The power of the audience has prompted the change of news



content. Modern journalism practice no longer releases news in a single way like traditional news. It's more about screening news value for audiences from the huge information flow and screening news for audiences. This requires the media to increase interaction with the audience in the choice of news content, and choose news from the information released by the audience, such as using micro-blog to collect news clues, which is a major difference from the traditional news concept. In the context of such a "buyer's market", the position of the media is developed from "collection and release news" to "integrated news". Therefore, the ability of "news planning", "news topic" and "link news" is becoming more and more important to the journalists in the digital age. As with the "news", should be the ability to present news education needs to focus on training.

## **2. The status quo of the training of news personnel under the background of digital**

With the rapid development and integration of computer technology, network technology and digital communication technology, traditional radio, television, film quickly to digital audio, digital video, digital film direction, with the growing popularity of computer animation, virtual network, a new generation of digital media. With the support of this new technology system, there are various forms of multimedia, such as mobile TV, network, desktop windows, digital magazines, digital newspapers, digital broadcasting, digital TV, digital movies, touch media, SMS and so on.

Digitalization is the technological foundation of information society. Some people call the economy of information society a digital economy, which is enough to prove the importance of digitalization to the society. An era has a distinctive media feature, and digital media talent has been branded with digital technology from the beginning. These people have the background of digital technology, the fresh blood injected into the development of science and technology, and the

molecular composition of this kind of blood is the embodiment of high technology.

Digitalization is the trend of the information society, and "innovation" is the theme of the media industry. Therefore, the digital media personnel must become the most important part of the media to absorb blood. They have mastered the necessary knowledge of the development of the future media. Contrary to the rapid development of digital media industry, the lack of digital media talents, especially high-end talents, is becoming a bottleneck restricting the development of industry. Whether digital media technology talents or digital media art talents, the combination of technology and art, expression and performance combined with creativity belongs to the crowd with high comprehensive quality requirements.

With the gradual deepening of people's control over digital media, more and more new communication treasures have been excavated. They belong to the form of digital media and are more exposed to audiences. The knowledge technology gives this group the ability to excavate, and it is the responsibility of the journalism colleges to cultivate the digital media talents with the ability to excavate this kind of excavation.

Digital media is a symbol of technology and knowledge. It is often lack of creative thinking and practical application. Along with the development of digital technology more and more advanced, new technology and new theory to emerge in an endless stream, reflected in the media field is updated and change rapidly, the corresponding teaching outline often lags behind, some teachers lack of media practice experience, in the teaching process is the emphasis on theory, light practice.

In addition, the students lack the opportunity of practice, and there is no positive interaction between the school and the enterprise. Based on these factors, in the process of training talents, we must consider the practicality of theoretical study, and give full consideration to practicality, so that students can soon be

applied to practical work in school after graduation [Wang Jianwei 2012].

### **3.The quality training of News Talents under the background of Digitalization**

What is the training goal of news education as a special kind of education? In the end what kind of talent to cultivate? In the course of the development of news education in the last hundred years, the industry and the academic circles have basically formed a consensus in combination with the reality of the news communication and the practice of education. The British scholar S.Splichal and C.Sparks pointed out that the study of Journalism Education in 22 countries, news media personnel should have basic literacy in four aspects [Chen Changfeng 2002]: Critique of extensive knowledge and objective viewpoint, attitude and accurate judgment; and three: to clear and accurate writing ability, and can spread to create. Therefore, I believe that under the background of digitalization, talents trained in journalism education should have good humanistic quality, noble moral character, broad international vision, strong innovation ability and high theoretical level.

#### **3.1. Strengthen the education of humanistic quality**

Humanistic education is an important goal and core task of university education. Humanistic quality refers to man's character, temperament and accomplishment. Humanistic quality education is to transform the excellent cultural achievements of human beings into personality, temperament and accomplishment through knowledge imparting and environmental edification, and become a relatively stable internal quality. Humanistic quality is a comprehensive expression of a person's external spirit and inner spirit, and also a comprehensive embodiment of the degree of civilization of a modern man. It is the core of humanistic quality education to correctly handle personal reason, emotion and will, the relationship between man and nature, the relationship between man and society and the relationship between people. The development of the times and the progress of the society

have put forward new demands on the quality of people. The news talent needs the needs of the times and the profession, and it needs a good humanistic quality.

At present, with the development of technology, material abundance and consumerism culture, technological rationality and material desire are extremely expanding, resulting in a general lack of humanistic spirit. In the social atmosphere of quick success and impetuosity, more and more need to carry forward the humanistic spirit, the understanding of the value of life and the display of rational consciousness. The news media should be taken to cultivate social responsibility by reason, the promotion of humanistic spirit. This requires journalists to have good humanistic quality, not to get the news as a kind of utilitarian things, technology and tools to have the simple pursuit of the news of the destiny of humanity, disaster, painful understanding and deep concern of scientific rationality and human liberty, and the pursuit of faith the value of respect.

Therefore, journalism education in the professional and practical level, to the human culture in terms of value, to follow the modern humanistic education and university education, adhering to the "public sentiments and genesis of heart" of the traditional spirit of education, shaping the modern people's cultural literacy, civic consciousness and national spirit.

In the era of human being entering the digital age, we must persist in understanding the value of life with humanistic feelings, and guard the spiritual home of human with the humanistic ideal and humanistic spirit, so as to avoid the loss of value rationality, the loss of humanistic spirit and the lack of ultimate concern in the digital age.

### **3.2. Strengthen moral quality education**

"The news is rooted in the moral nature of social and economic relations of people and depends directly on journalism, and in news media constantly changing, adjusting people news transmission relations by journalists inner beliefs, public opinion and traditional customs for the evaluation of good and evil, a

social moral phenomenon to regulate people's news dissemination behavior the. Every member of the society should be virtuous, but the journalists in the press should be especially higher than ordinary people" [Chen Xuan 2003]. Because the news communication is a special industry in the construction of social public affairs, the construction of news morality is closely related to the progress of social civilization. The famous American journalist Pulitzer believes that the news is always a kind of social forces play a decisive role in civilized life, journalism is the most important occupation in the occupation, have the most profound knowledge and most noble character.

In recent years, due to the increasingly relaxed and open media environment, journalists have lost their professional ethics and social responsibilities. The credibility of the media has declined, resulting in the decline of the moral level of journalists. Of course, there are many reasons, which can not be ignored is the weakening of the news ethics education in the news education. Good moral cultivation is not born by everyone, nor is it inherent quality. It must undergo continuous training and training. The stage of Journalism Education in universities is a critical period. The school of Journalism at the Columbia University believes that two fundamental things should be taught to future journalists: the skills and "morality" of the news work. The news education in Japan includes the students' Mental Education during the school and the entry education of the in-service personnel, and the strong sense of responsibility of the journalists is fostering. According to Professor Zhao Xinshu of Peking University, the most notable change in journalism and communication education in the United States in recent twenty years is the importance of "professional ethics and professional ethics"[Zhong Xin, Zhou Shuhua 2006]. While the traditional journalism education of China will "write" in the first place, that a qualified journalist is to be able to write and write, as long as the "MicroHand article", journalism education task is finished. Of course, in journalism education in China, we also attach

importance to students' moral cultivation, advocating "iron shoulder and moral responsibility", emphasizing that journalists should have noble moral sentiments and high sense of social responsibility, but these are just empty preaching, and journalism ethics education is mostly a mere formality [Che Ying, Guo Wen Ming 2002].

The "Virtue" and "character" of the journalist should be the first element. Because journalists represent social justice and conscience, they are engaged in a sacred profession that describes human civilization, progress and development. The personality and character of the journalist are related to the moral level and the degree of civilization of the society. Journalists should abide by the concept of professionalism, with adhere to the quality of truth and professionalism, should have a high sense of social responsibility and sense of mission. We should not only teach students the general knowledge and skills of journalism, but more importantly, teach them what are the unique beliefs, ideas, viewpoints and methods required by journalism and communication industry. The journalism and communication industry is a cause that requires persistent belief and even idealism. Without a high sense of responsibility and sense of mission for a country, a nation and a people's livelihood, there is no ambition to shoulder responsibilities. Without lofty ideological level, moral cultivation and personality development, it will be difficult to become an excellent practitioner.

### **3.3. Broadens international vision, from cross media to cross culture**

Globalization is an irresistible historical process of human beings. Globalization has not only increased the links among nations, countries and regions, but also constantly changed people's life style, social situations and concepts of time and space. At the same time, there are serious challenges to all walks of life in the society. In the face of the formation of the global communication market and the challenge of globalization, journalism education should also be internationalized. Is in the

world under the guidance of the training of international thinking and international perspective of news talents as the goal, the internationalization of the latitude and the concept of globalization into modern education news; according to the method and path of internationalization of education news, look at themselves in the international standard, to cultivate the students to have the vision and ability of power station in the world the pattern of audit, can see under different ideology news events with a broad view, the overall view, dialectical view.

In the digital age, the powerful role of media technology not only led to the transmutation of news communication concept, but also made McLuhan's idea of "global village" more and more likely to become a reality. Media technology, especially the technology of network and video and multimedia, is enough for people to see the world without going abroad. The transformation of global vision is no longer a technical issue of "cross media", but a "cross-cultural" category of cultural communication.

The news media in the era of digital media should have a global vision. This is not only the result of the so-called globalization, but also the necessity of the communication and connection between media technology. Similarly, in the media technology development today, the concept of space-time news has developed changes: we can collect anywhere in the world news in the shortest possible time to get their needed information. But how to interpret these information from different regions, languages and cultures is the focus of future news gathering. It requires journalists to have global vision, which requires them to have the ability of language and intercultural communication. The key to the problem lies not in technology, but in communication: communication between language and its culture. It is because of enough cross-cultural communication means and methods that we can connect information from different cultures to form intertextuality and constitute the overall framework of "big news".

Therefore, in the background of the digital era, the "big news view" turns more of a "vision fusion" [Zhang Xiaoyuan 2000]. It is the common starting of various media news production process, or the news content choice and news content interaction, or in a global perspective on the concept of the view report is a kind of fusion fusion methods, multi content, cross-cultural fusion. Journalism practice under such a vision fusion is actually a transformation of journalistic thinking mode, and technological change is the decisive basis for its transformation of thinking mode.

So, talk on Cultivation of journalism talents in the context of the era of digital media, first not ignore the development of media technology, which is the basis, or that this is a stepping-stone to success can adapt to the future of news competition, the importance of needless to say. At present, many journalism departments in China are paying attention to training students' ability to use new media and training their integrated media technology, such as audio and video production technology, network news communication technology, etc. However, what the author cares about is: Mastering the new generation of journalists who integrate the media technology, what kind of capabilities and qualities do they need, in order to be more suitable for the journalism practice in the digital media age? Obviously, there is not enough light to have technology. Technology is the foundation, through training, in the short term can be learned. How to set up a new concept of news and a new way of thinking of news is a complex system project.

#### **3.4. Strengthen the cultivation of innovation ability**

In twenty-first Century, the journalism and communication industry needs the brave and innovative talents, but the traditional journalism education is not conducive to the cultivation of innovative talents. In the classroom, a lot of time is spent instilling knowledge in books, students are passive acquisition and acceptance, lack of independent learning, thinking and solving problems independently. "Teachers say,



students memorize, take exams, endorse and take notes", this way of education ignores the development of students' personality, and fewer opportunities for innovation and practice, which is not conducive to cultivating students' innovative ability.

Modern news education should strengthen the training of students' creative ability and thinking methods, and cultivate their critical consciousness and quality of questioning. Because "the news is not a mirror of the state of society, but a report on that aspect that has come to the fore." [Walter Lippmann 1989].

In the face of fierce collision emerge in an endless stream of new things and ideas, requires journalists to perplexing problems, questioned the calm thinking and rational, with a strong critical spirit, to fulfill their social responsibilities, to play a media watch function, timely solve the contradictions, to ensure a smooth and orderly and healthy development of society. As Pulitzer said, "unless we have the most lofty ideals and deepest expectations, we can see the essence of problems and embrace the most sincere social responsibilities. Otherwise, there is no way to save the news cause from yielding to the business interests, the pursuit of self interests and the wrong path of public interest." [Han Lian 2004].

### **3.5. Strengthen the cultivation of theoretical level**

Although the journalism and communication industry has a strong practical and operational nature, it contains the theoretical, highly forward-looking and profound philosophical nature of the system. Journalists need to have a high level of theory in order to improve the quality of reporting, do well in guiding public opinion and make a unique and accurate judgement and analysis of international and domestic affairs and complex social events. As the Taiwan scholar Professor Zheng Zhenming said: "the education of Journalism and communication, not only make the students learn to operate technology, more important is to use his media, understand the media spread of power, do your duty, to witness the social conscience, control technology and not for the control technology. In addition to

technology learning, journalism and communication education should also explore theories and engage in research so as to establish a rigorous theoretical system so as to establish a proper position in higher learning hall [Cheng Daocai 2003].

It is the call of the times and the demand of the society to require practitioners to have a higher level of theory. Because in the massive, mixed views of information world, there is a strong demand for the pursuit of order and meaning in the richness of the confusion in the. Therefore, the height determines the value, the thought determines the influence [Yu Guoming 2006]. Therefore, has higher theoretical level of journalists, to stand high and see far, with keen insight and deep analysis, provide effective information and rational judgment for people, eliminate the uncertainty of people's cognition, is conducive to the understanding of the world.

#### References

1. *Wei Jin*. The characteristic of the digital media and "Atavism" of [J]. Guangxi Nanning library, 2000 (1)
2. *Jay Rosen*. Press Think [EB/ OL]. <http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink>.
3. *Wang Jianwei*. Construction of media personnel training model under the environment of digital media [J]. Journal of Harbin Normal University, 2012 (3).
4. *Chen Changfeng*. Training comprehensive news personnel [J]. "Chinese journalist" 2002 (1).
5. *Chen Xuan*. Pay attention to construction of occupation moral system news [J]. international press, 2003 (6), 5~15.
6. *Zhong Xin, Zhou Shuhua*. Some core issues of Journalism and communication education [J]. international press, 2006 (4), 5~11.
7. *Che Ying, Guo Wen Ming*. How to deal with the challenges of the Internet information age in China's news education [J]. Journal of Wuhan University, 2002 (1), 113~118.
8. *Zhang Xiaoyuan*. Return and transcend [M]. Chengdu: Sichuan science and Technology Press, 2000.
9. *Walter Lippmann*. Public opinion [M]. Lin Shan translation, Huaxia press, 1989, 210.
10. *Han Lian*, China's news education reform oriented to

globalization [J]. modern communication, 2004 (2), 100~102

11. *Cheng Daocai*. On the basic characteristics of the education of news and communication [J]. Journal of Guangzhou University, 2003 (3), 86~88.

12. *Yu Guoming*. The construction of communication power in the "fragmented" context [J]. journalism and communication research, 2006 (4), 73

13. *Yu Guoming*. The construction of communication power in the "fragmented" context [J]. journalism and communication research, 2006 (4), 73

**Л. Шипелевич**

*(Варшавский университет, Польша)*

### **МЕЖПРЕДМЕТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ИНТЕРНЕТЕ**

Эта статья исследует разные виды деятельности в Интернете для изучения иностранных языков и предлагает метод проектирования как основную систему, которая может объединить все виды деятельности и стратегии студентов.

**Ключевые слова:** деятельность, учебные стратегии, обучение иностранным языкам, межпредметная деятельность, Интернет

Современные учащиеся не воображают себе жизнь без Интернета, без постоянной связи с друзьями по скайпу или по мобильному телефону. Интернет настолько прочно вошёл в нашу жизнь, что даже уроки в школах или занятия в университетах становятся скучными для учащихся, если учитель рассказывает тему урока без презентации, если преподаватель вуза не демонстрирует свою лекцию видеорядом или не сопровождает информацией о сайтах, где можно найти дополнительные сведения по проблеме, представленной на занятии. И учителя, передающие информацию, и учащиеся, получающие информацию, совершают деятельность, которая возникает в процессе общения и обучения иностранному языку на разные темы и по разным проблемам не только в аудитории, но и в сети Интернет. Процесс обучения иностранным языкам в

настоящее время тесно связан с сетью Интернет, поскольку учащиеся ищут в поисковых системах информацию, необходимую им для курсовых и дипломных работ, учителя и преподаватели стараются найти в контенте свежую информацию и использовать её в аудитории, снабдив её соответствующими методами и технологиями обучения. В настоящее время просто передача информации не воспринимается учащимися, поскольку они сами моментально могут найти любую информацию в Интернете, пользуясь ноутбуком или мобильным телефоном. Поэтому учителя стараются использовать такие методы и технологии обучения, которые дают возможность не только обучать в сети Интернет, но и развивать разные деятельности учащихся, поскольку, как показывают исследования психологов, работая в сети Интернет у учащихся развивается коммуникативная, познавательная, игровая, трудовая и другие деятельности [Войскунский 2011;651]. Главная проблема деятельности в Интернете состоит в том, что необходимо ориентироваться в поисковых системах Интернета, уметь анализировать информацию, которая содержится в контенте, умение ориентироваться в многообразии того содержания, которое предлагает Интернет каждому интернауту.

При обучении иностранному языку с использованием сети Интернет, учителя стараются развивать у учащихся межпредметную деятельность, которая «представляет собой сложнейшую функциональную организацию целого ряда когнитивных, исполнительных, целеобразующих, эмоционально-оценочных и прочих процессов, осуществляющихся на различных уровнях, между которыми существуют весьма подвижные взаимоотношения...» [Леонтьев 2001;229]. Такая деятельность тесно связана с теми методами и информационными технологиями, которые встраивает учитель в традиционное обучение, используя работу в сети Интернет. Это могут быть вэб-квесты,

кейсовый метод, метод проектов, метод «портфолио» и разные другие методы, связанные не только с обучением иностранному языку, но и с другими предметами, развивающими познавательную и межпредметную деятельность учащихся. Психологи, изучающие влияние Интернета на пользователей считают, что происходят изменения в способе отбора, восприятия и переработки информации в системе дистантного обучения, а «широкий доступ к интернету и трудноотделимым от него поисковым системам обуславливает спонтанное видоизменение и развитие практикуемых людьми всех возрастов, включая ранний подростковый возраст, своеобразных методов и способов работы с текстами.[Войскунский,2011; 656]

Такие исследования особенно важны при обучении чтению и письменной речи, поскольку продуктом речевой деятельности при обучении иностранному языку является текст, дискурс или высказывание, которые могут быть также продуктом межпредметной деятельности в Интернете, поскольку в процессе поступления и переработки информации у учащихся задействованы все те действия, которые связаны с деятельностью и мышлением, которые они используют в Интернете для создания индивидуальных или групповых презентаций по тематикам программы обучения. Учителя стараются наблюдать за способами восприятия учащимися информации из тех поисковых систем, которые они сами выбирают в процессе создания индивидуальных текстов или дискурсов для того, чтобы, если нужно, показать разные другие сайты и источники информации.

Кроме того, возникает необходимость обучения учащихся различным стратегиям, связанным с поисковой деятельностью в Интернете, с планированием своих действий, с постановкой целей достижения и получения результата в определённом виде речевой деятельности, умением владеть своими эмоциями и контролировать их в

процессе презентации, воспитанием толерантности к другим культурам и языкам, а также обучения стратегиям, связанных с особенностями овладения иностранным языком: языковой догадкой, усвоением новых слов и памятью. Это подтверждают исследования, которые провели польские учёные по опросникам Ребекки Оксфорд среди школьников лицеев и студентов факультета прикладной лингвистики Варшавского университета с целью узнать как используют учащиеся стратегии, изучая иностранные языки на занятиях и в Интернете. [Gajek;2017;] Результаты данных исследований показали, что школьники лицеев и студенты применяют учебные стратегии при изучении иностранных языков как во время занятий так и дома, используя поисковые системы Интернета. для обучения лексике, для чтения и слушания текстов на иностранном языке, для поиска незнакомых слов в Интернет-словарях, для обучения грамматике через Интернет, для переписки с друзьями, для обучения письменной речи, по образцам блогов артистов, писателей, музыкантов. Учащиеся лицеев могут совмещать прямые стратегии с косвенными, о чём свидетельствуют высказывания в их анкетах. Примерами совместного использования стратегий могут быть такие высказывания учащихся лицеев «Ищу в Интернете тексты моих любимых песен» и «Самостоятельно перевожу тексты моих любимых песен на иностранном языке». Учащиеся сочетают устную и письменную речь из Интернета и это утверждение часто повторяется в высказываниях учащихся и студентов при изучении лексики, грамматики, произношения. В своих анкетах школьники лицеев написали, что они чаще всего используют стратегии из группы прямых стратегий, совмещая их со стратегиями из группы косвенных стратегий, используя сразу две стратегии. Например: «Пользуюсь страницами Интернета, которые помогают мне грамотно писать на иностранном языке» сопоставимо с утверждением «Пользуюсь страницами из Интернета, которые помогают

мне поправить говорение на иностранном языке» [Gajek;2017;114]. Исследования студенческих анкет показали, что студенты, которые чаще используют учебные стратегии также часто пользуются Интернетом для изучения иностранного языка. Следовательно, необходимо обучать учащихся и студентов учебным стратегиям, обсуждать с ними возможности использования стратегий при изучении иностранного языка в Интернете, показывать разные методы и технологии овладения иностранным языком.

Из всех современных методов обучения иностранным языкам мы считаем, что в настоящее время больше всего подходит «метод проектов» или проектный метод, который можно применять для работы в классе и в Интернете, поскольку он объединяет разные действия, связанные с обучением видам речевой деятельности, с употреблением прямых и косвенных стратегий, с поисковой деятельностью, необходимой для выбора нужной информации для решения проблем, поставленных в проекте. Работа методом проектов с использованием Интернета развивает у учащихся познавательную, коммуникативную, игровую и межпредметную деятельности.

Психологи утверждают, что, обучая «какой-нибудь деятельности, мы должны научить учащихся «правильно строить акт этой деятельности, т.е. формировать входящие в него действия и операции и соединять их в единую систему» [Леонтьев 1988;.15]. Мы считаем, что популярный в настоящее время метод проектов может быть такой системой, которая может объединить разные деятельности, используемые учащимися на занятиях и в Интернете при обучении иностранному языку через презентацию тех стратегий, которые используют учащиеся, через эмоциональное восприятие содержания обучения, а также через умение работать в группе и индивидуально, которые представляют собой межпредметную деятельность. Работа методом проектов включает в себя широкое использование

поисковых систем Интернета, включения различных контентов в содержание обучения, составления индивидуальных текстов по примеру (образцам) современных СМИ, текстов разных жанров и стилей, блогов, индивидуального доступа к содержанию, которые предоставляют нам поисковые системы. Одним из интересных жанров Интернета являются блоги, как самостоятельные и важные источники информации, поскольку выражают личное мнение людей и позволяют узнать не только реальную жизнь, но и показывают те насущные проблемы, которые необходимо решать и которые волнуют современное общество. Межпредметная деятельность в Интернете проявляется в том, что каждый учащийся может найти любую информацию по всем школьным предметам и по тем вопросам и проблемам, которые его интересуют. Работа методом проектов предполагает предварительный этап работы, когда учащиеся вместе с учителем выполняют поисковые задания, связанные с выбором тематики проекта и контентов, которые могут предложить информацию по этой тематике. В зависимости от выбранной тематики выбирается стратегия планирования дальнейших действий, образуются группы по интересам и проблемам, выбираются технологии и методы обучения, разрабатываются планы по осуществлению поставленных задач.

Работа методом проектов может осуществляться в любое время, в любом месте, используя ноутбуки и мобильные телефоны. Поскольку в Интернете преобладает письменная коммуникация и чтение, как вид речевой деятельности, то общение преимущественно будет носить письменный характер, что будет способствовать развитию письменной речи, жанров и стилей речи, а также разных видов чтения. Появляется потребность у учащихся необходимости грамотно пользоваться информацией, полученной из контентов для составления индивидуальных



презентаций и сообщений по заданному Межпредметная деятельность в Интернете предполагает изучение и обучение учащихся когнитивным, мнемическим и компенсаторным стратегиям из группы прямых стратегий, а также метакогнитивным, социальным и эмоционально-аффективным стратегиям из группы косвенных стратегий для того, чтобы научить учащихся не только уметь использовать стратегии для планирования своих действий, организации своего рабочего места, контролирования своих эмоций, быть толерантным к другим культурам и языкам, уметь работать в группе, использовать языковую догадку при чтении текстов разных жанров, уметь анализировать и сопоставлять слова и выражения на родном и иностранном языках.

### Литература

1. *Войскунский А.Е.* Актуальные проблемы психологии Интернета/ Человек как субъект и объект медиапсихологии.- М.: МГУ имени М.В.Ломоносова/Ин-т человека; Изд-во Моск. Ун-та, 2011.С.651; С.656.
2. *Леонтьев А.А.* Деятельный ум(Деятельность,Знак,Личность). М.:Смысл, 2001.С.229
3. *Elżbieta Gajek, Anna Michońska-Stadnik.* Strategie uczenia się języków obcych w środowisku cyfrowym.Institut Lingwistyki Stosowanej WLS, Uniwersytet Warszawski. Warszawa 2017,С.114.
4. Методика/ Под ред. А.А.Леонтьева. – М.: Рус.яз., 1988.С.15..
5. *Петрикова А.* Основы межкультурной дидактики/ А.Петрикова, Т.Куприна, Я.Галло-М.: Русский язык. Курсы.2015.- 376с.
6. *Засурский Я.Н.* Всё начинается с контента./Человек как субъект и объект медиапсихологии.- М.: МГУ имени М.В.Ломоносова / Ин-т человека; Изд-во Моск.ун-та,2011.- 824с.
7. *Трофимова Г.Н.* Языковой вкус интернет-эпохи в России. Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты: Монография.-2е изд., испр. И доп.- М.: РУДН, 2011.

## **INTERDISCIPLINARY ACTIVITIES ON THE INTERNET**

This article focuses on the different activities in Internet during the study of foreign languages and proposes the method of project as main system which can unite all activities and strategies of the students.

**Keywords:** activity, learning strategies, learning foreign languages, interdisciplinary activities, Internet.

## ДОКЛАДЫ УЧАСТНИКОВ КОНФЕРЕНЦИИ

**У.К. Абдыханов**

*(Южно-Казахстанский государственный педагогический университет, Казахстан)*

**Г.В. Карпушина**

*(Средняя школа-гимназия № 1 им. А.С. Пушкина, Казахстан)*

### **ЧИНГИЗ АЙТМАТОВ: ЧИСТОТА ПОМЫСЛОВ И КРАСОТА ДУШИ**

В настоящей статье рассматривается идейно-тематическое своеобразие отражения роли первых учителей в становлении и развитии общества первой трети XX века в повести Чингиза Айтматова «Первый учитель».

**Ключевые слова:** учитель, общество, ответственность, образ, нравственность.

Проблемы образования раскрываются в произведениях М. Зощенко «Туман», В. Быкова «Обелиск», Д. Гранина «Вариант второй», М. Алексеева «Хлеб – имя существительное» (новелла «Диктант»), В. Шукшина «Экзамен», Ч. Айтматова «Первый учитель», «Ранние журавли», «Белый пароход», В. Распутина «Уроки французского», Ф. Искандера «Тринадцатый подвиг Геракла», Р. Сейсенбаева «Так ждал я это лето», «Братья», «Возвращение Казыбека», Ю. Дружникова «Уроки молчания», Ю. Яковлева «Багульник», В. Тендрякова «Ночь после выпуска», А. Алексина «Безумная Евдокия» [Абдыханов 2015; 125–127, 169–199]. Писатели придают большое значение труду учителя, взявшего на себя ответственность перед обществом.

От учителя зависит учебно-воспитательный процесс школы. И если он не справится со своей задачей, то окажется, что его воспитанники не готовы к дальнейшим испытаниям. В повести «Первый учитель» Чингиз Айтматов отразил роль учителя в первой трети XX века в кыргызском обществе, его значение в становлении и развитии личности.

Необходимо отметить, что 2018 год является важной вехой в культурной и литературной жизни человечества. Десятого июня 2008 года перестало биться сердце классика мировой, советской (русской и кыргызской) литературы Чингиза Торекуловича Айтматова. Выдающемуся мастеру слова двенадцатого декабря текущего года исполнилось бы 90 лет со дня рождения.

Устами Толгонай (повесть «Материнское поле») писатель предельно ясно выразил свою позицию: в обществе судьба одного человека – неотрывная часть судьбы всенародной. *«Это был народный хлеб – тех, кто вырастил его, тех, кто сидел в тот час рядом с сыном моим на полевом стане. Святой хлеб! Сердце моё переполнилось гордостью за сына, но об этом никто не знал. И я подумала в ту минуту о том, что материнское счастье идёт от народного счастья, как стебель от корней. Я и сейчас не отреклась от этой святой веры, что бы ни пережила, как бы круто жизнь ни обращалась со мной. Народ жив, потому и я жива...»* [Айтматов 2008; 336]. Надо помнить о том, что слова эти говорит мать, родившая и вырастившая трёх сыновей, которые погибли в борьбе за освобождение Отечества. Следует отметить, что говорит она эти слова не с трибуны... Она просто рассказывает о своей жизни другой великой Матери – Земле, которой не солжёшь.

Слова эти могли бы оставаться правдивыми, прекрасными, но всё же привычными словами, если бы их высокая сущность не нашла бы воплощения в художественных образах, созданных такими крупными мастерами, каким является Айтматов. В повести «Первый учитель» писатель ставит перед собой большую задачу: создать мощный реалистический характер гуманиста, показать результаты его подвига, идейную и нравственную связь между ним и новым поколением. Грустно признавать, что порой мы просто привыкаем к людям, которые

причастны к великим событиям, к незабываемым годам прошлого нашей страны.

Чингиз Айтматов создал образ одного из таких людей – первого учителя из аила Куркуреу Дюйшена Таштанбекова. Поймёт ли современный человек титанический труд и беспримерное мужество этого человека, подвиг, совершённый им, сможет ли он хотя бы приблизительно представить себе условия и обстоятельства, в которых пришлось работать Дюйшену. Эта повесть наполнена социальными и психологическими проблемами, в ней – сложный авторский замысел.

В глухом аиле молодой красноармеец Дюйшен создаёт первую сельскую школу. Злая насмешка, открытая вражда встречают молодого энтузиаста: *«Ты лучше скажи, зачем она нам, твоя школа?» – «Как зачем?» – растерялся Дюйшен [Айтматов 2008; 271–272]. – «Вот ты на весь аил кричишь: «Школу буду открывать!» А поглядеть на тебя – ни шубы на тебе, ни коня под тобой, ни землицы, вспаханной в поле, хоть бы с ладонь, ни единой скотинки во дворе! Так, как же ты думаешь жить, дорогой человек? Разве что чужие табуны угонять...» [Айтматов 2008; 273].* Но самоотверженности первого просветителя аила нет предела. Для того, чтобы взяться за работу учителя в таких враждебных условиях, необходимо было социальное и личное мужество. Дюйшен непреклонен. В своём подвижническом труде он преодолевает одно из самых пагубных общественных явлений – косность людей, вековым опытом усвоивших: *«...на кой чёрт им (детям) учение? Грамота начальникам требуется, а мы – простой народ» [Айтматов 2008; 272].* Только дети – оборванные и полуголодные – поддерживают учителя, идут за ним. И Дюйшен ломает преграды: все свои силы он отдаёт защите прав учеников.

Куркуреу – аил небольшой. В начале XX века большинство населения Кыргызстана жило именно в таких

маленьких, глухих айлах. Для них советская власть ещё не означала освобождения от средневековой тьмы. Они тысячелетиями жили в степи, и никакое образование им не было нужно. Традиция, невосприимчивая к новому, светлому, каменной глыбой стояла за их право жить так, как они привыкли. Но Дюйшен неспроста был персонификацией всего реформирующего государственного органа. Он не испугался людей, слепо следующих косной традиции, и бросил им открытый вызов. Жители же, когда увидели, что молодого человека переубеждать бессмысленно, оставили свои попытки.

В этом айле Дюйшен начинает обучать детей. Чистит и ремонтирует заброшенную байскую конюшню, переделывая её в школу. Зимой переносит детей в школу кого на руках, кого на спине через обжигающий ноги ледяной ручей, мужественно защищает свою лучшую ученицу Алтынай. Как трудно было ему заложить фундамент знаний, на котором вырастут будущие учителя, врачи, учёные, инженеры, лётчики, – создатели культуры будущего.

Одна из его учениц – Алтынай, сирота, живёт в семье двоюродного брата отца. Её родные не одобряли, что она полдня проводит в школе, а не помогает в хозяйстве. Они насильно выдали Алтынай замуж. Но Дюйшен, обратившись в правоохранительные органы, освободил её и определил свою ученицу в ташкентский детдом, где она продолжила учёбу.

Ясно, что после такого случая дехкане Куркуреу совсем бы выгнали Дюйшена, не будь у него официальной бумаги. Ибо, в сущности, кто для них Дюйшен? Сын бедняка. Но бумага с печатью останавливает людей. «... в ней вся сила» [Айтматов 2008; 274], – говорят айльчане. Дюйшен страстно продолжает дело.

Надо отметить, что Дюйшен нарисован через отношение к нему айльчан, которые помнят о его делах, не

забыла о нём и его лучшая ученица Алтынай. Герой наивен, неопытен, но при всех своих промахах первый учитель заражает своим энтузиазмом, смелостью, благородством, когда вступает в опасную и неравную борьбу с противниками светлого. Не останавливается ни перед какими лишениями и трудностями – лишь бы учить детей, жертвует любовью к Алтынай, боясь помешать её большому будущему, которое чутко угадывает. Дюйшен, человек скромный, непритязательный, в старости, став почтальоном, не считал, что именно он помог девочке достигнуть высот наук.

Часть нынешних читателей, склонных прислушиваться к клеветническим наветам на прошлое столетие, может сказать, чему может научить Дюйшен, который сам малограмотен?

Этот самоотверженный деятель силён верой в будущее родного народа и упорно добивается заветной цели: научить детей грамоте. Для начала XX века характерно то, что такие подвижники, как Дюйшен, были плоть от плоти сыны новой власти, воплощённый идеал человека того времени. Да, он был малообразованным человеком, но зато это с лихвой компенсировалось душевным жаром и убеждённой в своей правоте.

Неграмотных, голодных, босых и полураздетых ребят он мужественно ведёт к свету и добру. Он был первым учителем не только потому, что учил читать и писать, а потому, что дал первый толчок человеческому сознанию, утверждал дорогу, которая вела в будущее. Бесстрашие, высокая человечность отличают всё существо Дюйшена, прикоснувшегося к роднику познания. О чести и достоинстве, вспоминают ученики Дюйшена: он рассказывал так проникновенно, что всё прикипало к душе. Поистине весенний мир, дали будущего открывались перед глазами детей, понявших из страстных речей Дюйшена, что настало новое время – их время.

Высоко поднялись два тополя, посаженные Дюйшеном и Алтынай, и стоят над аилом как символ великого дела, которому так честно и мужественно служил этот благородный просветитель. Спустя десятилетия, академик Алтынай Сулаймановна Сулайманова с грустью смотрит на них с тем чувством, когда между человеком и неодушевлённым существом есть какая-то тайная связь, известная только им одним. Сколько таких страниц в повести, когда сердце читателя защежит от лирических строк художника. Творение Айтматова наполнена тонким символизмом.

Подвиг Дюйшена не только в том, что он пробуждает в айльских детях жажду к знаниям, он влияет и на всё взрослое население Куркуреу. Вначале он одинок, потом его поддерживают односельчане, в первую очередь самый прямолинейный противник просвещения Сатымкул: *«Что уж там говорить, мы тоже кое-чего понимать стали»* [Айтматов 2008; 308]. Дюйшен научил аил думать и чувствовать по-новому, видеть будущее. В повести создан образ негибавшего гуманиста, ставшего примером для молодёжи. Алтынай и Толгонай, Танабай из *«Прощай, Гульсары!»* – поколение, выросшее под непосредственным влиянием таких, как Дюйшен. Оно призвано стать прочным мостом для перехода страны от мрачного прошлого к светлому будущему. Школа Дюйшена-гуманиста и впрямь послужила для многих прекрасной стартовой площадкой. *«С бугра, где стояла наша школа, – вспоминает Алтынай, – открывался глазам прекрасный мир весны»* [Айтматов 2008; 295].

Память о Дюйшене нужна нам и грядущим поколениям, она облагораживает и возвышает души. Те, кто не в состоянии по достоинству оценить сделанное Дюйшеном, обедняют, прежде всего, самих себя. Общественная атмосфера становится чище, здоровее, когда уважение к человеку не позволяет забыть о том, что сделали



первые учителя, такие, как Дюйшен, для людей, для утверждения будущего. Такова заветная мысль этой замечательной повести.

Писатель не побоялся рассказать правду о первом учителе, для которого школа «на бугре» оказалась высшей жизненной точкой. Именно с этой повести Айтматов достигает того бесстрашия реализма, которое так привлекает читателей к его произведениям. Минувшее время, огромный исторический опыт, накопленный народом, подсказывали ему всё более глубокое проникновение в суть окружающей жизни и человеческих характеров.

Чингиз Айтматов подчёркивает, что учитель – это тот, кто выслушивает ребёнка, неустанно наблюдает за его ростом, предоставляет необходимую свободу, даёт нужные советы, предостерегает от предательства, суеверия и лицемерия. Учитель должен быть близок к ученику, иначе нет учения. Писатель придаёт учителю особое значение: его воздействие на ребёнка должно быть рассчитано на всю жизнь, учитель просто обязан быть воспитанным и учить другого с любовью, доверием, но требовательно. Повесть Ч. Айтматова «Первый учитель» учит нас бережному отношению к людям, к их чувствам.

#### **Литература**

1. *Айтматов Ч.Т.* Собрание сочинений в 7 томах. Т.1. Повести. – Алматы, 2008.
2. *Абдыханов У.К.* Роллан Сейсенбаев и мировой литературный процесс. Своеобразие отражения взаимоотношения интеллигенции и народа в прозе Роллана Сейсенбаева. – Saarbrücken, Deutschland (Германия): LAP LAMBERT Academic Publishing, 2015.
3. *Акматалиев А.А.* Чингиз Айтматов: Человек и Вселенная. – Бишкек, 2013.
4. *Воронов В.И.* Чингиз Айтматов. Очерк творчества. – М., 1976.
5. *Левченко В.Г.* Чингиз Айтматов. – М., 1983.

## CHINGIZ AITMATOV'S: PURITY OF THOUGHTS AND SPIRITUAL BEAUTY

The article reviews the ideological and thematic identity of representing the first teachers' role in the formation and development of the society of the first third of the twentieth century in the tale "The First Teacher" written by Chingiz Aitmatov.

**Keywords:** teacher, society, image, responsibility, morality.

**С.И. Агафонова**

*(Российский университет дружбы народов)*

## К ВОПРОСУ О ЯЗЫКЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ: СПЕЦИФИКА ИНСТАГРАМА

В статье рассматривается специфика коммуникаций в социальной сети Инстаграм. Экспресс-анализ свидетельствует о том, что динамичное развитие данной соцсети, ориентированной на молодое поколение, выросшее в цифровых условиях, обусловлено отличием Инстаграма от аналогичных сервисов. Иконические и вербальные тексты Инстаграма требуют разностороннего изучения, в них отражены тенденции развития речевой культуры молодёжи.

**Ключевые слова:** Инстаграм, Instagram, креолизованный текст, иконические знаки, социальные сети, интернет-коммуникация.

Инстаграм (Instagram) — социальная сеть, которая занимает седьмое место в мире по популярности: численность пользователей (сентябрь 2017 года) превышает 800 миллионов. В современных условиях глобальной мобильности данный сервис представляет собой самую динамично развивающуюся социальную сеть: разработчики приложения обгоняют конкурентов в скорости освоения технических новшеств и сервисов — это одна из причин, почему происходит стремительный рост количества пользователей. Осваивая новые возможности, подписчики

Инстаграма создают такие виды контента, которые не всегда осуществимы в других соцсетях.

Изначально сервис возник для того, чтобы улучшать некачественные снимки, делать их привлекательными и делиться с друзьями в цифровом пространстве. Однако за пять последних лет платформа по обмену фотографиями и видеозаписями видоизменилась: Инстаграм, семантически усложнившись, трансформировался в социальную сеть по созданию креолизованных текстов. Фотографии как многозначные «иконические полисемантические знаки» (Р. Барт), не требующие специальных познаний для декодирования, дополняются подписями, «закрепляются в словесном тексте» (У. Эко).

Актуальность и перспективность изучения текстов не только Интернета [Трофимова 2011], а именно Инстаграма обосновывается растущей популярностью данной социальной сети среди молодой аудитории, преимущественно поколений Y и Z — именно здесь происходит формирование их речевой культуры. Изучая тексты Инстаграма, можно выявить и спрогнозировать тренды интернет-дискурса (в объектном ключе), а также провести социолингвистический анализ текстов с акцентом на поколенческие молодёжные проблемы (в предметном ключе), рассмотреть популярные механизмы игрофикации [Volkova 2013].

Итак, в настоящее время фото в Инстаграме сопровождаются не просто подписями, а текстами с заголовками, создаются посты — информационные блоки, которые размещаются пользователем в своём аккаунте. Некоторые подписчики до сих пор выступают против текстов, ссылаются на первоначальное позиционирование сервиса как пространства визуальных коммуникаций. Тем не менее, реальные факты опровергают данную установку. В настоящее время, по правилам Инстаграма, максимальное количество символов под фото составляет 2200 знаков — для

социальной сети это довольно большой объем. И даже в таких текстоориентированных условиях не у всех получается уложить свои сообщения в эти ограничения, в связи с чем авторы вынуждены оставлять продолжение поста в отдельных комментариях. Экспресс-анализ текстов позволяет сделать следующее предположение: в Инстаграме собралась читающая аудитория [Волкова 2013]. Об этом можно судить по откликам на тексты, тысячам комментариев. Другое наблюдение — в социальной сети складывается особый, имеющий самостоятельно значение, формат «подпись под фото», который требует отдельного изучения.

В Инстаграме текстовый контент функционально подразделяется на три вида: информационный, развлекательный, продающий [Алгави, Аль-Ханаки 2012]. Все эти три вида текстов объединяет установка на доброжелательный контакт. Блогеры пишут просто и доступно для каждого пользователя. Аудитории не требуются специализированные знания, чтобы понять общий посыл поста. Тексты создаются, прежде всего, для аудитории, они клиентоориентированы, затрагивают злободневные темы, учитывают актуальные события, отсылают к узнаваемым жизненным ситуациям. Цель каждого блогера – увлечь пользователя и побудить к дальнейшему распространению исходного текста, вплоть до вирусного [Будовская, Волкова 2012].

В Инстаграме невозможна игра со шрифтом (он единый, никаких выделений и подчеркиваний нет), пользователь может лишь написать строки заглавными буквами, но это будет восприниматься кричаще и агрессивно – некое подобие «SOS». Соответственно, внимание уделяется содержательным элементам, в том числе заголовку, который должен привлечь внимание ещё до прочтения поста. Если первые строки не заинтересовали потенциального читателя, то маловероятно, что он откроет текст.

Цепляющий заголовок в Инстаграме строится по следующим моделям: «Раскрываю секреты...», «Вся правда о...», «Хочу поделиться успехом...», «Произошло чудо...», «Я твой герой...», «Хочешь узнать о...». Постановка проблемы в самом заголовке также привлекает аудиторию.

Структура текста предельно проста. Классический канон: вступление, основная часть и заключение. Здесь важно их визуальное расположение. Наглядно текст должен легко восприниматься, а в этом помогают пробелы между частями. Каждая мысль с новой строки, разбивка смайлами и минимальное использование вводных слов, – всё это оптимизирует чтение.

Форма подачи. Подписчики — это друзья, товарищи, хорошие знакомые, достойные оппоненты. Не поощряется агрессивная лексика, троллинг, лесть — то, чем грешат другие социальные сети. В Инстаграме принята установка на важность любых мнений подписчиков, на диалогичное общение. Вопросно-ответная форма — топовый прием Инстаграма. Он применим в любой части поста. Еще один выигрышный вариант сближения с аудиторией — обращение за помощью, советом, проведение опроса. Интересна форма подачи от третьего лица, особенно если не происходит идентификации предмета или личности. Таким образом создается интрига: «Без него нам всем плохо. Без него скучно. Без него не прожить и дня». «Она всегда говорила тихо, но нежно. Ее слова побуждали меня задуматься...» Нередко автор пишет от первого лица, не подразумевая себя, и только в конце текста интрига раскрывается: «Помнишь, мы встретились в Университете и ты выбрала меня из других сразу, с первого взгляда. Мы встречались с тобой каждый день, и даже ночью, когда ты ложились спать... Я – твой маркетинг...» Условное наклонение эффективно работает в тандеме с вопросом: «Мечтали ли вы о...?», «Хотел бы ты оказаться на моем месте?».

В Инстаграме всегда присутствует визуальная картинка; для того, чтобы её оживить, используются приёмы контрапункта, когда отдельные составляющие контента при соединении образуют не сумму частей, а новый смысл, — формируется креолизованный текст. Часто сочетается несочетаемое, возникают необычные рекламные сообщения, которые построены на олицетворении. Например, вот что сказано в подписи к фотографии шоколадного торта: «У него есть характер. Сочный и экстремально шоколадный. Он настоящий обольститель. Всем своим видом намекает, что это не последнее ваше свидание. Брауни вы полюбите с первого кусочка!».

Рубрикация. Пользователи Инстаграма активно используют хэштеги (оптимальное количество 5-6), в отличие от блогеров других соцсетей (например, вКонтакте и Фейсбук). Хэштег выступает как кодировка, объединяющая фотографии в единую рубрику. Показателем эффективности пользователя может служить вывод собственного уникального хэштега в топы и последующее использование его тысячами пользователей Инстаграма. Среди самых популярных хэштегов: **#love** – любовь, **#cute** – симпатичный, **#smart** – умный. Подобный набор иллюстрирует предпочтения подписчиков и эмоциональную тональность коммуникаций.

### Литература

1. Алгави Л.О., Аль-Ханаки Д.А.Н. Функции социальных медиа // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика. 2012. № 3. С. 56-62.
2. Барт Б. Camera lucida // URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Culture/camera/01.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/camera/01.php)
3. Будовская Ю.В., Волкова И.И. Распространение медиаконтента в социальных медиа и социальных сетях: теория игр против виральности // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2012. № 5 (49). С. 69-74.

4. Волкова И.И. Поколенческая специфика восприятия игрового медийного контента // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 6. С. 775.

5. Социальные сети (рынок России) // URL: [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Социальные\\_сети\\_\(рынок\\_России\)#cite\\_note-0](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Социальные_сети_(рынок_России)#cite_note-0)

6. Трофимова Г.Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России: функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты. – М.: РУДН, 2011.

7. Эко У. От Интернета к Гутенбергу: текст и гипертекст // URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Culture/Eko/Int\\_Gutten.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Eko/Int_Gutten.php)

8. Volkova I. Four Pillars Of Gamification // Middle-East Journal of Scientific Research 13 (Socio-Economic Sciences and Humanities): 149-152, 2013.

9. Strengthening Our Commitment to Safety and Kindness for 800 Million // <http://blog.instagram.com/post/165759350412/170926-news>

#### **TO THE QUESTION OF LANGUAGE OF SOCIAL NETWORKS:**

##### **THE SPECIFICITY OF THE INSTRAGRAM**

The article deals with the specifics of communications in social networks. The author focused on Instagram. This social network is dynamically developing and is oriented towards the young generation. Iconic and verbal texts of Instagram require a comprehensive study; they reflect the development trends of the youth's speech culture.

**Keywords:** Instagram, creolized text, iconic signs, social networks, Internet communication.

**Адетокунбо Абиодун**

*(Ибаданский Университет, Ибадан, Нигерия)*

##### **СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ МЕЖСЛОВНЫХ СВЯЗЕЙ В ЯЗЫКЕ ЙОРУБА**

Грамматическая строга всех языков мира не может поднадлежить единым правилам хотя все языки выполняют только одну основую функцию – средство общения или

коммуникации. В данной статье рассматривается структура синтаксиса языка йоруба в ходе коммуникации.

**Ключевые слова:** йоруба, служебные слова, морфем, корни, аффиксы, словообразование, морфология, семантика синтаксис.

Как известно, йоруба является языком нигеро-конголезской семьи. Он распространен главным образом в Нигерии, где является одним из главенствующих языков, распадается на ряд диалектов, различия между диалектами в основном фонетические. В нем полностью отсутствуют синтетические формы словоизменения и, следовательно, формы слов в составе предложения не могут указывать на отношения между членами предложения. Синтаксические отношения выражаются главным образом порядком расположения слов в предложении и при помощи **служебных слов**. Частные грамматические категории (число имени, время, вид, наклонение глагола) передаются также аналитически при помощи **различных служебных формантов**.

Однако, отсутствие флексий синтаксического формообразования не означает, что слова в языке йоруба представлены только как неизменяемые корни. Этот язык характеризуется достаточно богатой и развитой системой словообразования. Имеются словообразовательные аффиксы, посредством которых от корневых морфем образуются производные слова. Благодаря этому в йоруба достаточно четко выделяются части речи.

При объединении слов в лексико-грамматические разряды и противопоставлении их друг другу, мы исходили не из узко морфологических признаков, а из совокупности морфологических, синтаксических, лексических и семантических признаков, в которых раскрывается грамматическая характеристика слова как части речи.

К таким определяющим признакам частей речи относятся: структурные особенности слова и особенности



системы словообразования, грамматические категории, синтаксические функции, место в предложении, сочетаемость с другими разделами слов, лексические значения данная работа служить для рассмотрения структуру грамматической системы языка йоруба.

Словоизменительные категории в языке йоруба отсутствуют, а на первый план при выделении частей речи выдвигаются следующие синтаксические признаки:

1) способность слова выступать в роли того или иного члена предложения и занимать при этом определенное место в предложении;

2) сочетаемость со словами других разрядов и выражение грамматических значений при помощи определенного круга служебных слов или формальных показателей. Словообразовательные особенности играют существенную роль при характеристике частей речи.

На основании этих признаков выделяются всего две большие группы слов: имена существительные и глаголы, четок различающиеся как по своей семантике и структуре, так и по своим функциям.

Кроме этих двух больших разрядов слов, выделяются местоимения, прилагательные, числительные и наречия.

Наиболее сложным является вопрос о выделении в качестве самостоятельной части речи имени прилагательного, поскольку к словам, выражающим качественную характеристику или признак предметов, относятся не только прилагательные, но и большая группа качественных глаголов состояния. Некоторые из этих глаголов отличаются от прилагательных по форме и различаются только по синтаксическим функциям, и, также, имеются слова, которые в одной и той же форме могут выступать в зависимости от контекста как в функции имен прилагательных, так и в функции глаголов.

В то же время с прилагательными могут формально совпадать отглагольные имена существительные,

образованные от качественных глаголов способом редупликации. В связи с этим в некоторых случаях четкое разграничение между прилагательными и глаголами и между прилагательными и существительными провести невозможно.

Помимо знаменательных слов, выделяется категория служебных слов, куда входят предлоги, союзы, связки, некоторые прилагательные, частицы и форманты видо-временного и модального характера. Грамматически это принципиальное различие существительных и глаголов проявляется в неспособности имен существительных самостоятельно, без помощи связки, выступать в функции сказуемого. Существительные в противоположность глаголам не могут непосредственно сочетаться с модальными и видо-временными показателями. Кроме того, имена существительные представляют собой отличный от глаголов структурный тип слов, характеризующийся особенностями словообразования.

У имени существительного в языке йоруба отсутствуют категория грамматического рода и категория склонения. Множественное число выражается аналитическим способом путем присоединения особого грамматического показателя. Наибольшее распространение имеют двусложные и трехсложные имена существительные. Четырехсложные, пятисложные и шестисложные существительные встречаются реже. В качестве еще одной отличительной особенности имен существительных можно отметить то, что существительные йоруба всегда начинаются с гласных звуков. Исключения составляют существительные иностранного происхождения (например, ара-osi “восток”); boolu “мяч” заимствовано из английского языка) и относительно небольшая группа существительных, образованных способом редупликации (например, kiko - “учение”, lilo - “ходьба”).

Для системы словообразования имен

существительных характерно:

а) преобладание префиксации (для глаголов способ префиксации не характерен);

б) богато развитое словосложение, которое может выступать в чистом виде или осложняться префиксацией (глаголам свойственно только словосложение с числом виде);

в) образование слов путем редупликации (способ редупликации свойственен глаголам в значительно меньшей степени).

Падеж как грамматическая категория, находящая свое выражение в формах словоизменения в имени, в языке йоруба отсутствует. Падежные, т.е. синтаксические отношения имен к другим словам в предложении, здесь выражаются **порядком слов** и при помощи **служебных слов**.

Служебные слова языка йоруба составляют категорию несамостоятельных слов, которые противопоставляются знаменательным словам- частям речи. Характерным признаком служебных слов является их неспособность выступать самостоятельно в качестве членов предложения. Назначение служебных слов в языке сводится к выражению различных смысловых отношений между знаменательными словами, они служат средством связи знаменательных слов между собой или для связи предложений.

К служебным словам йоруба относятся предлоги, союзы, глаголы связи, модальный глагол, отрицательные и вопросительные глагольные частицы, своеобразным видом служебных слов можно также считать видо-временные и модальные глагольные форманты. С одной стороны, они обладают признаками морфем, поскольку они не имеют функции и самостоятельно, вне сочетаний с глаголами не существуют. Некоторые из этих показателей (n / m, ma) обладают признаками морфем префиксального характера, поскольку они не могут быть отделены от глагола другими словами.

Следовательно, по своей роли в языке они не настолько тесно смыкаются с глагольной основой, чтобы образовывать синтаксические формы глагольного спряжения (какие образуют личные окончания глаголов в флективных языках). Относительная подвижность, т.е. возможность отделения их от глаголов, свидетельствует о том, что глагольные форманты обладают какими-то признаками слов, хотя и лишенными вещественного значения. Выполняя в языке чисто служебную роль, глагольные форманты представляют собой элементы аналитических форм глагола, употребляемые для выражения тех или иных грамматических значений.

Предлоги в языке йоруба представлены двумя структурными типами: первообразные (непроизводные) и производные. К первообразным относятся односложные предлоги: *ni*, `в`, `к`, *si*; `к` *ba*, для *fun*, и другие.

К производным относятся предлоги *labe* – (под), *niwaju* – (перед), *lara* (среди), *lehin* – (сзади), *loju* – (перед), *lagbedemeji* или *laarin* – (между), *lori* (на), *lati* (от) и другие. Большинство производных предлогов этимологически представляет собой сочетание первообразных предлогов и существительных: *loju* - `перед`, ( *oju* - `глаз`, букв. `глазу`), *leti* (`около`) или (`рядом`) (*eti* `ухо`, букв. В `ухе`), *lateyin*, `сзади` ( *eyin* `спина`), `между` ( *aarin* `середина` или `центр`), *lori* - на (*ori* `голова`), *pinu* - внутри (`*inu* -живот`), *iwaju* – вперед (`лоб`) и т.д.

Предлоги служат для связи именных частей речи с глаголами и между собой. В зависимости от того, какого рода отношения выражают предлоги, их можно разделить на ряд групп:

**Предлоги, служащие для выражения пространственных отношений** (*si*) `в`, `к` (*lati*) `от` `из` (*labe*) `под` и так далее.

**Предлоги, выражающие временные отношения;** (*nigba*) `во время`, (*latigba*) `в течение`, (*tele*) `раньше`;

**Предлоги, выражающие целевые** (fun -`для`) отношения; **причинные** (nitoripe `из-за`, `в связи`) и другие отношения.

Например: *O ra iwe kan fun mi*, - [Он купил книгу одну для меня];

*O lo pelu mi lana* - [Он со мной ходил вчера]; *O ko orin fun mi*, [Он пел песню для меня].

Отличительной особенностью первообразных предлогов *ni* и *si* является возможность слияния их с именем существительным, к которому они относятся. Гласный (i) этих предлогов опускается и предлог непосредственно примыкает к существительному (на письме предлог отделяется от существительного апострофом) *O wa nile`* [он есть в доме] (он дома); *O fi si idi igi`* [он положил это под деревом] “к подножию дерева”); *O lu mi lori`* [он ударил меня по голове]. Слияние не является обязательным.

Разница между предлогами *ni* и *li* чисто фонетическая: перед существительными, начинающимися с гласного *i* , перед существительными иностранного происхождения употребляется предлог *ni*: *ninu moto`* `в автомобиле`. Перед остальными существительными употребляется предлог *li* (*lenu`* `во рту`, *l`oju`* `в глазу`).

Союзы йоруба делятся на две группы - сочинительные и подчинительные. Каждая из групп в зависимости от характера связи в свою очередь делится на ряд частных подгрупп.

Сочинительные союзы служат для связи однородных членов предложения. Для связи предложений служат как сочинительные, так и подчинительные союзы. В группу сочинительных союзов входят соединительные *ati`* и *pelu`* и; разделительные *tabi`* `или`; противительные *sugbon`* `но` `однако` *sibesibe`* `тем не менее` `все же` `однако`.

К подчинительным союзам относятся: временные (*leyinti`* `после`, *nigbati`* `когда`, *ki`* `прежде, до того как`); Причинные (*nitoripe`* `потому что`, `из-за`, `благодаря`, *nitori-*

*idi-eyi* `потому что` так как`, `поскольку`, так как);

Условные (*bi* `если`, *bikosebi* `или` *bikosepe* `кроме`, `как`).

Словосочетания, которые характеризуются тем или иным типом синтаксической связи, могут быть устойчивыми (существующими в речи как готовые лексические единицы или закрепленные фразеологические словосочетания, обладающие обычно идиоматичностью) и свободными (создающимися каждый раз по воле говорящего, их значение выводится из значения составляющих его слов).

Из свободных словосочетаний следует особо отметить широко распространенные атрибутивные сочетания, состоящие из двух или более имен существительных, непосредственно примыкающих друг к другу. Способ связи между компонентами таких сочетаний называется сопряженным состоянием.

Смысловые взаимоотношения между компонентами определяются порядком расположения. Это определенная притяжательная связь по принадлежности, связь целого по отношению к части.

Например: *iwe baba* [`книга отца`], *ikan omi* [капля воды], *apa oke afirika* [горная часть Африки] (букв. “часть” + “Африка”).

При постановке нескольких имен существительных в сопряженное состояние образуется цепь последовательного подчинения, т.е. второе существительное определяет первое, третье определяет второе, четвертое определяет третье: *apa ila oorun afirika* [`сторона линии солнца Африки`] т.е. (восточная часть Африки) *iran awon omo Oduduwa* – [`потомки детей Одудувы.`].

Порядок слов в современном языке йоруба относительно твердый. Это важнейшее синтаксическое средство связи слов в словосочетаниях и предложениях. В подавляющем большинстве случаев он сохраняется неизменным и не зависит от смысловых оттенков высказывания. Отступления от обычного расположения

членов предложения и нарушения фиксированного порядка слов возможны только в эмоционально окрашенной речи и при эмфатическом выделении того или иного члена предложения. На первом месте в предложении обычно стоит подлежащее:

*Sango gba imoran won* [‘Шанго принял совет их.’] (Шанго принял их совет)

*A ko mo ogangan ibe nisisiyi mo* [букв. ‘Мы не знаем точное место теперь больше’]. ‘Теперь мы не знаем больше точного места там’

Подлежащему в предложении могут предшествовать только обстоятельственные слова или обстоятельственные обороты (обстоятельства места, времени, образа действия и реже - причины):

*Die die ni awon yoruba wa si ilu naa* [‘постепенно йорубы приходили в город тот’] (постепенно народ йорубы приходили в этот город).

Сказуемое занимает второе место после подлежащего независимо от характера предложения:

*Eniyan ko mo ibi ti Oranmiyan ku si gan an* [‘Люди не знают, где Оранмийан умер точно’] (Никто не знает точное место где Оранмийан умер)

*Sugbon ibo ni oba nla naa ku si?* [‘Но где /есть/ король великий этот умер?’] (Где же умер этот великий кароль)

*Vi o ba lo si ile ife o le ri iboji Oranmiyan dara dara* (‘Если вы поедете в Иле ифе, вы можете увидеть могилу Ораймийан.’)

При выражении сказуемого сложным двойным глаголом прямое дополнение расщипляет сложный глагол на его компоненты и становится между ними.

*Mo ti ri iwe re gba* [‘Я уже видел письмо твое получать’]  
‘Я получил письмо твое’ (ri - gba ‘получать’)

*Won gbee wa* ‘Они перенесли его’ (gbee wa ‘переносить’).

Прямое дополнение, расширяющее сложный глагол,

может определяться целым придаточным предложением; в этом случае между компонентами глагола ставится весь сложный комплекс дополнения:

*Mo le fi kumo ti o fi luu pa han oba* [‘И я может показать дубинку, которой она убила его, королю’] (*fi han* ‘показать’/показывать’).

При сказуемом, выраженном модальным глаголом в сочетании со смысловыми глаголами, прямое дополнение, как правило, следует за всем сказуемым. (*Mo le ri* [‘Я могу видеть его’]).

При сказуемых, выраженных сложными глаголами, одни из компонентов которого является глагольным, а второй адвербиальным или предложным элементом, в роли “расщепителя” может выступать не прямое, а косвенное дополнение. Прямое дополнение (если оно имеется) в таких случаях следует за вторым компонентом сложного глагола:

*O fi oko pa esin na* [‘Он убил копьём лошадь то’] (*fi ra* ‘убивать’).

В очень редких случаях в роли “расщепителя” сложного глагола выступают оба дополнения, прямое и косвенное, при этом косвенное дополнение предшествует прямому:

*O le fi iwo re kan eniyan pa* [‘Он может рогом своим одним человека убить’] (*fi ra* ‘убивать’, *iwo* ‘рог’, *enia* ‘человек’).

При сказуемом, выраженном сложными глаголами, компонентами которых являются глагольные элементы, прямое дополнение расщепляет сложный глагол, а косвенное дополнение следует за вторым элементом сложного глагола:

*Won n ru koroba won lo si odo*

‘Они несут ведра свои к воде’ (нести/ тащить)

*O n ru igi*

Он держит дерево то /на/ голове своей (держать /укреплять)

Обстоятельственные слова, как уже указывалось, или



выносятся в самый конец предложения, или ставятся в начале предложения, предшествуя подлежащему. Реже односложные обстоятельства могут быть поставлены в середине предложения (например, между подлежащим и сказуемым или между глагольным показателем и основным глаголом в сказуемом):

Ibi ko ni ile ti won koko te do si gege bi ilu

Это не есть земля эта, /где/ они впервые начали /жить/ как нация одна.

Определение обычно занимает постпозитивное положение по отношению к определяемому слову, независимо от того, чем выражается определение.

Таковы в общих чертах особенности грамматического строя языка йоруба. Как уже было сказано, никакой морфологической категории, подобной русскому падежу, в нем нет. Это не значит, что в речи на языке йоруба невозможно выразить универсальные значения, которые передаются падежными формами.

Исследование языка йоруба показывают, что в этом языке основными средствами выражения отношений между словами являются предлоги, слоги, вспомогательные глаголы и порядок слов. Для их описания целесообразно использовать классификацию “глубинных падежей”, под которыми понимаются семантические отношения, связывающие друг с другом элементы структуры предложения. С этой точки зрения, в языке йоруба выделяются следующие значения: агенс, предикат, датив, объект (включая фактив), инструмент, ориентир (дирекционал приближения и удаления, локум и временные значения). В определенных ситуациях и синтаксических позициях происходит конкуренция “глубинных падежей”. Кроме того, имеются особые средства для выражения значений совместности, отсутствия и делиберативного объекта, при которых происходит нейтрализация “глубинных падежей”.

## Литература

1. *Скаличка В.* Типология и сопоставительная лингвистика // Новое в зарубежной лингвистике. М, 1989.
2. *Сулима В.Л.* Конструкция "глагольная цепочка" в языке йоруба // *Africana*. – Л, 1971.
3. *Филмор Ч.* Дело о падеже // Новое в зарубежной лингвистике. М, 1981
4. *Филмор Ч.* Дело о падеже открывается вновь // Новое в зарубежной лингвистике. М, 1981
5. *Хавронина С., Широценская А.* Русский язык в упражнениях: Для говорящих на английском языке. – М, 1997.
6. *Шатилов С.Ф.* Некоторые вопросы сопоставления иностранного и родного языков в методических целях // Русский язык за рубежом. - 1985.
7. *Якобсон Р. К.* Общему учению о падеже // *Якобсон Р.* Избранные работы. - М., 1985.
8. *Якобсон Р.* Морфологические наблюдения над славянским склонением // *Якобсон Р.* Избранные работы. - М., 1985.
9. *Яковлева В.К.* Язык йоруба. – М, 1963.
10. *Vanngbose A.* A grammar of Yoruba. – Cambridge, 1966.
11. *James C.* Contrastive analysis. – London, 1981.

## WAYS OF EXPRESSING WORD RELATIONSHIPS IN YORUBA LANGUAGE

Grammatical system of all languages of the world cannot conform to the same rules though all languages carry out only one basic function – means of interaction or communication. This article seeks to review the syntax structure of the Yoruba language in the process of communication.

**Keywords:** Yoruba, special words, morphemes, roots, affixes, word formation, morphology, syntax, semantics.

**М.Ю. Авдонина**

*(Московский государственный лингвистический университет)*

**С.А. Никитин**

*(Научно-производственная группа «МосКультПрог»)*

### **МОБИЛЬНЫЙ ЭТИКЕТ:**

#### **ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ**

Исследуются современные правила общения на русском языке с использованием различных видов телефонной связи

**Ключевые слова:** русский язык, этикет общения, мобильные средства связи

Целью данного исследования является лингвокультурологический анализ текстов, посвященных этикету нового вида общения – общения с использованием современных средств мобильной связи.

Исследование основано на положении о том, что этикет не основан на рациональных объяснениях правил, что это общественный договор, форма которого выявляет принадлежность человека к «хорошему обществу». Оба отклонения от нормы – игнорирование или незнание кода – одинаково порицаются социальной группой.

Определения этикета на французском и на английском языке включают такие понятия как «règles», «normes sociales», «bonnes manières» [10]; «manners», «code of behavior», «conventional norms»: “the customary code of polite behaviour in society or among members of a particular profession or group” [12; 601]. Подчеркивается, что этикет не связан непосредственно с вопросами удобства и здоровья, напротив, такое поведение показывает, что человек выявляет свою принадлежность к определенной социокультурной группе общества, в частности, свое умение «правильно» выстраивать общение.

Оговоримся, что вне этикета должны рассматриваться правила, связанные с безопасностью (за рулем, в самолете и пр.) и конфиденциальностью.

Само появление технологии мобильной связи еще не вызывало необходимости переосмысления поведения коммуникантов. Даже когда в 2002 году число говорящих по мобильной связи превысило число пользователей обычными телефонными сетями [11, С. 92], этот вид общения не воспринимался как что-то качественно другое, отличное. Авторы указаний по этикету общения 2005-2010 г.г. описывают требования к поведению собеседников так: «существуют нормы и правила поведения», которые «практически ничем не отличаются» от правил обычного общения [1]: «звонок заканчивает тот, кто его начинал; обращение по имени – важный элемент телефонного общения; при неожиданном обрыве звонка перезванивает инициатор звонка, после разговора телефонный этикет требует слов благодарности за звонок и стандартных формул прощания».

Главная позиция тех лет – «Не мешать другим»: не говорить громким голосом, не обсуждать при незнакомых людях личные дела, не выбирать раздражающий рингтон. Правила множатся, детализируются («50 правил...» [9]). В 2006 году Билайн на веселом собрании принимает «Хартию мобильного этикета» [4]).

Часто сами авторы не видят разницы между этикетом и рекомендациями («Согласитесь..., Нужно помнить, что...», «не стоит...»), советами («Не зря говорят», «не рекомендуется...», «Поддакивайте, уточняйте детали»). Поэтому для смягчения императивных указаний может выбираться шутливая форма: «1. Не раздражай ближнего трепом своим; 2. «Кукарача» да не будет звонком твоим», – так начинаются «10 золотых правил мобильного этикета» [2].

Тексты же об этикете являются по определению описанием культурного кода и всегда нейтральны по стилю.

Происходят и попытки рационализировать правила, часто сопрягаемые с предостережениями: постоянные звонки могут «напрочь разрушить ваши отношения с партнерами и полностью уничтожить деловую атмосферу» [5]; В ресторане, в кафе, в буфете нельзя класть мобильное устройство на стол: это требование как этикета, так и гигиены» [3].

Одновременно стихийно складывается этикет и конвенции SMS [6]. Обмен SMS воспринимался как неформальное письменное общение: «Можно воспользоваться отправкой смс, если: 1. Есть необходимость в оперативном ответе; 2. Нужно просто договориться о времени звонка; 3. При наборе номера телефон абонента несколько раз оказывался вне зоны доступа»; При отправке смс «не стоит использовать длинные фразы, смайлы и допускать ошибки» [7].

Этот первый этап пользования мобильной связью все же имеет и новый компонент: «общение по мобильному устройству может застать нас в любой момент» [3]. И это осознается как неудобство для принимающего звонок. Сохраняются различные по содержанию советы по времени звонка: звонить не ранее 8:00 и не позднее 22:00 / с 9.00 до 21.00, – а также по продолжительности делового разговора (до 3 минут). Этикет не запрещает, но не советует звонить до 12.00 в понедельник и после 13.00 в пятницу, также не стоит звонить человеку в первый и последний час его рабочего времени и в течение обеденного перерыва.

В тот период вырабатывается новый знак: сбросить звонок означает «сейчас не могу говорить, перезвоню позже» (разумеется, если речь не идет о конфликтных отношениях).

Резкое изменение ситуации произошло 10 лет назад.

В 2007 году компания Apple создает iPhone OS и первую модель iPhone. В 2010 г. iOS 4.0 для iPhone и iPod touch позволяет многозадачность, затем прибавляется более 200 новых функций, iOS 5 содержит возможности обмена

сообщениями между устройствами, обновляется система push-уведомлений, Киоск и интеграция с Twitter и iCloud. Смартфоны других компаний стараются предоставлять сходные услуги, будучи значительно дешевле.

Нерелевантными для современного этикета становятся положения о недопустимости разговора громким голосом: молодые пользователи переписываются, а не разговаривают. Многие не имеют интенции сразу поговорить с собеседником, а лишь подают сигнал о желании говорить и ждут, когда получивший сигнал перезвонит. Это новое правило этикета дает возможность подготовиться к разговору, ответить, когда есть время, настроение и подходящая обстановка. Но это приводит и к неудобствам: *«Florina 26.07.2015. Здесь не хватает рекомендации не перезванивать на незнакомые номера. Это манера - "мне вчера звонили с этого номера" - может поставить в неловкое положение».*

Меняется само представление об общении с помощью новых устройств. Приведем отзыв на статью о мобильном этикете: *«vkfb 24.12.2015 Это всё конечно красиво и замечательно, вот только на практике приходится забивать на большинство вышеуказанных правил (особенно если профессиональная деятельность сопряжена с частыми телефонными переговорами). И уж слишком эти правила заморченные, типа "нельзя уклоняться от темы разговора. Не следует резко перескакивать с одной темы на другую во время общения по мобильному телефону" - я так думаю, это моё сугубо личное дело уклоняться мне от темы или нет, на какую тему говорить, все это очень ситуативно и зависит от собственно самой темы и от того с кем я разговариваю, если это деловой разговор, то согласен, а если я с другом общаюсь, например, то это уже другое дело. "Этикет запрещает совмещать разговор по мобильному телефону с какими-либо другими делами" - а есть разница, если другие дела не влияют на качество общения? и т.д. и т.п. В общем,*

как по мне в статье много излишков, все таки в окружении английских лордов не каждый день находишься)))».

Выводы. Смартфоны изменили формы общения человечества. Расстояния перестали отделять собеседников. В то же время, в устном общении смартфоны служат поддержкой разговора: можно что-то доказать с помощью видео и фотодокументов, деловые переговоры документируются с указанием дня и часа принятия решения; возникшие в устной беседе споры и недоразумения легко решаются с помощью Интернет ресурсов. Новые формы общения изменили мобильный этикет в сторону упрощения.

#### Литература

1. 11 правил мобильного этикета – URL: <http://mobileleader.ru/poleznye-sovety/35-11-pravil-mobilnogo-etiketa.html>

2. Бриоди Д. 10 золотых правил мобильного этикета (Перевод на русский: Dan Briody, 10 Commandments of Cell Phone Etiquette, – URL: [http://www.appleseeds.org/10-Commands\\_Cell-Phone.htm](http://www.appleseeds.org/10-Commands_Cell-Phone.htm)).

3. Всё, что нужно знать о мобильном этикете – URL: <https://delovoi-etiket.ru/video/pravila-obscheniya/1379-vsyo-chto-nuzhno-znat-o-mobilnom-etikete.html>

4. Десять базовых правил, которые должен знать каждый. – URL: <https://www.ixbt.com/cm/beeline-mobile-etiquette-2k6.shtml>

5. Мобильный этикет. – URL: [http://www.knigge.ru/mobile\\_etiket.html](http://www.knigge.ru/mobile_etiket.html)

6. Никитин С.А., Авдонина М.Ю. SMS – новый этикет, правила и конвенции неформального письменного общения на русском языке // Речевая коммуникация на современном этапе: социальные, научно-теоретические и дидактические проблемы. Материалы Международной научно-методической конференции. – М.: Институт Русского языка им. А.С.Пушкина, МГУС. М., 2006. – С. 87-90.

7. Правила "мобильного" этикета. <http://mostga.am/kultura/pravila-mobilnogo-etiketa-402.html>

8. Якушко А. 50 правил мобильного этикета. – URL: <https://63.ru/text/science/454133.html>

9. Южин В.И. Полная современная энциклопедия этикета. – URL: <https://info.wikireading.ru/134114>

10. (de) Clermont-Tonnerre H. Politesse oblige. Savoir vivre au xxie siècle. – Paris, Éd. l'Archipel, 2003.

11. Histoire, économie et société, Volume 27, Editions C.D.U. et S.E.D.E.S., 2008.

12. Etiquette // Oxford Dictionary of English – Oxford University Press, 2010.

### **MOBILE ETIQUETTE: LINGUISTIC ASPECTS**

The modern rules of communication in Russian using various types of telephone communication have been studied

**Keywords:** Russian language, communication etiquette, cell phone facilities

**М.М. Аймагамбетова**

*(Казахский национальный педагогический университет  
имени Абая)*

### **ЗАГОЛОВОК НОВОСТНОГО САЙТА (НА ПРИМЕРЕ КАЗАХСТАНСКОЙ РУССКОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЫ)**

В данной статье говорится о заголовках новостных сайтов и их особенностях. Заголовок новостного сайта должен быть кратким и информативным, отражать суть статьи и без использования стилистических приемов с эффектом интертекстуальности, а также нейтральным в семантическом плане.

**Ключевые слова:** мультимедийность, заголовок, новостной сайт, медиатекст.

Под *мультимедийными технологиями* понимается совокупность современных средств аудио-, теле-, визуальных и виртуальных коммуникаций, используемых в процессе организации, планирования и управления различных видов деятельности [Акопов 1998; 47].

Для нас особый интерес представляет новостной сайт. Новостной сайт – это крупный информационный ресурс, который содержит большое количество разделов с часто и



постоянно обновляемой информацией [www.pressclub.host.ru]. Он должен обладать интересным контентом, удобным управлением, приятным дизайном и практичной структурой сайта. Под «интересным контентом» нами подразумевается информация, которая должна стать интересна и актуальна для всей целевой аудитории сайта. Более того, контент должен быть качественным, грамотным и эксклюзивным. Хотя последнего добиться в наше время достаточно сложно, в связи с большой конкуренцией в данной отрасли. Также необходимо использовать специализированную CMS (англ. Content management system) систему, которая упростит управление сайтом. И позволит качественно развивать его, использовать все возможности, предлагаемые сетью Интернет. Для дизайна электронных газет пока нет строгих правил и принципов. Сайт служит площадкой для эксперимента с организацией выпуска и статьи в частности. В связи с этим электронные газеты испытывают интерференцию со стороны печатных газет, но «тем не менее, уже сформировались явные отличительные особенности Интернет-газет от традиционных, которые сводятся к наличию у первых: ссылок к дополнительным материалам, форумов для обсуждения публикаций, chat-room, для общения друг с другом, возможности связаться с автором статьи, поисковой системы, архива новостных публикаций» [www.pressclub.host.ru].

Дизайн и практичная структура – это неотъемлемые части новостного сайта; они должны быть рационально расположенными и работать на привлечение большего количества пользователей. Информацию следует располагать так, чтобы пользователи не тратили много времени на поиск. Навигация должна быть максимально удобной и практичной, т.е. «всё на виду». Отсюда следует, что Интернет-издания предоставляют читателю больше свободы на своих страницах. Это связано с тем, что «нет никаких ограничений по публикациям, регулярное обновление новостей минимум

2 раза в день, детальный обзор событий» [Mcadams, www.Newslink.org].

Все издания Казнета принадлежат к комбинированному виду средств массовой информации, практически по всем информирующим и типобразующим признакам. Усложняется работа автора, появляются новые способы воздействия на читателя. Графика, инфографика, аудио- и видеокomпоненты активно включаются в публикации сетевых авторов [Баймуханбетов 2009; 55].

Сетевой новостной текст обладает специфической семантической структурой, которая обусловлена многоуровневостью организации информации в условиях on-line СМИ. Данная система приводит к распределению основного содержания сетевого новостного текста по нескольким веб-страницам. Его содержательная структура состоит из двух блоков: *краткое содержание, главное событие*.

Для нас представляет наибольший интерес первый блок – это *краткое содержание*, так как он представляет собой заголовочный комплекс, расположенный на нескольких уровнях сайта, и может получать различное языковое оформление пропозиционального содержания. Это связано с различием выполняемых функций.

Первый заголовочный комплекс представляет собой анонс текстового содержания, его основная цель – кратко представить информацию и привлечь внимание читателя, чтобы он перешел на сайт, где расположена основная статья. Данный заголовок содержит ключевые слова, в связи с этим он краткий, отражает основную тему статьи и часто употребляются имена политиков, названия стран, которые актуальны на данном этапе. Например, «Владимир Путин: Казахстан является авторитетным посредником» ([www.express-k.kz](http://www.express-k.kz)).

Таким образом, редакция эксплуатирует так называемые “buzz topics” – “горячие темы” для привлечения

внимания к определенному материалу [Добросклонская 2005; 11].

Второй заголовок расположен с текстом статьи и может совпадать или отличаться от первого заголовка. Его отличительная черта – точная передача текстового содержания. Следует отметить (по утверждению Е.Ю. Баженовой), что «сетевой заголовок нацелен на более точное представление содержания текста, поскольку Интернет является источником быстрого получения информации, которая должна представляться максимально и лаконично» [Баженова 2014; 72]. Например, «Победителей не судят». «Спарта номад» о незаслуженном чемпионстве в КВН» ([www.tengrinews.kz](http://www.tengrinews.kz)).

Заголовки Интернет-изданий содержат лексику и синтаксис разговорной речи, характеризуются повышенной эмоциональностью, что говорит об их апеллятивной функции. По нашим наблюдениям, в Интернет-журналистике использование фразеологизмов в заголовке материала менее активно, чем в традиционной печатной прессе. Несмотря на то, что многие центральные, региональные и местные периодические издания имеют электронные версии для привлечения рекламодателей и расширения аудитории, стиль подачи публицистического материала в электронных версиях не полностью аналогичен тому, что печатается в «бумажных» средствах массовой информации.

Наблюдения показали, что, учитывая интересы и запросы своей аудитории, публицистика электронных СМИ может стремиться как к экспрессии, характеризоваться увлечением разговорным стилем речи, граничащим с грубым жаргоном, так и отходом от традиционной подачи материала, ориентированного на массового читателя, чрезвычайным усложнением изложения текста.

Учитывая всё выше перечисленное, можно обобщить:

1. Заголовок в сети отражает содержание статьи, в связи с этим ему следует быть максимально информативным и точным;

2. Заголовок должен быть кратким, несмотря на необходимость полного отображения смысла статьи. Это даёт журналистам возможность расположить больше ссылок на основные новости; краткие заголовки лучше и быстрее запоминаются, а также «сканировать» их для читателя намного проще и легче, так как «списочный способ организации новостей становится более систематизированным и с каждой новой строкой эффективнее активизирует внимание читателя» [Dee-Lucas D. & Larkin J.H. 1995; 433];

3. Первые 1-2 ключевых слова выражают концепт фрейма описываемых событий в статье;

4. Язык сетевого заголовка должен быть без использования стилистических приемов с эффектом интертекстуальности, а также нейтральным в семантическом плане [Воротникова 2005; 71].

Интертекстуальность – это текстовая категория, отражающая соотнесенность одного текста с другим, диалогическое взаимодействие текстов в процессе их функционирования, обеспечивающее приращение смысла произведения [[www.stylistics.academic.ru/](http://www.stylistics.academic.ru/)].

В рассматриваемых нами заголовках, интертекстуальные связи находят свое отражение в трансформациях и реминисценциях. Заголовок в Интернет-пространстве «обрастает» дополнительными характеристиками: в условиях обильных информационных потоков он становится, как указывают Дж. Прайс и Л. Прайс, не просто частью контента, но и элементом интерфейса [Прайс Дж, Прайс Л. 2003; 86].

Подобный заголовок можно рассматривать как медиатекст и как его составную часть. В качестве элемента контента он сообщает пользователю о содержании контекста;

в качестве элемента интерфейса заголовок является элементом меню сайта, инструментом быстрого поиска контента. В связи с такой спецификой Г.Н. Трофимова говорит о рождении в Интернете нового жанра – текста-заголовка [Трофимова 2008; 124]. Заголовок дробится на собственно заголовки и подзаголовки и даёт представление о содержании публикации.

Для адаптации заголовка к условиям Интернет-пространства рекомендуется оптимизировать такое свойство текста, как «юзабилити», («легкость достижения посетителем поставленных целей») с помощью процедур по сокращению, очищению от «шума», структурированию и объективации исходного сообщения. С целью достижения читабельности, а точнее, «сканируемости» (scannability) заголовка медиатекста J. Nielsen рекомендует выделять ключевые слова (highlighted keywords), составлять списки с отступом (bulleted lists), «заумные» подзаголовки заменять осмысленными, выражать по одной идее на абзац, следовать стилю «перевернутой» пирамиды (фраза начинается с вывода), использовать вдвое меньше слов, чем в обычном тексте [www.nngroup.com/articles/].

Таким образом, особая форма организации информационного онлайн-пространства предъявляет специфические требования к заголовку медиатекста для того, чтобы он отвечал изменившимся условиям функционирования.

Заголовок, являясь источником первичной информации, включает в себе признаки и функции, которые характерны для всего текста статьи.

Заголовок оказывает воздействие:

- в культурном плане – выработка и закрепление исторически определенных норм и стереотипов;
- в коммуникативном – создание и поддержание доверия к читателю;

– в социальном – формирование общественного мнения;

– в психологическом – формирование картины мира в единстве рациональных и эмоциональных компонентов.

В последнее время наблюдается «взрыв» интертекстуальности в СМИ. Интертекстуальные ссылки, чаще всего весьма фривольного характера, стали распространенным приемом построения заголовков статей. Это связано с формой заявления своей позиции (культурной, политической, социальной, эстетической), и как средство нацелить издания на определенную аудиторию, которая способна распознать все эти ссылки, а также иронию.

#### Литература

1. *Акопов А.И.* Электронные сети как новый вид СМИ//Акопов А.И.//Филологический вестник РГУ. – Ростов, 1998. – № 3. – с. 43–51

2. *Баженова Е.А.* Дискурсивные стратегии представления информации в новостных текстах британских СМИ (на материале качественных Интернет-газет). дисс. на соиск. канд. фил. н. – Благовещенск, 2014. – 184 с.

3. *Баймуханбетов А.Э.* Тенденции современной медиаглобализации в условиях идентичности казахстанских СМИ: дисс. на соиск. уч. степени PhD. – Алматы, 2009. – 156 с.].

4. *Воротникова Ю.С.* Реализация новостного дискурса в электронных англоязычных СМИ. дисс. исслед. на соиск. канд. фил. н. – Санкт-Петербург, 2005. – 212 с.

5. *Добросклонская Т.Г.* Вопросы изучения медиатекстов: Опыт исследования современной английской медиаречи. – Москва: УРСС Эдиториал, 2005. – 288 с

6. *Прайс Дж, Прайс Л.* Текст для Web: доступность и привлекательность. – Москва: Вильямс, 2003. – 464 с.

7. *Трофимова Г.Н.* Языковой вкус интернет-эпохи в России. Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты: моногр. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: РУДН, 2008. – 300 с.

8. *Dee-Lucas D. & Larkin J.H.* Learning from electronic texts: Effects of interactive overviews for information access/cognition and Institution, 1995. –13(3). – p. 431–468

9. *Nielsen J.* How Users Read on the Web [Электронный ресурс]/J. Nielsen//Nielsen Norman Group. – URL: <http://www.nngroup.com/articles/>

10.[Электронный ресурс] – Режим доступа <https://stylistics.academic.ru/>

11.[Электронный ресурс] – Режим доступа: Mcadams, [www.Newslink.org](http://www.Newslink.org)

12.[Электронный ресурс] – Режим доступа: Сурин, [www.pressclub.host.ru](http://www.pressclub.host.ru)

#### **HEADLINE OF THE NEWS SITE (ON THE EXAMPLE OF THE KAZAKHSTAN RUSSIAN-LANGUAGE PRESS)**

This article talks about the headlines of news sites and their features. The headline of the news site should be brief and informative, reflect the essence of the article and without using stylistic features with the effect of intertextuality, and also neutral in the semantic sense.

**Keywords:** multimedia, headline, news site, media text.

**Э.Г. Азимов**

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

#### **ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ УЧЕБНЫХ МАТЕРИАЛОВ ПО РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ**

**Аннотация.** Статья посвящена использованию мультимедиа материалов в обучении русскому языку как иностранному. Описаны дидактические особенности, рассмотрены возможности использования упражнений и заданий на основе мультимедиа.

**Ключевые слова:** русский язык как иностранный; мультимедиа; обучение языку; компьютерные упражнения и задания, аудиовизуальные материалы.

Использование аудиовизуальных материалов всегда рассматривалась как важная составная часть процесса обучения иностранному языку. На основе аудиовизуальных материалов можно решать несколько групп коммуникативных задач, в частности:

-Видеотекст создает различные стимулы для высказывания, соответствующие уровню владения языком – от самого простого высказывания до развернутой оценки и анализа.

- Экранный текст позволяет соотнести содержание визуальной информации с особенностями плана выражения, в этом случае упражнения строятся на сопоставлении видеоряда и звучащего текста, определении логики и смысла вербального ряда в соотношении со звуковым рядом.

Аудиовизуальный текст может стать основой для заданий, активизирующих познавательную, творческую деятельность учащихся; интересный, проблемный текст вызывает необходимость анализа, синтеза, сравнения, обобщения информации, вызывает необходимость межличностной коммуникации. Видеозаписи в цифровом формате можно рассматривать как особый аудиовизуальный текст, который можно обрабатывать, изменять для решения тех или иных лингводидактических задач обучения русскому языку как иностранному.

Большой лингводидактический потенциал в обучении русскому языку как иностранному имеет видеосервис YouTube. Это интернет-сервис, предоставляющий услуги видеохостинга - хранение, демонстрация, поиск видеозаписей в цифровом формате. Возможности Youtube позволяют принять участие в обсуждении видеозаписи, в ее оценке вместе, в том числе и с носителями языка, что в значительной степени повышает мотивацию к изучению языка, активизирует формирование коммуникативной компетенции.



Преимущества использования видеозаписей, которые хранятся в цифровом формате, заключаются в:

- доступности (бесплатный просмотр и скачивание видео с сайта),
- аутентичности (язык используется в реальном контексте так, как их используют носители языка),
- разнообразии предлагаемых видеоматериалов (фильмы разных жанров, реклама, новости, видеоролики),
- наличие аудиовизуальной наглядности,
- возможность обучения устной речи,
- возможность создания собственных учебных материалов на основе видеозаписей,
- участие в коллективном обсуждении той или иной видеозаписи, реализации учебного проекта.

Развитие цифрового формата видеозаписей позволяет реализовать новые лингводидактические задачи. Достоинства видеоматериалов в цифровой записи - возможность встраивания материалов в специальные учебные программы, позволяющие создавать, дополнять и комбинировать различные ресурсы. Используя видеокамеру, мобильный телефон можно записывать речевые ситуации, диалоги, потом включить в учебную программу в Интернете, создавать новые видеоматериалы и размещать материалы в Интернете для использования в учебном процессе. Видеозапись можно рассматривать как особый аудиовизуальный текст, который может быть изменен, адаптирован в зависимости от лингводидактических задач обучения. С этим аудиовизуальным текстом в цифровом формате можно совершать различные действия – адаптация, сокращения, комментирование и др. (такие действия совершаются обычно при работе с печатным текстом).

Визуализация учебного материала является одной из важных задач авторов онлайн курсов. Исследователи выделяют разные типы текстов, использующих визуализацию: визуальный и вербальный компоненты могут

дублировать смысловое содержание контента, дополнять друг друга, иногда даже противоречить друг другу. Другим типом визуального сопровождения текста является креолизация. «Под креолизацией понимается такая фактура повествования, при которой визуальные и вербальные компоненты текста выступают единым информационным пространством: полнота передаваемой информации может быть достигнута только при одновременном восприятии той и другой составляющей. Наличие подобных форм взаимодействия вербальных и невербальных способов репрезентации смыслов свидетельствует о том, что образовательная интеракция в электронной среде носит характер мультимодальности. Мультимодальный текст, или текст-изображение — это тип текста, характерный для эры мультимедиа технологий. Такой текст передает информацию посредством целого набора модальностей: визуальные образы, дизайн, вербальные компоненты письменного языка и другие семиотические средства» [Глебова, Платонова 2016; 337 – 338].

Развитие мультимедийных технологий позволяет интегрировать различные формы представления учебной информации (текст, звук, видеоизображение). Все это значительно расширило возможности представления языкового материала. «...Эпоха мультимедиа качественно изменила такие традиционные средства обучения, как таблицы, схемы, рисунки (они приобрели интерактивность и динамичность), и стимулировала появление новых, неизвестных методике преподавания языка ранее» [Руденко-Моргун, Архангельская, Аль-Кайси 2016; 48]. Современные компьютерные технологии благодаря этим качествам мультимедиа позволяют переходить от тренировки и контроля учебного материала к созданию реальных речевых ситуаций, моделировать речевое общение.

Мультимедиа активно используются в массовых открытых онлайн курсах (МООК). К структурным элементам курса в системе МООК относятся: видеолекция, мультимедийная презентация, сопровождающая лекцию, ссылки на интернет-ресурсы в дополнительных материалах, задания, упражнения и тесты, фрагменты уроков, видео-экскурсии, форумы, интерактивное общение с преподавателем. Лекция является главной частью любого курса в системе МООК. Лекция может быть построена по-разному (обсуждение лекции, лекция с титрами, лекция с презентацией, лекция с демонстрацией, лекция с гиперссылками). Выбор формы презентации материала определяется темой урока, стилем преподавания, количеством слушателей, техническими возможностями образовательной платформы [Азимов 2017].

Новые возможности организации общения на изучаемом языке обеспечивают так называемые технологии виртуальных миров. Они ориентированы на обеспечение общения учащихся в электронной среде на основе интегрированного образовательного материала (видеофрагменты, мультипликация, тексты, гиперссылки, игровые задания). Участниками общения могут быть различные персонажи – условные, выдуманные и реальные. Среда обучения в этом случае представляет собой трехмерное виртуальное пространство, моделирующее реальную или вымышленную местность (город, аэропорт, гостиницу, аудиторию, улицу, музей и т.д.), которая служит для организации коммуникативных ситуаций, является площадкой для общения на русском языке, для совместной учебной и творческой деятельности студентов и преподавателей [Азимов, Жильцов 2016; 111-115].

### Литература

1. *Азимов Э.Г.* Изучение методики преподавания РКИ в массовых открытых он-лайн курсах // Русский язык за рубежом. – 2017. - № 4. – С. 12 -18.
2. *Азимов Э.Г., Жильцов В.А.* Использование технологий виртуальных миров в дистанционном обучении РКИ // Русский язык за рубежом, 2016, № 4 - С. 111 – 116.
3. *Глебова Л. Н., Платонова Ю.А.* Мульти-модальный образовательный текст массовых открытых онлайн-курсов (МООК): рекомендации по визуализации контента // Научный диалог. — 2016. — № 10 (58). — С. 338—350.
4. *Руденко-Моргун О.И., Архангельская А.Л., Аль-Кайси А.Н.* Мультимедиа как средство визуализации языковых явлений // Вестник РУДН, серия «Вопросы образования: языки и специальность». – 2016. - № 1.- С. 47-55.

#### TECHNIQUE OF DEVELOPMENT MULTIMEDIA MATERIALS IN TECHING RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE

The article deals with different techniques in creating multimedia in the teaching Russian as a foreign language. Considered particularities of using digital resources, formulated different types of exercises and tasks.

**Key words:** Russian as a foreign language; multimedia; language teaching, electronically exercises and tasks, audiovisual materials.

**Н.Ф. Алефиренко**

*(Белгородский государственный национальный  
исследовательский университет, Российская Федерация)*

**М.Б. Нуртазина**

*(Евразийский национальный университет имени Л.Н.  
Гумилева, Астана, Казахстан)*

#### ДИСКУРСИВНОЕ СОЗНАНИЕ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИАПРОСТРАНСТВА

В настоящей статье рассматривается дискурсивное сознание (ДС) как один из факторов формирования медиапространства; обоснован тезис о том, что природа ДС

обусловлена непрерывным рефлексивным мониторингом диалоговой речемыслительной деятельности отправителя и получателя текста. Изложены результаты анализа ДС, сущность которого определяет не только активное речедетельное состояние психики журналиста и читателя (слушателя), отображающее в личностном переживании коммуникативное событие, но и социокультурный опыт порождения в разной речеванровой проекции медиатекста.

**Ключевые слова:** дискурсивное сознание, медиатекст, медиaprостранство, дискурс и сознание, массмедийная коммуникация.

Медиaprостранство – это коммуникативно-информационная среда современного человеческого бытия в социуме, характеризующаяся протяженностью, структурой и связью между сосуществующими в определённый момент времени коммуникантами.

Современная медиалингвистика пока не располагает достаточно убедительным обоснованием содержащимися в заголовочном суждении понятий – «медиaprостранство» и «дискурсивное сознание». Из обобщения существующих определений **медиaprостранство** можно определить как среду, образуемую средствами коммуникации и способами передаваемой ими информации. Однако для когнитивно-коммуникативной теории медиалингвистики понимания медиaprостранства только как совокупности источников получения информации недостаточно, поскольку оно лишено важного для него (в) содержательного элемента. Поэтому мы определяем медиaprостранство как смысловое поле, формируемое источниками информации и средствами её хранения и передачи. Формирование медиaprостранства осуществляется в процессе дискурсивного порождения текста. Следовательно, главным источником формирования медиaprостранства является **медиадискурс** как речемыслительное поле информационно-событийного характера, в образовании которого принимают участие

социокультурные, прагматические, суггестивные и другие факторы. При таком понимании *медиадискурс* более зримо обретает свои категориальные черты: 1) как коммуникативное событие - это амальгама языковой праформы, знаний и коммуникативно-прагматической ситуации; 2) формируя ценностно-смысловое пространство, дискурс является лингвокультурным феноменом [Алефиренко 2009; 8]; 3) в отличие от речевых актов и текста, организуемых по законам синтактики данного языка, медиадискурс – продукт социальной деятельности [Дейк 1998; Седов 2004; Нуртазина, Кадеева, 2017], в которой ведущую роль играют когнитивные процессы, «подпитывающиеся» синергией внутреннего мира языковой личности и её дискурсивным сознанием; 4) как «текст, взятый в событийном аспекте» [Арутюнова 1999; 136–137], преломляя и интерпретируя посредством языка поступающую в сознание информацию, медиадискурс становится своеобразным смыслогенерирующим «устройством», с помощью которого «речь погружается в жизнь» (там же).

1. В соответствии с первым критерием медиадискурс становится знакообразующей базой в силу своей многоплановой структуры, на разных ярусах которой осуществляется когнитивный синтез информации, поступающей от событийных и не-событийных ниш (внеязыковой действительности; намерений, установок и понимания коммуникантов; семантики языковых единиц и т.п.), из которых состоит вербализуемая коммуникативно-прагматическая ситуация. В связи с этим смысловое содержание такого медиадискурса значительно шире и глубже семантики высказываний. План содержания медиадискурса оказывается асимметричным по отношению к плану выражения - последовательной цепочке высказываний. В результате план содержания медиадискурса требует своей актуализации новым знаком; нередко отдельные фрагменты

такого плана содержания получают разное знакообозначение. Так, признаком хорошего тона в русской речеповеденческой культуре считается предложение гостю присесть: *В ногах правды нет*. Смысловое содержание такой коммуникативной ситуации, по сути, глубже того, которое заключено в высказывании. Особенно явно это ощущается, когда происходит буквализация всей фразы и одного из ее лексических компонентов – одного из активно используемых приёмов создания актуального медиадискурса как «глобальной медиареальности» [Нургазина, Кадеева; 134]. Так, выбор названия «В ногах правды нет!» для статьи в газете «Казахстанская правда» был «спровоцирован» буквализацией лексемы *ноги* в речи задержанного милиционерами наркомана:

*На днях сотрудники Юго-Восточного департамента внутренних дел на транспорте задержали в Чуйской долине 29-летнего Олега. Возле станции Курагаты он успел накосить стог дикорастущей конопли. Как выяснилось позже, потянул он больше, чем на 500 килограммов.*

*- Ты откуда здесь? Куда тебе столько анаши? - спросил у задержанного алмаатинца оперативник и был шокирован ответом.*

*- За чуйской коноплей я специально приехал из Алматы. У меня **ноги** болят. А один народный целитель сказал, что ревматизм можно вылечить, если парить **ноги** в анаше...*

*Полицейские, между прочим, вошли в положение страдающего недугом и предложили ему услуги врача. Но Олег от традиционного лечения отказался... Олег Якушев изворачивался (Казахстанская правда. 2004. 23 сент.).*

Рассказу о лечении ног полицейские, конечно, не поверили. Поэтому журналистской удачей считаем название статьи «В ногах **правды** нет (выделено нами – Н.А., М.Н.). Смысловое содержание поговорки связано с уже почти забытым культурно-прагматическим компонентом, который

и послужил смыслообразующей основой данного выражения. На Руси в XV–XVII вв. следовала практика понуждать должников на правеж (суд) к уплате долга: несчастного били по пяткам и босым ступням. Разумеется, даже такое жесткое наказание было не в силах вернуть долги тех, с кого они несправедливо взыскивались. Тогда и появилось это выражение, намекавшее на «бега» должников от истязаний.

2. План содержания дискурса, порождающего устойчивое выражение, в силу своей асимметрии к плану выражения и необходимости в разных коммуникативно-прагматических ситуациях актуализировать тот или иной фрагмент смыслового содержания чаще всего требует нового или модифицированного знакообозначения. Ср. совсем иное означающее рассматриваемой дискурсии: и *на правеж не поставит*. У В.И. Даля: *Что с ним делать станешь: на правеж не поставишь*. Или вариативное: *в правеже — не деньги* ‘иск, правка по суду ненадежна’; *правда в ногах; душа согрешила, а ноги виноваты, искать правду в ногах*. Вербализация современного медиадискурса осуществляется на основе обыденного, житейского смысла поговорки *в ногах правды нет* — ‘лучше сидеть, чем стоять’. В этом не сложно убедиться, обратившись ко второму по значимости приёму актуализации медиадискурса. В качестве такого способа выступает многоступенчатая ассоциативная связь поговорки с контекстом. Одна из газет в публикуемой рекламе с целью сосредоточить внимание читателей на садовую и дачную мебель использовала причинно-следственную связь между поговоркой и рекламируемыми предметами: *В ногах правды нет — садовые кресла, диваны, скамейки и стулья*. Суггестивный посыл высказывания очевиден: поскольку на даче трудно постоянно находиться на ногах, нужна дачная мебель. И дальше следует нужное автору рекламное предложение: *Выбираем мебель для сада и дачи. Большой выбор, низкие цены. Всегда есть — пластиковая мебель!*



3. Третьим способом экспликации прагматического потенциала поговорки служит актуализация её имплицитного смысла - 'ноги нужно беречь'. Далее следует «рекомендация», как достичь этого: *Предоставляя любую информацию о фирмах, товарах, услугах, сезонных снижениях цен, распродажах, скидках, а самое главное, ценах, мы помогаем реально сэкономить и время и деньги... Наша информация объективна. Так что если Вы решили что-то приобрести и уже знаете что - звоните. Вы всегда окажетесь в выигрыше. Не бегайте зря по городу, ведь, как известно, в ногах правды нет.*

Названные способы и приёмы, собственно, и делают медиадискурс (речемыслительный источник) и медиапространство (смысловое поле) конструктивными категориями медиалингвистики, которая в качестве одной из важных своих задач видит осмысление речетворческих стимулов деятельности журналиста. Решение столь непростой задачи предполагает обращение к главному, как мы полагаем, когнитивному понятию медиалингвистики – **дискурсивному сознанию**, интегрирующему в себе онтологические свойства дискурса и сознания.

Несмотря на его родство с более распространённым в научной литературе понятием «языковое сознание», феномен дискурсивного сознания представляется не менее проблемным. Несмотря на употребительность термина *языковое сознание*, некоторые авторитетные исследователи категорически отрицают даже сама возможность его выделения в отдельную категорию. Для такого отрицания служит положение о том, что сознания, кроме как языкового, вообще не существует. С другой стороны, их оппоненты выдвигают заслуживающие обсуждения аргументы. Основной их довод дискурс и дискурсивная деятельность органически связаны с речевыми способностями языковой личности [Седов 2004; 4]. Данное суждение имеет непосредственный медиалингвистический смысл:

медиапространство формируется дискурсивной деятельностью журналиста, которая всецело зависит от уровня его языковой личности.

Взаимосвязь языковой личности журналиста с ценностно-смысловым содержанием формируемого им медиапространства достаточно убедительно отражает известное суждение Ю.Н. Караулова: «За каждым текстом [продуктом дискурса - Н.А.] стоит языковая личность, владеющая системой языка» [Караулов 2004; 27]. Достаточно экспрессивно и адекватно звучит его перифразирование К.Ф. Седовым: «за каждой языковой личностью стоит множество производимых ею дискурсов» [Седов 2004; 4]. Производство медиатекстов осуществляется особым свойством языковой личности журналиста – его дискурсивным сознанием.

Дискурсивное сознание - это такое состояние человеческой психики, выражающее в личностном переживании коммуникативного события, которое основано на внутреннем сопряжении противопоставленных друг другу двух главных участников речемыслительного акта: субъекта дискурсивной деятельности и образа вербализуемого объекта. Такое понимание дискурсивного сознания опирается на два момента: на речемышление как главное условие возникновения дискурсивного сознания и на речевую деятельность - его составляющую и форму реализации. Сущность дискурсивного сознания, таким образом, состоит в постоянном рефлексивном мониторинге речемыслительной деятельности, который в той или иной степени осуществляется коммуникантами. При этом необходимо отметить, что рефлексивный мониторинг речемыслительной деятельности осуществляется постоянно, вовлекая в данный процесс не только самого производителя текста, но и других участников коммуникации: человека, к которому непосредственно обращена речь, и тех людей, которые наблюдают за дискурсивным действием. Особенно показательным в этом отношении является

речемыслительное действо, происходящее на телеэкране. Здесь рефлексивный мониторинг речи осуществляется и сами участниками телерепортажа и теми, кто наблюдает за этим действием, находясь перед телевизором. Это значит, что ведущий и участники обсуждаемого события не только сознательно отслеживают ход своей деятельности, но и ожидают, что подобным образом поступают и зрители. Так устанавливается незримый коммуникативный контакт между создателями телевизионного сценария и телезрителями. Его результатом являются разные виды речемыслительные состояния: напряжение, расслабленная медитативно-созерцающая ситуация или равнодушие, граничащее с провалом данного телепроекта. В процессе такого «сотрудничества» дискурсивное сознание соотносит смысл с определенным моментом речевого акта, сознательного и намеренного со стороны телеведущего и подсознательного - со стороны телезрителей. Доказательством тому может служить способность ведущего объяснить, если его спросить, что и как он делает, как говорит и как при этом себя ведёт (речевое поведение) для воплощения того или иного замысла. В массмедийном дискурсе ведущий настраивает «камертон» своего дискурсивного сознания на предполагаемое восприятие его информации собеседниками, находящимися в телестудии, или телеаудиторией по другую сторону телеэкрана. Проводимый при этом рефлексивный мониторинг речи подчиняется основной коммуникативной стратегии: получить от реципиентов вполне определенную реакцию речемыслительного характера. Дискурсивная гармония создаётся, прежде всего, речевой компетенцией коммуникантов, которая является краеугольным камнем дискурсивного сознания субъектов массмедийной коммуникации. «Работа» дискурсивного сознания телеведущего, управляющая его коммуникативной деятельностью, аналогично деятельности дирижера симфонического оркестра. Ведущему телепрограммы важно

удержать в своём дискурсивном сознании все нити смысловой архитектоники, порождаемой переживаниями вербализуемого дискурсивного события. И это несмотря на то, что рефлексивный мониторинг речи в таком случае ослаблен. Это объясняется тем, что в сфере словесного творчества дискурсивное сознание, представляя собой течение некоего ассоциативно-образного речемыслительного континуума, «работает» на уровне подсознания и сверхсознания. Именно в глубинах такого ассоциативно-образного миража телеведущему и приходится испытывать синергийные «муки слова», делать выбор (нередко интуитивный) нужного слова, придавать ему обусловленный данной дискурсивной ситуацией смысл. При этом, как показывает самоанализ студентов журфака, работающих ведущими на университетской телестудии, дискурсивное сознание журналиста в процессе смыслового погружения в тематическое содержание соответствующего события тесно сопряжено с дискурсивным сверхсознанием и дискурсивным подсознанием.

Дискурсивное подсознание актуализирует всё то, что было осознано или может стать осознаваемым в конкретной коммуникативной ситуации. Сферу дискурсивного подсознания создают глубоко усвоенные журналистом нормы речевого поведения, а также проявления речевого автоматизма, не связанного с порождением нового смыслового содержания. Можно сказать, дискурсивное подсознание служит средством защиты дискурсивного сознания от непомерной нагрузки. Дискурсивное же сверхсознание, наоборот, будучи эпицентром творческой интуиции журналиста, стимулирует эмоциональную активность его речемыслительной деятельности, необходимой для креативного решения сложных словотворческих задач. Обычно оно подключается на начальном этапе речемышления, не подконтрольном сознанию. Это некий бастион дискурсивной деятельности, её

«крепостные стены», защищающие «психолингвальные мутации» формирующегося массмедийного концепта от канонов стандартного речетворчества. Это не позволяет ранее накопленному дискурсивному опыту подавить творческий поиск инновационных когнитивных построений и индивидуально-авторских речевых тактик. Тем самым создаются условия для перевода смутных ассоциативно-образных связей дискурсопорождающего концепта в реальную речевую синтагматику полномасштабного слова. Дискурсопорождающим является тот концепт, который образует смысловой эпицентр массмедийного дискурса, вокруг которого он формируется. В силу этого дискурсивное сознание осуществляет, во-первых, выбор дискурсообразующего концепта как точки фокусирования смыслового поля будущего медиадискурса, во-вторых, – поиск знакового репрезентанта этого концепта, а также средств вербализации того ассоциативно-образного ряда, который данным словом-концептом проецируется и на фоне которого происходит порождение высказывание. По существу, формируется начальная речевая стратегия, отбирается один из векторов дискурсообразования [Chafe 1994]. При этом дискурсивное сознание решает важную речемыслительную задачу по преодолению существующих на начальных этапах дискурсообразования энтропийных тенденций (дезорганизацию, состояние смыслового «тумана»). В процессе определения общего смыслового содержания текстопорождающего дискурса наблюдается несколько состояний дискурсивного сознания, соответствующих лингвокреативным интенциям журналиста. Каждое такое состояние ставит субъекта дискурсивной деятельности перед выбором возможных способов реализации своих текстопорождающих интенций и настраивается на решение конкретных речемыслительных задач.

1. На этапе концептуализации знания о коммуникативном событии важной речемыслительной операцией является поиск внутренней формы дискурсообразующего концепта. Она призвана служить интегрирующим фокусом, необходимым для концентрации внимания на главном смысловом признаке, на основе которого выстраивается фрейм (своего рода предметно-понятийная сетка) соответствующего текстопорождения. Ассоциативный выбор смыслового признака для идентификации концептуализации знания; (б) способы его форматирования в виде соответствующей когнитивной метафоры; (в) а также выбор вербализующих такие концептные метафоры лексических единиц. В конечном итоге в дискурсивном сознании возникает понимание того, как соотносятся для оптимальной вербализации данного коммуникативного события единицы ментального и вербального лексикона.

2. Второй тип состояния дискурсивного сознания предопределяется моментом активизации лексических репрезентантов дискурсообразующего концепта, которые становятся донорами для его обогащения новыми смысловыми элементами. О механизмах отбора лексических единиц, реализующих процесс перекодирования довербальной информации на язык слов, свидетельствуют психолингвистические исследования А.А. Залевской, Р.М. Фрумкиной и др. Смысловые приращения всегда возникают в процессе метафорической номинации функционально сходных объектов. Ср.: *Белый дом* – резиденция американского президента; *Белый дом* – здание правительства РФ (прежнее название – *Дом Советов*); *Белый дом* – обобщённое название здания регионального правительства (первоначально – здание правительства Свердловской области, затем и названия такого рода административных зданий и в других областях).

Итак, дискурсивное медиапространство – это речемыслительная среда, в которой взаимодействуют благодаря дискурсивному сознанию (а) медиадискурс, (б) языковые личности порождающего и воспринимающего текст субъектов и (в) двунаправленная конвергенция ментального и вербального лексикона. Основным фактором формирования дискурсивного медиапространства служит дискурсивное сознание, природа которого обусловлена непрерывным рефлексивным мониторингом диалоговой речемыслительной деятельности отправителя и получателя текста. Сущность дискурсивного сознания, таким образом, определяет не только активное речедеятельное состояние психики журналиста и читателя (слушателя), отображающее в личностном переживании то или иное коммуникативное событие, но и социокультурный опыт порождения в разной речежанровой проекции медиатекста, что создает «целостную концепцию русскоязычного освоения Интернета с точки зрения наибольшей целесообразности для российского общества» [Трофимова 2008; 21-22].

#### Литература

1. *Алефиренко Н.Ф.* Системность медийного лексико-семантического пространства // Русский язык в массмедиа: из наблюдений над функционированием языковых единиц / Очерки. – СПб., 2013. С. 6-56.
2. *Арутюнова Н.Д.* Язык и мир человека. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
3. *Ван Дейк Т.А.* К определению дискурса. – СПб.: Сэйдж пабликэйшинс, 1998. – 384 с.
4. *Добросклонская Т.Г.* Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. — М.: Флинта, 2008. 264 с.
5. *Караулов Ю.Н.* Русский язык и языковая личность. – Изд. 4-е, стереотипное. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 264 с.
6. *Трофимова Г.Н.* Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты: Монография. – М.: Изд-во РУДН, 2008.
7. *Нуртазина М.Б., Кадеева М.И.* Прагматический потенциал казахстанского интернет-контента: социокультурный

феномен // Вестник ЕНУ им. Л.Н. Гумилева. – Астана: 2017 (48). – № 3. – С.

8. *Седов К.Ф.* Дискурс и личность: Эволюция коммуникативной компетенции. - М.: Лабиринт, 2004. 320 с.

9. *Chafe W.* Discourse, consciousness of time. - Chicago, 1994. - 311 p.

#### **DISCURSIVE CONSCIOUSNESS AS A FACTOR FOR FORMATION THE MEDIA SPACE**

In this paper, discursive consciousness (DC) is considered as one of the factors for formation the media space; the thesis is substantiated that the nature of DC is caused by continuous reflexive monitoring of the dialogue speech and mind activity of the sender and recipient of the text. The results of DC analysis are described, the essence of which determines not only the active speech state of the journalist's mind and the reader (listener), which reflects the communicative event in the personal experience, but also the socio-cultural experience of producing media texts in different speech and genre projections.

**Keywords:** discursive consciousness, media text, media space, discourse and consciousness, massmedia communication.

**Л.Н. Алешина**

*(Финансовый университет при Правительстве РФ)*

#### **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ФЭЙСБУК» ДЛЯ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ РУССКОМУ ЯЗЫКУ И РУССКОЙ КУЛЬТУРЕ ИНОСТРАННЫХ ГРАЖДАН**

В статье представлены основные подходы к дистанционному обучению русскому языку и русской культуре иностранных граждан с использованием социальной сети «Фэйсбук». На примере российских вузов определена возможность использования Интернет-технологий с целью повышения качества обучения иностранных учащихся.

**Ключевые слова:** социальная сеть, интернет, русский язык, русская культура, дистанционное обучение.



В предлагаемых современных условиях дистанционное обучение иностранных граждан русскому языку и русской культуре приобретает особую актуальность и представляется нам наиболее перспективным, так как развитие всевозможных интернет-технологий обеспечивает учащихся и преподавателей возможностью постоянно обмениваться информацией, что способствует максимальной активизации и модернизации учебного процесса. Кроме того, выбор интернет-технологий позволяет значительно варьировать элементы дистанционного обучения на разных уровнях: от создания учебного сайта преподавателем для конкретных студентов до создания обучающих групп с элементами развлечения в социальных сетях, стимулирующих познавательную деятельность учащихся.

Создание, администрирование и модерирование обучающих групп в социальных сетях зависит от принятой преподавателем «формы развития дистанционного обучения, которая может быть децентрализованной, централизованной или смешанной» [Глухих 2010; 70]. Если в социальной сети создается группа закрытого типа, только для студентов конкретного вуза, то предпочтительнее использование децентрализованной формы обучения с прямым взаимодействием преподавателя русского языка с определенной группой студентов. В случае создания группы открытого типа, принимающей в свой состав всех желающих, рекомендуем использовать смешанную форму дистанционного обучения.

В качестве эксперимента нами была создана в 2017 году общедоступная группа «РУССКИЙ ХАРАКТЕР» (группа открытого типа, не только для студентов нашего вуза, но и для всех интересующихся русской историей, культурой и русским языком) в социальной сети «Фэйсбук». На сегодняшний день группа насчитывает более 1500 участников из разных стран мира (Болгарии, Сербии, Китая, Израиля, Сирии, США, Франции, Индонезии, Монголии,

стран Африки, Южной Кореи, стран СНГ, Вьетнама, Египта и др.). Основная деятельность группы направлена на осуществление межкультурной коммуникации и межличностного общения. В своем приветственном слове администратор группы говорит о том, что группа наполнена всем, что «свойственно характеру и душе русского человека». В группе принципиально не обсуждаются политические вопросы, не размещаются рекламные объявления, группа не ведет какой-либо финансовой деятельности. Участие в группе, публикации, работа модераторов являются добровольными и бесплатными.

В основном своем составе, все публикации в группе авторские, в случае заимствования информации и фотографий корректно даются ссылки на источники. Это также обозначено в правилах группы. Публикации обновляются каждый день. Тематика публикаций обширна и разнообразна:

- русская литература («Служить бы рад, прислуживаться тошно» об А.С.Грибоедове, «В спокойных пригородах снег сгребают дворники лопатами» об О.Мандельштаме, «Памяти Алексея Толстого», «Владимир Набоков: легенда о старухе, искавшей плотника», «Бродский о Рождестве», «День памяти Игоря Северянина», «Поэт и гражданин: Николай Алексеевич Некрасов», «5 декабря – День рождения двух столпов русской поэзии: Ф.Тютчева и А.Фета» и др.);

- русский язык («Б.Камянов: Колоски памяти. Российский новояз», «Итальянцы угадывают русские звуки животных», «О русской «фене»» и др.);

- русские праздники («Старый Новый год», «Рождество», «Рождественский сочельник», «История рождественских открыток в России», «Предновогодняя ночь в Царицыно», «Юрий Гагарин на новогодней елке в Кремле. 1962 год», «Новогодние поздравления от участников группы из разных стран мира» и др.);

- русская православная культура («Многострадальный Алексеевский монастырь», «Праздник Введения во храм Пресвятой Богородицы» и др.);

- актеры российского кино («Адмирал, маг и географ – актер Константин Хабенский», «Ко Дню рождения народной артистки РСФСР Марины Нееловой», «Татьяна Шмыга! Дитя веселья и мечты», «Кто убил актрису Зою Федорову», «Леонид Филатов: простите, что в дали я в этот час», «Анастасия Вертинская: небезымянная звезда», «День рождения по-настоящему великого человека Юрия Никулина», «Актрище! Народный артист СССР Ростислав Плятт», «Памяти Леонида Броневского», «Алиса Бруновна Фрейдлих» и др.);

- русский балет («Галина Уланова – всемирно известная балерина, являющая собой целую эпоху в истории русского балета, его национальная гордость, его золотая страница...» и др.);

- русский театр («Это очередь не за колбасой...», «Театр Российской армии» и др.);

- русская музыкальная культура («Не стало гениального Шаинского», «85 лет Родиону Щедрину», «Памяти Дмитрия Хворостовского» и др.);

- история Москвы («Древние реки Москвы», «Судьбы московских памятников», «Обелиск-хамелион», «Высоцкий, но не тот. Об известном роде чаепромышленников Высоцких», «Памятник Конституции» и др.);

- история России («Чтобы помнили», «Бессмертный барак»);

- русские меценаты («Павел Михайлович Третьяков», «Бахрушины» и др.);

- русские художники («Неизвестное об известных: Зинаида Серебрякова», «День рождения Василия Васильевича Кандинского – русского живописца, графика и теоретика изобразительного искусства, одного из

основоположников абстракционизма», «Левитан», «Репин», «Шишкин» и др.);

- современные художники России («Новогоднее настроение в картинах Елены Уваровой» и др.);

- прогулки по современной Москве («Москва-сити», «Ночная Москва», «Чайный домик» и др.);

- города России («Предновогодний Питер», «С Днем рождения, Эрмитаж!», «Казань», «Нижний Новгород», «Серпухов», «Псков» и др.);

- спортивные достижения («Ну вы, ребята, даете!», «Легендарный комментатор Озеров», «Анатолий Владимирович Тарасов – заслуженный тренер СССР», «Всеволод Михайлович Бобров – великий футбольный и хоккейный тренер» и др.).

Для того, чтобы специализированная группа в социальных сетях была интересна участникам, необходимо стимулировать и поощрять вниманием самых активных участников: поздравлять с днем рождения, подчеркивать важность их деятельности для группы и т.д.

Организация дистанционного обучения через популярную сеть «Фэйсбук» представляется нам более эффективной, нежели создание какого-либо учебного сайта. Тот факт, что в группе «РУССКИЙ ХАРАКТЕР» не делается акцент на том, что группа имеет обучающий характер и предназначена специально для иностранных учащихся, раскрепощает студентов, превращает процесс обучения в приятное и неумолимое занятие. Тексты, адаптированные специально для иностранцев и привлекательно иллюстрированные, постепенно становятся привычными и даже иногда долгожданными.

### **Литература**

1. Глухих В.Р. Использование социальных сетей для дистанционных консультаций студентов / В.Р. Глухих, Г.Г. Левкин // Дистанционное и виртуальное обучение. – 2010. - №8. – С. 69 – 73.

**USE OF THE SOCIAL NETWORK "FACEBOOK"  
FOR DISTANCE LEARNING TO RUSSIAN  
AND THE RUSSIAN CULTURE OF FOREIGN CITIZENS**

The main approaches to distance learning are presented to Russian and the Russian culture of foreign citizens in article with use of the social network "Facebook". On the example of the Russian higher education institutions possibility of use of Internet technologies for the purpose of improvement of quality of training of foreign pupils is defined.

**Keywords:** social network, Internet, Russian, Russian culture, distance learning

**В.В. Антонова**

*(Российский университет дружбы народов)*

**ПАРЕНТЕТИЧЕСКИЕ КОНСТРУКЦИИ РУССКОГО  
ЯЗЫКА КАК ОБЪЕКТ ПРИ АНАЛИЗЕ  
НЕСТРУКТУРИРОВАННЫХ ДАННЫХ**

В настоящей статье рассматриваются основы компьютерного анализа текстов на естественном языке. Автором предпринята попытка выделить положительные и отрицательные аспекты автоматизированного подхода при анализе материалов, содержащих вводные и вставные конструкции.

**Ключевые слова:** парентетические конструкции, вводные слова, вставные предложения, анализ неструктурированных данных, обработка естественных языков.

Текстовая информация, представленная в Интернете и его русскоязычном сегменте, – Рунете – требует алгоритмов ее создания, ввода, хранения, обработки, и создания новой информации. Естественный язык (ЕЯ), который представляет собой совокупность языков мира, является основным инструментом хранения и передачи информации в реальном мире. Использование данного инструмента в виртуальном пространстве подразумевает иной подход. Для его

реализации необходимы программы, «понимающие ЕЯ или синтезирующие выражения ЕЯ по некоторым внутренним представлениям. Такие программы называются системами обработки естественного языка (natural language processing systems), или лингвистическими процессорами (ЛП)» [Фомичев: 9].

Для эффективной передачи лингвистического материала, обработки больших массивов знаков, усовершенствованию технологий машинного перевода (Machine translation) и для других прикладных целей необходимы математические подходы, отражающие, в том числе, и специфику естественных языков. Базовые подходы обработки данных, известные как Data mining, имеют общие основы, однако инструментарий нельзя назвать идентичным. «Анализ структурированной информации, хранящейся в базах данных, требует предварительной обработки: проектирование баз данных, ввод информации по определенным правилам, размещение ее в специализированных структурах ... Непосредственно для анализа этой информации и получения из нее новых знаний необходимо затратить дополнительные усилия. ... Из-за этого КПД анализа структурированной информации снижается. Кроме того, не все виды данных можно структурировать без потери полезной информации. Например, текстовые документы практически невозможно преобразовать в табличное представление без потери семантики текста и отношений между сущностями» [Баргесян 2009: 202]. Одной из задач, которую ставят перед собой эксперты в области прикладной лингвистики – «переход от обработки простых фраз к обработке связных текстов (дискурсов), включающих пропуски слов в отдельных фразах (явление эллипсиса), ссылки на ранее упомянутые объекты («для этого предприятия»), и ссылки на смысл предыдущих фраз и более крупных частей текста («об этом», «этот метод» и т.п.)» [Фомичев: 21].

В решении поставленных задач помогают многоагентные системы (МАС), которые являются сетью компьютерных интеллектуальных агентов (КИА), совместно решающих такие операции, которые выходят за рамки индивидуальных способностей или индивидуальной базы данных любого из агентов сети. КИА – это «аппаратная или программная сущность, способная действовать в интересах достижения целей, поставленных владельцем и/или пользователем» [Фомичев: 7]. Данный подход рекомендуется автором как ключевая технология для электронной коммерции, в частности – для обработки и представления текстов переговоров и контрактов.

Извлечением нового знания с максимальным КПД занимаются методы анализа неструктурированного текста, в мировой научной повестке известные как Text Mining. «Под «неструктурированными текстовыми данными» понимается набор документов, представляющих собой логически объединенный текст без каких-либо ограничений на его структуру. Примерами таких документов являются: WEB-страницы, электронная почта, нормативные документы и т.п.» [Баргесян: 195].

Однако стоит учитывать, что известные подходы к формальному представлению текстов на естественных языках имеют ряд ограничений. В частности, они не дают формальных средств для «представления содержания произвольных предложений с описанием множеств или составными обозначениями понятий, дискурсов со ссылками на смысл фраз и более крупных частей текстов, с обозначением сложных целей, с косвенной речью» [Фомичев: 19]. В частности, учеными предлагается использовать так называемый «алгоритм семантико-синтаксического анализа», цель которого – максимально обработать семантическую и грамматическую (морфологическую и синтаксическую) информацию, передаваемую через ЕЯ, и установить взаимосвязи между

отдельными лексическими единицами и даже частями текста. Несмотря на развитие методов искусственного интеллекта и новостях о первых литературных произведениях, созданных компьютерными машинами, достижение данной цели сегодня сложно представить.

Следовательно, необходимо продолжать предлагать методы, упрощающие ввод, обработку, вывод информации на ЕЯ. Так, А.А. Баргесян предлагает уделять особое внимание периоду предварительной обработки документов – периоду, на котором «тексту придается более строгий вид» [Баргесян: 213]. На данном шаге удаляются все лишние слова: артикли, стоп-слова, синонимичные ряды и т.п. Ненужными с точки зрения прикладной лингвистики будут и парентетические конструкции – от них эксперты также предлагают избавляться при анализе компьютерными инструментами. Синтаксическая «изоляция» парентетических конструкций от остальной части предложения позволяет изъять их из анализируемого участка текста практически без усилий. Учитывая, что основная функция вводных и вставных конструкций – передача модального значения, то есть выражение субъективной информации, можно согласиться с тезисом о необходимости причислять данные синтаксические элементы к группе «стоп-слов».

Однако имеем ли мы право программировать машину на механическое отсекание всех парентез в текстах ЕЯ, в том числе его подязыка – русского? Возможно, подобная функция будет иметь положительный эффект в большинстве жанров официально-делового и научного стиля, частично – в жанрах газетно-публицистического стиля, однако в текстах разговорных и тем более – художественных. Именно для 3 последних стилей использование парентетических конструкций является одной из стилеобразующих черт. Вводные и вставные слова, словосочетания и даже предложения (а в случаях с комментариями – и абзацы)



имеют не дополнительное значение, а основное – они выполняют смыслообразующую и эстетическую функцию. Например, фраза «Возможно, автор прав» без парентезы категорична и лишена оттенков предикативности. Также стоит отметить текстосвязующую функцию многих вводных конструкций. При удалении данных элементов может быть нарушена логика изложения, структура текста, что может ввести ошибки в дальнейшие процессы анализа и вывода информации.

Таким образом, парентетические конструкции можно считать потенциальными «стоп-словами» для жанров официально-делового и научного стилей русского языка, однако в текстах иных стилей необходимо участие человека и/или дополнительные автоматизированные алгоритмы семантико-синтаксического анализа.

#### **Литература**

1. *Барсегян А.А.* Технология анализа данных: Data mining, Visual Mining, Text Mining, OLAP / А.А. Барсегян, М.С. Куприянов, И.И. Холод, М.Д.Тесс, С.И.Елизаров. – 3-е изд., перераб. И доп. – СПб.: БХВ-Петербург, 2009. – 512 с.: ил. + CD-ROM – (Учебная литература для вузов)

2. *Дворжецкий А.В.* SQL: Structured Query Language (структурированный язык запросов). – М.: Познавательная книга плюс, 2001. – 416с. – (Карманный атрибут компьютерщика)

3. *Фомичев В.А.* Математические основы представления содержания посланий компьютерных интеллектуальных агентов [Текст] / В.А. Фомичев; Гос. Ун-т – Высшая школа экономики. – М.: ТЕИС, 2007. – 174 [2] с.

#### **BASICS OF TEXT MINING APPLYING TO PARENTHESIS OF RUSSIAN LANGUAGE**

Basics of Natural Language Processing are in the focus of the article. Special attention is paid to parenthesis of Russian language that are considered excessive while machine analysis. The author makes an attempt to highlight pros and contras of

automatic approach towards all the texts in Russian with parenthesis.

**Keywords:** parenthesis, Text mining, Natural Language Processing (NLP).

**О.В. Анциферова, Т.Н. Колосова, К.А. Щукина**  
*(Санкт-Петербургский государственный университет)*  
**ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ОНЛАЙН-ПРАКТИКА  
КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ  
МАГИСТРАНТОВ**

Модернизация высшего педагогического образования в российских вузах невозможна без постоянного совершенствования практической подготовки студентов. При этом необходим поиск новых подходов к ее организации и проведению. Практико-ориентированная программа обучения магистров-филологов, воплощая в себе специфику профессии, качественно преобразуется за счёт введения онлайн-практики. Это предполагает формирование ряда компетенций, необходимых для профессиональной подготовки современных преподавателей РКИ, что существенно расширит их профессиональные возможности.

**Ключевые слова:** цифровая педагогика, русский язык как иностранный, педагогическая практика, онлайн-практика, компетенции, индивидуальное обучение

На сегодняшний день качество языкового образования во многом обусловлено совершенствованием инновационной образовательной среды вуза. Современная образовательная среда все в большей степени развивается в русле цифровой педагогики (э-педагогики), имеющей беспорные перспективы в силу объективных причин – развитие цифровой среды, использование новых методов обучения, позволяющих интенсифицировать образование, а также обеспечение возможности инклюзивного образования. Согласно исследованиям Института ЮНЕСКО по

Информационным Технологиям в Образовании (ИИТО Юнеско), пересмотр педагогических стратегий, связанных с использованием цифровой педагогики, является важной предпосылкой к эффективному использованию интернет- и компьютерных технологий в современном образовании [20]. Кроме того, обновление учебного процесса предполагает ряд содержательных и организационных преобразований, в том числе изменение традиционной системы методического сопровождения.

Очерчивая круг задач языковой профессиональной подготовки, исследователи традиционно выделяют три стадии формирования компетенций будущего специалиста:

1 этап обучения – общее накопление знаний, в процессе которого начинающий исследователь выполняет проблемные задания, проекты, презентации;

2 этап - формирование профессионального кругозора путём освоения заданий, востребованных на занятиях по специальности;

3 этап (завершающий) – использование полученных знаний, процесс самореализации и повышения квалификации при разработке исследовательских проектов, публикации результатов исследования, участие в международных конкурсах и грантах. В том числе и прохождение производственной (педагогической) практики.

В связи с этим в организации обучения будущих преподавателей русского языка как иностранного возникает вопрос не только о проведении традиционной педагогической практики, но и педагогической онлайн-практики как ее самостоятельной составляющей. Онлайн-практика для магистров-филологов может стать также важным шагом на пути совершенствования учебного процесса в высшей школе.

К сожалению, существующий опыт в области цифровой педагогики и онлайн-обучения в российской системе образования не так велик. Можно назвать

интерактивные авторские курсы Института А.С. Пушкина и работы Н.В. Кулибиной; работы Э.Г. Азимова, Г.А. Андреевой, Й. Альтенберенд, М. А. Бовтенко, Е.Н. Бондаренко, А.В. Глузмана, Н.В. Иванюк, Л.Н. Лабазиной, А.В. Осина и др., в которых получили отражение зарубежные инновации последних лет и опыт проведения педагогических практик по русскому языку как иностранному за рубежом (Франция, Республика Корея, Польша и др.).

То же самое можно сказать и о педагогической практике. Несмотря на то, что она играет важную роль в подготовке будущих преподавателей, в российских вузах ей уделяется не так много внимания. Традиционная программа проведения педагогической практики включает в себя очевидно недостаточное для формирования прочной профессиональной базы количество часов. Для сравнения: в европейских вузах роль педагогической практики настолько велика, что ей традиционно отводится третья часть всего учебного времени. Нередко выдача диплома определяется успешностью прохождения «вторичной практики». В европейской системе образования выделяют 4 вида практики: ознакомительная, пассивная, методическая и стажёрская. Две последние проводятся в течение 5-8 недель с участием и без участия методиста соответственно.

Внедрение проведения онлайн-уроков как составляющей педагогической практики студентов магистратуры во многом решит проблему недостатка времени.

Кроме недостатка времени, актуальность онлайн-практики в российских университетах обусловлена в первую очередь невысоким уровнем вовлечения информационных технологий при подготовке студентов магистратуры. Электронные образовательные ресурсы российских вузов в большей степени направлены на теорию, а не на практику [Габдулахов, 2014; 37-43]. Необходима адаптация

лингводидактической науки к сложившимся информационно-образовательным условиям, так как до сих пор не существует методических разработок, обеспечивающих полноценное обучение иностранцев, желающих изучать русский язык дистанционно. В отечественной методике преподавания русского языка как иностранного не разработаны основы проведения педагогической практики студентов с использованием новейших инновационных методов и цифровой этики, т.к. иностранцы, изучающие русский язык, отличаются разнообразием по возрастным, мотивационным, географическим, культурным, социальным, языковым и личностным параметрам. Отсутствует методическая база обучения проведению онлайн-уроков, а также соответствующие методические рекомендации и пособия для студентов и преподавателей. С другой стороны, подготовка онлайн-уроков потребует от студентов активного овладения современными инновационными образовательными технологиями.

Как следует из сказанного, организация такого рода практики – сложный процесс, который требует формирования определенных дополнительных компетенций, проектирования особой языковой среды, способной компенсировать разделенность участников учебного общения, а также разработки методики и принципов индивидуального обучения русскому языку как иностранному. В рамках данной статьи мы не будем останавливаться на рассмотрении особой языковой среды, а обратимся к компетенциям и методике и принципам индивидуального обучения.

**Компетенции.** Методисты решают задачу оптимизации учебного процесса посредством формирования у студентов компетенций, необходимых в учебно-профессиональной деятельности: профессиональное лингвистическое образование – это «целенаправленный

процесс формирования компетенций, необходимых для осуществления процесса иноязычной коммуникации, через обучение иноязычной культуре» [Богатырёва 2015; 7]. Под компетентностью нами понимается совокупность качеств ученика и минимальный опыт деятельности в заданной сфере [Хуторский 2006; 65]. Будучи деятельностной категорией, компетентность определяется как способность реализовывать полученные знания, умения, навыки и опыт в той или иной ситуации. При этом общепринятые требования к результатам высшего профессионального образования в категориях компетентности должны быть уточнены и дополнены компетенциями, формирование которых необходимо и достаточно для успешного прохождения магистрантами производственной онлайн-практики.

Так, например, среди ключевых компетенций, выделенных А.В.Хуторским (ценностно-смысловые, общекультурные, учебно-познавательные, информационные, коммуникативные, социально-трудовые и компетенции личностного совершенствования), особого внимания в контексте онлайн-практики заслуживает компетенция профессиональная. Она предполагает качество, «сформированное на основе общей культуры человека, (...) обеспечивающее возможность решения социально-профессиональных задач» [Зимняя 2006; 5]. И.А. Зимняя выделяет в данном виде компетенции 4 блока (базовый, личностный, социальный и профессиональный), определяя последний как умение решать профессиональные задачи по специальности [Там же]. Поскольку профессиональные умения представляют собой своеобразный синтез лингвистических и методических знаний и позволяют обеспечить наиболее благоприятные условия для их реализации во время прохождения педагогической практики, в область профессиональных компетенций хотелось бы добавить следующие:

- способность использовать систематизированные теоретические и практические знания при решении профессиональных задач;
- владение основами речевой профессиональной культуры;
- способность использовать возможности образовательной информационной среды для обеспечения качества учебно-воспитательного процесса;
- умение соблюдать целенаправленность, целостность, динамичность и связанность урока (проектировочные умения);
- умение оптимально и эффективно организовать виды работ на уроке (организационные умения);
- коммуникативные умения (продуктивные и перцептивные);
- умение проектировать, конструировать, структурировать и реализовывать образовательный процесс на уроке с дальнейшим его корректированием в соответствии с результатами;
- умение транслировать и интерпретировать информацию в учебном процессе.

Во многом формированию данных компетенций будет способствовать разрабатываемый методистами кафедры русского языка как иностранного и методики его преподавания СПбГУ Дневник онлайн-практики.

#### **Методика и принципы индивидуального обучения.**

Также важным направлением работы методистов кафедры является методика организации и проведения индивидуальных занятий по русскому языку как иностранному. Это мотивировано тем, что онлайн-практика предполагает, как правило, работу с одним обучаемым. По нашим данным, на настоящий момент подобная методика разработана в РФ для школьных занятий. Так, в работах Инге Унт, А.С. Границкой, В.Д. Шадрикова рассматриваются методические вопросы, связанные с особенностями

индивидуальной работы с детьми и подростками, сильные и слабые стороны подобной работы, проводятся примеры из индивидуального опыта. Однако применительно к РКИ методика индивидуального обучения не разработана.

С нашей точки зрения, основные особенности методики индивидуального обучения выявляются при сопоставлении традиционного урока по РКИ и индивидуального занятия и касаются следующих ключевых моментов:

1. роль преподавателя в процессе урока
2. роль студента в процессе урока;
3. основные этапы урока;
4. время активной работы обучаемого;
5. количество времени, отведённого на речь преподавателя;
6. наличие и место в уроке четырех видов речевой деятельности;
7. разнообразие форм работы;
8. формы самостоятельной работы в присутствии преподавателя;
9. формы самостоятельной работы без присутствия преподавателя (домашнее задание).

Следующим этапом разработки методики индивидуального обучения РКИ станет проблема адаптации содержания и основных методов учебной деятельности к индивидуальным особенностям обучаемых.

Итак, выход в медиaprостранство расширяет существующие границы преподавания иностранных языков и охватывает всё более широкую аудиторию. Резервы в преподавании и продвижении русского языка как иностранного также лежат в области цифрового образования, что ставит перед преподавателями новые проблемы, требующие нестандартного решения.



## Литература

1. *Азимов Э.Г.* Теория и практика преподавания русского языка как иностранного с помощью компьютерных технологий: автореф. дис. ... докт. пед. наук. – М., 1996. – 38 с.
2. *Альтенберенд Й.* Второй этап подготовки учителей в Германии: референдарият / Й. Альтенберенд, // Ярославский педагогический вестник. –2002. –№ 2 –С.155-158.
3. *Андреева Г.А.* Развитие высшего педагогического образования в Англии: аксиологический аспект (70-е – 90-е гг. XXв.): автореф.дис. ... докт. пед. наук., М., 2003 – 42с.
4. *Бовтенко М. А.* Компьютерная лингводидактика. М.: Флинта, 2005. 215 с.
5. *Богатырёва М.А.* Профессиональная языковая подготовка в высшей школе в контексте социообразовательных реформ. М., 2015
6. *Бондаренко, Е.Н.* Становление и современное состояние высшего педагогического образования в Англии /Е.А.Бондаренко. – Минск: МИТСО, 2005.- 116 с
7. *Габдулхаков В.Ф., Галимова Э.Г.* Цифровая педагогика и геймификация образования в университетах // Образование и саморазвитие. – Казань. - 2014. - № 4 (42). - С. 37-43).
8. *Глузман А.В.* Система профессионально-педагогической подготовки студентов университета // «Ученые записки Таврического национального университета имени В.И. Вернадского»: Научный журнал. Серия "Проблемы педагогики средней и высшей школы ". Том 27(66), № 4, с.3-17
9. *Границкая А.С.* Научить думать и действовать: адаптивная система обучения в школе. М.: Просвещение, 1991. — 175 с.
10. *Зимняя И.А.* Общая культура и социально-профессиональная компетентность человека// Интернет-журнал «Эйдос». – 2006. - №3. – URL: <http://www/eidos.ru/journal/2006/0504.htm> (Дата обращения 24.01.2018)
11. *Кулибина Н.В.* <https://ac.pushkininstitute.ru/course1.php> Дата обращения 24.01.2018
12. *Лабазина Л.Н.* Педагогическая практика в системе подготовки учителей во Франции // Ярославский педагогический вестник. 1999. №3-4. URL:

<http://cyberleninka.ru/article/n/pedagogicheskaya-praktika-v-sisteme-podgotovki-uchiteley-vo-frantsii> (Дата обращения: 24.01.2018).

13. Методическое письмо об использовании технических средств обучения. Сост. Азимов Э.Г., Логинова В.Г. и др. (раздел «Компьютеры в обучении»), - М.: Институт русского языка им. А.С. Пушкина, 1989.-2 а. л.

14. *Осин А. В.* Создание учебных материалов нового поколения / А.В. Осин // Информатизация общего образования: Тематическое приложение к журналу «Вестник образования». — М.: Просвещение. — 2003. — №2.

15. *Осин А.В.* Мультимедиа в образовании: контекст информатизации / А.В. Осин. — М.: Агентство «Издательский сервис», 2004; 2е изд. — М.: Ритм, 2005.

16. *Унт И.* Индивидуализация и дифференциация обучения. М., Издательство: "Педагогика", 1990. – 190 с.

17. *Хуторской А.В.* Ключевые компетенции как компонент личностно ориентированной парадигмы образовательной парадигмы образования // Школьные технологии.- 2006.-№2.- с.58-65

18. Шадриков В.Д. Психология деятельности и способности человека. - М., 1996.

19. Шадриков В.Д. Философия образования и образовательная политика. - М.: Логос, 1993

20. [ru.iite.unesco.org](http://ru.iite.unesco.org)

### **ONLINE TEACHING PRACTICE AS A WAY OF INCREASING THE PROFESSIONAL COMPETENCE OF MAGISTER**

Online teaching practice as a way of increasing the professional competence of magister Modernization of higher pedagogical education in Russian universities requires constant improvement of practical training of students. Search for new approaches to the organization and conduct of practice is necessary. Practically-oriented program of teaching magister-philologists qualitatively transformed through the introduction of teaching practice. The article deals with the competencies that are necessary for the professional training of modern teachers of

Russian as a foreign language that will essentially expand their professional opportunities.

**Keywords:** digital pedagogy, Russian as a foreign language, teaching practice, online teaching practice, competences, individual education

**М.Р. Арпентьева**

*(Калужский государственный университет им. К.Э.  
Циолковского)*

### **МЕДИАКОНВЕРГЕНЦИЯ И БУДУЩЕЕ СМИ**

Будущее СМИ связано с формированием и развитием киберкультуры – культуры взаимоотношений человека и медиасредств повседневной и профессиональной жизни. Киберкультура – насущная необходимость в век медиаконвергенции, сопровождающейся не только конвергенцией технологий и сообществ, но и отчуждением, разрушением отношений внутри и между людьми и сообществами, не только глобализацией и объединением сознаний и пониманий себя и мира людьми, но лоскутизацией и обеднением общего индивидуального сознания в рамках медийной массовой культуры. Медиаконвергенция ставит перед человеком и СМИ задачу интеграции и индивидуализации его представлений о себе и мире, на пути решения которой она может выступать и как поддержка, и как барьер развития.

**Ключевые слова:** медиакультура, медиаконвергенция, образование, СМИ.

Будущее СМИ связано с формированием и развитием киберкультуры – культуры взаимоотношений человека и медиасредств повседневной и профессиональной жизни. Киберкультура – насущная необходимость в век медиаконвергенции, сопровождающейся не только конвергенцией технологий и сообществ, но и отчуждением, разрушением отношений внутри и между людьми и сообществами, не только глобализацией и объединением

сознаний и пониманий себя и мира людьми, но лоскутизацией и обеднением общего индивидуального сознания в рамках медийной массовой культуры. Медиаконвергенция ставит перед человеком и СМИ задачу интеграции и индивидуализации его представлений о себе и мире, на пути решения которой она может выступать и как поддержка, и как барьер развития.

Киберкультура – культура общения, опосредствованного цифровыми технологиями, включая цифровые СМИ, - одна из слагающих на пути решения проблем тотального разрушения знаний и навыков населения нашей страны в сфере языкового взаимодействия. Один из теоретиков конвергенции, М. Маклюэн, утверждая, что «средство есть сообщение» («the medium is the message»), акцентировал роль технологий, форм, и выхолащивание содержания. И. де Сола Пул постулировал: конвергенция - есть «размывание границ между медиа как средствами обоюдной коммуникации, такими как телефон, почта, телеграф и такими средствами массовой коммуникации как пресса, радио и телевидение» [Pool de Sol, 1983; 23]. М. Кастельс, однако, уточнил: вступая во взаимодействие с электронной системой для выполнения собственных задач, люди изменяют эту систему, формируя жизнь и формируясь жизнью в одно и тоже время в одном и том же месте. На наш взгляд, чтоб решать эту проблему системно, нужно понимать, что профилактика и коррекция нарушений в отношениях общества и технологий, СМИ, в том числе как как бизнеса и слушателей/ читателей/ зрителей, в том числе как потребителей, должна быть направлена на разделение желаний и нужд человека (бизнесмена, потребителя, юриста, воспитателя и т. д.): компьютер и Интернет – средство учения и труда, но не основное место и способ жизни и не основное построения отношений с собой и миром. Для этого людей нужно учить тем способам и нравственным нормам, которые с подачи «глобализирующегося мира» и

конвергирующихся медиа, спешащих к социальному коллапсу в погоне за захватывающей экономической и политической эффективностью «трансмедийных сторителлинг», были отвергнуты и которые все еще не вернулись в повседневность, перегруженную эрзацами «маскульт» и эрзацами жизни и жизненных ценностей как таковыми.

Медиаконвергенция – процесс слияния различных медийных форм. Выделяют несколько ее слоев: взаимопроникновение и согласование СМИ в современном мире происходит одновременно в нескольких уровнях: конвергенция технических устройств (гаджетов), используемых журналистами для сбора и обработки материала; конвергенция профессионализма, новые дигитальные устройства не только требуют дополнительных компетенций, но и задают конвергентные форматы предоставления контента; взаимопроникновение уже на уровне компонентов системы СМИ (слой конвергенции элементов системы СМИ); конвергенция медиа в целом (слой конвергенции медиа). Конвергентные СМИ – СМИ, объединяющие в составе единой редакции разные типы СМИ под единым брендом или в составе медиа-холдинга. Иногда под конвергенцией понимают постепенное наращивание сотрудничества между печатными СМИ, телевидением и, возможно, интернет-порталами. Можно также воспользоваться концепцией контуров: П. Дю Гэ предлагает для описания механизмов взаимодействия медиасредств концепцию культурного контура (cultural circuit), выделяя пять основных культурных процессов: репрезентацию (информации СМИ потребителям), идентичность (осмысление сути информации для СМИ и потребителей), производство (медиаконтента), потребление (медиаконтента потребителями) и регуляцию (участие потребителей в производстве и иные коррекционные аспекты взаимодействия СМИ, СМИ и потребителей). Г. Дженкинс

отмечает также иной вид конвергенции, социальной или органической: формирования у потребителей информации «многозадачных стратегий» (consumer's multitasking strategies), возникающих в связи с одновременностью совершения нескольких действий – нескольких видов СМИ [Jenkins 2004]. Еще один вид - культурная конвергенция: он осуществляется в момент взрыва (explosive) новых форм творчества, пересечения технологий разных СМИ, отраслей и потребителей. Г. Мейкл и Ш. Янг выделяют текстуальный вид- использование «трансмедийной» концепции, в соответствии с которой следует изложение на нескольких медийных платформах информационного сообщения, заключающего в себе все виды медиа (кино, видео, комикс, игры, фото и пр.) [Meikle, Young 2011]. М. Маклюэн [Маклюэн 2003, 2012], осмысляя и перспективы развивающейся электронной эпохи применяет термин «implosion» (направленный внутрь взрыв, схлопывание), сходный с определением конвергенции: «имплозия» предполагает нивелировку границ между разными процессами; взаимное проникновение, охватывающее ранее обособленные друг от друга области; преодоление логики централизации, а также преобладание значимости виртуального мира и виртуальных (выдуманных, нереальных, субъективных) аспектов мира над действительными (невыдуманными, реальными, объективными), смыслов над значениями. Он прогнозировал процессы глобализации, упразднения локальных информационных структур, появлению более гомогенного, однотипного информационного времени-пространства, сопровождающегося мгновенным «взрывом вовнутрь». Глобальная конвергенция - культурная гибридизация, которая является результатом международной циркуляции медиаконтента. Достижение целостности частного и общественного сознания – один из результатов имплозии, медиаконвергенции: возникновение «глобальной

электронной деревни», центр которой везде, а границы нигде и которую населяют электронные номады, свободно кочующие из одного мира в другой» [Дьякова 2002; 38].

Благодаря процессу медиаконвергенции интернет-СМИ приобрели за последние несколько лет гораздо более широкую распространенность и большую, чем традиционные СМИ популярность. Это произошло на волне широчайшего распространения «маскульт» и разрушения традиционной культуры. Интернет-СМИ и иные медиатехнологии и работающие на их основе СМИ отличаются от классических видов СМИ мобильностью и оперативностью, объемами информации и способами распространения информации и взаимодействием с аудиторией. В результате конвергенции появились новые вид СМИ: онлайн-издания в сети интернет, электронные версии печатных изданий, сайты новостных агентств, интернет-телеканалы и т.д. В результате медиаконвергенции произошла масштабная и интенсивная интеграции разных медийных платформ и видов изданий в одно СМИ. При этом аудитория не только потребляет больше количество и более разнообразную информацию, но способна создавать контент и распространять его. Изменились и требования современной аудитории (слушателей/зрителей/читателей): они стремятся иметь доступ к контенту в любое время и на любой платформе, поэтому в условиях разнообразия медиапредложений современный пользователь использует совокупность источников СМИ, используя «серфинг»-стратегию ознакомления с разными сторонами реальности через разные виды СМИ. Часто оказывается вовлечен в параллельное трансмедийное «рассказывание историй» в различных СМИ. При этом медиа имеют различные периоды «прайм-тайма»: в утренние часы популярны радиоэфир, в дневное время – онлайн-СМИ и печать, в вечернее востребованы телевидение, мобильные приложения, социальные сети. Тренд конвергенции, породивший интеграцию СМИ разных

платформ в единые медиа-холдинги/ медиагруппы/ медиа-корпорации приводит к созданию и распространению инновационных трансмедийных продуктов (масс-медиа). Трансмедийность предполагает не просто «портирование» одного и того же контента в различные медиа, но придание специфического аспекта рассказываемой истории в рамках той или иной платформы. Феномен трансмедиа возник в начале 50-х XX века и как бизнес технология апробирован в 90-х годах XX века. Он позволяет значительно увеличить масштабы и разнообразие коммуникации с аудиторией. С начала нынешнего века года идея трансмедийного продакшна отражена в работах Г. Дженкинса по «convergence culture» (конвергентной культуре) [Jenkins 2004].

Теория трансмедиа также опирается на труд Д. Ламберта, К. Миллер, Г. Кресса, Т. Леувена, А. Белла, Г. Ферраро, Б. Буша и иных ученых и практиков, изучающих проектирование и функционирование медиатекстов в цифровых (конвергентных) средах. В их работах вычлняются технологии и стратегии организации повествования на цифровых платформах, акцентируется важность интерактивности цифровых технологий и планирования интерактивных проектов. Г. Дженкинс описывает трансмедийность через конвергенцию культуры и появление новых культурных практик: изменение традиционных решений медиа-продюсеров и т.д. Медиаконвергентность дает возможность оценить перспективы или точки «напряжения и перехода», которые характеризуют медиасреду в настоящем и будут определять ее в ближайшем и отдаленном будущем [Jenkins 2004]. Трансмедийное повествование (transmedia storytelling) - процесс, при котором фрагмент информации как «истории» доставляются аудитории по различным каналам: как с целью целостного ее представления, так и рекламы самих каналов, вовлечения потребителей в бесконечный просмотр, прослушивание и прочтение. Центральное значение в



повествовании система смыслов, которые передаются аудитории трансмедийность позволяет проработать персонажи наиболее полно, многоуровнево и многокомпонентно, контурно. С. Сcolari и И. Ибруса рассматривают проблемы глобальной трансформации традиционного коммуникационного ландшафта в XXI веке, выделяя transmedia storytelling как основную стратегию медиакорпораций по повышению лояльности и вовлеченности, по интенсификации и расширению интеракций с пользовательской аудиторией, включая ее «в расширение» и развитие медиаисторий [Scolari 2009]. С. Сcolari фиксирует внимание на важности нового уровня медиаграмотности – «множественной» («мульти») компетентности: мультимодальное повествование предполагает понимание дискурсов различных медиасред / носителей. Он отмечает разные аспекты рассказывания историй: упоминая феномен «многослойного текста», сопоставляя явные и «неявные потребности», «вымышленный мир» и мир реальный. Описываются разные стратегии расширения повествования: создание расширяющих микроисторий, параллельных и периферийных историй, создание контента пользователями платформ и др.. Аудитория при этом реализует несколько типов участия: первый уровень - пользователи моноединиц трансмедийного проекта, которые не интересуются целостным проектом; второй – аудитория, определённые виды медиа (кино, телевидение и пр.) и формирующая понимание истории в соответствии с информацией на данных платформах; третий – потребители трансмедиа, способные полностью реконструировать полную картину трансмедийного проекта, переходя от одной медиаплатформы к другой. Именно третий уровень во многом отвечает поставленной нами задаче формирования и развития мультимедийной культуры учащихся и обучающихся, населения в целом.

Однако, внешне парадоксально, но внутренне понятно, происходит обратное: все большее сужение сознания и интересов потребителей, занятых бесконечным воспроизведением и потреблением ценностей «масскульт», подаваемых как ценности «глобализованного», универсализирующегося мира. Этот мир - мир преступлений – против себя и других людей, против человеческих отношений и реальных ценностей, мир потребления, мир желаний, мир отказа от нужд пользу таких – псевдожеланий, поддерживаемых на системном, целенаправленном уровне трансмедийными контентом, созданными лишь для того, чтоб привлекать и удерживать потребителя (любой ценой, включая его жизнь, достоинство, ценности и отношения). Любой чат, игровой и неигровой, информационный медийный, сайт и т.д. может использоваться для формирования зависимости и проявлению деструктивных форм отношений к себе и миру. Особенно высоки шансы столкнуться с целенаправленной деформацией миропонимания и самопонимания людей они там, где медиа-СМИ актуализируют потребности «досугового» типа, где коммуникация опирается на пестование желаний, но отвергает нужды, что порождает не только «обычные» процессы ценностной дереференции, десакрализации, но и, как это продемонстрировали многочисленные случаи активного и пассивного кибер-терроризма, волны и скачки разного рода наркоманий, сексуальных извращений, суицидов и общего насилия. Эти желания подпитывают преимущественно развлекательные программы и ресурсы (кино, игры и т.д.), сайты и ресурсы, пропагандирующие религиозные идеологии и движения и т.д.

Российские исследователи рассмотрели место конвергенции в области журналистики, фиксируясь на переменах в организационных структурах и укрупнении медиахолдингов, видоизменениям журналистских продуктов (текстов и т.д.), необходимости пересмотра

профессиональных компетенций журналистов и представителей смежных видов массовой коммуникации, а также потребителей. Н. Л. Соколова связывает возникновение трансмедийности с культурной традицией, приведшей к миграции и синергии жанров и распространением новых информационно-коммуникативных технологий постиндустриального общества [Соколова 2011]. Аудитория – совокупность «интерпретативных сообществ», которые осуществляют более или менее целостную интерпретацию корпуса медиатекстов истории на различных платформах, а также включен в производство и распространение трансмедиа, развивая режиссерский замысел и продюсерские решения. В России transmedia storytelling рассматривается как нелинейная и многокомпонентная система, способная к самоорганизации и саморазвитию. «Интерпретативные сообщества» дают возможность флуктуационного расширения повествования (по К. А. Сколари): происходит стихийное самостоятельное пользовательское развитие контентной истории, в том числе сообщества принимают участие в решении судьбы участников проекта и построению сюжета, что приводит к синергетическому эффекту. Этот эффект может быть как продуктивным, ведущим в развитии СМИ и общества, повышению медиакомпетентности и социальной компетентности человека, децентрализации власти и вовлечению людей в принятие важных для них решений, для ререференции (ресакрализации) и воспитания сообщества и СМИ.

#### **Литература**

1. Дьякова Е.Г. Массовая коммуникация и власть. Екатеринбург: УрО РАН. 2002. 278 с.
2. Маклюэн М. Война и мир в глобальной деревне. М.: АСТ: Астрель. 2012. 226 с.
3. Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М. ; Жуковский: КАНОН-пресс-Ц; Кучково поле. 2003. 464 с.

4. Соколова, Н. Л. Трансмедиа и «интер претативные» сообщества // Междунар. журн. исслед. культуры. 2011. № 3 (4). С. 16–21.

5. Jenkins, H. The Cultural Logic of Media Convergence // International Journ. of Cultural Studies. 2004. Vol. 7, Issue 1. P. 34–35.

6. eikle G., Young Sh. Media convergence: networked digital media in everyday life. Houndmills ; Basingstoke ; Hampshire ; New York: Palgrave Macmillan. 2011. VI, 242 p.

7. Pool I. de Sola. Technologies of Freedom. Cambridge, Mass.: Belknap Press. 1983. 299 p.

8. Scolari, C. Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds and Branding in Contemporary Media Production // International Journ. of Communication. 2009. Vol. 3. P. 586–606.

#### **MEDIA CONVERGENCE AND HUMAN RELATIONS**

The future of the media is connected with the formation and development of cyber culture - a culture of human relationships and media resources of everyday and professional life. Cyberculture is an urgent need for a century of media convergence, accompanied not only by the convergence of technologies and communities, but also by alienation, destruction of relationships within and between people and communities, not only by globalization and the unification of the consciousnesses and understandings of oneself and the world by people, but by the squabbling and impoverishment of the general individual consciousness in media mass culture. Mediaconvergence confronts the individual and the media with the task of integrating and individualizing his ideas about himself and the world, on the way to which it can act both as a support and as a barrier to development.

**Keywords:** media culture, media divergence, education, media.

**Е.А. Баранова**

(Российский государственный социальный университет)

**ЖУРНАЛИСТИКА В КИБЕРПРОСТРАНСТВЕ:  
УХОД ОТ ТРАДИЦИОННЫХ НОРМ И ПРАВИЛ  
ПРОФЕССИИ**

В данной статье отражены основные изменения, которые происходят в журналистике, развивающейся в условиях киберпространства. Они связаны с тем, что журналистика как профессия и сфера деятельности утрачивает традиционные нормы и правила. Это приводит к резкому падению уровня грамотности и культуры речи в СМИ, увеличению числа фактических ошибок и фейковых новостей, коммерциализации журналистских материалов в сети.

**Ключевые слова:** киберпространство, культура речи в СМИ, коммерциализация журналистики.

Как известно, термин «киберпространство» впервые появился в романе Уильяма Гибсона «Нейромант», опубликованном в 1984 году. Он вызвал множество интерпретаций как в поп-, так и в научной среде. Термин является производным от «кибернетика» и восходит к древнегреческому  $Ky\beta\epsilon\rho\nu\acute{\alpha}\tau\eta\varsigma$  (kybernetes – рулевой, управляющий). Понятие имеет множество трактовок и «все чаще выступает в роли синонима таких понятий как «Интернет» и «Веб» [Одинцов 2016; 1857]. Именно в интернет-среде понятие «профессиональный журналист» употребляется все реже.

**«Журналистика стала вирусом»**

Как отмечают эксперты аналитической компании MediaToolbox, один из трендов новых медиа 2017-го года состоит в том, что «журналистика стала «вирусом», которым каждый может «заразиться» намеренно или случайно. ... . Граждане, даже поневоле, становятся общественно полезными деятелями, блогерами, активистами» [7]. Однако

здесь есть и другая сторона медали. Еще в конце 90-х западные эксперты поднимали вопрос нехватки отредактированной информации, говорили о том, что киберпространство приводит к тому, что каждый может стать репортером [8]. В России в 2014 году вышел закон, фактически приравнивающий блогеров к СМИ, если их сайты имеют посещаемость более трех тысяч пользователей в сутки. Многие журналисты сегодня приходят из блогосферы. «Блогеры, не имея профессионального образования, не зная законов жанра, выходят на массовую аудиторию. А ведь в любой традиционной редакции журналист – не истина в последней инстанции, есть редакторы, руководители, технические работники, т. е. целая команда» [3]

#### ***Резкое падения уровня грамотности журналистских материалов***

Обилие непрофессиональных журналистов ведет к резкому падению грамотности и культуры речи в СМИ, которые были одной из основных характеристик, определяющих профессиональный уровень журналиста. С развитием киберпространства, интернет-журналистики, погоней за публикацией горячих новостей, чтобы привлечь пользователей на сайт, возникли важные вопросы, связанные с нарушением языковой нормы. Акцент на скорость является неотъемлемой частью новостного бизнеса, но раньше для большинства журналистов производство контента растягивалось на весь день, тщательно проверялась вся фактическая информация, выверялась каждая запятая, устранились стилистические ошибки.

Падение культуры речи в СМИ связано не только с тем, что не хватает времени на редактирование материалов. Дело также в том, что развитие киберпространства привело к трансформации устоявшихся бизнес-моделей, жесточайшей конкуренции традиционных СМИ с Интернетом, соцсетями. Медиакомпании экономят на всем, в том числе и на

корректорах. Например, главный редактор «Комсомольской правды» Владимир Сунгоркин за период с 2008 по 2013 гг. сократил 55 % корректоров. Материалы, которые не попадают в бумажную версию, вообще не проходят корректуру. Лишь 10% материалов сайта kp.ru составляют статьи и заметки, опубликованные в бумажной версии. Остальные 90% материалов сайта в газету не попадают и не проходят корректуру.

Как корреспондент газеты «Комсомольская правда» я постоянно вижу многочисленные ошибки (орфографические, пунктуационные, стилистические) в материалах на сайте kp.ru, замечают их и пользователи, о чем часто пишут в комментариях к статьям.

Не проходят корректуру сегодня материалы не только на сайтах массовых СМИ, не вычитываются некоторые материалы даже на интернет-ресурсах узкоспециализированных качественных изданий. Например, корректоры не читают новости на сайте газеты «Экономика и жизнь». Татьяна Иванова, главный редактор издания считает, что «новости на сайте не должны проходить редактуру. Да, это большая беда с точки зрения русского языка. Но с другой стороны, новости – это особый продукт. Он должен выстреливать быстро. Сажать 1-2-х корректоров только на новости это слишком дорогое удовольствие. Зарплата корректора 30-35 000 руб. Поэтому нет корректоров во многих изданиях: в «Ведомостях», «Коммерсанте». Сегодня меняется психотип потребителя контента. Многие молодые люди не обращают внимания на ошибки. В наши дни гораздо серьезнее стоит проблема, связанная не с грамматическими, а с фактическими ошибками» [4].

#### ***Увеличение числа фактических ошибок и фейковых новостей***

Увеличение числа фактических ошибок напрямую связано с развитием киберпространства, в котором проверка информации приносится в жертву скорости публикации

материала в сети. К тому же непрофессионалы – авторы блогов – позволяют себе очень многое – и нецензурную брань, и фейковые новости. Об этом постоянно говорят профессиональные журналисты. Например, Армен Гаспарян, начальник управления Международного информационного агентства «Россия сегодня» рассказывает: «недавно [весной 2017 – Ред. Е.А.] мне звонят родственники, говорят, мол, Песков объявил, что будет референдум, будем решать, по какому пути идти России. Так в Фейсбуке написано. Я погуглил: оказалось, действительно, Песков говорил про референдум, но в апреле 2016-го и не столько про референдум, сколько про выборы президента, в результате которых россияне обозначат свой путь. Под фейковой новостью было 3000 комментариев, люди даже не удосужились проверить» [2].

#### ***Коммерциализация журналистики в киберпространстве***

Не менее остро, на наш взгляд, стоит вопрос, связанный с коммерциализацией журналистики. В киберпространстве под видом журналистских все больше материалов коммерческих. Эксперты отмечают, что доля развлекательного, рекламного и PR-контента растет, тесня журналистский продукт [1], а традиционный журналистский текст в сети трансформируется в медиатекст, который расширяет свои функции — «вбирает в себя характеристики журналистского, рекламного и PR-текста: около 80 % контента СМИ так или иначе связаны “с исполнением заказа клиентов” (под “клиентами” понимаются рекламные службы и PR-структуры)» [Милославская 2016; 580].

Как известно, новостные материалы нередко включают ссылку на спонсора. Например, раздел, посвященный путешествиям, может содержать ссылку на туристическое агентство. Преимущество для рекламодателя – перспектива немедленного реагирования.



Еще в конце 90-х «Нью-Йорк Таймс» была подвергнута критике за рекламу компании Barnes & Noble, которая занимается продажей книг. Если посетитель сайта газеты покупал книгу по ссылке с сайта, то сайт получал комиссионные. Такой механизм может создать соблазн включать в обзоры и рецензии те книги, которые вероятнее всего купят из коммерческих соображений [9]. В сети все труднее удержать грань между редакторским и рекламным контентом.

Таким образом журналистика в киберпространстве все меньше перестает быть именно журналистикой в традиционном понимании.

#### Литература

1. *Вартанова Е.Л.* О современном понимании СМИ и журналистики // Медиаскоп. 2010. №1. [Электронный источник]. URL: <http://www.mediascope.ru/node/521>

2. Интервью Е.А. Барановой с Арменом Гаспаряном, начальником управления Международного информационного агентства «Россия сегодня». – 2017. – Март.

3. Интервью Е.А. Барановой с Владимиром Таллером, президентом «2ТВМ Групп», академиком Российской Академии Радио (РАР). – 2016. – Октябрь.

4. Интервью Е.А. Барановой с Татьяной Ивановой, главным редактором газеты «Экономика и жизнь». – 2017. – Июль.

5. *Милославская З.А.* Медиатекст: синтез журналистского, рекламного и PR-текста в условиях конвергентных СМИ // Вопросы теории и практики журналистики. – 2016.

6. *Одинцов С.А.* Развитие теории информационного общества и понятия «киберпространство» // Научный журнал КубГАУ. – Краснодар, 2016.

7. 5 трендов новых медиа в 2017 году // <http://mediatoolbox.ru/trends2017/>

8. *Drudge, M.* «Anyone with a Modem Can Report on the World» (speech to the National Press Club) / Matt Drudge // Washington, D.C. – June 2. – 1998.

9. Teaching Online Journalism Ethics // <http://www.smu.edu/~media/Site/Provost/Ethics/pdfs/02090%20Seib%20text%20FA.ashx?la=en>

**JOURNALISM IN CYBERSPACE:  
LOSING TRADITIONAL STANDARDS  
AND THE RULES OF THE PROFESSION**

This article reflects the main changes that occur in journalism, developing in cyberspace. They are connected with the fact that journalism as a profession and sphere of activity loses its traditional norms and rules. This leads to a sharp drop in literacy and speech culture in the media, an increase in the number of factual errors and fake news, and the commercialization of journalistic materials on the network.

**Keywords:** cyberspace, speech culture in the media, commercialization of journalism.

**Л.И. Богданова**

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

**ЛЕКСИЧЕСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ  
И НРАВСТВЕННЫЕ ОРИЕНТИРЫ СОВРЕМЕННОГО  
ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ**

В статье отражены результаты изучения лексики форумов, чатов, интернет-изданий. В выборе лексики на семантическом и концептуальном уровнях проявляется личность пользователя, его нравственные ориентиры.

**Ключевые слова:** интернет, лексика, нравственные принципы, пользователь сети.

За последние 20-25 лет Интернет постепенно стал неотъемлемой частью нашей жизни, необходимым элементом культуры повседневности. Продукт этой культуры (и одновременно её субъект) представляет собой новый социокультурный феномен информационной эпохи, получивший специальное имя – «человек виртуальный» [Бурнаева 2017; 269-273]. «Homo virtualis» проявляется себя

особым образом в языке, поскольку ситуация речевого общения в Интернете создаёт новые условия для реализации актуальных языковых процессов. Недостоверность имени делает пользователей Интернета более раскрепощёнными, свободными в выражении своей позиции, а иногда и уверенными в собственной безнаказанности, что нередко определяет не отягощённый раздумьями выбор лексики, речевую вседозволенность и даже грубость.

Выбор того или иного слова из ряда возможных нередко обнаруживает нравственную позицию говорящего, оценивающего с помощью лексико-фразеологических единиц различные явления действительности. Значения слов, отражая общественные ценности, нередко содержат субъективный, оценочный компонент, связанный с «наивной этикой» [Апресян 1995; 351]. Коллективная оценка, отражённая в слове, говорит нам, например, что «нехорошо передавать негативную информацию о ком-либо третьим лицам» (*фискал, стукач, доносчик*). Язык, являясь «проводником» в мир оценок и ценностей, в наше время фиксирует также изменения в системе ценностей и способе мировосприятия.

В жизненных установках современных молодых людей, интернет-пользователей, *успех* и *успешность* занимают очень важное место. Словари нам сообщают, что *успех* – это 1) ‘удача в достижении чего-н.’, 2) ‘общественное признание’, 3) ‘хорошие результаты в работе, учёбе’. Слово *успешный* толкуется как ‘сопровождающийся успехом, удачный’ (*успешный ход работы*) [Ожегов, Шведова 2000]. Характерно то, что до последнего времени русское слово *успешный* в основном употреблялось по отношению к действиям, деятельности, процессам (*успешные переговоры, успешная работа, успешный рост*), но не по отношению к людям [Левонтина 2010; 8]. В новом употреблении, закреплённом интернет-пользователями, прилагательное *успешный* сочетается именно со словами, обозначающими

человека: *успешный человек, успешный бизнесмен, успешный политик, успешный писатель* и т.д. В современных толковых словарях русского языка не зафиксировано существительное, обозначающее успешного человека, которое находим в словаре В.И. Даля: *Успешник, успешница* – ‘успешный делатель, у кого работа идет, спорится’ [Даль 1999]. Но интернет-словари синонимов русского языка дают в совокупности разнообразный в стилистическом отношении ряд для достаточно редкого слова *успешник*: *удачник, сливкосниматель, везунчик, прун, счастливец, баловень судьбы, любимец судьбы, любимец фортуны, баловень фортуны, счастливчик, пенкосниматель* и др. Все эти слова указывают на случайный характер успеха, удачи, связанный с везением, а не с личными качествами и активными действиями человека. Однако в современном мире ситуация меняется, о чём свидетельствуют объявления на сайте: *«Хотите, чтобы Ваш ребёнок стал УСПЕШНЫМ ЧЕЛОВЕКОМ? Детский центр развития «УСПЕШНИК» – это современный центр развития в г. Омске, который предоставляет безграничные возможности для самореализации и всестороннего раскрытия личности ребенка. Позитивное мышление, лидерство, самодисциплина, умение работать в коллективе, коммуникабельность, умение выступать перед любой публикой, чувство юмора, умение быть смелым и находчивым, этика и уверенность в себе – далеко не полный список тех качеств, которые могут быть у вашего ребенка и важны для развития его как целостной личности»* [www.uspeshnik.ru]. Текст этого объявления не оставляет сомнений: успех не приходит сам, он формируется вместе с личностью, к успеху надо идти, его надо достигать. В этом плане показательно и такое интернет-объявление: *ЛИЧНЫЙ ФОРСАЙТ – интерактивные занятия для 9 и 11 классов. Кабинет № 109. Старшая школа. Ученики в игровой ситуации моделируют стратегии успешного будущего* [www.pavlovo-school.ru]. В интернет-

ресурсах по запросу можно найти разнообразные ответы на вопрос, как стать успешным. Ср.: *10 правил, как стать успешным, как стать успешным и богатым, как стать успешным видеоблогером, как стать успешным риэлтором, как стать успешной женщиной* и т.д. Интересен в этом плане и онлайн журнал «*БИЗНЕС-УСПЕШНИК*», в описание содержания которого включены такие понятия, как *успех, деньги, доход, золото, интересы, прибыль, желания, страсть, реализация, власть, уверенность, стабильность, бизнес* и т.п. Данный лексический ряд говорит о том, что успех непосредственно связан в сознании молодых людей с деньгами, властью, самореализацией.

Добиться успеха нередко в наше время означает стать звездой. В значении слова *звезда* также произошли существенные изменения. Согласно данным словарей, звезда должна быть выдающейся личностью, обладать ярким талантом: *Майя Плисецкая – звезда балета, Пласидо Доминго – звезда оперной сцены* и т.п. В современной ситуации происходит девальвация семантического наполнения слова *звезда*: звездой можно стать, заработав известность любой ценой, наличие таланта необязательно. Однако в интернет-пространстве существуют и «противовесы», слова с отрицательной оценкой пустой звёздности, необоснованной известности, нескромного поведения известных людей: *звёздная болезнь, зазвездиться* (жарг.), *звездун* (прост.), *звездюлька* (разг.), *звезданутый* (жарг.). Ср. оценочный характер употребления этих слов в интернет-общении: *Кто самый звезданутый из звёзд? – Панин. Жёлтая пресса пишет, что Рыбак зазвездился и не хочет спеть с Бианом из-за маленького гонорара. Так ли это?* (интернет-опрос); *Фанклубы разных звездюлек – это не идиотизм???* (интернет-опрос); *Тихонов – это АКТЁР, а современные звездюльки – это самодеятельность* (форум). Далеко не все указанные лексические единицы представлены в словарях. Но для некоторых из них существуют

определения, предваряемые стилистическими пометами, которые однозначно указывают на оценку данных явлений значительной частью социума. Ср.: *Звёздная болезнь* – Публ. *Неодобр.* ‘Высокомерное, чванливое поведение лица, пользующегося популярностью, известностью’ [Мокиенко, Никитина 2007]. *Звездун* – прост., пренебр. или ирон.: о популярном эстрадном певце, актёре [Викисловарь]. *Зазвездиться* – жарг. ‘Став известным, популярным, зазнаться’ [Никитина 2009]. *Зазвездившийся* – ‘заболевший звёздной болезнью, загордившийся, зазнавшийся’ [dic.academic.ru]. Как показывает материал, часть общества продолжает следовать тем нравственным императивам, которые закреплены в значениях многих русских слов: «нехорошо преувеличивать свои достоинства, противопоставляя себя другим» (*кичиться, чваниться, хвалиться, хвастаться, рисоваться, зазнаваться* и др.), «нехорошо быть незаслуженно известным»: *Позорно, ничего не знача, быть притчей на устах у всех* (Б. Пастернак). Однако стремление стать успешным любой ценой остаётся ведущей тенденцией современности. Подняться на вершину успеха в наше время можно с помощью определенных «технических средств»: *На вершины карьеры – «социальным лифтом»!* [www.soclift.ru]. Под *социальным лифтом* понимается «совокупность факторов, оказывающих определяющее влияние на вертикальную социальную мобильность» [www.slovarnik.ru]. Для молодежи создаются программы, связанные с социальными лифтами: *Программа выявления и поддержки талантливой молодежи в области предпринимательства и менеджмента «Социальный лифт»* [www.soclift.ru]. Молодые люди сами могут выбирать для себя тот или иной социальный лифт: качественное образование или удачное замужество (женитьба).

С актуализацией поля «Успех» приходит переосмысление неуспешности. Значение ‘неуспешность’ выражается лексическими единицами *лузер, лох, хромая*

утка и др. Среди них особого внимания заслуживает фразеологическая единица *сбитый лётчик*, еще не зафиксированная современными словарями, но достаточно часто употребляемая молодёжью: *Этих людей называют "сбитыми летчиками", что звучит, наверное, ужасно обидно. Еще совсем недавно их песни звучали из каждого магнитофона и поклонники готовы были порвать кумиров на сувениры. После такого забвение – самое страшное, что может произойти. Одни пытаются оставаться на плаву, выступая в шоу. <...> Другие смирились и опустили на самое дно* [<http://persona.rin.ru/news>].

Основываясь на наших наблюдениях, можем сделать вывод о частичном обновлении фрагмента русской языковой картины мира, связанного с понятием «успех», что находит отражение в пространстве Интернета. Выявление языковых предпочтений интернет-пользователя в перспективе поможет создать более полный портрет «человека виртуального» в его реализации в различных дискурсивных практиках.

#### Литература

1. Апресян Ю.Д. Интегральное описание языка и системная лексикография. Избр. труды в 2-х тт. Том 2. – М., 1995.
2. Богданова Л.И. Новые слова в аспекте взаимодействия языков и культур // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер. Лингвистика. – М., 2015. № 2.
3. Бурнаева Е.М. «Человек виртуальный»: множественные идентичности пользователей сети // Учёные заметки ТОГУ. Электронное издание. – 2017. №4. Том 8.
4. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка. – М., 1999.
5. Жуков А.В., Жукова М.Е. Современный фразеологический словарь русского языка. – М., 2009.
6. Левонтина И.Б. Русский со словарём. – М., 2010.
7. Мокиенко В.М., Никитина Т.Г. Большой словарь русских поговорок. – М., 2007.
8. Никитина Т.Г. Молодёжный сленг: толковый словарь. – М., 2009.

9. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. – М., 2000.

### **LEXIC PREFERENCES AND MORAL IDENTITIES OF THE MODERN INTERNET USER**

The article reflects the results of research in the lexicon of forums, chats, online publications. The choice of vocabulary at the semantic and conceptual levels demonstrates the identity of the Internet user, his moral principles.

**Keywords:** Internet, vocabulary, moral principles, Internet user.

**М. А. Бондаренко**

*(Академия труда и социальных отношений, г. Москва)*

### **АНАЛИЗ ПУБЛИКАЦИЙ ИНТЕРНЕТ-ГАЗЕТЫ В ПРАКТИКЕ ИЗУЧЕНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА И ОБУЧЕНИЯ ЛИТЕРАТУРНОМУ РЕДАКТИРОВАНИЮ**

В статье рассмотрены приемы использования интернет-газет с целью формирования языковых компетенций учащихся, в том числе в практике литературного редактирования.

**Ключевые слова:** Интернет, компетенции, интернет-газета, речевая культура, литературное редактирование.

Изучение русского языка на современном этапе за счет использования в учебном процессе интенсивно развивающихся информационных технологий становится более привлекательным как для студентов-иностранцев, так и для русских студентов. Разнообразие инструментария, способов подачи информации, привычная для молодого поколения среда общения, разумеется, способствуют формированию мотивации к изучению русского языка. Но не только данный аспект является причиной использования в обучении компьютерных программ и обращения к открытой информационной системе – Интернету. Эти механизмы позволяют интенсифицировать учебный процесс, постоянно обновлять базу учебных материалов, привлекая актуальные (с точки зрения происходящих в языке и обществе



процессов) факты и тексты, выявлять «живые» проблемы в культуре владения языком, приобретающие массовый характер, и через призму этих проблем осуществлять речевой самоконтроль.

В предыдущей статье [Бондаренко 2017] мы рассматривали вопрос интенсификации учебного процесса с помощью сознательно отобранных гипертекстовых систем, которые позволяют расширить лексический запас учащихся за счет систематического обращения к словарям, предлагали использовать прием составления антирейтинга электронных ресурсов, содержащих лексические ошибки, связанные с отсутствием культуры оценки созданного высказывания, с целью формирования рефлексивной потребности в критическом осмыслении собственного текста. Теперь остановимся на использовании в учебном процессе материалов периодических интернет-изданий.

При формировании навыка литературного редактирования достаточно актуально использование периодических изданий, представленных в Интернете. Рассмотрение любой проблемной ситуации в таком случае гораздо продуктивнее, потому что отслеживается не в оторванном «от земли» учебном материале, а в реальной практике «живого» периодического издания.

Например, одной из вызывающих недоумение грамматических ситуаций, как известно, является склонение географических наименований славянского происхождения, оканчивающихся на *-ово-*, *-ево-*, *ыно*, *-ино-*. Такие наименования достаточно широко распространены в сельской местности, а в мегаполисах и крупных городах присутствуют в названиях районов и муниципалитетов.

Сначала используем резюме по вопросу «склонять / не склонять» такие наименования, которым заканчивается статья «В Простоквашино или в Простоквашине?» в разделе «Азбучные истины» на портале ГРАМОТА.РУ: «...склоняемый вариант соответствует строгой литературной

норме. Словарь Л. К. Граудиной, В. А. Ицковича, Л. П. Катлинской “Грамматическая правильность русской речи” указывает: “В образцовом литературном стиле (со сцены, с телеэкрана, в радиоречи) эти формы следует склонять”» [Пахомов]. Затем обратимся к интернет-газетам, которые выпускаются в макрорайонах Москвы с названиями указанного типа.

Например, в интернет-газете «Медведково» подбираем соответствующие заголовки: «Мастер-класс библиотеки Медведкова собрал десятки посетителей парка Сокольники»; «Дороги Южного Медведкова очистили от более 2000 «кубов» снега за прошедшие выходные»; «Более 280 супружеских пар из Медведкова в 2017 году отметили юбилейные даты супружеской жизни» и др. (<http://gazeta-medvedkovo-juzhnoe.ru/>).

Такую же возможность предоставляют и электронные версии печатных изданий, например, газета «Коньково». Анализ материалов позволяет подтвердить активность следования указанной норме и одновременно получить разного рода информацию, в том числе историческую (а также провести проверку фактического материала), например: «обелиск, оказавшийся на территории строительства девятиэтажного многоквартирного жилого дома и переданный Музеем архитектуры имени А. В. Щусева, был перевезен из Конькова на территорию Донского монастыря, где и находится в настоящее время» (<http://www.konkovo-moscow.ru/upload/iblock/510/510ec7e8bde9d8eb110beda2b4286f8f.pdf>).

Последний из указанных номеров содержит и другой материал, уже отрицательный, под заголовком «При полном аншлаге» на той же седьмой странице номера. Это дает возможность провести стилистический анализ и всего указанного текста, содержащего, например, такие фразы: «И конечно, Чеховский фестиваль не обошелся без произведений А. П. Чехова: 9“В” – “Дядя Ваня” и 10“В”

“Папаша”... И неудивительно, что в этом году фестиваль прошел при полном аншлаге».

Для систематической работы по накоплению опыта литературного редактирования используем и более разветвленные интернет-издания. Живущая в Глобальной сети достаточно долго, в отличие от аналогичного бумажного издания, интернет-газета, по мнению профессионалов, должна предъявлять никак не менее серьезные требования к журналистам, работающим в таких изданиях, чем к работающим в традиционных СМИ. Востребованность и жизнеспособность интернет-газеты напрямую зависит и от качества словесного материала. Проверим, насколько объективны такие характеристики, обратившись к Санкт-Петербургскому изданию – интернет-газете «Фонтанка.ру» (<http://www.fontanka.ru/>).

Рубрик в издании много, поэтому вполне можно осуществить выбор по интересующему каждого вопросу. Остановимся, например, на рубрике «Туризм». Анализируя статью «Как Петербург вручал и получал туристический “Оскар”» (автор – Г. Бояркова, публикация 1 октября 2017 г.; все статьи, опубликованные в предыдущие годы, доступны на сайте газеты в архиве номеров), мы получаем возможность не только оценить степень насыщенности текста иноязычными вкраплениями, варваризмами, экзотизмами и прочей аналогичной лексикой, весьма затрудняющей восприятие содержания (лингвисты относят такие языковые единицы к проявлениям речевой агрессии, которые негативно воздействуют на адресата речи [Петрова 2013; 97]), но и получаем возможность обнаружить ошибки, причем весьма серьезные, в фактическом материале, проанализировать нарушение лексической сочетаемости и даже обнаружить орфографические и пунктуационные ошибки.

Вот только один из фрагментов статьи: *«Впрочем, после появления четырех стюардесс модельной внешности,*

*сопровождающих вице-президента «Аэрофлота» Джорджо Калигери все внимание переключается на них.*

*Обыгрывать национальные стереотипы решили и на гала-ужине. Гостей угощали шо-фруа из стерляди и перепелкой с гречотто, а в перерывах между вручением номинации развлекали «Катюшей», «Калинкой-малинкой» и «Валенками» – правда, последние прозвучали в джазовой обработке» (<http://www.fontanka.ru/2017/10/01/018/>).*

Поскольку у студентов (как и у автора опубликованного материала) есть возможность проверить фактический материал с использованием Интернета, не составит большого труда выяснить, что имя представителя «Аэрофлота» транслитерировано не так, как на официальном сайте компании, где он именуется Джорджио Каллегари, а его должность определена как «заместитель генерального директора по стратегии и альянсам». У «Аэрофлота» вообще нет президента, есть председатель правления, генеральный директор. Кроме того, на основе данного текста мы получаем возможность прикоснуться к высокой кухне и узнать, что *шофруа* (пишется слитно, а не через дефис, как во французском) – это блюдо (или часть блюда – соус), в приготовлении которого действительно может использоваться рыба. Как указано в кулинарном словаре, это разная мелочь – ерши, красноперки, мелкие окуньки, то есть «продукты, каждый из которых сам по себе неказист, требует для извлечения из него съедобной части навыка и времени и поэтому не может быть превращен в самостоятельное блюдо или порцию» [Похлебкин 2010]. Неужели стерлядь можно ввести в этот перечень? Помимо этого, анализируем пунктуационную ошибку при причастном обороте, нарушение лексической сочетаемости, тавтологию, речевые штампы – и все это на таком незначительном пространстве.

Большой материал для выработки навыка литературного редактирования дает и самая «культурная» рубрика газеты – «Афиша+». Здесь можно предложить

студентам «полистать», например, публикации, которые традиционно информируют о театральных событиях, приходящихся на новогодние праздники. Вот, к примеру, статья «Взрослое одиночество “Щелкунчика”» (автор – Е. Вышенков, публикация 7 января 2014 г.). Эта публикация может удивить и количеством орфографических ошибок, которые студентам стоит прокомментировать: «актеры *не при чём*»; «Щелкунчик мастера *Дроссельмейера*» (следует: Дроссельмейера, что и значится в афише театра); «*отчего то* появляются»; «*по-знакомству* предложили зайти»; «*непрофессиональной* рецензии»; «*большого количества* знаков». Здесь же студенты найдут окказионализмы и подумают на тем, оправдано ли они использованы (*постосмысление, переосмыслитель, минималистски-протестантские*), оценят привлечение вульгаризмов и просторечий (*в доле должен быть и драматург, советский дурдом*), также выявят прочие свидетельства низкой речевой культуры автора (<http://calendar.fontanka.ru/articles/1243>).

Работа с такими материалами и ресурсами на занятиях не только делает литературное редактирование более продуктивным, интересным и разнообразным процессом, но и способствует расширению кругозора студентов, а также вырабатывает важную установку на обязательную тщательную оценку текста, предлагаемого массовой аудитории.

### Литература

1. *Бондаренко М. А.* Ресурсы интернета в формировании речевых компетенций учащихся // Русский язык в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сборник статей I Международной научно-практической конференции / под общ. ред. А. В. Должиковой, В. В. Барабаша. – М., 2017. – С. 124 – 130.

2. *Пахомов В. М.* В Простоквашино или в Простоквашине? [Электронный ресурс] // ГРАМОТА.РУ [портал]. – URL: [http://gramota.ru/class/istiny/istiny\\_1\\_toponymy/](http://gramota.ru/class/istiny/istiny_1_toponymy/)(дата обращения: 30.01.2018).

3. *Петрова Н. Е.* Язык современных СМИ: средства речевой агрессии: учебное пособие. – 2-е изд. – М., 2013.

4. *Похлебкин В. В.* Большая энциклопедия кулинарного искусства. Все рецепты В. В. Похлебкина. – М., 2010 [Электронный ресурс] // Библиотека электронной литературы [сайт]. – URL: <http://litresp.ru/chitat/ru/П/пohlyobkin-viljyam-vasiljevich/boljshaya-enciklopediya-kulinarnogo-iskusstva-vse-receptivv-pohlyobkina> (дата обращения: 30.01.2018).

#### **THE INTERNET-NEWSPAPER IN PRACTICE OF STUDYING RUSSIAN LANGUAGE AND TRAINING IN LITERARY EDITING**

The article's author considers methods of working with online newspapers, which uses to form students' language competencies, including in the practice of literary editing.

**Keywords:** Internet, competence, internet newspaper, speech culture, literary editing.

**Лу Бинхуэй, Е.В. Бузальская**  
(*Санкт-Петербургский государственный  
университет*)

#### **РЕКЛАМНАЯ ЗАПИСЬ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ: РЕЧЕВЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ СТРУКТУРЫ РЕЧЕВОГО ЖАНРА**

Статья посвящена выявлению специфики структуры интернет-жанра рекламной записи в социальной сети на основе анализа языковых средств, формирующих соответствующие речевые тактики.

**Ключевые слова:** речевой жанр, речевая тактика, рекламная запись в социальной сети

Рекламная запись представляет собой креолизованное краткое сообщение, содержащее помимо текста фотографии, видео, таблицы и знаки других кодов (например, математические, химические, музыкальные и др), оформленное в разговорном стиле с включением экономической лексики и стратегически направленное на продажу товаров или предложение услуг целевой аудитории

(о стратегиях и тактиках рекламы см. [Броженко 2011]). Рекламная запись, как известно, варьируется в зависимости от материального носителя (напечатана она в газете или журнале, звучит по телевидению, размещена в виде баннера на улице или в расположена в Интернете). С этих позиций интересным представляется рассмотреть характерные особенности такого нового варианта рекламы, как Рекламная запись в социальной сети: структурные компоненты и речевые стратегии и тактики.

**I. Внешние специфические характеристики оформления и структуры.** Рекламная запись в социальной сети – это речевой жанр – согласно определениям речевого жанра, данным в работах М. Н. Кожинной [Кожина 1999], Т. В. Шмелевой [Шмелева 1997], В.В. Дементьева [Дементьев 2010], существующий в пространстве Интернета на платформе доменов социальных сетей – таких, как vkontakte и facebook. Соответственно, его формат во многом обусловлен параметрами самого сайта. Она автоматически добавляющаяся в новостной ленту как следствие интернет-запросов с компьютера и информации из профиля или при подписке пользователя на новости определённой группы. Рекламная запись рассчитана на то, что пользователи смогут поделиться ею, послав друзьям или сделать отметку «мне нравится». Модель структуры данного речевого жанра содержит следующие компоненты.

1. Логотип и название рекламодателей, представленная как заголовок сообщения в ленте новостей. Обязательно также обозначение типа сообщения до самой рекламы: «рекламная запись» и даты размещения.

2. Основной текст.

3. Фото, видео, символы, знаки (экстралингвистическая информация).

4. Дополнительная часть (отсылки к более подробным источникам информации, номера телефонов, опрос и др.)

5.Стандартные кнопки по форме, например, для сайта vkontakte: «лайк», «комментировать», «репост» и показатель количества просмотров.

Таким образом, рекламная запись сама из пассивного объекта просмотра превращается в самораспространяющийся продукт, скорость расхождения информации которого зависит напрямую от активности пользователей – то есть, иными словами, от эффективности ее оформления и актуальности информации. В связи с этим оформление самого типа записи все время меняется, что свидетельствует также об активном становлении данного речевого жанра в пространстве социальных сетей в Интернете. Так, например, за 2015-2017 годы в рекламной записи во vkontakte, произошли изменения в первом компоненте и последнем в связи с изменениями политики сайта. В частности, в конце или начале текста рекламодатели стали располагать по аналогии с обычными личными сообщениями «горячие темы», которые оформлены знаком "#" и обозначают группы наиболее популярных тем, куда можно перейти по данной ссылке. Помимо этого, появились ограничители по распространению, связанные с возрастом пользователя: под заголовком 18+ , 16+ и др. В целом, анализируя в структуру речевого жанра Рекламная запись в социальной сети, представляется возможным дать следующее соответствие таких важных параметров описания речевого жанра, как 1) общие характеристики сообщения, 2) жанровые параметры [Шмелева 1997], 3) текстовые категории [Рогова 2009, Попова 2009], 4) формально-структурные показатели (табл.1).

*Табл.1*

**Соотношение систем описания речевого жанра**

1	Сообщение	Адресант	Адресат	Контекст	Контакт
2	Коммуникативная цель	Образ автора	Образ адресата	Диктумное содержание	Образ прошлого и будущего



3	Информативность Интенциональность	Интертекстуальность,	Восприимчивость	Целостность	Ситуативность
4	Основной текст	Логотип, текст	Текст, знаки, фото или видео	Текст и доп. часть	Текст, Отсылки, Кнопки

Безусловно, данные соответствия показаны исходя из преобладания, т.е. однозначность данных связей коррелирует с повышенной вариативностью, вызванной отсутствием жесткой структуры. Так, например, адресат и его образ влияют на качество воспринимаемости записи: если рекламодателю удалось правильно выбрать целевую аудиторию, он рассчитал визуальный ряд, поместив в него наиболее привлекательные и актуальные для данной аудитории изображения (например фото сверстников целевой аудитории, имеющих рекламируемый товар); если он использовал символы или знаки, используемые этой аудиторией для быстрого и понятного суммирования информации (например:  $1+1=3$ , или «купил →  $\square$ »), он может рассчитывать на то, что его сообщение получит максимально большая аудитория. При этом образ адресата имеет, безусловно, связь и с ситуативностью, и с информативностью: зоны пересечения текстовых категорий неизбежны, но важнейшей для реализации образа адресата является воспринимаемость.

Образ автора (адресанта) связан с логотипом компании, так как рекламируются товары или услуги какой-либо фирмы, имеющей «свое лицо» на рынке сбыта. Использование данного логотипа компании формирует интертекстуальность, поскольку, во-первых, появляется и за пределами социальных сетей, а во-вторых, может содержать в себе языковую игру или загадку, отсылать к известным феноменам и фактам из жизни общества. Однако, безусловно, отсылки также связаны с интертекстуальностью, как и в других секторах Интернета.

Тип контакта – наиболее характерный для этого типа рекламы компонент со своей спецификой: ситуация общения интерактивна, можно узнать подробную информацию, перейдя по ссылке на сайт производителя, посоветовать другу прочитать рекламу, нажав «репост» и разместив у себя в ленте запись, и т.д. Образ прошлого и будущего связан также и с основным текстом, в котором и указывается на нехватку рекламируемого объекта в повседневной жизни адресата и постулируется неизбежное состояние счастья или удовлетворения от покупки или приобретения.

Диктумное содержание коррелирует с целостностью, завершенностью, исчерпываемостью описываемого взаимодействия и потому фокус внимания данной текстовой категории, как и для информативности и интенциональности, расположен в текстовом сообщении.

## **II. Речевые стратегии и тактики.**

Прагматические основания реализации текста связаны с его тактико-стратегической организацией [Иссерс 2006, Труфанова 2001]. Основными речевыми стратегиями речевого жанра рекламная запись в социальной сети являются четыре стратегии: продажа товаров оптом (например: «купи 5, шестая в подарок»), предложение услуг оптом (закажите столики в ресторане для корпоратива, экскурсию и пр.), продажа товара индивидуально, предложение индивидуальных услуг (парикмахерская, спа, ремонт и пр.).

Внутри данных групп было проведено тематическое деление рекламных записей на подгруппы. Так, например, в группах, связанных с услугами, были выделены сферы: образование (активны и рекламодатель, и клиент, оба вовлечены в процесс), развлечение (активен клиент, рекламодатель предоставляет место для проведения праздника, события, создает стартовую атмосферу), бытовые услуги (клиент пассивен, активен рекламодатель: аниматоры на празднике, экскурсоводы, ремонт, дизайн, пр.) и

корпоративные услуги. В группе товары – товары для дома, товары для личного пользования, товары для офиса, продукты.

Анализ примеров показал, что в группах «продажа товаров индивидуально» и «предложение индивидуальных услуг» основными речевыми тактиками являются: тактика гарантии результата, тактика убеждения выгоды покупки, тактика эмоционального убеждения и тактика поторапливания при совершении покупки. Для реализации своей интенции автор использует различные средства, как синтаксические, так и лексико-морфологические [Формановская 2007], в группах указанных тактик частотными являются эллиптические конструкции, номинативные предложения, императивные предложения; лексические единицы, принадлежащие к разговорному стилю речи, обращение на «ты».

В группах «предложение услуг оптом» и «продажа товара оптом» базовыми являются тактики: тактика гарантии, тактика убеждения предложения услуги большому количеству людей, тактика включения адресата в проект группы ВК, тактика информирования, тактика уступки в цене или способе оплаты, тактика поторапливания для участия в акции. Стилистически данные две группы содержат нейтральную лексику, так как адресованы людям, которые являются представителями определенных социальных групп (директора, организаторов встреч и пр.). Вследствие этого наблюдается снижение количества средств экспрессивного синтаксиса, использования символов и знаков, заменяющих части текста, фото и видео материалы более сдержанного характера.

Представляется целесообразным привести пример анализа одной из таких записей.

«Центр восточных культур KITSUNE», стратегически принадлежит к речевой интенции предложение услуг оптом, тематически относится к группе «образование». Логотип:

лисица стоит посреди огня, смотря вдаль. Внизу изображения написано японское название лисы «KITSUNE», которая, согласно мифу, могла после 1000 летнего обучения принимать облик симпатичной молодой девушки. Логотип вводит адресата в мир восточной культуры, с ее терпением и упорством при достижении цели. Отсылка к мифу формирует интертекстуальность, приятную для тех, кто понимает значение этого логотипа.

Визуальное сопровождение: фотография панды, подпершей щеку рукой (или ногой, на фотографии это не очень понятно), которая сидит и думает: «Когда же этот русский заговорит по-китайски? Панда верит в тебя!» Фото поставлено для тех, кто не знает ничего про Кицунэ, но конечно же, знает о том, что панда – символ Китая. Таким образом, информация становится более понятной и доступной читателю, формируется воспринимаемость. За счет того, что панда думает по-человечески, создается комический эффект, способствующий также росту симпатии адресата к рекламе и ее запоминаемости.

В тексте присутствует ссылка «показать полностью», скрывающая часть сообщения, чтобы не перегружать ленту новостей и не раздражать адресата. Запись «под катом» формирует целостность и информативность, которые создаются за счет компоновки текста сообщения по схеме: место, расписание группы, стоимость и скидки, целевая аудитория, возможность онлайн курсов, состав преподавателей. Поскольку в данном случае предлагаются услуги оптом (не индивидуальные занятия), средства экспрессивного синтаксиса отсутствуют, обращение на «Вы», использована нейтральная лексика, приближающаяся к официальному стилю речи, текст содержит клишированные фразы и бизнес-лексику. Опорными для этой записи тактиками можно считать тактику информирования и тактику эмоционального вовлечения в процесс.

Таким образом, анализ структуры и стратегической направленности рекламной записи в социальной сети, помимо общих с другими видами рекламных записей, содержит и характерные, отличительные характеристики: креолизованность, возможность выбрать видео или фотоматериалы для получения информации; интерактивность (возможность прочитать дополнительную информацию, расположенную на сайте компании или спрятанную «под катом»); возможность регулировать появление записи в ленте: возможность порекомендовать данную запись друзьям, удалить ее, отметить как неприятную или нарушающую нормы поведения; использование специфических тактик, связанных с возможностями платформы.

#### Литература

1. *Броженко С.В.* Стратегии и тактики воздействия в рекламном дискурсе (на материале рекламных текстов банковских услуг): Дис. ...канд. филол. наук. – Челябинск, 2011.
2. *Дементьев В.В.* Теория речевых жанров. – М.: Знак, 2010. – 600 с. (Коммуникативные стратегии культуры).
3. *Иссерс, О.С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – Изд.4-е, стереотипное. – М.: КомКнига, 2006. – 288 с.
4. *Кожина М.Н.* Речевой жанр и речевой акт// Жанры Речи. Саратов.:Изд-во Гос УНУ «Колледж»,1999, с. 52-61
5. *Попова Т. И.* Восприимчивость как базовая категория текстовой деятельности. [Текст]/ Т. И. Попова// Мир русского слова № 2. – СПб., 2009. – С. 14-20
6. *Рогова К. А.* Теория текста как сфера изучения речи // Мир русского слова № 2. – СПб., 2009. – С. 7-13
7. *Труфанова И.В.* О разграничении понятий: речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика// Филологические науки, 2001.-№3. – С.56-65.
8. *Формановская Н.И.* Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика. – М.:ИКАР, 2007. С.52-65.
9. *Шмелева Т.В.* Модель речевого жанра // Жанры речи. — Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. – Вып. 1.– С. 88-99.

**ADVERTISING RECORD IN THE SOCIAL NETWORK:  
SPEECH STRATEGIES AND TACTICS  
IN THE STRUCTURE OF THE SPEECH GENRE**

The article is devoted to the description of the specific structure of the Internet genre of advertising in the social network on the basis of the analysis of language that generate the appropriate tactics.

**Key words:** speech genre, verbal tactics, advertising in the social network

**С. Бекай, А.К.Малаховский**

*(Российский университет дружбы народов)*

**ОСОБЕННОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ  
В ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИОННО-  
КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ (ИКТ)  
В СОВРЕМЕННОМ МАЛИ**

Статья посвящена национальной политике в сфере информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в современном Мали. Статья содержит краткое описание и анализ стратегии и план по развитию ИКТ Мали. В статье рассматривается деятельность AGETIC, реформы и вопросы по внедрению достижений информационно-коммуникационных технологий в малийском государстве.

**Ключевые слова:** AGETIC, ИКТ, реформы, информатизация, Интернет, администрация, инфраструктуры ИКТ, компьютерные сети.

Национальная политика и внутренний стратегический план по развитию ИКТ Мали нацелены на определение целей, ролей и обязанностей заинтересованных сторон, а также на мониторинг сроков воплощения планов. Для обеспечения администрирования и реализации политики было создано AGETIC (Agence des technologies de l'information et de la Communication).

Приоритетными направлениями деятельности агентства являются

- развитие правовой и нормативной базы;
- развитие инфраструктуры ИКТ;
- более широкое внедрение ИКТ в образование и охрану здоровья;
- обеспечение надлежащего управления и организации административной интрасети;
- популяризация доступа в Интернет и подключение всех областей Мали [Fall 2010].

То есть, фактически, все реформы и все вопросы по внедрению достижений информационно-коммуникационных технологий решаются данным агентством – оно же отвечает и за мониторинг результатов и оценку текущей ситуации.

В сравнении с другими странами Африки, в Мали нет четко очерченных проектов, направленных на модификацию административных структур страны; воплощаются инициативы, есть отдельные проекты, которые освещены на сайте Агентства, но они не известны широким слоям населения, при этом правительство страны явно отдает предпочтение освещению инициатив, связанных с применением ИКТ в образовании [Fall 2010].

Административные структуры республики в основной массе прошли этап компьютеризации ведомств – в связи с локальными или центральными проектами развития, инициированными государством, а также деятельностью частных местных и международных фондов, которые выступили в роли инвесторов.

Однако, само AGETIC признает, что на данном этапе существуют некоторые сложности, связанные с вопросом рентабельности приобретенного оборудования. Здесь стоит отметить, что агентство выделяет в использовании и реализации ИКТ три этапа. Так, практически все сервисы и службы, а также государственные организации, используют компьютеры на начальной фазе освоения ИКТ – используя ПО для обработки текста, электронных таблиц и презентаций.

При этом некоторые отрасли промышленности используют профессиональное программное обеспечение: для макетирования, ориентации на местности и изучения картографии, создания графики, статистических измерений. Интернет доступен, в свою очередь, в соответствии с размером местных дотаций и пожертвований, или отдельным финансированием инициатив в регионе.

Агентство, в связи со сложившейся ситуацией, от имени правительства с 2014 года претворяет в жизнь инициативу по рациональному и продуктивному использованию компьютерных сетей и Интернета в административных структурах.

Так, на первом этапе, предполагается создание сети взаимосвязанных компьютеров в первой партии отделов, с использованием беспроводной локальной петли (BLR), и установка передающей антенны AGETIC (к сожалению, ни официальный сайт Агентства, ни расширенное описание инициатив правительства не дают полного списка министерств и отделов в порядке очередности их включения в проект).

Второй этап предполагает охват п министерств, а также других управленческих структур на национальном уровне, третий представляет собой интеграцию ИКТ на уровне региональных служб, с учетом накопленного в ходе первых этапов опыта. Также Агентство предполагает использование ИКТ и в подготовке кадров, осмысленную и своевременную интеграцию новых сотрудников и адаптацию работников к новым условиям, а также обеспечение их курсами обучения и переподготовки [Catégorie: Projets 2017].

В 2015 году было инициировано продолжение проекта информатизации и создания корпоративной сети для административных структур. Так, среди целей были заявлены:

- создание подразделений ИКТ в оставшихся неохваченными отделениях;



- укрепление потенциала центра подготовки AGETIC (оборудованием, аппаратурой, проведением сети);
- проведение исследования для создания центров подготовки – AGETIC на уровне городов в регионах;
- расширение инфраструктур ИКТ для администрации – определение последовательности годовой работы при работе с приоритетными услугами по кластерам, а также наполнение государственных порталов.

AGETIC также ставит целью развитие государственного портала [L'ADMINISTRATION à votre service] с точки зрения безопасности и возможности интегрирования новых инструментов и бизнес-приложений. В числе прочего эта деятельность включает в себя добавление поисковой системы (проблема уже решена на данный момент) и расширение диапазона представленных видов материалов и возможностей коммуникации различных групп при помощи портала.

Совершенствование основ портала – безопасности и мощности – за счет увеличения емкости центра обработки данных и создания резервной копии сайта для защиты данных, уже позволили существенно улучшить работу правительственной администрации. Помимо этого, планируется ввести:

- корпоративные адреса электронной почты (домен `gouv.ml`);
- пространство для совместной работы;
- видеоконференции для учреждений в остальных областях;
- развитие IP-телефонии;
- совершенствование и информатизация управлением отделов и системы оценки;
- электронный документооборот и архивация данных;

- внедрение системы Общеорганизационного планирования ресурсов (ERP), ERP (Корпоративных Ресурсов Предприятия) за счет AGETIC;
- исследования для создания приложений, основанных на отраслевой и Географической Информационной Системах (ГИС);
- приобретение программного обеспечения для обработки статистических данных
- приобретение последней версии поддержки в офисе MS OfficeSuite;
- обучение, мониторинг и сопровождение пользователей.

Также предполагается запуск пилотной программы экономической капитализации ИКТ, который предполагает изучение и оценку развития ИКТ, в сотрудничестве с Главным управлением по бюджету (DGB), продолжение внедрения проекта популяризация доступ в Интернет и расширения подключений на всей территории Мали к широкополосному соединению.

Этот проект, запущенный еще в 2012 году, помог подключить шесть разных городов в разных областях Мали к интернету через станцию базовой Сети Интранет, установленную в префектуре. Одна из связанных с ним инициатив направлена на подключение региональных школ к сети и обучение преподавателей в области информационных технологий, которые смогут развивать цифровые технологии в школах.

Также определенно стоит отметить проект под руководством ЮНЕСКО по созданию Коммуникационно-мультимедийных центров (КМЦ, Centres Multimédia Communautaires [СМС]). В декабре 2011 года, закончился II этап этого проекта. Управление КМЦ было возвращено официальным представителям государственной власти в Мали, согласно документам, подписанным Мали и Швейцарией.

На данный момент государство делает все возможное для передачи управления КМЦ местным властям в отдельных регионах страны, в целях обеспечения устойчивого развития существующих центров и открытия новых филиалов в других регионах. Эта задача остается одной из приоритетных для AGETIC в партнерстве с Национальным управлением по вопросам общин (la Direction Nationale des Collectivités) для обеспечения укрепления потенциала КМЦ, существующих благодаря бюджетным средствам, предоставляемым DNCT.

Агентство существует с 2005 года. Однако, несмотря на многие достижения, с точки зрения инфраструктуры и развития обучающего компонента для граждан, AGETIC остается мало известной. Чтобы исправить этот пробел, агентство разработало план развития, ориентированный на основные направления национальной политики в области ИКТ Мали:

- осветить на общедоступных ресурсах миссию Агентства, выполненные задачи и планы на будущее;
- повышать осведомленность об использовании ИКТ;
- оценивать достижения AGETIC;
- улучшать имидж AGETIC;
- донести до населения информацию по внедрению ИКТ в работу административных структур;
- разработка проектов процедур разрешения споров и публикации информации об имени домена (WHOIS);
- разработка проекта технического задания для аккредитации регистраторов;
- определение стратегии автоматизации управления реестрами.

Не менее важна и дальнейшая разработка правового поля в области ИКТ в Мали: принимая во внимание развитие ИКТ в Мали, а также учитывая значительные правовые недоработки в этой области, в настоящее время необходимо

принять законодательные акты, которые смогут регулировать данный сектор.

Также при поддержке Агенства реализуются сразу несколько других проектов и мероприятий [Fall 2010]:

1. CNTN-Мали: Комитет Перехода от аналогового телевизионного вещания на цифровой формат, он создается при Премьер-министре Национального Комитета по Переходу на Цифровое вещание (Comité National de Transition vers le Numérique, CNTN).

2. FSN: Фонд Цифровой Солидарности.

3. Всеобщие выборы 2012: AGETIC является членом технической комиссии по организацию референдума и выборов. В этом качестве оно предоставляет инструменты для успешной работы государственных органов, в частности, сервер веб-почты и FTP-сервер (FileTransferProtocol) для интенсификации результатов, и расширения возможностей подключения к Сети Интранет Администрации Мали на значительной части территории страны. Также традиционными стали видеоконференции между Министерством Территориального Управления и Местного Самоуправления (MATCL) и Губернаторам Регионов и Округа Бамако. Наконец, в ходе совещания Министра почтовых услуг и ИКТ, AGETIC и Министерства Территориального Управления и Местного Самоуправления были выявлены потребности в программном обеспечении и Агентство взяло на себя ответственность за функционирование программного обеспечения и отслеживанием результатов работы.

4. При поддержке государства и активном участии Агентства проводится День Телекоммуникаций и ИКТ: всемирный День электросвязи и информационного общества отмечается ежегодно 17 мая.

5. Развитие присутствия организаций и информационных акторов в сети – увеличивается

информированность общества, в том числе благодаря преподавателям и администраторам Агентства.

Процесс институционального развития поддерживается некоторыми партнерами, предоставляющими технические и финансовые ресурсы для развития, – такими партнерами, например, остаются Франция и Канада. Согласование технических и финансовых партнеров остается актуальной темой для ЕС в рамках движения к децентрализации и институционального развития Мали. Параллельно была создана группа децентрализации и институционального развития под руководством верховного Комиссара в области организационного развития, для обеспечения координации технических и финансовых партнеров и Правительства Мали и является гарантом обеспечения согласованности их действий и повышения эффективности деятельности правительства.

На национальном уровне Правительство также создало две организации для принятия решений в области институционального развития:

- Комитет по Мониторингу Реформ Государственного (CSRE), под председательством Премьер-Министра состоит из членов Правительства, курирует реализацию национальных стратегий и программ в области институционального развития и децентрализации финансов и общественной справедливости. CSRE отвечает за периодический обзор состояния реализации основных реформ, оценки, меры и действия, предпринятые и инициацию необходимых мер для модернизации Административного и общественного управления.

- Комиссия по Координации Программы Институционального Развития (CCPDI), в состав которой вошли представители министерств, местных органов власти, гражданского общества и частных лиц, в рамках осуществления Программы институционального Развития (PDI). CCPDI несет ответственность за мониторинг и оценку

реализации Плана работы PDI, а также обеспечивает согласованность программ с компонентами PDI. Она также руководит Комитетами, Региональными и Местными руководствами.

На данный момент Интранет как функциональная сеть для более продуктивной работы Администрации покрывает центральный дистрикт и столицы областных уровней, в том числе в большинстве Ведомств и их отделениях. Создание инфраструктуры сопровождается развитием государственного портала для совершенствования не только обмена информацией (сообщениями, электронными письмами, при помощи видеоконференций), а также управления бизнес-данных в административных структурах (управление государственными расходами в интернете, персоналом, имуществом, активами Государства и т.д.).

Кроме того, в рамках реализации Плана действий правительства для улучшения и модернизации управления государственными финансами [duPlan d'Action Gouvernementale pour l'Amélioration et la Modernisation de la Gestion des Finances Publiques], AGETIC провел по заказу Министерства Экономики и Финансов объединение служб, участвующих в распределении государственных расходов [L'ADMINISTRATION à votre service].

На данный момент активно продолжается развитие портала, с целью подключить к нему каждое министерство и филиал, упростить процедуру создания веб-сайтов для них и электронный документооборот, отправку почты и т.д. Открытие защищенного Портала для пользователей будет осуществляться в целях оптимального доступа через Интернет к информационным услугам Администрации в любое время и в любом месте. Бизнес-приложения предполагается внедрять на уровнях создания программного обеспечения для управления персоналом, собственностью и Государственным имуществом, государственными закупками. Фактически, на данный момент, благодаря

функционированию перечисленных проектов и многочисленным инициативам, исходящим как от правительства, так и от международных фондов, создана инфраструктура и подключены к сети центральные и региональные платформы интеграции веб-приложений и баз данных различных министерств, активно идет разработка веб-сайтов различных департаментов и систем электронного управления документами, совершенствуется развитие видеоконференций – и охватываются ранее неохваченные районы, также запущена пилотная программа по оценке влияния ИКТ на административные структуры и эффективности внедрения новшеств, к интернету активно подключают школы, университеты и территории в целом.

#### Литература

1. Mali Literacy Rate [Электронный ресурс] // Multipl. S&P 500 PE Ratio, 2017. – URL: <http://www.multip.com/mali-literacy-rate>
2. MALI: Dedicated digital health agency cooperating with government-wide digital agency // Digital Health: A Call for Government Leadership and Cooperation between ICT and Health. Broadband Commission, February 2017. 104 p.
3. *Фитунни Л.Л.* Проблемы развития сектора телекоммуникаций в экономике стран Африки: диссертация ... кандидата экономических наук: 08.00.14. – Москва, 2005. – 186 с.
4. *Peters, M. A.* Technologising pedagogy: The Internet, nihilism, and phenomenology of learning [Электронный ресурс]. Simile 3(1). URL: <http://0-web.ebscohost.com.oasis.unisa.ac.za/ehost/delivery?sid=aab8a647-500d-4b74-8e>
5. *Гудаускас Р.* Влияние информационно-коммуникационных технологий на общество. // Интернет и социокультурные трансформации в информационном обществе. Сборник материалов международной конференции (Южно-Сахалинск, 8-12 сентября 2013 г.). М.: МЦБС, 2014. С.61-69
6. *Кондове Э.* Этические аспекты использования ИКТ в коммуникации в условиях информационного общества // Интернет и социокультурные трансформации в информационном обществе.

Сборник материалов международной конференции (Южно-Сахалинск, 8-12 сентября 2013 г.). М.: МЦБС, 2014. С.143.

7. *Fall B. ICT in Education in Mali* [Электронный ресурс] // Survey of ICT and Education in Africa: Mali Country Report, 2010. URL: [www.infodev.org](http://www.infodev.org).

8. *Catégorie: Projets* [Электронный ресурс] // AGETIC, 2017. URL: <http://www.agic.gouv.ml/categories/projets/>

9. *L'ADMINISTRATION à votre service* [Электронный ресурс]. – URL: <http://demarchesadministratives.gouv.ml>

### **PECULIARITIES OF NATIONAL POLICY IN THE FIELD OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES (ICT) IN CONTEMPORARY MALI**

The article is devoted to the national policy in the field of information and communication technologies (ICT) in modern Mali. The article keeps a brief description and analysis of the strategy and plan for the development of ICT in Mali. The article reviews the activities of AGETIC, all reforms and all issues related to the implementation of the achievements of information and communication technologies in the Malian state

**Keywords:** AGETIC, ICT, reforms, informatization, Internet, administration, ICT infrastructure, computer networks.

**Е.Г.Бразуль-Брушковский**

*(Колледж Российского государственного социального университета)*

### **ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ПРОЯВЛЕНИЯ ГЕНДЕРНОЙ (НЕ)ИДЕНТИЧНОСТИ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ**

В статье обсуждается видимое противоречие между феминистской повесткой дня и идеями трансгрессии гендера в отношении желательности проявления гендерной идентичности и его следствиями для этих дискурсов.

**Ключевые слова:** гендер, идентичность, (не)идентичность, трансгрессия, трансгендерность.



Понятие «идентичность» сегодня плотно вошло в наш лексикон – а зря, ведь в самом этом понятии кроется опасная ловушка двусмысленности, серьезно затрудняющая все научные и популярные диспуты вокруг него. В свое время в Предисловии к украинскому переводу книги «Кто боится феминизма?» мы указывали на то, что слово «идентичность» в контексте научного социологического дискурса, возможно, стоило бы передавать понятием «тождественность» (см.: [Виноградов 2005]). В самом деле, в английском языке слово «identity» может употребляться как (1) обозначающее уникальность предмета или человека, например, в словосочетании «identity card», либо же как (2) обозначение той или иной степени совпадения предмета или человека с другим предметом, классом предметов, иными словами, как включенность в родовое понятие, identical with smth., т.е. идентичный, тождественный чему-либо.

Понятие «гендер», вошедшее в русский (научный) дискурс примерно в то же время, что и понятие «идентичность» – в конце 1990-х годов – тоже предлагалось переводить как «род», хотя бы с точки зрения сохранения прозрачности оппозиции «пол» (как биологической («заданной») характеристики) и «род» (как социального, «создаваемого» конструкта). Сегодня, однако, мы пользуемся словом «гендер», и вполне успешно: проводятся социальные и политические экспертизы гендерного паритета, гендерного равенства, гендерной репрезентации и пр.

Одной из задач феминистской критики языка (особенно в использовании русского языка) было проявление возможности гендерной идентификации говорящего/пишущего так, чтобы можно было преодолеть существовавшую веками фигуру умолчания, по которой основным родом являлся род мужской; в словарях русского языка, как известно, слово (прилагательное, числительное, но то же самое касается и глаголов) дается сначала с окончанием мужского рода, затем – женского. Вторичность,

подчиненность женского рода (уже не только как рода грамматического, но и как части человеческого рода) здесь очевидна и не имеет никаких грамматических предпосылок, только социальные практики патриархатного общества. В отношении имен существительных, обозначающих профессии, это зачастую означало, что тот или иной род деятельности «зарезервирован» исключительно для того или иного рода – и язык здесь во многом определял социальную практику. «Выход» мог состоять лишь в том, что такие слова, как «инженер», «механик», «профессор», «директор» могли касаться лиц обоих полов; подобная гендерная нейтральность была, вероятно, одним из немногих завоеваний советской политики в отношении «женского вопроса» 1920-х годов, удержавшихся на протяжении всего времени существования СССР. Однако с точки зрения феминистической критики такая трансформация рассматривалась как перемещение «из огня, да в полымя», поскольку открывшийся женщинам доступ к новым социальным возможностям осуществлялся ценой стирания, замалчивания, а нередко – и ценой отказа от женского опыта, женского взгляда, женского письма в пользу инструментального «мужского» мышления, рассматривающего, например, коммуникацию как средство, но не как цель (что более характерно для «женского» гендера).

Поэтому следующей (и до сих пор актуальной) темой является исследование возможности применения в русском языке окончаний имен существительных, гендерно идентифицирующих представителя той или иной профессии. Однако в то время как в немецком языке, например, проблема решается довольно просто путем добавления к существующему «нормативному» мужскому окончанию женского окончания (например, *Lehrer – Lehrerin, Professor – Professorin*), в русском языке все оказывается намного сложнее. Мы привыкли к гендерному делению «учитель-

учительница» или «школьник-школьница», но что делать со словами «доктор», «инженер», «режиссер», «доцент», «фотограф»? Какие суффиксы и окончания следует использовать здесь? Используемые сегодня варианты продолжают указывать либо на несамостоятельный характер «женскости» в описанных родах деятельности, либо на пренебрежительное отношение к женщине, выполняющей данные функции: «врачиха», «директорша», «географичка». Вряд ли это можно считать удивительным, коль скоро и процедура заключения брака предполагает отказ женщины от своей фамилии и принятие фамилии мужа.

Пользователи (мы умышленно употребляем это слово, чтобы не проводить ненужного здесь различия между носителем родного языка и носителем освоенного языка) английского языка лишены этих трудностей в силу отсутствия системы склонений или спряжений, обусловленных родом. Однако и здесь возник собственный очаг напряженности в сфере обращения: слово «Miss» употреблялось в отношении незамужней женщины, а Mrs. – замужней (дистинкция, указывающая на сексуальную доступность или недоступность женщины для других мужчин), в то время как мужское обращение «Mr» касалось всех мужчин в независимости от семейного положения. Стремление преодолеть эту селективную дискриминацию породило движение за принятие гендерно нейтрального языка (обращение «Ms» для любой женщины, в независимости от ее возраста и семейного положения, но не касательно социального статуса; принятие в части гуманитарной англоязычной литературы негласного правила говорить о человеке вообще с использованием местоимения «she»; стремление заменить философский термин «Man» термином «human being»; наконец, принятой иногда практикой написания «s/he» через косую черту (русский вариант «он/а» представляется неудовлетворительным, т.к. снова выводит на первое место местоимение мужского рода).

Таким образом, можно утверждать, что для феминистической и гендерной теории вплоть до начала XXI века одной из наиболее существенных задач было обнаружение, проявление, манифестация гендера – во-первых, как бинарного (психо)социального конструкта, а во-вторых – как именно женского гендера, поскольку мужской гендер в особых «выявлениях» как бы не нуждался, будучи воплощенным в мириадах социальных и лингвистических практик. И даже те исследователи, которые отмечали, что точно так же, как существует женский гендер, существует и мужской, со всеми вытекающими отсюда правилами, обязанностями и ограничениями, признавали, что принадлежность к мужскому гендеру в патриархальном обществе означает не столько затруднения, сколько фацилитацию в пользовании социальными, экономическими, властными структурами.

Однако в начале нового тысячелетия практики дискурсивных и социальных деконструкций гендера сыграли свою роль в развитии критики эссенциализма, предполагающего, что каждое самостоятельное явление обладает некой «сущностью» – и человек не исключение. Критика этого представления, укоренившегося в западном мышлении со времен Платона, привела к тому, что под удар попало и рассмотренное выше понятие идентичности. В самом деле, если гендер является лишь (психо)социальным конструктом, то не только его нормативность, но и его дескриптивные достоинства целиком и полностью зависят от определенной структуры общества, определенных властных отношений, которые, в свою очередь, уже определяют систему знаниевую (она, по мнению М.Фуко, не является самостоятельным приключением человеческого духа). Более того, активно популяризируемый и обсуждаемый феномен сначала андрогинности, а затем и трансгендерности привел многих исследователей гендерной проблематики к идее о гендере как о спектре идентичностей, в котором «мужской»

и «женский», либо «фемининный» и «маскулинный» не являются единственно возможными, и, в лучшем случае, могут восприниматься как экстремумы, а в худшем – как диаметрально противоположные позиции на шкале вероятностей (такая точка зрения, например, излагается редакцией и авторами нашумевшего январского (англоязычного) выпуска за 2017 года журнала «National Geographic», красноречиво названного «Гендерная революция») [National Geographic 2017].

Как результат, возникла идея, что преодоление гендера возможно путем иного, внегендерного подхода к воспитанию детей, при котором вопрос об идентификации индивида как принадлежащего тому или иному гендеру (поскольку это важный компонент социализации) заменяется вопросом о его самоидентификации на спектре гендерных идентичностей. В этом случае гендерный маркер, или же т.н. «акушерский пол», уступает по важности гендерному самовыражению и гендерному самоопределению.

Интересно, что, возникнув в недрах гендерных исследований, тесно связанных с развитием феминистской теории, трансгендерность сегодня рядом авторов воспринимается как идея, разрушающая не только достижения, но и саму суть феминистской программы (см., напр.: [Jeffreys 2014; 183]). Если гендер перестает быть заданным раз и навсегда, то исчезает и идея о подчиненности женщин, а следовательно, социальные, личностные и теоретические основания для продолжения борьбы за улучшение положения женщин: развенчание теории гендера приводит к тому, что женщины остаются в сетях патриархатных структур, но теперь уже будучи лишенными смысловых оснований для своего освобождения.

В контексте всего выше сказанного более выпукло воспринимается наша основная проблема: интернет-коммуникация оказывается тем особым видом (и пространством) общения, в котором гендерная идентичность,

равно как и отсутствие/присутствие гендерной идентификации могут как проявляться, так и нет. В этом виде коммуникации идентификация пользователя/автора как гендерного индивида становится, во многом, вопросом личного выбора самого индивида, а не тех социальных или дискурсивных сред, в которых он находится. Информационная среда Интернета в каких-то случаях позволяет, а в каких-то – прямо требует гендерной идентификации, тем самым провоцируя пользователя к определению своей гендерной принадлежности, т.е. идентичности. Социальная сеть Facebook, например, предлагает по крайней мере части своих пользователей (доступность и объем этой функции определяется локализацией пользователя) выбор из широкого спектра гендерных идентичностей; для пользователей из России эта функция выглядит как «custom», т.е. как задаваемый самим пользователем набор тегов, описывающих его идентичность. В дополнение к гендерной идентичности пользователь может выбирать и местоимения, соответствующие предпочтительному для *них* способу обращения. Местоимение множественного числа здесь – не только вариант уважительной адресации на «Вы», но и косвенное признание того, что спектр идентичностей может быть не только внешним по отношению к личности, но и внутренне свойственным ей. Иными словами, гендерная идентичность, равно как и ее отсутствие или нежелание ее определять, – это не только актуализация одной из потенциальностей внешней манифестации личности в социуме, но и постоянное состояние активированности поля потенциальностей *внутри* самой личности. Актуализация любой из них не обязательно связана с принципиальным отказом от прочих, особенно в условиях преодоления бинарной гендерной системы. Неопределенность гендерной идентичности в интернет-коммуникации, таким образом, может очень существенно повлиять на наши коммуникативные привычки. Читая,

например, тексты, написанные человеком с неопределенным гендером, более того, с гендером варьирующимся (понятие «гендерной флюидности»), мы можем постепенно привыкать к тому, что гендерная идентичность вовсе необязательно является ключевой характеристикой личности. А если же она таковой и является, то, как и любая другая характеристика, касающаяся, прежде всего, самоощущения человека, подвластна изменениям самого радикального толка (как обозначила это президент аналитического центра «New America» Анна-Мари Слотер в уже упомянутом выпуске «National Geographic», «наше видоизменяющееся чувство себя» [Slaughter 2017; 153]). Такой подход и стал основанием для нашего заявления о том, что «трансгрессия гендера может быть скорее обеспечена идеями перформативности, чем попытками модификации существующих гендерных структур, идеями самореализации личности, а не реализации социальных стереотипов и ожиданий относительно личности в зависимости от ее биологических параметров» [Бразуль-Брушковский 2015; 190].

### Литература

1. Бразуль-Брушковский Е.Г. Возможно ли преодоление гендера? // Зміни в людському самоосмисленні за умов сучасних інформаційних процесів (Тези міжнародної наукової конференції «XXVI Читання, присвячені пам'яті засновника Львівсько-Варшавської філософської школи К.Твардовського», 10-11 лютого 2014 року) / Відп. ред. В.Л.Петрушенко. – Львів, 2014. – С.188-190.
2. Виноградов Є.Г. Передмова редактора українського видання до книги „Хто боїться фемінізму?“ // Хто боїться фемінізму?: Погляд по той бік реакції: зб. статей за ред. Енн Оуклі та Дж. Мітчелл / Пер. з англ., наук. ред., передмова, коментарі та покажчик імен Є.Г. Виноградова. – Львів, 2005. – С. 7-16.
3. Jeffreys Sh. Gender Hurts: A Feminist Analysis of the Politics of Transgenderism. – L., N.Y., 2014. – 215 p.
4. National Geographic (USA Edition). – January 2017. – 158 p.
5. Slaughter A.-M. Our Evolving Sense of Self // National Geographic (USA Edition). – January 2017. – P.153-154.

**PSYCHOLOGICAL AND SOCIAL ISSUES  
OF MANIFESTATION OF GENDER (NON)IDENTITY  
IN INTERNET COMMUNICATION**

An apparent contradiction between feminist agenda and transgender scholars/activists is being discussed in the paper with regard to whether manifestation of gender identity is desirable and what consequences it has for corresponding discourses.

**Keywords:** gender, identity, (non)identity, feminism, transgression, transgenderism.

**Л.А. Брусенская**

*(Ростовский государственный экономический  
университет (РИНХ))*

Публикация подготовлена в рамках поддержанного  
РФФИ научного проекта № 18-012-00085

**МАНИПУЛЯТИВНАЯ ПОДМЕНА ПОНЯТИЙ  
В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ**

К манипулятивным можно отнести прием подмены понятий, который может быть легко осуществлен в результате того, что языковым знакам присуще свойство, связанное с отсутствием симметрии означающего и означаемого.

**Ключевые слова:** медиапространство, манипуляция, подмена понятий, означающее, означаемое, языковой знак.

Манипулятивным является прием подмены понятий. Подмена понятий легко осуществляется вследствие того, что языковые знаки имеют такое свойство, как асимметрия означающего и означаемого. Именно на подмене понятий софисты манипулировали посредством разных значений одного и того же слова. Это им помогало доказывать «недоказуемое». Подмена понятий осуществляется манипулятором при создании «квазисинонимической ситуации». При этом он располагал в одном ряду слова, которые имели смысловую близость только в одном контексте. Например, когда современными медиа



используются в одном ряду понятия: *все эти фашисты, националист, коммунисты*, что приводит к «иррадиации», распространяет негативный, отрицательный смысл на слова, прежде имевшие положительную прагматику. Существительное *коммунисты* в таком контексте приобретает отрицательную прагматику квазилогических синонимов.

Подобная квазисинонимическая ситуация «внедряет» реципиенту выгодные манипулятору оценки, а кроме того, это способ, благодаря которому отправитель высказывания (например, журналист) уклоняется от наказания.

Слова с предельно широкой семантикой способствуют подмене понятий. Выражения типа *общечеловеческие ценности* и *национальные интересы* имеют не только максимально широкое, трудно очерчиваемое значение, но еще и мощную аффективную составляющую, способную к блокированию адекватного восприятия, а следовательно, ведет к осуществлению манипуляции. Известна еще со времен античности квестиция, восходящая к латинскому *quesitio* (расследование), или нечестный вопрос. Фактически этот так называемый «нечестный вопрос» содержит два вопроса, причем вторая часть «нечестного вопроса» может считаться корректной лишь при условии положительного ответа на первую часть, таким образом формулируется пресуппозиция, которая служит опорной для второго вопроса.

Адресант рекламного сообщения (обычно – в телерекламе) «задает вопрос» о том, знает ли адресат, какими замечательными свойствами обладает рекламируемый товар и др., таким образом утверждается, а не доказывается существование всех этих замечательных свойств. С.Г. Кара-Мурза пишет о семантических механизмах, делающих возможным искажение истины, как об универсальных. Он отмечает, что наиболее развитые общества отличаются только частотой и степенью использования способов

искажения онтологической истины. К примеру, современная массовая коммуникация едва ли может внести какой-нибудь вклад в исследование способов искажения онтологической истины: вполне возможно, что современный манипулятор использует приблизительно те же методы, что и софисты в Древней Греции [Кара-Мурза 2006; 603].

Навязывание пресуппозиции также относится к числу самых популярных в арсенале манипулятора приемов. Он состоит в подаче важной для говорящего семантической информации не в качестве новой, требующей анализа, основанного на рациональном знании, а как чего-то само собой разумеющегося, известного или в качестве условия осмысления сказанного [Баранов 2007; 193]. Это можно продемонстрировать на примере: *Сложно сказать, что заставило чиновников столь высокого ранга закрыть глаза на некоторые нарушения законодательства, допущенные при участии дочернего предприятия ГТК.* [Брусенская, Куликова, Беляева 2016; 90]. Здесь внимание фокусируется на идее 'Сложно сказать', имеется в виду, что говорящему не понятны причины, почему чиновники «закрывали глаза» «на некоторые нарушения законодательства», а непосредственно «нарушение законодательства при участии дочернего предприятия ГТК» преподносится как известное, очевидное.

Коммуникативная ситуация, например, по телевидению, в которой постоянно, концентрированно повторяется одна и та же информация, может условно считаться манипулятивной, потому что в таком случае осуществляется эксплицитное воздействие. Постоянный повтор влечет за собой успешную онтологизацию информации и оказывается вполне эффективным приемом воздействия (если особенно сочетается с другими приемами). Человек, который не отрываясь смотрит на экран телевизора и слышит по десять раз одну и ту же информацию, все равно является объектом манипуляции, если даже всякий раз при этом возмущается [Кара-Мурза 2006; 201]. Техника повтора

признается специалистами по рекламе в качестве самого распространенного способа манипулирования, когда успех прохождения информации находится в зависимости не от того, как сообщение было оценено реципиентом, а от того, насколько произошло запоминание фраз и названий. При этом, по мнению одних авторов, при повторах важно вносить в сообщение всякий раз какой-то, пусть незначительный, но новый объем информации, изменять формы и способы передачи содержания, в то время как по мнению других авторов, исследующих механизм внушения, нужно непрерывно, длительно, однообразно повторять рекламные сюжеты, что автоматически повлечет за собой устойчивое поведение потребителей.

Существует мнение, согласно которому одной из причин, связанной с эффективностью рекламы при многократном предъявлении, является ее воздействие на человека в самое разное время суток, а также то, что наиболее сильным влияние рекламы оказывается в какие-то определенные периоды времени, «благоприятность» которых связана с естественным изменением психофизиологических состояний человека, вызванным рекламой, а также состоянием его рефлексии и мышления. Таким образом, в определенных коммуникативных условиях повторение рекламы бывает эффективным, то есть провоцирует потребительский спрос.

К числу манипулятивных логично относятся оперирование имиджами, стереотипизация, упрощение, вместо оперирования логическими конструкциями. В последнее время не только сложились, но и укрепились стереотипные оценки государственной власти в качестве такой силы, которая не может принести что-то хорошее.

Таким образом, границу между честным убеждением и манипулятивными дискурсивными практиками можно назвать границей между аргументативным и скрытым, завуалированным речевым воздействием. К сожалению,

список манипулятивных приемов открыт, и многие из них даже не имеют, как правило, собственных названий.

#### **Литература**

1. *Баранов А.Н.* Лингвистическая экспертиза текста. Теоретические основания и практика. Учебное пособие. М.: Флинта: Наука, 2007. 792 с.
2. *Брусенская Л.А., Куликова Э.Г., Беляева И.В.* Юридическая риторика. Учебник. М.: Норма. 2014. 287с.
3. *Кара-Мурза С.Г.* Манипуляция сознанием. М.: Изд-во Эксмо. 2006. 864 с.

#### **MANIPULATIVE SUBSTITUTION OF CONCEPTS IN MODERN MEDIA**

The method of concepts substitution is manipulative. This technique can be easily implemented due to the fact that linguistic signs have the property associated with the lack of symmetry between the signifier and the denotate.

**Key words:** media, manipulation, substitution of concepts, signified, language sign.

**О.А. Валикова, Н.Л. Синячкина, О.К. Амосова**  
(*Российский университет дружбы народов*)

#### **ПОЭЗИЯ В СЕТИ**

Авторы статьи рассуждают о феномене Интернет-поэзии с точки зрения новой коммуникативной модели, в которой канал трансляции – Сеть – влияет на распределение всех прочих элементов, включая адресанта, адресата и текст. Материалом для анализа послужили стихотворения «звезды рунета» Стефании Даниловой, доказывающие, что киберпространство способно породить не только информационный «джанк», но и высокохудожественный материал, «стабилизирующий» языковой вкус эпохи (В.Г. Костомаров).

**Ключевые слова:** Интернет-коммуникация, интернет-поэзия, креативная языковая личность, Рунет.

Модель коммуникативного акта Р. Якобсона, связывающая адресанта, адресата и текст между ними, в свое время была расширена американским исследователем в области массовой коммуникации Г. Лассуэллом: он обозначил дополнительные элементы речевого процесса, а именно *канал передачи информации* и *коммуникативный эффект на аудиторию* (обратная реакция адресата). Основным каналом передачи информации сегодня является Интернет: виртуальное альтер-эго обрела не только языковая личность, но и целые сообщества, включая холдинги и корпорации. Бизнес, маркетинг, медиа, мировая политика, финансы, искусство лишь «верхушкой информационного айсберга» выходят во внешний мир; основной же массив постепенно погрузился в кибер-пространство. В данном случае канал трансляции повлиял на всю коммуникативную модель: изменились языковая личность, аудитория и собственно текст.

Виртуальный социум, пожалуй, одна из самых успешных моделей «воображаемых сообществ» (Б.Андерсон). «Любое широкомасштабное человеческое сотрудничество...вырастает из общих мифов, из того, что существует исключительно в воображении людей...Корпорации выстраивают собственные мифы. Два незнакомых друг с другом сотрудника Google работают вместе, потому что оба верят в существование Google. <...> Но все это существует лишь внутри тех историй, которые люди придумывают и рассказывают друг другу. В реальности нет богов, наций и корпораций, нет денег, прав человека и законов, и справедливость живет лишь в воображении людей» [Харари 2017; 37].

Интернет-пространство, очень быстро ставшее глобальным, «всеобщим», неоднократно испытывало на себе смену речевых конвенций, связанных с «общественным настроением». Коммуникативный хаос, породивший множество характерных явлений разного уровня, от речевых

стратегий до потока новой лексики (например, хейтинг и троллинг, «свержение литературных норм» и олбанский язык и т.д.) постепенно гармонизировался. Диалоговые площадки в Интернете все чаще становятся модерлируемыми. В сети рождаются новые жанры речевой деятельности, ориентированные на быстрое восприятие и усвоение – твиты, блоги, комментарии и другие. Виртуальный *modus vivendi* повлиял и на потребителя информации, которого отличает не только – и уже не столько – клиповость мышления и тяготение к информационному «джанку» (англ. «мусор», в широком смысле маркирует все, что связано с идеологией быстрого, бездумного потребления: «мусорная еда», «мусорная информация»), но и возрастающая самостоятельность в выборе предпочтительных информационных сегментов. О том, какова сегодня творческая виртуальная личность и кто ее коллективный адресат, свидетельствует такое явление, как Интернет-поэзия.

Если в 2000-ые сетевая литература (сететтура, как определяют ее исследователи) была, по большей части, оцифрованным двойником реальной «бумажной» литературы или ее свободной интерпретацией (в жанре фанфика, например), то сегодня сетевое пространство стало почвой ее прорастания: в Интернете искусство слова не только бытует, но и зарождается. Так, стихи поэтов-миллениалов особой резонансной силы, привлекающие большое количество читателей и «лайков», овеществляются в поэтических сборниках крупных издательств – таких, как «АСТ», «Рипол-Классик», «Эксмо». Интернет стал активно генерирующим новые знаки семиотическим полем. В настоящее время издательством «Эксмо» готовится антология «Живые поэты»; среди 119 авторов большая часть книги отведена молодым поэтам, чье творчество зарождалось и активно развивается в Интернете. Среди них Аля Кудряшева, Илья Данишевский, Ли Гевара, Стефания Данилова и многие

другие. Последнее имя в современной российской литературе занимает особое место.

Данилова – самый молодой член Союза писателей России, поэт, культуртрегер, создатель международного проекта «Всемирный день поэзии» и автор множества поэтических сборников, каждый из которых становится событием в литературной жизни России. Две «официальные» книги поэта – «Веснадцать» и «Неудержимость» – были изданы на материале стихотворений, уже опубликованных в Сети (серия «Звезда рунета»). Раскрывая творческую деятельность таких сетевых поэтов, как Данилова, стоило бы трансформировать прецедентный текст и отметить, что «поэт в Рунете больше, чем поэт»: это и активный PR-менеджер собственного творчества, и блогер, и сценарист онлайн-мероприятий, и режиссер и/или композитор. Для того, чтобы текст в Сети обрел многомерность, поэт дает читателю/зрителю/слушателю прочувствовать его разными способами. Все виды речевой деятельности – и активные, и пассивные – участвуют в формировании поэтического образа (в том числе *говорение* и *письмо*, ставшее благодаря Интернету способом связаться с автором и получить от него комментарий по поводу интерпретации его/ее текста).

К классическим форматам взаимодействия творческой личности с коллективным адресатом (поэтические встречи, концерты, фестивали) добавляются виртуальные: сетевые трансляции выступлений, аудиозаписи стихотворений, доступные онлайн, интермедийные жанры: клипы и фильмы, снятые по мотивам поэтических текстов (см., например,

[https://vk.com/springteen?z=video33426079\\_456239026%2Fvideo80032495%2Fpl\\_80032495\\_-2](https://vk.com/springteen?z=video33426079_456239026%2Fvideo80032495%2Fpl_80032495_-2)).

Сократилась коммуникативная дистанция между автором и читателем: этому способствует не только онлайн-переписка или, например, Skype-общение с поэтом, но и его/ее регулярные посты на продвигаемых личных

страницах, предусматривающих мгновенную обратную связь в виде «лайков»/ «дизлайков» и комментариев подписчиков.

К виртуальной поэзии предъявляются жесткие требования (не столько в области литературной нормы и качества языка, сколько в аспекте взаимодействия с читателем). Основной способ «передвижения» пользователя в Интернете – так называемый «серфинг», когда личность перемещается между страницами по гипертекстовым ссылкам, ненадолго задерживаясь на интересующих сегментах. В подобном контексте автору сложно не только привлечь внимание аудитории к своему профилю, но и регулярно удерживать его на протяжении многих лет. Инструментами аттракции здесь служат и сами тексты, и фото- и видеопосты, и различные формы диалога с адресатом: комментарий, открытое голосование, конкурс, онлайн-хроники и дневники (в этом случае автор рассказывает подписчикам о наиболее важных событиях дня/месяца/года, вовлекая его в «свой круг» общения). Автор жонглирует «виртуальными масками», последовательно создавая «миф» о самом себе: так, Данилова определяет (и прямо, и на уровне аллюзий) себя как «поэтического шизофреника», «надпропастьеворженщину», «смотрительницу Маяка», Кассандру. Ее тематический диапазон охватывает разнозаряженные полюсы: от остросоциальных (см., например, «Альцгеймер») до проникновенно-интимных [Данилова 2014], [Данилова 2015].

В сверхнасыщенном информационном пространстве Интернета поэт должен быть и текстом, и мифом, и брендом, что нередко приводит к созданию искусственного «хайпа» (шумихи) с помощью таких приемов, как содержательная гиперболизация, интенсификация экспрессивности лексических единиц, создание квазиповодов для дискуссий и споров. Зачастую форма подачи текста доминирует над содержанием текста и качеством языка, что позволяет исследователям в очередной раз задуматься об устойчивости



литературной нормы. Действительно, «почва в русском языке просела», как подчеркивает В.В. Колесов [Колесов], но касается это, в первую очередь, речевой культуры. Но даже в виртуальном пространстве нормативной неустойчивости, жанровой текучести, стилистического круговорота и графической «разноголосицы» остаются авторы, не только искусно владеющие «новым русским языком», но и продолжающие традиции «высокого искусства слова» [Апресян 1992]. К таким авторам относится и Стефания Данилова.

Ее поэтический Универсум отличает архетипичность, культурогенность, интертекстуальность и наличие просматриваемой мифотектоники. Текст останется «непрозрачным» для неподготовленного читателя, так как насыщен элементами, требующими развертывания: аллюзиями, реминисценциями, интертекстуальными вставками, свидетельствующими о широком кругозоре автора. Но в то же время этот текст будет востребован в силу своей ритмики и образности. Например,

*Мне снилось то, о чем не говорят. Мне снилось то, чему никто не верит. Мне снился неизвестный картам берег и вмёрзшие по горло якоря (<https://vk.com/springteen>).*

С первых строк читатель «угадывает» за голосом поэта овеществленный архетип Пророка (Пророчицы): вещий сон, прозрение, о котором нельзя сказать (сакральность табу). Впечатление усиливает следующая строка (этому способствует и прием анафоры), в которой архетип выкристаллизовывается в мифологему: перед нами образ Кассандры, отринувшей некогда любовь Аполлона и наказанной за это страшным даром: пророчествовать то, чему никто не верит. Поэт здесь тот, кто может *предвидеть*, но не может *предсказать*, и эта роль изначально сообщает тексту минорное звучание. Последующие образы символичны и культурно насыщены. «Неизвестный картам берег», terra incognita, отсылает читателя к эпохе великих

географических открытий, перенесенной на современность. Мы помним, что до 15 века карты изображали мир как познанный, избегая и темных, и белых пятен. Те карты – символ безвозвратно уходящего «старого мира», на смену которому пришел мир новый – познающий. Кладбище кораблей (и эту информацию мы также выводим из текста: якорей множество) – свидетельство того, что *корабли* были, что были мореплаватели, готовые к путешествию *в одну сторону*. Метафора «вмерзшие по горло якоря» также неслучайна: горло – не что иное, как метонимия самого поэта, его песенного дара (вспомним, например, цветаевское «горло высохшее» в «Разговоре с гением», «Орфея», сквозной мотив «вещего голоса» в русской литературе). «Вмерзшие» во льды корабли пополняют символическую парадигму образов мировой культуры (это и Нальфгар, корабль из ногтей мертвецов, знаменующий конец старого мира (Рагнарёк) в «Старшей Эдде», и Летучий голландец, и «Корабль дураков» Иеронима Босха, и «Пьяный корабль» Рембо). Такая амплификация смыслов способна привести в комплексный образ Поэта новую «маску» - пророчицу Вэльву. Знаменательно, что и Кассандра, и Вэльва предрекали *гибель старого мира*, которая является здесь лейтмотивом. В стихотворении множество подобных примеров: *белый превратился в черный стих* (обыгрывается не только форма – белого стиха – или жанр: причитания, но и древнегреческий миф о Тесее из критского цикла), *я думал, что за мной пришел корабль, [мне] протянута рука и* мн.др.

Благодаря таким поэтам, как Данилова, Интернет служит не только «местом встречи» адресанта и адресата, но и резервуаром высокой стилистики и поэтической культуры. А это значит, что и в кибер-пространстве есть «смотрители» за языковым вкусом эпохи, а литературный язык по-прежнему находится в поиске нормативных координат в изменившемся мире.

### Литература:

9. *Апресян Ю.Д.* О состоянии русского языка. Материалы почтовой дискуссии // Русская речь. – 1992. – № 2. – С. 48 – 57.
10. *Данилова С.А.* Веснадцать. – М.: АСТ, 2014. – 320 с.
11. *Данилова С.А.* Неудержимолость. – М.: АСТ, 2015. – 192 с.
12. *Колесов В.В.* Язык и ментальность. – СПб, 2003. – 240 с.
13. *Харари Н.Ю.* Sapiens. Краткая история человечества [A Brief History of Humankind]. М.: Синдбад, 2017. – 512 с.

### ON-THE-WEB POETRY

The authors of the article discuss the phenomenon of Internet poetry from the point of view of a new communicative model in which the broadcast channel – the Network – influences the distribution of all other elements, including the Author, the Addressee and the Text. The material for our research was the poems by "RuNet Star" Stefania Danilova. Her texts prove that cyber space can generate not only the informational "junk", but also highly artistic material that "stabilizes" the language taste of the era (V.G Kostomarov).

**Keywords:** Internet communication, Internet poetry, creative language personality, Runet.

**Т.В. Вашекина**

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

### МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ В ПРАКТИКЕ ПРЕПОДАВАНИЯ РКИ

В настоящей статье речь пойдет об использовании на разных этапах обучения мультимедийных технологий в преподавании русского языка как иностранного и их роли в процессе обучения. Безусловно, применение мультимедийных средств на занятиях по РКИ помогает оптимизировать сам учебный процесс, способствует реализации лично-ориентированного подхода в обучении, позволяет повысить мотивацию у иностранных

учащихся, развить их познавательную деятельность, обеспечить качество и эффективность самостоятельной работы в процессе обучения, превращает изучение иностранного языка в живой и творческий процесс.

**Ключевые слова:** мультимедийные средства, оптимизация учебного процесса, творческий процесс, наглядность.

Обучение языку как реальному и полноценному средству общения является основной задачей преподавания иностранных языков, в том числе и русского как иностранного. При этом следует отметить, что «уровень знания иностранного языка студентом определяется не только непосредственным контактом с его преподавателем. Для того чтобы научить иностранному языку как средству общения, нужно создавать обстановку реального общения, наладить связь преподавания иностранных языков с жизнью, активно использовать иностранные языки в живых, естественных ситуациях» [Тер-Минасова, 2004; 33-34].

Именно применение мультимедийных средств на занятиях по русскому языку как иностранному превращает изучение иностранного языка в живой и творческий процесс, делает его более разнообразным, интересным, динамичным, максимально приближенным к естественным условиям, очень эффективным. Причем, следует отметить, что использование мультимедийных технологий в обучении русскому языку как иностранному открывает широкие возможности для создания искусственной языковой среды и позволяет не ограничиваться лишь формированием единичной речевой ситуации.

В современном обществе, да и во всем современном мире невозможно себе представить жизнь без гаджетов и других компьютерных средств. Огромное значение они приобретают в сфере образования, а особенно в процессе изучения иностранных языков.

В последнее время мы все чаще и чаще задаемся таким вопросом, как же правильно использовать новые информационные и мультимедийные средства в процессе преподавания русского языка как иностранного. Для достижения у учащихся хороших результатов важно понять, что в процессе преподавания должны участвовать не только современные технические средства, но и новые методы преподавания.

Основная цель изучения иностранного языка состоит в том, чтобы учащийся умел развивать коммуникативные и практические навыки в общении с окружающими. Для достижения этой цели каждый преподаватель должен создавать условия для изучения иностранного языка, придумывать разные интересные задания, выбирать такие методы обучения, чтобы учащийся мог свободно участвовать в коммуникативном процессе, быть полностью вовлеченным в процесс занятия.

Использование информационно-коммуникационных технологий на занятиях по русскому языку со студентами-иностранцами как раз и позволяет осуществить все эти цели.

Внедрение в учебный процесс таких мультимедийных технологий, как видео, компьютер, Интернет-ресурсы, смартфоны, гаджеты, электронные доски, магнитофон, DVD-проигрыватель и др., помогает не только оптимизировать сам процесс обучения русскому языку как иностранному, но и способствует реализации личностно-ориентированного подхода в обучении, позволяет повысить мотивацию у иностранных учащихся, развить их познавательную деятельность, обеспечить качество и эффективность самостоятельной работы в процессе обучения.

Кроме того, процесс обучения с помощью мультимедийных средств значительно упрощается за счет звукового сопровождения учебного материала и наглядности как одного из эффективных способов обеспечения связи между конкретным и абстрактным при получении знаний и формировании новых речевых навыков.

Одним из наиболее эффективных и популярных способов наглядности в практике преподавания русского языка как иностранного является использование мультимедийных презентаций. В данном случае преподаватель использует компьютер, экран-доску и проектор для презентации.

Преимущество использования мультимедиа-презентаций в обучении заключается в удобстве и эффективности визуализации статической информации. Владея элементарными навыками пользования компьютером, преподаватель имеет возможность сделать презентацию для любого конкретного урока. Учащийся может показать преподавателю свою собственную презентацию на иностранном языке, сделав оформление таким, как он сам этого хочет.

В последнее время особую любовь у студентов вызывают видеоролики. Выкладывая в сеть свои видеосообщения, некоторые даже становятся известными блогерами. На уроке можно дать задание, которое позволит учащемуся проявить себя по полной программе – записать видеоролик о прошедшем походе в музей или о поездке на экскурсию. Таким образом мы получим, во-первых, интересное сообщение, а во-вторых, самостоятельное исследование учащегося.

Коммуникация, пожалуй, самый важный аспект в процессе преподавания русского языка как иностранного. Многие студенты зачастую бывают скованными в общении. Исправить это можно с помощью знакомства с другими людьми, изучающими русский язык в Интернете или являющимися его носителями. Общение по переписке дает своего рода определенную «раскрепощенность», студенты могут не бояться ошибиться, но самое главное, – они самостоятельно общаются с другими людьми, узнают много интересного, обмениваются информацией, рассказывают о

традициях и обычаях своих стран, расширяют свой кругозор и, естественно, совершенствуют русский язык.

Таким образом, мультимедийные средства обучения позволяют значительно увеличить объем нужной информации, предлагаемой учащемуся. С появлением современных систем обучения преподаватель может выбрать для каждого ученика особое, индивидуальное задание, подходящее по уровню владения языком только ему. При выполнении учащимся такого задания развивается умение концентрироваться на поставленной задаче. В наше время, пользуясь Интернет-ресурсами, можно найти очень много интересных тестов по уровневому владению русским языком как иностранным. При выполнении таких тестов учащийся может сразу увидеть свои ошибки, понять, какие темы ему нужно будет еще выучить и проанализировать насколько хорошо ему удалось усвоить предмет.

#### Литература

1. *Тер-Минасова С.Г.* Язык и межкультурная коммуникация. – 2-е издание доработанное. – М.: Изд-во МГУ, 2004. – 352 с., ил. – (классический университетский учебник).
2. *Азимов Э.Г.* Методика применения компьютерных технологий в обучении русскому языку как иностранному / Э.Г. Азимов // Методика преподавания русского языка как иностранного. Хрестоматия. - Екатеринбург: Изд-во Уральского государственного университета им. А. М. Горького, 2008.
3. *Акишина А.А., Тряпельников А.В.* Медиа-образ русского языка в учебных пособиях по РКИ на основе ресурсов Интернета (цифровые педагогические технологии) / А.А. Акишина, А.В. Тряпельников // Учёные записки ЗабГУ. Серия: Филология, история, востоковедение. - 2013. - №2 (49).
4. <http://ecoling.sfu-kras.ru/wp-content/uploads/2017/06/Ochirova-I.N..pdf>
5. <http://www.vipstd.ru/index.php/en/серия-гуманитарные-науки/серия-гуманитарные-науки-2016/гуманитарные-науки-2016-март/227-2-37>

## **MULTIMEDIA TRAINING DEVICES IN TEACHING PRACTICE OF RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE**

This article focuses on using multimedia technologies at different stages of teaching Russian as a foreign language and their role in the process of learning. Of course, using multimedia tools at classes of Russian as a foreign language optimizes the educational process itself, allows to increase the motivation of foreign students, to develop their cognitive activity, to insure the quality and effectiveness of self-development work in the learning process, it makes learning foreign language in a lively and creative process.

**Keywords:** multimedia/ multimedia tools, optimization of educational process, the creative process, visual expression.

**Т.С. Веселовская**

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

### **ВИЗУАЛИЗАЦИЯ В ИЗУЧЕНИИ ЯЗЫКА: РУССКИЙ КАК ИНОСТРАННЫЙ**

Статья посвящена проблеме визуализации в обучении. При отборе учебных материалов для изучения русского языка как иностранного необходимо учитывать особенности сенсорного восприятия современных учащихся. Грамотное сочетание текста (или слов преподавателя) и стратегически подходящего иллюстративного материала улучшает понимание, запоминание и обучение.

**Ключевые слова:** визуализация, визуальные материалы, наглядность

В настоящее время коммуникационное пространство насыщено и даже перенасыщено информацией, что требует постоянных усилий по её обработке и осмыслению. Современный человек в большей степени воспринимает информацию через визуальные образы, общается зачастую с помощью языка картинок, цвета, формы. В некоторых



случаях текст приобретает статус сопроводительного комментария.

Одним из ведущих дидактических принципов обучения является принцип наглядности. Особенности применения данного принципа в разных аспектах описаны в работах Я.А. Коменского, И.Г. Песталоцци, К.Д. Ушинского, Л.С. Выготского, П.Я. Гальперина, И.А. Зимней, А.Н. Щукина и др. Использование различных наглядных средств в изучении русского языка как иностранного (далее РКИ) позволяет воспринимать текст одновременно рационально и эмоционально, что способствует более глубокому пониманию и усвоению информации. Чувственно-наглядные впечатления развивают мышление, внимание и наблюдательность. Принято выделять два значения наглядности: «а) как опора в процессе обучения на дидактический принцип наглядности, согласно которому обучение строится на конкретных образах, непосредственно воспринимаемых учащимися; б) как использование на занятиях специальных средств обучения (аудиовизуальные средства обучения, мультимедиа, технические средства обучения)» [Азимов, Щукин 2009; с. 152]. В данной статье мы сосредоточим своё внимание на использовании визуальных (иллюстративных) материалов для семантизации учебных текстов в целом.

Визуализация используется на различных этапах обучения: введение и закрепление нового материала, повторение изученного материала, контроль знаний учащихся. Отдельно отметим, что под визуализацией мы вслед за В.Э. Шевченко понимаем способ графического, невербального представления смысла [Шевченко 2014]. По мнению исследователя, к формам визуализации относятся графические символы, инфографика, фотографии, рисунки и типографика. Визуализация учитывает принципы дизайна, правила композиции, колористики, стиль написания. От обычной иллюстрации визуализация отличается тем, что

становится полноценным носителем информации наряду с текстом [Шевченко 2014]. Развитие средств наглядности под воздействием технических достижений оказывает влияние на уровень сенсорного развития человека. Чтобы повысить дидактический потенциал визуального материала на занятиях по РКИ, необходимо учитывать не только формы предъявления учебного материала и его соответствие техническим характеристикам, но и особенности сенсорного восприятия современного человека.

В докладе на международной научно-практической конференции «Пересекая границы: межкультурная коммуникация в глобальном контексте» (2018г.) исследовательница А.Н. Пучкова поделилась результатами работы по применению технологии регистрации движений глаз – айтрекинга в рамках изучения сложности текста. Длительность фиксации глаз на том или ином элементе (слове, картинке, фразе) связана напрямую с когнитивными (познавательными) процессами человека и во многом зависит от сложности или простоты единицы текста. Разные параметры текста влияют на длительность фиксаций, и параметры движений глаз отражают специфику восприятия текстов [The Oxford Handbook of Reading 2015; с. 44]. Также исследования в этой области показывают, что иллюстративные материалы не всегда способствуют лучшему пониманию текста, а иногда могут исказить смысл [Holsanova, 2014]. Например, слишком яркие, крупные, нестандартные иллюстративные материалы отвлекают внимание человека от текста, могут конкурировать с написанным буквами сообщением. А графики и схемы привлекают больше внимания, чем фотографии и рисунки. Это подтверждают данные пилотажного эксперимента, который был проведен в Государственном институте русского языка им. А.С. Пушкина со студентами подготовительного отделения в 2018 г.

Вопрос механизмов интеграции визуального и текстового материалов для понимания прочитанного в настоящее время актуален. Метод айтрекинга позволяет фиксировать и анализировать движение глаза, отмечая то, на чём человек останавливает взгляд (внимание), а что попадает в так называемую «слепую зону», когда человек перепрыгивает на другой объект и не замечает что-то. Таким образом, новые технологии позволяют сформулировать наиболее успешные стратегии визуализации учебного текста. Остановимся на них подробнее.

1. Визуализация автора, рассказчика или главных действующих лиц текста. Иллюстрации данного типа помогают показать главного персонажа, визуализировать образ героя или героини. Целесообразно приводить в качестве иллюстраций исторических персонажей известные картины художников или знаменитые фотографии. Это позволит не только показать внешность человека, но и погрузить в актуальный лингвокультурный контекст. Например, когда русский слышит «Пушкин», то зачастую перед глазами появляется портрет, выполненный О.А. Кипренским.

2. Визуализация основной темы текста. Данный тип иллюстраций всегда правильно интерпретируется учащимися при понимании общего смысла текста. Более того, такие изображения целесообразно размещать в начале текста, так как это способствует формированию догадки о теме текста. Например, текст о море и на иллюстрации изображено море.

3. Визуализация фрагмента произведения. Иллюстрации такого типа позволяют показать наиболее яркий эпизод текста, обратить внимание на показательную сцену и продемонстрировать русские лингвокультурные нормы поведения.

4. Визуализация места действия. С помощью таких иллюстраций можно показать, как выглядит деревня в Сибири или провинциальный русский город. При чтении

конкретного текста для понимания смысла зачастую необходимо конкретное представление, а не просто общее понимание семантики слова город или деревня.

5. Визуализация времени действия. Такие иллюстрации показывают время года, период в жизни страны или народа. Например, ранняя весна в России, правление Ивана IV Грозного.

6. Визуализация незнакомого явления или объекта. Такой способ семантизации часто используется в обучении РКИ при объяснении новой лексики. Применительно к тексту такие иллюстрации не должны перетягивать на себя внимание. Целесообразно делать их небольшого размера и размещать после текста или непосредственно около слова-стимула.

7. Визуализация, основанная на ассоциациях. Данный вид иллюстраций активизирует ассоциативное мышление, которое возникает у русского человека. Например, текст о любви может сопровождаться картинкой Татьяны и Онегина или Петра и Февронии. Однако данная стратегия визуализации требует отдельного пояснения при работе с текстом. А также внимание учащихся на «считывание» информации с подобных иллюстраций будет увеличено из-за культурных различий в ассоциациях. Целесообразно помещать такие иллюстрации после текста.

При всех типах визуализации важно учитывать лингвокультурологический контекст. Например, в тексте о собаке целесообразнее привести фотографию русской борзой, банк, аптеку или магазин можно иллюстрировать типичными фотографиями объектов, которые студенты встретят в повседневной жизни. Это дает возможность погрузить в русскую лингвокультуру на эмоционально-образном уровне, расширить представления о стране и сформировать положительный образ России и русских. Визуальные образы лучше запоминаются, чем словесное описание и становятся опорами на уроках РКИ, точными и

достоверными источниками информации. Это позволяет иностранцам чувствовать себя комфортнее в незнакомом лингвокультурном пространстве. При ограниченном количестве времени можно оставлять подобные вещи без отдельного комментария. При этом следует учитывать, что сосредоточение внимания на таких визуальных материалах будет дольше.

Указанными стратегиями выбора иллюстративных материалов не исчерпываются все возможности визуализации текста. Однако они являются основными для понимания смысла текста.

#### **Литература**

1. *Азимов Э.Г., Щукин А.Н.* Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). – М.: Издательство ИКАР, 2009. – 448 с.

2. *Шевченко В.Э.* Визуальный контент как тенденция современной журналистики / В. Э. Шевченко // Медиаскоп [Электронный ресурс]. - 2014. - №4. - URL: <http://www.mediascope.ru/1654.->(Дата обращения: 16.02.2018).

3. *Holsanova J.* Reception of multimodality: Applying eye-tracking methodology in multimodal research // *Routhledge Handbook of Multimodal Analysis*. 2014. № November. p. 285–296.

4. *The Oxford Handbook of Reading* под ред. A. Pollatsek, R. Treiman, New York, New York, USA: Oxford University Press, 2015. 520 pp.

#### **VISUALS IN LANGUAGE LEARNING: RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE**

The paper is devoted to the problem of learning a language through visuals. Discussing process of language learning (in particular learning Russian as a foreign language), we should pay attention to the peculiarities of sensory perception of modern students. Combining written text (or teacher's words) with appropriate illustrative material maintains better understanding, memorization and learning.

**Keywords:** visibility, visuals; visual materials

**А.Н. Вибке, А.С. Мамонтов**

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

**ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЯ В АСПЕКТЕ  
СПЕЦИФИКИ ОПОСРЕДОВАННОГО  
КРОСС-КУЛЬТУРНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ  
НА НЕВЕРБАЛЬНОМ УРОВНЕ (НА МАТЕРИАЛЕ  
РУССКО-КИТАЙСКИХ СОПОСТАВЛЕНИЙ)**

В данной статье описывается эксперимент, который дает возможность выяснить, как основные способы передачи невербальной информации, чувств и эмоций в процессе интернет-коммуникации в Рунете воспринимаются носителями китайской лингвокультуры.

**Ключевые слова:** интернет-коммуникация, невербальный язык, эмодзи, межкультурная коммуникация, Китай и Россия;

В настоящее время, человечество в целом переживает крайне интересный с точки зрения социологии, лингвистики, философии, истории и психологии процесс. Речь идет о процессе глобализации. Конечно, подобные явления встречались в мировой истории и ранее, однако только сейчас данное явление охватило весь мир в целом. Причиной всемирной глобализации стали новейшие технологии, позволяющие как быстро путешествовать из одного конца света в другой, так и мгновенно обмениваться информацией на больших дистанциях.

Именно эти технологии и позволяют расширить взаимосвязь различных культур, стран, народов. Формирование информационного общества, базирующегося на современных технологиях, сейчас абсолютно невозможно без использования Интернета, который в свою очередь влияет на самые разные сферы жизнедеятельности человека.

В связи с активным использованием глобальной сети, важное значение получает исследование влияние Интернета на межкультурные, межнациональные контакты, особенно в

молодежной и юношеской среде, так как в основном они сейчас являются активными пользователями Интернета как средства коммуникации.

Если рассматривать «глобальную паутину», с точки зрения средства общения, то важной частью общения между пользователями становятся средства, позволяющие восполнить недостаток отсутствия невербального фона в дистанционном общении. Традиционные знаки препинания, графические значки и символы используются людьми для передачи эмоционального состояния собеседников, с помощью чего осуществляется воздействие на получателя сообщения, участника чата, читателя форума или новостной ленты в социальных сетях. Эмотиконы могут рассматриваться как современные невербальные средства общения, передающие эмоциональное состояние участников коммуникативного процесса. Наравне с междометиями смайлы формируют модальность высказывания. Однако глобализация также подразумевает пересечение культур: воспринимаются ли средства, позволяющие взаимодействовать на невербальном уровне, одинаково носителями разных лингвокультур? Мы провели исследование, проведя анкетирование среди представителей китайской и русской лингвокультур.

В качестве основы для отбора средств для анкетирования была выбрана классификация Агнес Везелски [Veszelszki 2015]. В данном исследовании мы не рассматриваем простые описания эмоций косвенным текстом и слитным описанием со «звездочками» (*inflectives between asterisks*) (так как, по сути, они являются соматическими речениями и уже рассматривались нами ранее [Вибке, Мамонтов 2017], акронимы (так как они часто являются сокращениями коммуникативов и не относятся к невербальному фону коммуникации). Таким образом, из средств выражения невербального фона коммуникации мы рассмотрим именно эмотиконы (*emoticons*). Они имеют

подвиды: 1) созданные при помощи знаков препинания; 2) созданные при помощи иероглифов кандзи, пунктуационных знаков и прочих символов японской раскладки клавиатуры; 3) изображение или иконка.

Целью проведённого нами эксперимента являлось установление особенностей восприятия невербальных средств интернет-коммуникации, употребляемых носителями РЯ в рунете, представителями китайской лингвокультуры; определение ассоциативной связи между эмоджи и его означаемым. Материалом для эксперимента послужили 70 эмоджи, разделенные на 3 группы: 1) горизонтальные смайлы, 2) каомодзи, 3) графические эмоджи.

В эксперименте приняло участие 53 представителя китайской лингвокультуры, в возрасте от 16 до 30 лет. В ходе эксперимента им были предъявлены анкеты инструкцией на китайском языке и таблицы со следующими параметрами: 1) Эмоджи; 2) Используете ли вы или ваши знакомые данный эмоджи? 3) Понятен ли смысл данного эмоджи? 4) Если да, то объясните его значение (кем и в какой ситуации используется); 5) Если нет, то что он может обозначать? 6) общие черты выражения невербального уровня в интернет-общении (капс, частота использования эмоджи и др.). Также были опрошены 15 носителей русской лингвокультуры для сравнения концепта данных эмоджи с восприятием их носителями китайской культуры.

#### 1) Горизонтальные смайлы

В ходе опроса было выяснено, что 20% респондентов не понимают значения эмоджи :-@, который воспринимается носителями РЛ как «кричащий смайлик». 32% процента иначе интерпретировали эмоджи :\*(, воспринимая его как «огорчение и смущение» (а не «плачь», как у носителей РЛ), так как в коммуникации представителей данной лингвокультуры «звездочками» чаще обозначают румянец (напр. в каомодзи \*^\_^\*). Непонятны были также



эмодзи \m/ (94%, обозначающий жест «коза») и [:||||:] (обозначающий «баян», в интернет-сленге – устаревшая новость/тема) в силу своей узко направленности. Для анализа также был предоставлен эмодзи «хд», который является аналогом смеющегося смайлика XD, но печатаемого в русской раскладке для экономии средств: данный эмодзи был не понят в 96% случаев.

## 2) Каомодзи

Каомодзи у носителей КЛ имеют меньшую популярность, чем в Японии, т.к. пишутся при помощи кандзи, но чаще, чем в русской интернет-коммуникации: чаще всего данный вид смайликов используется на имиджбордах, где есть автовод подобных средств выражения. Данные эмодзи реципиентам было проще интерпретировать, т.к. для обеих культур данное средство выражения является заимствованным.

## 3) Графические эмодзи

Графический эмодзи №1 (см. рис.1) – лицо с закрытыми глазами и пузырьком из носа – данное изображение обычно используется в мейне и в аниме, чтобы карикатурно показать уснувшего человека. 4% реципиентов КЛ, однако, расценивают этот эмодзи как «болеющий». Эмодзи №2 (сложенные ладони) используется носителями РЛ как «руки, сложенные в мольбе», т.е. для просьбы или мольбы, тогда как носители КЛ понимают это как благодарность (74%) и приветствие (62%). Эмодзи №3 неоднозначно интерпретируется всеми представителями, однако среди представителей РЛ более распространенной была интерпретация «вот!» (33%), тогда как среди КЛ более распространенным было «стоп» (28%) и «сдаюсь» (66%). Эмодзи №4-5 в восприятии носителей КЛ означают, следовательно, «шесть» и «десять», тогда как для представителя РЛ это «телефон» или «знак выпить» и «знак поддержки» («держись») или «знак победы». И, наконец, эмодзи №6 чаще всего воспринимался носителями РЛ как

приветствие (66%, для прощания используется другое направление взмаха), тогда как носители КЛ воспринимают этот жест в обоих смыслах.



Рис. 1

#### 4) Общие отличия использования невербальных средств

В целом, использование невербальных средств в интернете, как и в реальной жизни, обусловлено менталитетом представителей разных лингвокультур. Собранные нам данные об использовании соответствующих средств носителями КЛ подтверждают некоторые особенности, свойственные им в выражении невербалики в реальной жизни [Мамонтов, Морослин 2015]. Китайцы предпочитают не использовать «капс» (т.е. сплошные заглавные) в разговоре, если пишут латиницей/кириллицей (использование иероглифов вовсе исключает подобный выбор), который позволяет имитировать повышение голоса в разговоре. Для растяжения слога используется символ ~, так как просто повторение буквы в слове невозможно при использовании иероглифов. В целом, согласно авто наблюдениям реципиентов, использование эмодзи одинаково важно для обеих культур, однако чаще используется у представителей КЛ для, как уже было замечено ранее, создания модальности высказывания и подчеркнутой дружелюбности в разговоре.

Исследование выявило, что межкультурное общение молодежи в Интернете имеет ряд особенностей:

1. При межкультурном общении присутствует барьер и некоторые средства непонятны представителям иной лингвокультуры.

2. При использовании смайликов и прочих элементов невербальной коммуникации важно учитывать различия в культурном коде получателя и отправителя.

Принципы коммуникации как основы функционирования культуры, протекание и содержание духовных процессов, формы знания и типы мышления меняются в связи с увеличивающимся влиянием различных информационных технологий. Появляются новые формы культуры, тесно связанные с технологиями и феноменом интерактивности.

Интернет становится средством общения на различных языках, открывает доступ к мультимедийной и текстовой информации, пользователи получают возможность публиковать свои записи, таким образом повышая общую осведомленность о мире и формируя навыки контактов с различными культурами, общую социализацию личности и установлению причинно-следственных связей различных социокультурных явлений.

Одновременно представленная работа содержит в себе множество потенциальных возможностей для проведения дальнейших научных изысканий, связанных, к примеру, со спецификой процесса внедрения новых информационных технологий в межкультурную коммуникацию, с выбором стратегии распространения коммуникаций в российском Интернете. А также имеет важное значение как для теории и практики обучения языку как средству межкультурной коммуникации с учётом национальной культуры адресата, так и при подготовке специалистов по направлению «Русский язык и межкультурная коммуникация», вот уже несколько лет успешно реализуемой в Гос. ИРЯ им. А.С. Пушкина.

### **Литература**

1. *Вибке А.Н., Мамонтов А.С.* Эксперимент как способ экспликации национально-культурной специфики русских соматических речений на фоне китайской лингвокультуры. – Язык. Коммуникация. Культура Альманах по материалам Первой

международной заочной научно-практической конференции молодых ученых. – М., 2017. – С. 21-24.

2. *Мамонтов А.С., Морослин П.В.* О некоторых особенностях русского и китайского вербального и невербального этикета в аспекте обучения языку как средству межкультурной коммуникации. – Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Русский и иностранные языки и методика их преподавания. – М., 2015. – С. 183-190.

3. *Veszelszki, Ágnes.* Emoticons vs. Reaction-Gifs Non-Verbal Communication on the Internet from the Aspects of Visuality, Verbality and Time. – Budapest, Hungary. – Corvinus University of Budapest, 2015. [[https://www.researchgate.net/publication/303259227\\_Emoticons\\_vs\\_Reaction-Gifs\\_Non-Verbal\\_Communication\\_on\\_the\\_Internet\\_from\\_the\\_Aspects\\_of\\_Visuality\\_Verbality\\_and\\_Time](https://www.researchgate.net/publication/303259227_Emoticons_vs_Reaction-Gifs_Non-Verbal_Communication_on_the_Internet_from_the_Aspects_of_Visuality_Verbality_and_Time)]

**INTERNET-COMMUNICATION IN THE ASPECT  
OF SPECIFICIZED CROSS-CULTURAL INTERACTION  
SPECIFICED AT THE NON-VERBAL LEVEL  
(ON THE MATERIAL OF RUSSIAN-CHINESE  
COMPARISONS)**

This article describes an experiment that provides an opportunity to find out how the main ways of transferring non-verbal information, feelings and emotions in the process of internet communication in ru-net are perceived by the carriers of Chinese linguoculture.

**Keywords:** internet communication, non-verbal language, emoticons, intercultural communication, China and Russia.

**Т.Е. Владимирова**

*(Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Российский университет дружбы народов)*

**ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ В ОБУЧЕНИИ  
ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ РУССКОМУ ЯЗЫКУ**

Настоящая статья посвящена психолого-педагогическому аспекту разработки компьютерных

программ для обучения иностранных студентов русскому языку.

**Ключевые слова:** русский язык как иностранный, коммуникативная компетенция, компьютерные программы, когнитивный стиль.

Действующая концепция преподавания русского языка как иностранного (РКИ) представляет собой целостную совокупность методических принципов, ценностных ориентаций, подходов, методов и приемов, направленных на формирование когнитивно-коммуникативной компетенции на изучаемом языке. Однако собственно психолого-методические основы взаимодействия преподавателя и учащихся раскрываются в ней, как правило, без опоры на современные образовательные технологии. Вместе с тем эффективное обучение русскому языку для получения образования в российских вузах с необходимостью предполагает опору на информационно-коммуникационные технологии.

Рассматривая коммуникативно-событийную доминанту учебной деятельности как отвечающую сущностной потребности студентов в общении с носителями языка и в получении образования, предлагается перевести выполнение тренировочных упражнений, контролирующих знание лексико-грамматических средств и отработку их форм, в режим самостоятельной работы студентов с использованием компьютерных программ. Это позволит снизить контрольно-регулятивную направленность аудиторных занятий, которые нередко протекают в атмосфере растущей отчужденности и рутинного соприсутствия. Перенос акцента с задач изучения определенного лексико-грамматического материала на его использование в лично значимых ситуациях речевого взаимодействия позволяет студентам проявить свою индивидуальность и когнитивные способности. Особое значение при этом приобретает сформировавшийся у

студентов **КОГНИТИВНЫЙ СТИЛЬ** как предпочитаемый способ восприятия, понимания и запоминания языковых / речевых средств, который сообщает учебной деятельности определенный эмоциональный настрой (положительный – в случае совпадения с предложенной методикой или отрицательный – при несовпадении с ней). Так, в практике преподавания существует целый ряд учебников с достаточно жесткой обучающей программой, которая, как правило, ориентирована на гипотетического учащегося и является отражением когнитивного стиля его авторов. Чем глубже различия между обучающим профилем и когнитивным стилем учащегося, тем серьезнее трудности, которые неизбежно возникают в процессе овладения русским языком. Поэтому создание обучающего модуля, который учитывал бы когнитивные стили студентов, становится с развитием полифункциональной компьютерной техники одним из приоритетных направлений методики преподавания РКИ.

Настоящая статья посвящена проблеме учета когнитивных стилей иностранных студентов при создании Интернет-ресурсов, которые выступают как средство интерактивного подхода в развитии речи на русском языке. Так, например, психолого-педагогическое обеспечение презентации, отработки и контроля усвоения языкового и речевого материала на основе адаптивной системы самостоятельной работы позволяет учащимся выбрать наиболее привлекательный тип заданий. При этом особую важность приобретает ориентация на **доминирующий канал восприятия, тип психики и стиль мышления студентов**.

В этой связи отметим, что большинство пользователей предпочитает **зрительный, слуховой или кинестетический канал восприятия** и только немногие не обнаруживают каких-либо предпочтений, успешно используя все каналы. Поэтому гибкая обучающая модель должна предусматривать различные стратегии обучения, предоставляя возможность выбора. Студенты с доминирующей визуальной

перцептивной модальностью выбирают чтение, студенты с развитым слуховым каналом – аудирование и говорение, а кинестетики – письменные задания. В этой связи отметим, что в процессе взросления и обучения формируется и четвертый, существенно более редкий, тип личности: дискреты, воспринимающие информацию путем логического осмысления [Князева 2015]. Это делает актуальной разработку специальных текстов для чтения и аудирования, которые представляют собой цепь логических умозаключений, что соответствует ожиданиям студентов-дискретов.

Практика обучения РКИ с опорой на компьютерные программы при общей рекомендации выполнить задания, которые вызывают наибольший интерес, позволяет высказать следующее соображение. Студенты, справившись с выбранным типом заданий, как правило, переходят к более трудоемким видам работы, активизирующим менее развитые каналы восприятия. В целом, свобода в выборе заданий по чтению, аудированию, говорению и письму, предоставляемая программой, делает процесс работы более привлекательным, способствуя взаимосвязанному развитию всех видов речевой деятельности. Попутно заметим, что эффективность аудиовизуального метода основывалась преимущественно на успешном овладении языком аудиалами и визуалами, а усвоение языка аудиолингвальным методом оказывалось эффективным для аудиалов, но оба метода были нерезультативны для кинестетиков. Последние хорошо справляются с письменными заданиями (заполнение анкет, конспектирование, изложение, сочинение и т.п.).

Создание личностно-ориентированного обучающего модуля требует также учета типов психики потенциальных пользователей, каждый из которых может представлять собой в психологическом плане сочетание таких типов, как интроверт / экстраверт, интуитивный / сенсорный, мыслительный / чувствительный, восприимчивый /

рассудочный. Так, например, **интроверт** характеризуется направленностью на собственный внутренний мир, стремлением ограничить круг своего общения, а его интересы и отношения с окружающим миром отличаются глубиной. В процессе обучения русскому языку он отдает предпочтение чтению и письменным формам работы, с увлечением относится к анализу языка и прочитанных материалов, не реагируя при этом на внешние стимулы. Напротив, **экстраверт** направлен на внешний мир, любит общение, групповые формы работы и творческие задания, позволяющие ощутить успех, с интересом осваивает новое и положительно реагирует на поощрение и поддержку. Экстравертам свойственна склонность к правополушарной ментальной деятельности, а интровертам – к левополушарной.

С развитием полифункциональной компьютерной техники появилась возможность создать обучающий модуль, отвечающий когнитивным предпочтениям обоих типов пользователей. Отличительными особенностями «правополушарной» стратегии должно стать представление русского языка как целостной, наглядно-образной языковой картины, активизирующей благодаря яркой образности, метафоричности и оригинальности все стороны перцептивно-мнемической деятельности пользователя. Разумеется, из поля зрения разработчиков не должно исчезать и развитие вербально-логических действий и операций, необходимых для усвоения грамматического аспекта языка. «Левополушарная» модель овладения РКИ, напротив, требует представления языка как системы, функционирующей по определенным законам и правилам, и организации обучения как последовательного ряда задач, упражнений и заданий, выполнение которых мобилизует интеллект и опирается на умение работать на уровне системных обобщений. Таким образом, создание гибкой технологии обучения и интерактивного взаимодействия с



пользователем во многом обусловлено способностью компьютерных программ «подстраиваться» под стиль мышления обучаемого, предоставляя ему возможность работать в естественном и привычном режиме.

В этом контексте заметим, что подавляющее большинство учебников русского языка для иностранцев ориентировано на «левополушарных» учащихся, вследствие чего «правополушарные» учащиеся вынуждены приспосабливаться к несвойственному им когнитивному стилю, испытывая при этом психологический дискомфорт. Думается, что известное суждение о чрезмерной трудности русского языка во многом обязано именно этому типу студентов. Попутно заметим, что «левополушарные» обучаемые также нередко испытывают неудовлетворенность учебниками, которые, будучи написанными методистами-гуманитариями, недостаточно, по их мнению, используют интеллектуальный потенциал обучаемого.

«Правополушарные» учащиеся, приступая к изучению иностранного языка, уделяют повышенное внимание его фонетико-интонационному аспекту: их мышление отличается целостностью, индуктивностью, образной наглядностью и субъективностью. Благодаря произвольному запоминанию, развитой интуиции и кратковременной памяти, умению синтезировать отдельные элементы в словосочетания, предложения и высказывания они быстро переходят к свободному продуцированию (на основе усвоенных языковых моделей), но испытывают при этом затруднения, связанные с недостаточным знанием грамматики. Доминантность левого полушария в процессе овладения новым языком проявляется в преимущественном внимании к вербальной, логической стороне языка. «Левополушарные» студенты стремятся увидеть в изучаемом языке стройную систему, организованную по определенным правилам, поэтому их мышление отличается дедуктивностью, абстрактностью и объективностью, а

внимание сосредоточено на расщеплении любой информации и ее детализации. Ведущая роль в их занятиях языком принадлежит рациональному осмыслению и усвоению правил, произвольному запоминанию, опирающемуся на долговременную и вербально-логическую память, поэтому они демонстрируют хорошее знание грамматики, обладают значительным словарным запасом, но произносительные навыки и собственно коммуникативная компетенция обнаруживают заметное отставание.

В заключение согласимся с М.Н. Вятютневым, считавшим анахронизмом учебники, в которых реализуется одна технология обучения [Вятютнев 1984; 88]. Компьютерные программы призваны стать гибкой обучающей моделью, которая предусматривает различные стратегии обучения в зависимости от когнитивных стилей студентов.

#### **Литература**

1. *Вятютнев М.Н.* Теория учебника русского языка как иностранного (методические основы). – М. 1984. – 144 с.
2. *Князева А.О., Рассолова И.Ю.* Влияние психологического типа на процесс обучения в маркетинге //Евразийский союз ученых. 2015. №4–6.

#### **INTERNET RESOURCES IN THE TRAINING OF FOREIGN STUDENTS TO RUSSIAN LANGUAGE**

This article is devoted to the psychological and pedagogical aspect of developing computer programs for teaching foreign students to the Russian language.

**Keywords:** Russian as a foreign language, communicative competence, computer programs, cognitive style.

**Я.А. Волкова**

*(Российский университет дружбы народов)*

## **ДЕСТРУКТИВНЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ ТАКТИКИ В МЕЖЛИЧНОСТНОМ ВИРТУАЛЬНОМ ОБЩЕНИИ**

В статье рассматриваются тактики деструктивного общения, используемые в виртуальном дискурсе: троллинг, флейминг и кибербуллинг. Устанавливается соотношение анализируемых тактик с деструктивными тактиками реального общения, выявляется их специфика в рассматриваемом типе дискурса.

**Ключевые слова:** деструктивное общение, виртуальный дискурс, коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика.

Виртуальное общение – понятие, возникшее относительно недавно, и обязанное своим появлением стремительному развитию информационных технологий. Сам термин «виртуальный дискурс» определяется через понятие текста, погруженного в ситуацию общения в виртуальной реальности, которая, в свою очередь, определяется как особая модель реальности, возникающая на основе новых информационных технологий при помощи компьютерной и некомпьютерной техники и реализующая такой принцип взаимодействия пребывающих в ней субъектов, как коммуникация образов [Лутовинова 2013; 11]. Подобно любому другому типу дискурса, виртуальный дискурс имеет своим главным системообразующим компонентом языковую личность, которая в системе виртуального дискурса приобретает статус виртуальной языковой личности. Понятие виртуальной языковой личности является одним из сложнейших в современной науке, ибо оно не может быть сведено «ни к реальному типу личности, ни к вымышленному, поскольку грань между личностью, действующей от своего собственного лица, и личностью, создающей несуществующий образ, в

виртуальном дискурсе неопределима» [Лутовинова 2013; 13]. Виртуальный дискурс, практически полностью элиминируя невербальную составляющую коммуникации, наделяет виртуальную языковую личность невероятной степенью свободы и, соответственно, безответственности и безнаказанности за свои виртуальные действия. Нормы этики и морали приобретают такой же виртуальный статус, как и сама языковая личность, что позволяет реализовывать в сети различные агрессивно-деструктивные стратегии коммуникации.

Проблемы вербальной (речевой, словесной, языковой) агрессии приобрели популярность в работах современных лингвистов и коммуникологов. Традиционно объектом изучения в подобного рода исследованиях выступают стилистически маркированные языковые единицы (например, грубая лексика), выражающие отрицательную оценку. Однако очевидно, что чисто языковой анализ лексических (лексико-грамматических, синтаксических) средств выражения деструктивных эмоциональных состояний дает мало информации для понимания того, как работают коммуникативные механизмы деструктивности. Некоторые проявления агрессии в речи (например, инвективное словоупотребление) могут оказаться способом выплеснуть негативные эмоции, а неприемлемая с точки зрения литературных или этических норм тональность общения может быть вполне приемлема адресатом. Однако существует особый тип коммуникативного поведения, который мы называем деструктивным типом общения [Волкова 2014]. Этот тип общения регулируется кластером негативных эмоций, ядро которого составляют эмоции группы враждебности [Изард 1980; Волкова 2014], и направлен на сознательное и преднамеренное причинение собеседнику морального и/или физического вреда. Адресат демонстрирует отрицательные эмоциональные реакции. Важнейшей характеристикой деструктивного общения

является чувство удовлетворения, испытываемое адресантом от страданий жертвы, и/или сознанием собственной правоты. Стремление личности возвыситься за счет унижения собеседника составляет интенциональную базу деструктивного общения, что предопределяет основные пути его реализации.

В реальном деструктивном общении генеральная когнитивная стратегия деструктивного общения направлена на психоэмоциональное «уничтожение» противника, она может быть описана как стратегия собственного возвышения за счет унижения партнера по общению [Волкова 2014; 202]. Так как действия говорящего в деструктивном общении по определению направлены против собеседника, то основная стратегическая линия коммуникации получила название конфронтационной. Вспомогательными стратегиями по отношению к основной выступают инвективная стратегия и стратегия манипулирования, каждая из которых обладает определенным набором тактик. Что касается виртуального общения, то исследователями выделяется набор тактик, характерных исключительно для данного типа дискурса, а именно флейминг, троллинг и кибербуллинг. Троллинг традиционно определяется как речевая провокация с целью эскалации коммуникативного конфликта [Воронцова 2016], флейминг – как «спор ради спора» в виртуальном общении, нарушающим правила конструктивного сетевого общения и приводящий к агрессивным вербальным реакциям [Лутовинова 2013; 21]. Т.А. Воронцова удачно называет первую тактику «агрессивным речевым воздействием», а вторую – «агрессивным речевым взаимодействием» [Воронцова 2016; 113]. Кибербуллинг представляет собой комплексное явление, заключающее в травле, преследованиях жертвы с помощью различных цифровых средств, включая сообщения в социальных сетях, СМС, электронной почте и пр. Однако если отойти от названий и заглянуть в суть изучаемых явлений, то можно утверждать,

что перед нами – традиционные стратегии и тактики деструктивного общения в реальной коммуникации, обладающие определенной спецификой в связи с каналом и асинхронным характером коммуникации.

Коммуникативное поведение тролля в виртуальном общении демонстрирует реализацию манипулятивной стратегии деструктивного общения: тролль провоцирует негативную реакцию адресата(ов) с помощью различных коммуникативных тактик – оскорбления, эксплицитной негативной оценки личных или профессиональных качеств участника(ов) общения, издевки, несправедливой критики. Коммуникативная задача тролля представляется очевидной – перехватить инициативу в общении, унижить собеседника, создать его негативный имидж, испортить настроение участникам форума:

Реплика в ответ на публикацию фото молодой девушки, которое похвалили на форуме: *Вы выглядите хорошо, просто замечательно. Сколько Вам - 35? 37? Явно до сорока. Только в глазах всеобъемлющая обреченность* (<http://www.fordating.ru/forum/86-1170-4>).

Далее следует словесная перепалка, достигнута цель данного коммуникативного акта – конфликт, от наблюдения за развитием которого тролль получает удовольствие.

Флейминг часто выступает как продолжение троллинга – это «спор ради спора, в котором все средства хороши» [Воронцова 2016; 111]. Ситуации флейминга характеризуются высокой степенью бессмысленной вербальной агрессии, основная функция которой, на наш взгляд, чисто катартическая.

Брайтон: Не, психиатр там не поможет, так как вместо мозга там пустота и американцы. У патриота выдался свободный вечерок, судя по-всему))))))

Лина: Жаль, что вам мозгов не доложили.

Брайтон: У вас потрясающе хорошая самокритика. И главное, что по вашим комментикам это сразу всем видно).

Это твои друзья после дури?)

([https://health.mail.ru/news/materey\\_sester\\_i\\_zhen\\_nazvali\\_samy\\_mi\\_trudnymi/comments/?page=4](https://health.mail.ru/news/materey_sester_i_zhen_nazvali_samy_mi_trudnymi/comments/?page=4))

Собеседники не видят и, вероятнее всего, не знают друг друга: оскорбления, угрозы, отсылы, злопожелания, издевки, несправедливая критика – все прямые тактики инвективной стратегии реального общения, имеющие место в данном жанре виртуального дискурса, зачастую имеют целью самоутверждение, излитие недовольства, переориентацию агрессии из реальных жизненных ситуаций на виртуальные. Учитывая асинхронный и дистантный характер виртуального дискурса, можно также с высокой долей вероятности исключить неинтенциональное использование вербальной агрессии, что позволяет отнести данное коммуникативное взаимодействие к деструктивному.

Коммуникативные стратегии троллинга и флейминга имеют место практически на любом форуме, что свидетельствует о чрезвычайно высокой распространенности деструктивного общения, а, следовательно, высокой степени эмоциональной и социальной напряженности в интернет-сообществе.

Особое место в ряду деструктивного арсенала виртуального дискурса занимает стратегия кибербуллинга, ставящая перед собой морального и даже физического уничтожения адресата путем его травли в электронных ресурсах. В отличие от других деструктивных стратегий и тактик виртуального общения кибербуллинг активно задействует невербальные средства (размещение в сети унижительных карикатур, фотографий и видеороликов), а также косвенные тактики инвективной стратегии, среди которых первое место занимает распространение ложной негативной информации о жертве и публикация информации о жертве вопреки ее воле. Также зафиксированы случаи, когда кибербуллинг использовался в сочетании с травлей в реальной жизни, что приводило к психологическим травмам

и суициду жертвы. Таким образом, если в коммуникативных стратегиях троллинга и флейминга можно признать наличие, хотя и специфического, но игрового компонента (спровоцировать «драку» и насладиться тем, как дерутся другие), то кибербуллинг представляет собой реализацию деструктивной тактики коммуникативного садизма [Волкова 2014; 204-210], что наносит тяжелый, порой непоправимый, психологический ущерб жертве.

Подводя итоги, отметим, что разнообразные проявления деструктивности в виртуальном общении обусловлены не только и даже не столько целями, которые преследуют коммуниканты, а анонимностью и безнаказанностью. Рассмотренные деструктивные коммуникативные тактики в виртуальном общении не уникальны и имеют корреляты в реальной коммуникации, что свидетельствует об универсальном характере деструктивного типа общения.

#### **Литература**

1. Волкова Я.А. Деструктивное общение в когнитивно-дискурсивном аспекте. – Волгоград: «Перемена», 2014.
2. Воронцова Т.А. Троллинг и флейминг: речевая агрессия в интернет-коммуникации // Вестник Удмуртского университета. Серия «История и филология». – 2016. – № 2. – С.109– 116
3. Изард К. Эмоции человека. – М.: Изд-во МГУ, 1980.
4. Лутвинова О.В. Языковая личность в виртуальном дискурсе: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – Волгоград, 2013.

#### **DESTRUCTIVE COMMUNICATIVE TACTICS IN INTERPERSONAL CYBER COMMUNICATION**

The article deals with some tactics of destructive communication in cyber discourse, namely trolling, flaming and cyberbullying. The correlation of these tactics with the destructive tactics of real communication is established, their specific features are revealed.

**Key words:** destructive communication, cyber discourse, communicative strategy, communicative tactics.



**К.А. Врыганова, М.В. Избицкая, Е.В. Костина**  
(*Ивановский государственный химико-технологический университет*)

**РЕАЛИИ НОВОГО ВРЕМЕНИ  
КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ ПРОЦЕССА  
ПОЯВЛЕНИЯ И УПОТРЕБЛЕНИЯ НЕОЛОГИЗМОВ**

Статья посвящена анализу некоторых неологизмов и окказионализмов, возникших в английском языке под влиянием новых информационно-сетевых технологий и реалий общения (wiki, Google, Facebook) и зарегистрированных в конце XX - начале XXI века в ряде электронных словарей. На основе словарных материалов приводятся сведения о времени появления новых слов и словосочетаний, их производных и семантике.

**Ключевые слова:** неологизмы, номинации, цифровая эра, семантика, информационно-коммуникационные технологии.

Новые слова, особенности их образования и важность изучения для понимания самосознания современного человека и актуальных дискурсивных практик уже становились объектом исследования лингвистов [Иванова 2014, Иванова, Врыганова 2016, Избицкая 2013, 2015, Карташкова 2015, Кольцова 2017, Несветайло 2010]. В сферу наших интересов попали номинации информационно-коммуникационных технологий и новых явлений, появившиеся на рубеже веков XX-XXI веков, которые уже прочно вошли в нашу жизнь и стали привычными атрибутами цифровой эры. Анализ истории развития wiki (год появления - 1995), Google (1998), Facebook (2004) позволяет исследователям сделать достаточно мотивированные выводы об адаптации данных номинаций английским языком, их заимствовании рядом других языков и появлении за короткое время большого словообразовательного гнезда, то есть образованных от них новых слов и словосочетания.

В данной статье будут рассмотрены англоязычные неологизмы, образованные от слов *wiki*, *Google*, *Facebook* и новые словосочетания с ними, зарегистрированные в ряде электронных словарей [12, 15, 16, 17]. Отметим, что выбранные словари получили высокую оценку специалистов в области неологии [14].

Как известно, авторский неологизм **wiki** (1995) для обозначения новой тогда технологии быстрого доступа к сети был заимствован из гавайского языка (имеет значение «быстро») американским программистом Уордом Каннингхэмом [Иванова, Костина 2013]. Одним из первых словарей, зафиксировавших слово **Wiki** (2005), стал словарь неологизмов «WordSpy» (далее - *WS*): также в 2006 были зарегистрированы слова-слитки **Wikipedia** (*wiki* + *encyclopedia*) и **wikiality** (*Wiki* + *reality*) [17].

Отметим, что в *English Oxford Living Dictionaries* зафиксировано существительное **Wikipedian** в значении «человек, который вносит регулярный вклад в написание статей в Википедии» [11]. *Cambridge Dictionary* [10] фиксирует слова-слитки **WikiLeaks** и **wikinomics**. Отметим, что слово-слиток **wikinomics** (*wiki* + *economics*) означает описание такой ситуации, когда из-за большего вовлечения клиентов и пользователей в конечный продукт изменились отношения между бизнесом и рынком, что еще раз подтверждает идею об изменении ключевой семы *wiki* с «быстро» на «совместно» [Иванова Костина 2013]

Интересно, что со временем, как и всякое необычное и популярное слово, **wiki** было переосмыслено и получило дополнительную (отрицательную) коннотацию в связи с повсеместным использованием самого главного интернет-ресурса – онлайн энциклопедии **Wikipedia**. Так, один из популярных электронных словарей **Urban Dictionary** (далее - *UD*) содержит около 700 слов с элементов **wiki**, имеющих непосредственное отношение к энциклопедии, редактированию, поиску информации. Вот несколько

примеров: **Wikoogletionary (Wikipedia + Google + Urban Dictionary)** - использование Wikipedia, Google и Urban Dictionary чтобы не получить абсолютно никакого результата, **Wikiism** – ситуация, когда достаточное количество людей верят во что-то, то это и есть правда, что часто закреплено статьями Википедии, которые содержат неверную информацию, **Wikiwash** - отредактировать факты в Википедии так, чтобы они соответствовали дезинформации, которую кто-то уже разместил в статье [15].

Таким образом, словообразовательное гнездо слово **wiki** насчитывает к настоящему времени несколько десятков единиц, которые применяются в английском языке для номинации процесса совместного участия в разных отраслях общественной жизни, однако связь с Wikipedia дает отрицательную коннотацию.

Далее рассмотрим особенности регистрации слова **google** и его производных. Отметим, что домен google.com был зарегистрирован в 1997 году. По словам представителей компании, название является игрой слов (**googol** - число, в десятичной системе исчисления, изображаемое единицей со 100 нулями) [13] и отражает основную «миссию» о массовости информации основателей - Ларри Пейджа (Larry Page) и Сергея Брина (Sergey Brin).

Как указывает словарь **WS** первое упоминание и разъяснение слова *google* сделал в 1998 году разработчик программы Ларри Пейдж [17], Также приводятся новообразования, производных от google, для обозначения продуктов или услуг технологии, (веб-страницы, группы новостей и другие материалы): **googleverse (google+universe)**; **Googleganger** (google + нем. doppelganger (двойник)) - человек, который имеет то же имя, что и вы, и чьи онлайн-ссылки смешиваются с вашими, когда вы запускаете поиск Google; **GooTube** (бизнес-объект, созданный путем слияния компаний Google и YouTube); **Googleability** – (google+ ability) – доступность и легкость, с

которой информацию о человеке, можно найти в поисковой системе Интернета, особенно в Google; **Google bombing** – продвижение сайтов по нецелевым запросам; **Google dorking** – использование расширенных поисковых команд Google для получения несанкционированного доступа к конфиденциальной или частной информации на веб-сервере. (взлом Google); **Googlejuice** – предполагаемая ценность, присущая веб-сайту, которая позволяет ему появляться на вершине результатов поисковой системы или около нее, особенно в поисковой системе Google.

Словарь RUNWD [12] фиксирует слова **googler** (человек, который использует поисковую систему Google) и **google-fu** (google+kung-fu) что означает «обладать мастерским навыком в поиске информации», а также **googledygook** (Google + gobbledygook (сленговое, для ненужного или нечеткого беспорядка, особенно в письменной форме)) – глупый и ненужный термин, за исключением тех людей, кто любит изобретать новые слова для описания очень конкретных идей.

Словарь **Unwords.com** (далее - **UD**) включает два неологизма, образованных на основе слова Google: **googlate** - вводить случайные слова в поисковую систему от скуки или из-за любопытства; **Googru** (Google + guru) - "оракул" или "провидец", только потому что умеет хорошо искать информацию в системе Google, считается божеством системы [16]. Отметим, что само слово **google** в данном источнике не фиксируется, и мы можем предположить, что составители словаря уже не считают его неологизмом, а рассматривают как известный торговый знак.

Авторитетный лексикографический источник Oxford English Living Dictionary в своей электронной версии [11] регистрирует только два слова (google, google bombing) из вышеупомянутых. Однако, примечательно, что данный источник фиксирует еще два слова: прилагательное

**googleable** и существительное **googlewhack** (название игры «попытай Гугл» или «Гугл-помешательство»).

Рассмотрим наименование **Facebook** и его отражение в разных словарных источниках. Напомним, что само название появилось после регистрации онлайн директории “The Facebook”, в 2004 году, когда студент Гарварда Марк Цукерберг и его товарищи Дастин Москович и Крис Хьюз создали сайт для общения студентов и выпускников своего университета.

В словаре *WS* обнаружены две единицы: слово-слиток **Facecrook** (2008) для обозначения преступника, который использует facebook.com для совершения, планирования или обсуждения преступлений, и словосочетание **Facebook Facelift** (2013), которое обозначает косметическую операцию, сделанную для того, чтобы улучшить то, как человек в дальнейшем будет выглядеть на фотографиях [17].

База новых слов *RUNWD* регистрирует слово **facebook** как многозначный глагол восемь раз: 1) использовать особенности сайта [www.facebook.com](http://www.facebook.com); 2) действие, описывающее использование данного сайта, а именно выкладывать собственный профиль или загружать информацию о других людях, отправлять сообщения, присоединиться или создавать группы, а также заводить друзей; 3) просматривать сайт [www.facebook.com](http://www.facebook.com) без какой-либо цели; 4) действие по добавлению кого-то в список друзей, чрезвычайно популярно в студенческой среде; 5) запросить в электронной форме добавить себя в список друзей; 6) добавить кого-то в качестве друга в список друзей; 7) искать кого-то на сайте, чтобы в дальнейшем попросить быть добавленным в список друзей; 8) искать кого-то на сайте, чтобы в дальнейшем добавить в список друзей.

Регистрируется также существительное **facebook** (для обозначения сервиса, который помогает людям связаться друг с другом после окончания учебного заведения) и ряд словосочетаний: **Facebook Ное** (2010) (человек, который

сверх меры выкладывает откровенные фотографии для привлечения дополнительного внимания), **facebook rape** (2011) (ситуация, когда учетная запись была взломана), **Facebook official** (2010) (прилагательное для обозначения того, что романтические отношения достигли того уровня, что возможно объявить о них официально через социальную сеть), **Facebook slut** (2008) (человек, который одержим данным сайтом или даже испытывает зависимость от него), **Facebook stalk** (2008) (тщательно отслеживать активность других на сайте социальной сети), а также слитки - глагол **facehack** (действие по взлому чьей-либо страницы) и существительное **facejack** (ситуация, когда вы оставили компьютер, после того как вошли на свою страницу, без присмотра за нею, и ваши друзья воспользовались этим и выложили что-то неприличное или непристойное от вашего имени) [12].

В волонтерском словаре **UD** представлен ряд словосочетаний, из которых наибольший интерес представляют: **Facebook Ambush, facebook baby, Facebook Coma, Facebook Divorce, Facebook necrologist, etc** [15].

Подводя итоги, отметим, язык постоянно стремится дать определение новым явлениям, заполнить лакуны и создать на основе имеющихся словопроизводственных и словообразовательных моделей новые слова, которые бы лаконично и экспрессивно отражали бы информационные реалии сегодняшнего цифрового общества. Наш анализ словарных материалов показал, что в настоящее время такие ключевые три слова, как **wiki, Google, Facebook** дали языку и речи несколько десятков актуальных наименований понятий, процессов, явлений, характерных для современного общества, прежде всего – его молодежного дискурса, реалий общения «сетевого поколения». Несмотря на то, что не все слова относятся к фактам литературного языка, можно предположить, что какая-то часть зафиксированных в словарях окказионализмов утвердится в языке и будет

внесена в авторитетные англоязычные словари, поскольку уже сегодня они являются важными составляющими лексического макрополя современного английского языка.

### Литература

1. *Иванова Н.К.* Новые практики письма и их отражение в английских неологизмах (по материалам электронного словаря Word Spy) // Известия высших учебных заведений. Серия: Гуманитарные науки. 2014. Т. 5. № 2. С. 89-94.

2. *Иванова Н.К.* Электронные словари английских неологизмов: опыт анализа // Вестник гуманитарного факультета ИГХТУ. 2014. Вып. 6. С. 132-139.

3. *Иванова Н.К., Врыганова К.А.* Неологизмы в англоязычном гастрономическом дискурсе: опыт анализа (на материале электронного словаря wordspy.com) // Язык. Текст. Дискурс: Научный альманах Ставропольского отделения РАЛК / Под ред. проф. Г.Н. Манаенко. Выпуск 14. Ставрополь: Изд-во СКФУ, 2016. 396 с. С.289-298.

4. *Иванова Н.К., Костина Е.В.* Этимология слова Wiki и его функционирования в современном английском языке // Теория и практика иностранного языка в высшей школе. 2013. № 9. С. 95-105.

5. *Избицкая М.В.* Словообразовательные особенности новой английской лексики из сферы «Культура» (по материалам электронного словаря «Word Spy») // Известия высших учебных заведений. Серия «Гуманитарные науки». 2013. Том 4. Вып.4. С. 302-307.

6. *Избицкая М.В.* Словообразовательные особенности английских неологизмов из сферы «Культура» (по материалам электронного словаря «Unwords») // Известия высших учебных заведений. Серия «Гуманитарные науки». 2015. Том 6. Вып.1. С.48-52.

7. *Карташкова Ф.И.* Антонимические метафорические номинации в английском языке // Семантика и функционирование языковых единиц разных уровней. Сборник научных статей по материалам VIII международной научно-практической конференции. Иваново, 6-8 мая 2015. Иваново, 2015 - 424 с. С. 104-110.

8. *Кольцова Е.А.* Неологизмы английского языка XXI в. // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2017. Т. 8. № 3. С. 604-613.

9. *Несветайло Ю.Н.* Неологизмы и окказионализмы как конституенты лексического макрополя современного английского языка. Диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.04. — Ставрополь, 2010. — 169 с.

10. *Cambridge Dictionary Online* // URL: <http://www.dictionary.cambridge.org> (дата обращения: 13.01.2018)

11. *English Oxford Living Dictionaries.* URL: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/wiki> (дата обращения: 13.01.2018)

12. *Kemmer S.* The Rice University New Words Database. URL: <http://neologisms.rice.edu/index.php?a=index&d=1> (дата обращения: 10.01.2018)

13. *Online Etymology Dictionary.* URL: <https://www.etymonline.com/word/google> (дата обращения: 10.01.2018)

14. *The English Neologia Society.* URL: [http://www.neologia.org/html/neologism\\_sites.html](http://www.neologia.org/html/neologism_sites.html)

15. *Urban Dictionary.* URL: <http://www.urbandictionary.com> (дата обращения: 13.01.2018)

16. *Unwords Dictionary.* URL: <http://www.unwords.com/>

17. *Word Spy.* The Word Lover's Guide to modern Culture. URL: <https://www.wordspy.com/>

#### **DIGITAL ERA REALIA AS AN ESSENTIAL PART OF NEW WORDS EMERGING AND USAGE**

New words emerging due to digital era technologies (like wiki, Google, Facebook) are analyzed in the article. These nominations also give birth to new words and word combinations.

**Keywords:** neologisms, nominations, digital era, semantics, ICT.



**А.А. Гайдено**

*(Российский Университет Дружбы Народов)*

**НОВЫЕ ФОРМАТЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ  
С АУДИТОРИЕЙ: ОПЫТ РОССИЙСКИХ  
И ЗАРУБЕЖНЫХ ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЙ**

В настоящей статье отражены новые способы взаимодействия создателей контента интернет-изданий с аудиторией, для которой этот контент предназначен. Исследуется опыт как отечественных изданий, так и зарубежных. Для исследования выбраны такие отечественные интернет-издания, как «Новая газета» и «Капитал страны». Для исследования зарубежных форматов общения с аудиторией выбрано международное интернет-издание «The Guardian».

**Ключевые слова:** интернет-издание, взаимодействие, аудитория, Интернет, издание, лонгрид, дискурс, онлайн-СМИ, новость, контент, пользователь, читатель, комментарий, эксперт.

В современном мире Интернет стал для человека особым миром, отдельно взятой средой обитания, которая требует тщательного изучения. Интернет привлекает внимание как огромного числа исследователей, так и людей, которые хотят освоить новые грани своих профессий быстрее конкурентов. С тех пор как работники СМИ обнаружили, что Интернет может сделать их работу менее затратной и более оперативной, газеты стали выходить в формате интернет-изданий.

Тексты, дискурс Интернета, Интернет-коммуникация подвергаются постоянному изучению. Исследователей нередко интересует лингвистический аспект Интернет-текста, а именно, то как киберпространство модифицирует язык, упрощая его и создавая новый лингвистический код коммуникации. Этими вопросами занимались такие исследователи, как, например, Горошко, Лазарева,

Трофимова и другие. «Лингвистика Интернета» становится новой областью знаний.

Представляется, что специального изучения заслуживают тексты, представленные в Интернет СМИ, а конкретнее, исследование того, каким образом меняются тексты для того, чтобы скорее найти своего читателя. Технологические новшества, ускоренное развитие Интернет среды, постоянный прирост пользователей киберпространства ведет к тому, что размещенные в Интернете тексты сильно видоизменяются, приобретают новые функции, формы и свойства, из обычных однонаправленных сообщений становятся диалогом между создателями контента и аудиторией. Нередко при этом, аудитория становится «соавтором» первичного текста.

Следовательно, Интернет существенно влияет и видоизменяет уже изученные факты в сфере лингвистики. С новой стороны рассматривается и, например, теория текста. Ведь сам текст находится в новых «условиях обитания», создание его идет по новым принципам, восприятие адресата при этом также меняется. Именно инновационные возможности Интернета и прогрессивной техники позволяют создать необычные формы взаимодействия автора текста и его адресата. При создании таких форм взаимодействия обогащается сам текст. Теперь он может отражать не только суть вопроса (например, новость на определенную тему), но и отношение к ней людей из разных слоев населения, мнения экспертов в данной области, дополняться видео- и фотоматериалом, полученным от очевидцев событий.

Само пространство Интернет - это гипертекст. Говоря о гипертексте, мы имеем ввиду множество сообщений, которые соединены друг с другом разными ссылками. Таким образом, текст организован не в линейной последовательности, а как ветвистая система возможных переходов. Гипертекст основывается на связи между

разнообразными текстами. Гипертекст - это и любой текст, чьи фрагменты взаимодействуют друг с другом.

Для того, чтобы быть актуальными и интересными для потребителя, интернет-издания ищут новые пути и формы взаимодействия со своей потенциальной аудиторией. Рассмотрим две современные Интернет газеты с точки зрения новых подходов к аудитории.

Интернет-издание «Капитал страны» относительно новое, функционирует только 10 лет. Вне Интернет пространства информационный ресурс никогда не существовал. Получается, что все механизмы, по которым функционирует данное СМИ, предназначены для использования в Интернете. В этом федеральном издании, нацеленном на экономическую повестку дня, привлекательными с точки зрения общения аудитории и авторов являются разделы «Новости компаний» и «Узнай страна!». Издание позиционирует себя как СМИ, которое показывает «России Россию», положительные новости страны, инновационные и экономические достижения регионов. Аудитория издания – это члены бизнес - сообщества и государственных структур регионов, которые заинтересованы в актуальных новостях экономики, значимых как для всей России, так и для её отдельных частей.

Для грамотного взаимодействия с такой аудиторией были как раз и придуманы разделы «Новости компаний» и «Узнай страна!», где госструктуры и участники бизнеса могут самостоятельно публиковать новости своих компаний и организаций. Таким образом, новости идут от первоисточника, и вся остальная аудитория может оценивать, каким образом, например, идет бизнес в одном регионе, сравнивать и имплантировать некоторые идеи и разработки уже в свои структуры. Таким образом, пользователь в этом разделе становится не только адресатом информации, но и её автором. Создается сообщество профессионалов, которые обмениваются своими

специализированными новостями на базе экономического интернет-издания.

Другая инновация «Капитала страны», которая также интересна с точки зрения исследования темы новых путей общения аудитории и создателями контента, это раздел «Аналитика». В нем публикуются статьи, которые являются синергией мнений экспертов. Текст проходит несколько этапов. Сначала появляется новость, которая интересует пользователей и набирает большое количество комментариев (обратной связи от аудитории). Далее тема новости становится темой аналитической статьи. Собираются мнения экспертов – читателей издания, и формируется статья, состоящая из различных позиций экспертов-читателей издания по проблемной теме. Таким образом, редакционная команда издания идет по пути постоянного привлечения аудитории к созданию контента.

Другое издание, на которое мы обратим внимание в рамках статьи, это «Новая газета». Сравнительно недавно разработчики сайта добавили на страницы каждой статьи дополнительную кнопку сжатого кулака. Эта кнопка позволяет открыть окно чата. То есть прямо на странице статьи мы можем увидеть живые комментарии – обратную связь от читателей. Если раньше комментарии были внизу, и не каждый доходил до них во время чтения статьи, то теперь кнопка открытия комментариев догоняет пользователей во время перемещения по странице.

Теперь обратимся к зарубежным интернет-изданиям. Так, например, международное издание “The Guardian” активно использует формат “The Long Read”. Тогда как российские издания продолжают идти по пути «чем короче, тем лучше», зарубежное интернет-пространство придерживается двух крайностей – короткие новости и очень длинные тексты, сопровождаемые разного рода контентом: видео и фото материалом, аудио и графическими эффектами, а также различными интерактивными изображениями. Таким

образом, статья превращается в медийный продукт с разными средствами воздействия на аудиторию. Интернет продукты становятся еще более интересны потенциальной аудитории.

Зачем же зарубежные издания (и некоторые отечественные, которые заимствуют зарубежную практику) фокусируются на создании контента в форме лонгрида? Эта тенденция объясняется необходимостью современных интернет-изданий выделяться из среды информационного многообразия. Читатель пресытился большим количеством изданий, поэтому интернет ресурсы должны находить все более оригинальные решения для выбора пути к своей аудитории. Новости, даже если они эксклюзивные, не всегда могут обеспечить изданию приток читателей. Ведь вскоре после первой публикации, та же новость дублируется другими сайтами и порой найти первоисточник проблематично. В результате никто не знает, кто поставщик эксклюзивной новости. И издание оказывается в топе поисковых систем лишь на небольшой период времени, пока остальные более известные издания не продублировали новость. Данную ситуацию не представляется возможным изменить, так как новость всегда можно пересказать другими словами, и тогда получается совершенно новое произведение.

В то же самое время лонгрид пересказать невозможно – все равно, что пересказывать литературное произведение. Пересказ не станет эквивалентом исходного текста. Таким образом, аудитория прочитает и запомнит лонгрид конкретного издания и ссылаться в дальнейшем будет именно на него. По данным одного из зарубежных исследований, наиболее цитируемой публикацией в сети, которая собрала только в социальной сети Facebook свыше 47 тыс. перепостов, стал лонгрид в 10,5 тыс. слов об индонезийских нелегальных иммигрантах, стремящихся попасть в Австралию.

И исследователи, и журналисты-авторы понимают, что для получения читательского интереса в эпоху информационного пресыщения необходимо создавать такой контент, который будет ярче, качественнее и более оригинальным, чем контент конкурентов. Лонгриды позволяют читателю показать новую глубину текста. Нахождение в «длинном чтении» потаенной идеи – определенное вознаграждение читателю за потраченное время. Таким образом, лонгриды также можно отнести к новой форме общения авторов и читателей.

Именно глубину погружения в тему, качество собранной информации следует считать главной жанровой характеристикой лонгрида. Следует отметить, что журналист должен потратить на лонгрид куда больше усилий, чем на обычную статью. Его погружение в тему должно достигнуть уровня эксперта, а не только заинтересованного любителя. Такой высокий уровень погружения поднимает качество журналистских текстов на новый уровень.

Также для лонгридов характерны те темы, которые поднимают не единичный случай, а цепочку взаимосвязанных событий. Как правило, эти темы имеют большое значение для общества и для страны.

К жанровым характеристикам лонгрида относят и мультимедийное сопровождение при подаче материала в Интернете. Например, исследователь И.В. Стечкин называет лонгридами только такие проекты мультимедиа, в которых присутствует видео и фото контент, звуковое сопровождение и прочее. Наиболее известные примеры подобных материалов – проект «Снегопад» (Snowfall) американской газеты «Нью-Йорк Таймс», проект российского «Коммерсантъ» «Земля отчуждения», который рассказывает о последствиях аварии на Чернобыльской АЭС.

Как в первом, так и во втором лонгриде создатели попытались с помощью различных средств создать эффект присутствия читателя на месте действия. Так при открытии

проекта «Снегопад» на экране монитора появляется снег со звуком метели, а при просмотре проекта «Земля отчуждения» из динамиков начинает раздаваться характерный писк счетчиков Гейгера, указывающий на наличие радиации.

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что и зарубежные интернет-издания, и отечественные стараются изобретать и имплицировать в реальность все новые способы взаимодействия аудитории и создателями контента. В одном случае речь идет о большей вовлеченности читателей в процесс создания текста. Иногда им дается возможность встать на место автора или же поделиться с ним своими экспертными соображениями по вопросу. То есть теперь интересны не просто эмоциональные комментарии, а, скорее экспертные мнения. Авторы сами обращаются к аудитории с просьбой дополнить текст новыми мнениями по поводу проблемного вопроса.

С другой стороны, издания ищут новые пути привлечения аудитории с помощью создания оригинального, яркого, запоминающегося контента. К такому можно отнести и лонгрид. Авторы стараются сделать текст более качественным, затрагивающим различные области восприятия (текст, звук, видео, фото) – и таким образом сохранить существующих читателей и обрести новых.

### **Литература**

1. *Горошко Е. И.* Интернет-коммуникации в гендерном измерении // Вестник пермского университета. Вып. 3. «Язык – культура – цивилизация». – Пермь, 2006.

2. *Лазарева Э.А.* Построение дискурса массовых коммуникаций // Проблемы лингвокультурологического и дискурсивного анализа: мат-лы Всерос. научн. конф. «Язык. Система. Личность». Екатеринбург, 23-25 апреля 2006 г./ Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2006.

3. *Лазарева Э.А.* Системно-стилистические характеристики газеты. – Екатеринбург, Изд-во Уральского ун-та, 1993.

4. Лазарева Э. А., Тельминов Г. Н. Реклама в Интернете как проявление интертекстуальности (в печати), 2008

5. Трофимова Г. Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России: Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты / Г. Н. Трофимова. – М.: Изд-во РУДН, 2004.

6. Редакция «Капитала страны». «Надеяться на свои силы». Россия проела Резервный фонд – что дальше? [Электронный ресурс] / Интернет-издание «Капитал страны». – 2018. – Режим доступа:

[http://kapital-rus.ru/articles/article/nadeyatsya\\_na\\_svoi\\_sily\\_rossiya\\_proela\\_rezervny\\_i\\_fond\\_chno\\_dalshe/](http://kapital-rus.ru/articles/article/nadeyatsya_na_svoi_sily_rossiya_proela_rezervny_i_fond_chno_dalshe/) (15.01.2018)

7. Mark O'Connell. Why Silicon Valley billionaires are prepping for the apocalypse in New Zealand [Электронный ресурс] / Международное издание “The Guardian”.-2018. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/news/2018/feb/15/why-silicon-valley-billionaires-are-prepping-for-the-apocalypse-in-new-zealand/> (15.02.2018)

#### **NEW FORMATS OF INTERACTION WITH AUDIENCE: EXPERIENCE OF RUSSIAN AND FOREIGN INTERNET-EDITIONS**

This article reflects new ways of interaction between the creators of the content of Internet editions and the audience for whom this content is created. We are focusing on both domestic and foreign editions in this research. For the research there were chosen domestic Internet editions: the “Novaya Gazeta” and the “Capital of the Country”. To study foreign formats of communication with the audience, the international Internet edition “The Guardian” was chosen.

**Keywords:** Internet publication, interaction, audience, Internet, publication, long read, discourse, online media, news, content, user, reader, commentary, expert.



**Н.А. Гзиришвили, Н.Д. Молашхия, К.Дж. Очигава**  
*(Тбилисская ПШ №51 имени Галактиона Табидзе)*  
**РАЦИОНАЛЬНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ  
ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА УРОКАХ  
РУССКОГО КАК ИНОСТРАННОГО**

Представлен опыт использования ИКТ на уроках РКИ. По мнению авторов, ИКТ значительно повышают мотивацию учащихся, способствуют эффективному сотрудничеству учителя и учеников, увеличивают результативность их труда.

**Ключевые слова:** ИКТ, РКИ, проектная деятельность, мотивация, инновации в образовании.

Потребность в новом подходе к организации изучения русского языка была осознана в Грузии в так называемых «нулевых» годах XXI века в связи с геополитическими преобразованиями, произошедшими на территории бывшего Советского Союза. Изменился статус русского языка, его изучение перестало быть обязательным, изменились языковая среда и сфера использования.

Учителю русского языка, работающему в современной грузинской школе, приходится преодолевать различные препятствия, чтобы добиться успехов в обучении русскому языку, как иностранному. Это обусловлено статусом русского языка и отношением к нему в стране. По поводу статуса русского языка в Грузии очень часто вопрос ставят в политическом и идеологическом плане. Сложные политические взаимоотношения между Грузией и Россией привели к тому, что русский язык стал восприниматься как «язык оккупантов». От этого никуда не деться.

Но эта логика никак не соотносится с реальным отношением к русскому языку в Грузии. Да, молодое поколение грузин знает русский все хуже, и среди наших учащихся типична ситуация, когда им гораздо удобнее оперировать английским языком.

Одна из целей государственной политики в области образования – чтобы новое поколение в массовом порядке

знало английский, поэтому, этот язык стал обязательным с первого класса. Русский же рассматривается как вариант второго иностранного языка, который каждая школа может выбрать, а может и не выбирать, начиная с пятого класса.

И вот на этом фоне, чтобы заинтересовать учащихся активнее изучать русский язык, учителю приходится использовать новые подходы и методы обучения с учетом требований современности, культурного и социального многообразия аудитории школьников. Мы, учителя - русисты, стараемся разнообразить работу, чтобы процесс обучения русскому языку был интересным, многогранным, увлекающим.

Традиционно, уроки русского языка были направлены на изучение лексико-грамматического материала. С 2000-х годов на смену этого подхода пришла педагогика, нацеленная на коммуникативную компетенцию, а это заставило нас, работающих в этой области, перестраиваться в ногу со временем. С одной стороны, концептуальная новизна, с другой – требования цифрового века. Ситуацию усугубляло то обстоятельство, что приходилось осваивать новые информационные технологии людям, никогда раньше не занимавшимся этим. Кроме того, им приходилось учить этому своих учеников.

Действительно, невозможно представить прогресс государства без технологий. Современный мир активно использует в быту ИКТ. Они имеют огромное значение для государства и общества, способствуют не только развитию технических навыков, но и формированию свободной личности, а также развитию аналитического мышления, творческих умений и формированию инновационных подходов, повышению мотивации. Соответственно, для нас крайне важно включить их в процесс учебы и обучения школьников. С помощью технологий создается более разнообразный материал, что позволяет нам сделать содержание обучения более интерактивным.

В настоящее время в школах Грузии активно используются современные методы обучения. Среди прочих особую важность приобретают информационно-компьютерные технологии. К сожалению, не все школы в Грузии могут похвастаться соответствующей инфраструктурой. Поэтому очень важно, чтобы учитель смог адекватно расписать схему включения технологий в сценарий урока. Технические средства нужно умело соотносить с учебной целью урока, чтобы достичь желаемых результатов – технологии должны нести дополнительную нагрузку и не быть обузой ни для учителей, ни для учеников. Многое зависит и от умения педагога правильно соотносить классный менеджмент с выбранными учебными стратегиями.

В соответствии с НУП Грузии информационно-коммуникативные технологии относятся к т.н. «сквозным» компетенциям. А на уроках русского языка ИКТ используются с учетом следующих факторов:

- Компьютерных компетенций учащихся;
- Технической базы;
- Целей урока и педагогических стратегий, применяемых на уроке;
- Типа урока;
- Тематики учебного материала.

С учетом перечисленных факторов учитель выбирает электронный ресурс (компьютерную программу) для включения в сценарий урока, определяет классный менеджмент.

Особенно эффективно используются ИКТ при проведении таких уроков, где определяющим является визуальный материал. Мультимедийный характер технологий позволяет нам путешествовать в странах, язык которых изучаем, знакомиться с культурой, традициями этих стран. А это крайне важно, т.к. нередко ученики считают универсальными приемлемые для их культуры

правила поведения и коммуникации, а реалии других языков и культур – смешными. Т.е. иностранная культура сопоставляется с родной культурой. Поэтому очень важна роль учителя русского языка, который формирует не только положительное отношение к данному языку, но и приемлемость других культур и правил поведения.

Национальный учебный план подчеркивает важность формирования уважительного отношения к людям, имеющим иные ценности, ментальность, ведущим иной образ жизни, к иностранным культурным контекстам. В данной ситуации целесообразно максимальное использование компьютерных ресурсов. В отличие от печатных плакатов, карт, фотографий, электронные инструменты дают возможность преподнести учащимся информацию более «живо» и эффективно, а также включить их в создание новых учебных ресурсов. На уроках русского языка мы очень часто организуем виртуальные экскурсии по городам России, например, с использованием Google Earth ученики рассказывают о достопримечательностях разных стран, в т.ч. России («Достопримечательности Санкт-Петербурга», «Эрмитаж», «Третьяковская галерея», «Кремль», «Русский музей» и др.), разыгрывают диалоги.

Ученикам даются такие задания, которые требуют применения компьютера, например, поиск информации, составление презентаций, создание клипов, использование электронных карт с обозначением мест пребывания и т.д. С помощью компьютера учащиеся выполняют различные тесты, в т.ч. контрольные (на edmodo.com).

Такие задания повышают мотивацию. Ученики с радостью выполняют задания, т.к. они ассоциируются с современностью и успешностью. Различные задания выполняются учениками при поддержке учителей во внеурочное время. Задания могут быть как индивидуальными, так и групповыми.

Информационные технологии широко используются во время проектной деятельности школьников, особенно для подготовки итоговой презентации. Используется цифровая техника всех типов (фотоаппарат, видеокамера, диктофон, сканер, принтер); различные электронные инструменты (офисные программы Word, Excel, Power Point; фото-, аудио-, видео редакторы; географические информационные системы для составления карт, программы для составления ментальных карт, интернет – для поиска, публикации информации и т.д.). Различные проекты («Наш двор», «За кулисами цифр», «Учим стихи русских поэтов о временах года» - материалы опубликованы на сайте eTwinning.net).

В школах Грузии в рамках новой схемы начала деятельности учителя, его профессионального развития и продвижения по карьере предусмотрена обязательная активность – исследование педагогической практики – собственной или коллег. Мы с коллегами решили изучить: а) как изменилась активность учащихся после применения ИКТ на уроках русского языка; б) каковы отношения к изучению русского языка до и после применения ИКТ на уроках русского, и в) показатели медиаграмотности до и после применения ИКТ на уроках.

Проанализировав результаты количественных и качественных исследований, можно заключить, что активность учащихся на уроках с применением ИКТ 100 %, даже самые инертные ученики проявляют интерес к предложенной работе. По опросам учащихся, число заинтересованных русским языком, уроками русского языка до применения ИКТ достигало всего лишь 41 % от численности учащихся, а после проведения интерактивных уроков с применением ИКТ - 96 %.

Особо хочется выделить важность организации деятельности по использованию ИКТ. Мы исследовали чем занимались дети в компьютере до активного подключения к интерактивным занятиям. Выяснилось, что 87,2 % детей

использовали компьютер для коммуникации со сверстниками или для виртуальных игр, и лишь незначительная часть, 12,8 % – для учебных целей. Картина резко изменилась после применения технологий на уроках русского языка. Почти все стали пользоваться мировой паутиной в учебных целях. Кроме того, дети знают где найти надежную информацию в интернете, имеют представление о цифровом пространстве, умеют ориентироваться в нем, могут пользоваться цифровыми инструментами, словом, стали цифровыми гражданами.

В заключении хочется сказать, что ИКТ значительно повышают интерес учащихся к предмету, увеличивают результативность труда учителя, способствуют эффективному сотрудничеству учителя и учеников.

#### **Литература**

1. *Атабекова А.А.* Новые компьютерные технологии в преподавании русского языка как иностранного – М, 2008.

2. *Дюсетаева Р.К., Жанкидилова Г.Т.* Использование современных технологий в преподавании // Материалы III международной научно-практической конференции «Русский язык в современном мире: традиции и инновации в преподавании русского языка как иностранного и в переводе» – М., 2013.

#### **A RATIONAL USING OF TECHNOLOGIES AT RUSSIAN LESSON AS A FOREIGN LANGUAGE**

According to the authors ICT raises the motivation of the students importantly it helps to improve the cooperation between the teachers and the students increases the result of their work.

**Keywords:** ICT, Russian as a foreign language, Projects, Innovations in education

**М.А. Голубева**

*(Российский Университет Дружбы Народов)*

**ЧТО ТАКОЕ ХЕШТЕГ И ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЕ  
В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ. ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ  
АНАЛИЗ ХЕШТЕГА**

В настоящей статье рассмотрен новый вид маркировки сообщений в социальных сетях – хештег. Изучены основные функции хештегов и их влияние на современный русский язык.

**Ключевые слова:** хештег, семантика, социальные сети, Интернет.

В глобальной сети Интернет каждый день появляется что-то новое, что-то сразу забывается, а что-то становится всеобщим явлением. Так, уже более 10 лет в социальных сетях используется такой феномен, как хештег. Слово «хештег», или «хештэг» или просто «тег» происходит от английского «hashtag» («hash» - символ и «tag» – метка), иногда это слово переводят как «распределительная метка». Сам хештег представляет собой знак «#» после которого без пробела пишется любое слово и тем самым эта комбинация автоматически превращается в ссылку. Хештег - это попытка индексировать определённую часть контента в интернете, чтобы другие пользователи могли найти тематическую информацию с помощью поиска. Хештег используется в социальных сетях, таких как Twitter, Facebook, Instagram, ВКонтакте и др. В статье рассмотрены основные функции хештега, которые, по всей видимости, не ограничиваются одной ссылкой на тематическую группу слов, а также проанализированы лингвистические аспекты создания хештегов<sup>1</sup>.

Символ «#» использовался ещё в 70-х годах в области информационных технологий для специализированных и ключевых слов. Потом он долгое время использовался в

---

<sup>1</sup> В статье рассматриваются только хештеги, которые используются в Instagram. Орфография и пунктуация примеров сохранена.

Internet Relay Chat для классификации данных. В социальных сетях символ решётки появился впервые в 2007 году: в Twitter был опубликован пост, в котором дизайнер Крис Мессин предложил использовать символ «#»(1). После этого короткого твитта (запись в микроблоге Twitter) хештег начал набирать обороты, и с 2009 года был официально внедрён разработчиками Twitter, чуть позднее эту идею приняли и другие известные социальные сети.

1) how do you feel about using # (pound) for groups. As in #barcamp [msg]?

Самыми удачными площадками для использования хештегов стали Twitter и Instagram, но если в первом случае оптимальное количество хештегов под постом составляет 2-3, то во втором случае более 11. Так же важно заметить, что пользователи Instagram в основном молодёжь, а с помощью хештегов можно проследить тенденции развития языка в Интернете. Именно поэтому феномен хештега рассмотрен в социальной сети Instagram.

Чтобы создать хештег, Вам не потребуется высшее образование, специальное программное обеспечение, или опыт в кодировке сообщений. Единственное, что нужно сделать - это поставить знак «#» непосредственно перед словом или фразой и следовать двум простым правилам: 1) никаких пробелов; 2) никаких знаков препинания или специальных символов. Исходя из этих правил можно понять, что пользователи в Instagram под своими фотографиями не будут соблюдать простые нормы пунктуации.

В связи со сравнительно недавним появлением хештегов в социальных сетях, этот феномен не был подробно изучен. Но в книге «Современный русский язык в интернете» Ю. Е. Галяминой были выделены основные функции хештегов в Twitter. Так, автор выделяет шесть свойств данного явления: тематический маркер; хештег как оценочное имя; хештег как маркер самого себя; хештег как



заголовок; предикативно-классифицирующая и модальная функция [Галямина 2014; 15-21]. Так как Twitter предназначен для коротких сообщений, а Instagram - для публикации фотографий и видеозаписей, следовательно, не все функции хештегов будут проявляться в выбранной социальной сети.

*Тематический маркер.* Хештег помогает пользователям Интернета найти похожие публикации, а также людей, которые выкладывают подобные посты. Благодаря этому текст скрепляется не только «семантически» (маркируя одну и ту же тему), но и синтаксически, являясь материальным маркером связанности двух или более постов. В интернете множество сайтов, которые рассказывают о самых популярных тематических хештегах. Это простые слова такие, как #любовь, #улыбка, #девушка. Например, если в поисковике Instagram написать #зима, то появится примерно 13 млн. постов с этим хештегом.

2) ellacheprasova #любимый #ростовнадону #большаясадовая #зима #мороз #январь #улица

3) sandra\_7869 #зима#дом#уют. Так нахлебаешься острых ощущений, что начинаешь ценить тупой покой.

Из примеров 2 и 3 видно, что среднестатистический пользователь Instagram вместо записи под фотографией предпочитает поставить несколько хештегов подряд, и если прочитать всю запись, то получается нескладное предложение. Такой способ использования хештега делается для того, чтобы фотографию посмотрели как можно больше пользователей сети, что позволяет «раскрутить» свою страницу или даже какой-нибудь товар. Также, из-за правил в использовании хештега, которые были написаны ранее, в постах допускаются орфографические и пунктуационные ошибки. Как показывает практика, в социальных сетях молодежь стала в принципе пренебрегать запятой, а хештег

позволил не только убрать запятую, но и создавать предложения, даже не просклоняв слова.

*Предикативно-классифицирующая функция.* Если с помощью тематической метки можно найти публикации с подобным явлением, предметом или мероприятием, то с предикативной функцией этим самым явлениям приписываются их свойства. Так же, сам пользователь Instagram может кратко описать своё состояние какой-нибудь устоявшейся фразой в молодежном сленге. Благодаря предикативной функции хештегов можно увидеть все преобразования в современном русском языке. Так, источниками хештегов могут стать оценочные лексемы, устойчивые выражения или просто классифицирующие именные группы.

4) olga\_simd “Жаль, что сейчас нет возможности поговорить с некоторыми людьми так, как раньше.» #этожизнь #обрывкимыслей #жиза# жизньболь.

5) karina\_cherel Крутые шарики 😊 #дрпетровой #сдркороче

В примерах 4 и 5 мы видим такие слова, как «жиза» (жизнь), «сдркороче» (с днём рождения, короче) - это сокращения, которое используются, как устоявшиеся выражения среди молодежи. Неграмотность в этом случае возведена в ранг достоинства, так как владение таким языком показывает принадлежность человека к громадному сообществу Интернет-общения. А вот словосочетание «жизньболь» является явным примером предикативно-классифицирующей функцией хештега: нет отсылки на какое-либо событие, но есть оценка состояния человека, опубликовавшего эту запись.

*Хештег как маркер самого себя.* С развитием хештега в социальных сетях многие пользователи стали использовать знак «#» перед всеми словами в своей записи. В данном случае хештег не несёт смысловой нагрузки, он не маркирует тему сообщений или не показывает какое-либо состояние. В

Instagram такой способ использования хештега наиболее популярен.

б) *nastyanesy* 🎂👤🎂

*#деньрождения#спасибо#всем#за#поздравления#отличныйдень#20#лет#*

Краткий анализ, такого феномена социальных сетей, как хештег, иллюстрирует, что этот элемент выполняет различные функции и даёт большой простор как для языковой игры, так и для более ёмкого выражения значений без использования средств синтаксиса естественного языка. Развитие социальных сетей в Интернете приводит к формированию новых текстовых единиц современного русского языка, при этом отсутствием осознания нормативности придаёт сообщениям молодёжи каламбурный окрас. Хештег обобщенно можно описать как маркированный элемент предложения, который имеет особый коммуникативный статус, а функции хештега варьируют от намерения говорящего.

#### Литература

1. *Галямина Ю.Е.* Лингвистический анализ хештегов Твиттера // Современный русский язык в интернете. Под ред. Ахапкина Я.Э., Рахилина Е.В. М.: Языки славянской культуры, 2014.
2. *Кобозева И.М.* Лингвистическая семантика. М.: УРСС, 2009.

#### WHAT IS HESHTEG AND IT'S USE IN THE SOCIAL NETWORK. LINGUISTIC ANALYSIS OF HESHTEG

In this article, we consider a new kind of marking of messages in social networks - hashtag. The main functions of hashtags and their influence on the modern Russian language are studied.

**Keywords:** hashtag, semantics, social networks, Internet.

**А.А. Градюшко**

*(Белорусский государственный университет)*

## **НОВОСТНОЕ ВИДЕО ДЛЯ СОЦСЕТЕЙ КАК НОВЫЙ МЕДИЙНЫЙ ФОРМАТ**

В статье рассматривается видеоконтент в социальных сетях как формат цифровой журналистики. Автор уделяет особое внимание нарастающей тенденции к просмотру видео на мобильных устройствах. Показаны новые творческие приемы создания успешных стримов для социальных сетей. Приведены примеры использования дронов в журналистской деятельности.

**Ключевые слова:** цифровая журналистика, мобильный интернет, интернет-медиа, медиаконтент, онлайн-видео, социальные медиа

В последние годы в структуре медиапотребления наметился ряд новых тенденций. Главным гаджетом современности мы можем назвать смартфон. Это устройство заняло важнейшее место в системе мультиплатформенного потребления новостей. Важнейшим трендом последних лет стало увеличение популярности видео в интернете. Цель настоящего исследования заключалась в том, чтобы выявить особенности видео для соцсетей как нового медийного формата, сформулировать правила его создания и успешного продвижения.

Для достижения поставленной цели в декабре 2017 – феврале 2018 гг. нами были проведены экспертные интервью с топ-менеджерами и редакторами интернет-версий ряда влиятельных белорусских интернет-СМИ («СБ. Беларусь сегодня», БелТА, Tut.by, Onliner.by, ОНТ, «Комсомольская правда» в Белоруссии, «Наша Ніва» и др.), которые занимаются созданием новостных видео. Кроме того, был выполнен контент-анализ каналов на YouTube этих и других интернет-медиа.

Важно отметить, что телеканал ОНТ в начале 2018 г. первым среди белорусских СМИ набрал 100 млн просмотров

на YouTube. Свой канал на YouTube у ОНТ появился 5 лет назад. На сегодняшний день на него подписаны более 90 тыс пользователей. Собрано 417.630 лайков, 226.941 раз видео с YouTube распространено в другие социальные сети через кнопку «Поделиться». В плей-листах канала публикуются не только новости, но и все масштабные программы и проекты. Ежемесячно видео на YouTube-канале ОНТ просматривают более 3 млн раз, эта цифра стабильно растет.

За последние годы сформировалась целая аудитория, которая не смотрит телевизор, но проводит достаточно много времени в интернете. Эти пользователи благодаря YouTube и другим социальным сетям имеют возможность просматривать контент ОНТ в любое время и в любом месте. Следует отметить «полиадресатность и многоканальность распространения современных комбинированных интернет-текстов» [Балахонская 2017; 126]. К числу наиболее популярных видео на канале можно отнести сюжеты «Лукашенко лично протестировал новинку БелАЗа – самый большой самосвал в мире» (2,6 млн. просмотров) и «Девочка из Слонима поет с закрытым ртом» (2,11 млн просмотров). В редакции планируют и дальше наращивать присутствие в интернете, в том числе и в производстве специального контента для интернет-аудитории.

Печатные СМИ также активно наращивают свое присутствие на YouTube. Так, в структуре редакции самой тиражной белорусской газеты «СБ. Беларусь сегодня» в сентябре 2014 г. было создано интернет-телевидение. Проект получил название «Твое сегодня», сейчас он выходит на YouTube под брэндом «СБ ТВ». В редакции есть своя телестудия. Регулярно размещаются передачи в тематических разделах «КультУра с Ларисой Гулякевич», «Спорт с Сергеем Канашицем», «Здоровье с доктором Терещенко», «Сад и огород с Натальей Тышкевич». Значительное внимание уделяется международным

новостям. Популярны также съемки вне редакции. На канале зафиксировано 6,5 млн. просмотров.

Как показали результаты экспертных интервью, к признакам хорошего соцвидео можно отнести следующие: актуальная тема, сильная история или яркий герой, мощный видеоряд, близкая проблема для зрителя, легкое восприятие без звука. Важны эмоции, драматургия, интрига. История, которая цепляет человека, всегда будет успешной. Все самое интересное размещается вначале, в первые 3 секунды.

Следствием развития визуальных коммуникаций становится клиповизация мышления [Симакова 2017, 107]. Поэтому видео, адаптированное для просмотра и распространения в социальных сетях, имеет свою специфику. Обычно это выжимка из ключевых элементов истории. Оно не слишком длинное, не более 2 мин. В некоторых редакциях добавляют к видео крупные титры. Более того, это требование обязательно для видео в соцсетях, так как, например, в Facebook 80% людей не включают звук при просмотре видео. Важно уметь рассказать зрителю журналистскую историю в 10 строчках текста, отметили респонденты. Когда человек в кадре что-то говорит, нужны также субтитры.

К основным типам видео для социальных сетей эксперты отнесли такие, как новостное видео, видеочитата, сравнение, студийная съемка, графика, история, видеоблог. Каждый из этих типов имеет как свои достоинства, так и недостатки. Белорусские медиа находятся в поисках тактик работы на YouTube, которые позволят им адаптироваться к технологическим реалиям. В частности, неудачным форматом многие респонденты назвали студийную съемку. «Говорящие головы» в кадре никому не интересны. Дольше 5-7 минут видео в интернете, как правило, не смотрят. Важно рассказывать истории, показывать эмоции.

Продолжая разговор о видеоконтенте, отметим, что белорусские интернет-СМИ успешно экспериментируют с

новыми визуальными форматами, к одному из которых относится видео-эксплейнер. В ноябре 2017 г. на Tut.by был запущен проект «Простая политика», который ведет юрист-международник Александра Богуславская. В кадре она объясняет различные политические события, явления, а чтобы все поняли, о чем идет речь, видео дополняется иллюстрациями, фото, видео, а также титрами. Примеры – «Мир на востоке Украины или новая война. К чему приведет закон о реинтеграции Донбасса», «Что сделал Трамп за первый год у власти», «К чему могут привести переговоры между КНДР и Южной Кореей». Длительность каждого сюжета не превышает 4-7 минут. Как отметили опрошенные эксперты в редакции Tut.by, видео-эксплейнеры смотрят очень хорошо.

В 2017 г. белорусские медиа начали использовать живые трансляции. Это «принципиально иной формат подачи информации, где есть непосредственный контакт с аудиторией через чат и велика роль импровизации» [Волкова 2018, 216]. Для проведения стрима необходимы интернет, телефон (камера), микрофон, а также ведущий и режиссер. Вести живую трансляцию сегодня можно в Facebook, «ВКонтакте», YouTube, Instagram, Periscope. На Facebook онлайн-трансляцию можно оценивать как привычным «лайком», так и одним из пяти анимированных смайликов, или же комментировать.

В Республике Беларусь лидерами в использовании живых трансляций сегодня являются «Радыё Свабода», Tut.by, «Белсат». К основным видам стримов опрошенные эксперты отнесли новостной, студийный, реакцию на событие, а также трансляции с пресс-конференций и концертов. Проведение успешного стрима подчиняется ряду правил. Важно время от времени сообщать аудитории, что, где и когда происходит, так как многие подключаются к трансляции в разное время. Работая «в поле», журналист-

стример не молчит, а берет комментарии в кадре у участников, представляет аудитории своих собеседников.

Все чаще белорусские медиа используют в своей работе съемки с дронов. Портал Tut.by начал заниматься этим в мае 2016 г. Сегодня в разделе «Аэросъемка» собрано более 55 материалов видеосъемок разных мест Беларуси с высоты. В качестве примеров можно привести такие публикации, как «Силовой разгон в Минске с высоты», «Минский железнодорожный вокзал с высоты», «День без автомобиля в центре Минска с земли и с воздуха», «Как строят третью линию минского метро. Видеорепортаж с высоты».

«Дрон-журналистика» уже становится реальностью, СМИ осваивают современные технологии. В частности, можно выделить такие сюжеты БелТА, как «Зимние пейзажи Налибокской пуши с высоты», «Дом-спиннер в Минске», «Понтонный мост через Припять: вид сверху». Аэросъемка позволяет рассмотреть в масштабе те или иные события и объекты и впечатлиться деталями. Дроны есть также в редакциях региональных СМИ.

Подведем основные выводы исследования. Белорусским медиа в современных условиях надо меняться. Прежде всего, повышать качество своего контента, предлагая его в новейших высокотехнологичных форматах. Полученные данные свидетельствуют, что многие медиа занимаются созданием новостных видео для социальных сетей. Далеко не все СМИ при этом могут позволить себе расширение штата, а также повышение квалификации и переподготовку журналистов.

Дигитализация потребовала серьезных изменений в различных аспектах творческой деятельности. Нарастают тенденции к просмотру новостей исключительно на мобильных устройствах и в социальных сетях. Вне всякого сомнения, технологические изменения ставят вопросы о



необходимости поиска новых инструментов создания журналистских текстов в цифровой среде.

#### Литература

1. Балахонская, Л. В., Быков, И. А. Интернет-тексты в связях с общественностью: динамика жанров / Л. В. Балахонская, И. А. Быков // Медиалингвистика Материалы II Международной научно-практической конференции «Язык в координатах массмедиа» (2-6 июля 2017 г., Санкт-Петербург) / Санкт-Петербургский гос. ун-тет, отв. ред. А.А. Малышев. – 2017. – С. 125–127.

2. Волкова, И. И. Феномен стриминга: журналистика будущего/ И. И. Волкова // Мультимедийная журналистика: сб. науч. тр. Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 1–2 марта 2018 г. / под общ. ред. В. П. Воробьева. – Минск, Изд. центр БГУ, 2018. – С. 213-218.

3. Симакова, С. И. Клиповизация мышления у молодежи как следствие развития визуальных коммуникаций в СМИ / С. И. Симакова // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2017. – № 2 (24). – С. 107–118.

#### NEWS VIDEO FOR SOCIAL MEDIA AS A NEW MEDIUM FORMAT

The article considers video content in social networks as a format for digital journalism. The author pays special attention to the growing tendency to view video on mobile devices. New creative techniques for creating successful streams for social networks are shown. Examples of the use of drones in journalistic activities are given.

**Keywords:** digital journalism, mobile Internet, Internet media, media content, online video, social media.

**Н.Ю. Грибовская**

*(Военная академия ВКО им. Г.К. Жукова)*

#### РЕГИОНАЛИЗМЫ В ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ

В данной статье рассматривается интернет-дискурс как источник для исследований в сфере региональной лексикологии.

**Ключевые слова:** интернет-дискурс, региолект, регионализм, региональная лексика.

Интернет является не только колоссальным источником информации, но и важнейшим инструментом для коммуникации. Этому способствуют такие возможности Интернета, как быстрота, оперативность и доступность связи между пользователями независимо от их географического положения. Благодаря современным техническим средствам, открыты принципиально новые структурные рамки как для личного общения, так и для публичного выражения своих мыслей. Возникли различные формы организации непринужденного личного и публичного общения – форумы, блоги, чаты, электронная почта, социальные сети Одноклассники, Фейсбук, ВКонтакте и др.

Интернет-дискурс представляет собой «совокупность коммуникативных актов и гипертекстов, передаваемых по интернет-каналу через любые средства связи (компьютер, планшет, смартфон и т. п.) и имеющих разные жанровые формы офлайн и онлайн коммуникации» [Патрушева 2015]. Основной чертой интернет-дискурса является его особая устно-письменная форма, отсутствие четких границ между письменной и устной речью. При коммуникации носителей языка в чате, в социальной сети, в блоге, на форуме, как правило, происходит письменная фиксация непринужденной разговорной речи. Если ранее спонтанная речь, проявляясь в устной форме, была одномоментной, то в интернет-дискурсе, выраженная в письменной форме, она фиксирует языковые особенности, существующие вне сетевого сообщества, в том числе и региональную специфику русского языка, который в силу своего распространения на обширной территории не является однородным.

Региональные формы существования русского языка всегда привлекали внимание лингвистов, но понятие региолект появилось в российской лингвистике относительно недавно. В середине XX века процесс вымирания

территориальных диалектов, вытеснения их литературным языком представлялся исследователям языка неизбежным. Диалекты рассматривались как отсталая, непопулярная форма языка, обреченная на исчезновение в условиях всеобщего образования и развития средств массовой информации. Однако к концу XX столетия исследования, подтвержденные диалектологическими экспедициями, показали, что территориальные диалекты не исчезают, а эволюционируют. «В современной социолингвистике все чаще говорят не столько о “вымирании” или “распаде” территориальных диалектов, сколько о видоизменении форм пространственного варьирования языка, приводящем к появлению промежуточных идиомов» [Хорошева 2011; 32]. «Диалекты не умирают, а трансформируются в региолекты» [Герд 2001; 224]. А.С. Гердт, впервые введший данный термин в отечественную лингвистику, говорил о региолекте как «особой форме устной речи, в которой уже утрачены многие архаические черты диалекта, развились новые особенности» [Герд 2001; 23], отмечая его промежуточное положение между диалектом и литературным языком. В настоящее время региолект определяется как «термин, <...> обозначающий речь жителей средних и малых городов, в которой ощущается влияние местных говоров и просторечия» [Жеребило 2010; 300].

В качестве единиц региолекта выступают регионализмы (по аналогии с традиционным термином диалектизм, обозначающим единицу диалекта) или «лексемы, распространенные в определенном регионе» [Хорошева 2011; 33]. Такие территориально окрашенные слова в условиях непринужденного общения между жителями различных регионов получают фиксацию в интернет-дискурсе. Причем участники интернет-общения могут даже не догадываться о территориальной ограниченности используемых ими слов и бывают удивлены, встречаясь с синонимичными регионализмами в речи

пользователей из других городов. На сайте «Русский язык» пользователь Валентин задает вопрос: «Как правильно "стирка" или "стёрка", когда говорят о стирательной резинке? И откуда взялось слово "ластик", обозначающее всё тот же предмет?» [9]. Вопрос о правильном названии канцелярской принадлежности для удаления карандашных надписей с бумаги многократно возникал в интернет-пространстве. Так, президент Фонда «Петербургская политика» Михаил Виноградов на своей страничке в социальной сети Фейсбук опубликовал результат поиска по ключевым словам названия этой канцелярской принадлежности и так прокомментировал его. «Случайно обнаружил (и подтвердил потом в Интернете) еще один филологический разлом, разделяющий страну ... Оказывается десятки миллионов человек (включая совсем примкадьё) оперируют не существовавшим для меня для сегодняшнего дня словом «стерка», а в дискуссиях в сети утверждают, что слова «ластик» для них либо вовсе не существовало.... А в сети на полном серьезе идут дискуссии, как говорить литературнее – «стёрка» или «стирка». Куда катится мир?» [10]. Дискуссия о «стёрке» и «ластике» велась на форумах переводчиков и филологов сайта АBBYU Lingvo. Кроме названных вариантов на лингвофоруме обсуждались названия резинка, затирачка, стирашка, стиралка, стирка, гумка (этот вариант считается украинским, а не российским регионализмом). Статистика поиска, собранная на лингвофоруме, показывает следующее распределение по городам: вариант ластик – характерен для Москвы, стёрка – для Петербурга, стирашка – для Владимира, Ярославля и Смоленска. В Твиттере возникла аналогичная дискуссия о том, как правильно называть прозрачную пластиковую папку для документов [11]. Распространённое в сибирском регионе название для этого предмета — мультифора, оказалось незнакомым для пользователей интернет, проживающих в

городах центральной части России и привыкших называть такие папки файлами.

Вопрос, будет ли Интернет-общение в дальнейшем способствовать нивелированию региональных различий в языке пользователей (в своё время подобная роль в стирании диалектных различий отводилась телевидению), представляется спорным. Сегодня в Интернет-пространстве существует не один десяток ресурсов (региональных и городских порталов и форумов), посвященных обсуждению и коллекционированию регионализмов. Целью таких обсуждений, как правило, является формирование региональной идентичности. В качестве примера можно назвать форум сайта Wes.ru (Владимирская обл.) — «Владимирские диалектизмы, Родные слова, словечки»; (413 сообщений с мая 2010 по август 2011) [12]; форум сайта Yarportal.ru (Ярославль) «Слова, словечки ярославские» (642 сообщения с июня 2007 по июнь 2015) [13]; форум сайта Astrakhan.ru (Астрахань) «Уникальные слова нашего региона» (111 сообщений за декабрь 2008) [14]; форум сайта Teron.ru (Пермский край) «Пермский сленг - слова, которые понятны только пермякам» (835 сообщений с марта 2005 по август 2017) [15] и многие другие.

Ресурсы подобного рода могут стать полезными для выявления и исследования региональной лексики. На то, что Интернет является не только уникальной средой для свободной коммуникации, но и источником для получения и анализа языковых данных в области региональной лексикологии, уже указывалось исследователями [Беликов 2005, Ахметова 2014, Романий 2014, Богданов 2007]. Так, Богданов пишет о способе исследования региональной лексики при помощи поисковых систем в сети Интернет [Богданов 2007]. В своей работе он приводит примеры конкретных исследований и перспективы использования полученной таким образом информации. Автор указывает на проблемы, связанные с такими исследованиями, а также на

возможные пути решения этих проблем. Романий Г.И., рассматривая механизм поиска в Интернете ареализации регионализмов на примере лексемы *гúлька*, *гúля*, обозначающей прическу в виде узла из волос, указывает на несомненные преимущества Интернета как инструмента для выявления региональных лексических особенностей [Романий 2014]. Таким образом, интернет-дискурс, отражающий явления, свойственные непринужденной устной речи, сегодня может стать уникальным источником для исследований в области региональной лексикологии.

### Литература

1. *Ахметова М. В.* Лексические регионализмы и локализмы в русскоязычном интернете: проблемы сбора материала // Русский язык и новые технологии / Под ред. М.В. Ахметовой, В.И. Беликова. – М.: Новое литературное обозрение, 2014 [Электрон. ресурс:] URL: <https://www.hse.ru/pubs/share/direct/document/140057104> (дата обращения: 04.01.2018).
2. *Беликов В. И.* Верификация словарных помет Интернетом // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии / Под ред. И. М. Кобозевой, А. С. Нариньяни, В. П. Селегея. – М.: Наука, 2005. С. 51–53.
3. *Богданов А.В.* Исследование городской диалектной лексики с помощью поисковых систем. // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: Материалы междунар. конф. «Диалог 2007»: [Электрон. ресурс:] URL: <http://www.dialog21.ru/digests/dialog2007/materials/html/09.htm> (дата обращения: 04.01.2018).
4. *Герд А.С.* Введение в этнолингвистику: курс лекций и хрестоматия. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2001. – 488 с.
5. *Жеребило Т.В.* Региолект // Т.В. Жеребило. Словарь лингвистических терминов. – Назрань: Пилигрим, 2010.
6. *Патрушева Л. С.* Форум как речевой жанр интернет-дискурса/ Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата – Ижевск, 2015 [Электрон. ресурс:] URL: <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/bitstream/handle/> (дата обращения: 04.01.2018).

7. Романий Г. И. Региональная городская лексика в русском языке: происхождение, типология и ареализация по данным узуса в сети интернет// Русский язык и новые технологии/ Под ред. М.В. Ахметовой, В.И. Беликова. – М.: Новое литературное обозрение, 2014 [Электрон. ресурс:] URL: <https://www.hse.ru/pubs/share/direct/document/140057104> (дата обращения: 04.01.2018).

8. Хорошева Н.В. Региолект как промежуточный идиом во французском и русском языках // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. – 2011. – Вып. 3 (15). – С. 32-36.

9. <https://rus.stackexchange.com/questions/10340/>

10. <https://www.facebook.com/photo.phpfbid=17834945216793>

04

11. <https://twitter.com/thebloodwood/status/9232698550249512>

97

12. <http://forum.astrakhan.ru/topic/32116>

13. <http://yarportal.ru/topic25679>

14. <https://teron.ru/>

15. <http://forum-wec.com/>

#### **REGIONAL LEXEMES IN INTERNET ISCOURSE**

This article describes Internet discourse as a source for research in the field of regional lexicology.

**Keywords:** online discourse, regiolect, regionalism, regional vocabulary.

**А.А. Григорян**

*(Южный федеральный университет)*

#### **АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ КАК ОСНОВНОЙ СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЬЮТЕРНОЙ И ИНТЕРНЕТ ТЕРМИНОЛОГИИ**

Статья посвящена одному из способов пополнения компьютерной и интернет терминологии – заимствованию специальных единиц. Проанализированы причины активного использования иностранной лексики, описаны основные способы заимствования.

**Ключевые слова:** термин, терминологическая номинация, терминология, компьютерная и интернет терминология, заимствование.

В настоящее время наблюдается активный рост терминологий различных направлений и сфер деятельности, в том числе компьютерной и интернет терминологии. Связано это с всеобщей компьютеризацией, появлением разного рода технических устройств, развитием и усовершенствованием программного обеспечения, а также внедрением интернета практически во все сферы человеческой деятельности – официальную, деловую, научную.

Развитие той или иной предметной области предполагает и расширение количественного состава терминологических номинаций. Компьютерные и интернет технологии – это динамично развивающаяся область научного знания, что приводит к постоянному пополнению и развитию собственной терминологии. В основном происходит за счет заимствований – заимствования термина из другого языка с сохранением или спецификацией его основных дефиниционных параметров и с фонетико-морфологической адаптацией. На наш взгляд, компьютерная терминология от других отличается тем, что большая часть терминологических номинаций представляет собой заимствование из английского языка.

В статье мы используем общепринятое в терминоведческой науке определение термина «как языковой единицы, представляющей собой по форме однословное или неоднословное обозначение естественного языка, используемое для специальных целей, обладающее номинативностью и потому выступающее в особой функции – номинации понятий»; терминология понимается нами «как совокупность терминов одной предметной области, связанных между собой определенным образом» [Григорян 2016; 23-24].



Займствование – один из основных способов пополнения компьютерной и интернет терминологии. Это универсальное лингвистическое явление, представляющее собой перенесение лексической единицы из одного естественного языка в другой естественный язык.

Существуют причины займствования иноязычной лексики. С одной стороны, экстралингвистические причины: культурное влияние одного языка на другой; наличие устных и письменных контактов стран с разными языками; повышенный интерес к изучению определенного языка; глобальные интеграционные процессы в сфере науки, техники и др., с другой стороны, собственно лингвистические причины: отсутствие в родном языке эквивалентного слова для нового понятия; использование однословного термина вместо составного терминологического сочетания; стремление к устранению омонимии и синонимии в определенной терминологической системе; потребность в детализации соответствующего значения; невозможность образования производных от исконных терминов.

В процессе займствования слова претерпевают ряд изменений, которые могут касаться их произношения, написания, семантики и грамматики. В научной литературе предлагается несколько классификаций займствований с учетом разных аспектов рассмотрения иноязычных слов. Одна из них основана на характере займствуемых лексем. С нашей точки зрения она наиболее точно отражает иностранную компьютерную и интернет терминологию. Нами выделены следующие способы займствования.

**1. Материальное займствование** (или прямое займствование) – займствуется материальная форма иноязычного слова. Здесь возможно выделить три разновидности:

– *лексическое займствование*, представляющее собой займствование материальной формы вместе с

содержанием: *интерфейс (interface)* – ‘аппаратно-программные средства, обеспечивающие графическое отображение и обмен информацией между человеком и компьютером’; *сервер (server)* – ‘программно-аппаратный комплекс, предназначенный для централизованного хранения и обработки данных, поддержки функционирования основного программного обеспечения портала и т. п.’; *антилич (antileech)* – ‘система защиты файлов от прямого скачивания’; *компьютеризация (computare)* – ‘процесс широкого применения компьютерной техники в управлении и в целом в экономике, хозяйстве’; *драйвер (driver)* – ‘набор программных продуктов соединяющих операционную систему и аппаратное обеспечение компьютера’ и др.

– *формальное заимствование*, представляющее собой заимствование только материальной формы с наполнением нового содержания в принимающем языке: *аккаунт (account - счёт)* – ‘учётная запись пользователя в какой либо социальной сети, на форуме или на сайте, в которой пользователь сообщает о себе определенные сведения’; *модем (modem)* – ‘модулятор/демодулятор, использующийся для передачи данных’ и др.

– *морфологическое заимствование*, представляющее собой заимствование корневых или словообразовательных морфем для построения новых терминов в принимающем языке: *interactive – интерактивный, flash – флэш-память, history – предыстория* и др.

**2. Калькирование** – заимствуется не материальная форма лексической единицы, а только ее структура или значение. Также возможно выделить три разновидности:

– *семантическое калькирование*, представляющее собой заимствование одного из значений слова с дальнейшим появлением нового лексико-семантического варианта: *blank – пробел, copy – копия, копировать, screen – экран, negative – негатив, options – параметры, mail – почта* и др.

– **словообразовательное калькирование**, представляющее собой заимствование структуры иноязычной лексемы, на основе которой строится слово из соответствующих морфем языка-реципиента: в русском языке *маршрутизация* по английской модели **routing**, *термин пароль* по модели слова *password*, *дисквод* по модели терминологического сочетания *disk drive*, *перезагрузка* по модели слова *reloading*, *оцифровка* по модели **digitization**, *автозагрузка по модели слова startup* и др.

– **фразовое калькирование**, представляющее собой пословный перевод иноязычного словосочетания: **world wide web** – *всемирная сеть*, *random access memory* – *оперативная память*, *hard disk* – *жесткий диск*, *hard link* – *прямая ссылка*, *tool bar* – *панель инструментов* и др.

**3. Смешанное** заимствование (полукальки или гибриды) – заимствуется одна часть лексемы, а вторая переводится или существует в языке. Выделяются две разновидности:

– **гибридное заимствование**, при котором одна часть материально заимствована, а другая калькируется: **hiperlink** – *гиперссылка*, *authorization* – *авторизация*, **authentication** – *аутентификация*, *cyberspace* – *киберпространство*, *web page* – *веб-страница*, *file store* – *хранилище файлов*, *database* – *база данных*, *identifier* – *идентификатор* и др.  
– **полузаимствование**, при котором одна часть заимствуется, а другая существует в языке: *archiving* – *архивирование*, *formatting* – *форматирование*, *testing* – *тестирование*, *analog* – *аналоговый*, *ignore* – *игнорировать*, *logo* – *логотип*, *peripheral* – *периферийный* и др.

Таким образом, заимствование специальных единиц – это необходимый и вполне оправданный способ пополнения терминологий, который направлен на заполнение «лакун» терминологической системы той или иной области знания.

## Литература

1. Григорян, А.А. Терминология современного делопроизводства (исторический, системный и лексикографический аспекты) [Текст] А.А. Григорян: дис. канд. филол. наук. Иваново, 2016. – 285 с.

2. Райзберг, Б. А., Лозовский, Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь [Текст] / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – 6-е изд., перераб. и доп. – М., ИНФРА-М, 2011.

3. Реформатский, А. А. Что такое термин и терминология (1959–1961) [Текст] / А. А. Реформатский // Татаринцов В. А. История отечественного терминоведения. Классики терминоведения. Очерк и хрестоматия. – М.: Московский лицей, 1994. – С. 299–314. – 408 с.

4. Ткачева, Л. Б. Основные закономерности английской терминологии [Текст] / Л. Б. Ткачева. – Томск, 1987. – 200 с.

5. Terminology Work. Principles and Methods [Текст]. 2000.

### **ENGLISH-LANGUAGE LOANS AS MAIN WAY OF FORMATION COMPUTER AND INTERNET OF TERMINOLOGY**

Article is devoted to one of ways of replenishment computer and the Internet of terminology – to loan of special units. The reasons of active use of foreign lexicon are analysed, the main ways of loan are described.

**Keywords:** term, terminological nomination, terminology, computer and Internet terminology, loan.

**Е.О. Грунина**

*(Российский университет дружбы народов)*

### **ДЕТСКАЯ ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ И СОВРЕМЕННАЯ МЕДИАСРЕДА**

В данной статье рассматривается вопрос влияния современной медиасреды на процесс формирования детской языковой личности. Выявлены и приведены примеры, указывающие на происходящие изменения в формировании детской языковой картины мира.

**Ключевые слова:** медиасреда, прецедентные тексты, детская языковая личность, детская картина мира.

Процесс социализации ребенка, являющийся основным условием его психического и речевого развития, осуществляется посредством коммуникации. Именно через общение с окружающими дети знакомятся с социальными правилами, нормами поведения и становятся частью определенного лингвокультурного сообщества.

По мнению ученых (Красных В.В., Гудков Д.Б. и др.), аккумулятором и транслятором значимых для общества знаний и разного рода представлений (социумных, универсальных, национально-культурных), которые формируют некое определенное когнитивное пространство, являются прецедентные тексты и феномены. В процессе овладения ими определяются «особенности национального (языкового) сознания, особенности того, что хранится в сознании человека говорящего и проявляется в коммуникации» [Красных 2002; 42].

Как известно, традиционными «источниками прецедентных феноменов, формирующих когнитивную картину мира детей, выступали книги, входящие в круг детского чтения: фольклор (прежде всего народные сказки) и детская художественная литература» [Самигулина, Данюшина 2014; 147].

Фольклор в доступной для детей форме помогает передать им жизненный опыт, накопленный многими поколениями. Через восприятие сказочных историй дети осваивают определенные нравственные нормы, модели поведения в обществе, способы взаимодействия с окружающими, негласные этические правила, как общие, так и характерные для каждой конкретной культуры, вырабатывается способность к эмпатии. В результате этого происходит социализация ребенка и «формируется его когнитивная картина мира, объективируемая в речи» [Самигулина, Данюшина 2014; 148].

Существует мнение (Елисеева М.Б.), что чтение книг ребенку развивает его речь, грамотность, память, воображение и другие когнитивные процессы.

Дети погружаются в сказочную реальность и соединяют ее с действительностью, интегрируя фразы и персонажей сказки в реальный мир. М.Б. Елисеева пишет, «ребенок раннего возраста относится к художественному произведению как к действительности, отождествляя «вторичную действительность» с «первичной», настоящей действительностью» [Елисеева 2008; 23] и в процессе развивая воображения.

Таким образом, авторские и народные сказки являются важным источником детского речевого и когнитивного развития. Они помогают усваивать знания, представления универсального и национально-культурного уровней, формируют ценностные установки, развивают когнитивные модели взаимодействия с людьми, т.е. расширяют жизненный опыт ребенка и способствуют успешной социализации.

Однако в современном обществе в связи с усилением влияния средств массовой информации в целом ситуация изменилась. Такие изобретения XX-го века, как телефон, телевидение, радио, печатная продукция в свободном доступе, Интернет стали неотъемлемой частью нашей повседневной жизни, образовали особую систему, медиасреду.

«Медиасреды – это то, что нас окружает повседневно. Это совокупность условий, в контексте которых функционирует медиакультура, то есть сфера, которая через посредничество массовых коммуникаций <...> связывает человека с окружающим миром, информирует, развлекает, пропагандирует те или иные нравственно-эстетические ценности...» [Кузьмин 2011].

Все чаще источником знаний и представлений становятся медиасреды, окружающие ребенка и заметно усиливающие свое влияние на его социализацию.

По мнению различных ученых (Соколова М.В., Собкина В.С, Скобельцина К.Н.), традиционные детские занятия (игра, чтение сказок, лепка и тп.) постепенно вытесняются просмотром телевизора, игрой в компьютерные игры, телефон.

Данное убеждение подтверждается социологическими исследованиями, по результатам которых ребенок дошкольного возраста проводит от 20 до 40 % всего свободного времени перед экраном. В результате чего традиционные сказочные герои из книг заменяются персонажами из мультфильмов или рекламы, что находит свое отражение в речи детей.

Проанализированный речевой материал демонстрирует высокую популярность анимационной продукции у детей. Так, например, дети начинают включать в свою речь и в свою жизнь новых современных персонажей (*Мама сообщает ребенку о закрытой в связи со снегопадом школе. На что дочь отвечает: « Спасибо, Эльза!»; Отец с сыном возвращались из садика домой, по пути встретив рабочих в униформе, которые спускались в канаву и что-то там чинили. Сын: «А ты говорил, что черепашек-ниндзя не существует. Может быть, ещё и Человек-паук ненастоящий? А, папа?» и тп.*)<sup>2</sup>.

Помимо простого включения в свою речь (*ребенок перед сном говорит маме фразу из мультфильма «Добрыня Никитич и Тугарин Змей»: сейчас мы ложимся спать, а когда я проснусь, чтобы ты была рядом. Я понятно объясняю?*), ребенок также пытается адаптировать увиденную или услышанную им мультипликационную единицу для

---

<sup>2</sup> Здесь и далее приведены примеры с сайта «Говорят дети» <http://det.org.ru>.

употребления в реальной жизни. Это может проследиваться как на фонетическом уровне, например, один ребенок произносит название английского мультфильма, основываясь на наиболее приближенном в фонетическом оформлении, но реально имеющемся слове в русском языке (*«Молитва пони» вместо «My little pony»*), так и на более сложном, когнитивном уровне понимания и осознания действительности. Например, ребёнок после просмотра мультфильма про трёх богатырей говорит маме: *«Мама, вы всё равно пока в магазин за братиком не собираетесь, может пока хоть лошадь говорящую заведём?»*.

Также, в речи ребенка можно проследить одновременное влияние как современной медиасреды, так и более ранней (*«Сын сегодня утверждал, что робот-заяц из «Ну, погоди!» — это отсылка ко второму Терминатору, ведь он тоже восстановился из лужи»*).

Помимо влияния мультипликационных продуктов, которые уже значительно активнее художественной литературы, включаются в процесс формирования когнитивного пространства ребенка, Интернет и раннее взаимодействие с ним также становятся частью детской картины мира, проявляясь во включении особого слэнга, характерного для пользователей Интернета, в самые обычные жизненные ситуации. Например, *мальчик попробовал новое блюдо: «Мам! Так вкусно! Я тебе миллион лайков за это ставлю!»; Мальчик говорит папе: «Пока я буду в школе, ты меня будешь в Старбаксе ждать, как ждун?»; ребенок рассказал сказку собственного сочинения и закончил фразой: «Кому понравилось, ставьте лайк и подписывайтесь на мой канал»*. Встречаются случаи замены привычных слов на медиа-слэнг: *мама просит дочку рассказать ей сказку. На что та отвечает: «Мама, подожди, сказка сюда, - показывая на голову, - загружается»;* *в доме есть фильтр-кувшин, в нём*



*закончилась вода. Сын просит маму: «Мама, скачай мне воды!».*

Зачастую, раннее знакомство детей с медиасредой приводит к негативным последствиям. У ребенка сужается кругозор и снижается познавательная способность. Например, ребенок говорит: *«У нас есть Гугл, нам не надо ходить в садик и учиться...»*; *девочка собирается в садик и просит маму посмотреть прогноз погоды, будет дождь или нет. Ей отвечают, что вероятность стопроцентная, а девочка возмущается, ведь не открыли ни одного сайта. На что ей отвечают, что дождь за окном барабанит, какие сайты<sup>3</sup> и тп.*

Увиденное или услышанное ребенком в современном медиапространстве проходит через его сознание и активно репрезентируется в речи. Необходимо отметить, что интенсивное взаимодействие ребенка с медиасредой негативно влияет на развитие когнитивных процессов. Также, «при восприятии мультипликационных образов, в отличие от художественных, не происходит активизации воображения, что в целом ведет к пассивизации детского восприятия» [Самигулина, Данюшина 2014; с. 160], а длительный просмотр мультфильмов может привести смещению мира реального с виртуальным.

Таким образом, проблема влияние современной медиасреды на детскую языковую личность представляется значимой и требует пристального внимания со стороны специалистов из разных областей научного знания.

### **Литература**

1. Говорят дети [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://det.org.ru>.
2. Елисеева М.Б. Книга в восприятии ребенка от рождения до 7 лет. Яметодическое пособие. – М.: Творческий Центр Сфера, 2008. – 172 с.

---

<sup>3</sup> Девочка настолько погружена в медиасреду, что абсолютно перестает следить за реальной действительностью.

3. *Красных В.В.* Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология: Курс лекций. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2002. – 284 с.

4. *Кузьмин А.М.* Категория «медиасреда» и ее содержание на современном этапе развития общества. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/765>.

5. *Самигулина Ф.Г., Данюшина Л.А.* Детский дискурс как лингвокогнитивный феномен: монография. – Ростов н/Д: Фонд науки и образования, 2014. – 204 с.

#### **CHILDREN'S LANGUAGE PERSONALITY AND CONTEMPORARY MEDIA**

In this article, the question of the influence of the modern media environment on the process of the formation of the children's language personality is examined. Identified and given examples that indicate the changes in the formation of the children's language picture of the world.

**Keywords:** the media, precedent texts, children's language personality, children's world image.

**Д.Б. Гудков**

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

#### **ПОЛИТИЧЕСКИЕ НЕОЛОГИЗМЫ В РУССКОМ ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ**

В данной статье рассматриваются неологизмы русского политического дискурса последних 5 лет. Были использованы методы семантического и словообразовательного и концептуального анализа. Материалом для анализа послужили тексты различных жанров в русскоязычном сегменте Интернета.

**Ключевые слова:** политический дискурс, языковая игра, словообразовательная модель.

Политический дискурс агонален по определению. Эмотивность и аксиологичность являются его обязательными характеристиками. Особенно ярко эти качества проявляются при коммуникации в Интернете.

Электронный модус коммуникации, совмещающей в себе черты устной и письменной речи, анонимность участников, позволяющая максимально свободно выразить свои мнения и оценки, преобладание коннотативности высказываний в ущерб денотативности – вот те черты, которые делают данный вид общения особенно интересным для исследования.

Данные заметки посвящены новым словам, появившимся в русском языке, созданным с использованием тех словообразовательных моделей, которые он предлагает, и представленным в русскоязычном Интернет-пространстве. При отборе материала мы рассматривали различные ресурсы мировой сети: форумы, блоги, комментарии и др., не обращая при этом к официальным сайтам партий и отдельных политиков. К неологизмам мы относили вербальные единицы, употребленные не менее трех раз в разных текстах различными авторами, единичные употребления нами не анализировались и рассматривались как окказионализмы (при всей условности границы между окказионализмом и неологизмом). Вряд ли многим словам, вошедшим в наш список, уготована долгая жизнь – они создавались на злобу дня и, можно предположить, что по мере удаления от тех событий, которые явились причиной их рождения, с изменением политической повестки дня будут выходить из употребления. Но при всем этом данные единицы являют собой, на наш взгляд, весьма интересный феномен, особого внимания заслуживают, представляется, их семиотические и коммуникативные функции, к рассмотрению которых мы и обратимся. Однако, прежде чем сделать это, остановимся на том, как будут пониматься в настоящей работе неоднозначно толкуемые в современных гуманитарных дисциплинах термины *дискурс* и *языковая игра*.

Под *дискурсом* мы будем понимать (по М.Фуко, см. [Фуко 1996; 24]) условия производства и восприятия

высказываний, существующие в обществе устойчивые практики речевого взаимодействия, соответственно, политическим дискурсом мы называем массив текстов «о политике» в их функционировании в социальном пространстве, т.е. условия порождения и понимания-интерпретации данных текстов.

Наше понимание языковой игры несколько отличается от уже «классического», предложенного Л. Витгенштейном, ею мы называем любое нестандартное использование языка, при котором на первый план выходит его поэтическая функция (по Р.О. Якобсону, см. [Якобсон 75; 199]), а главным является создание эстетического, прежде всего, комического (сатирического или иронического) эффекта, резкое повышение экспрессивности текста.

Мы согласны с тем, что «семиотическая методология позволяет представить политическую власть как коммуникативный процесс, при котором государство и его институты осуществляют постоянное регулятивное воздействие с помощью неких символов и знаков, призванных вызвать соответствующую им ответную реакцию адресата - населения данной страны в целом, его отдельных групп и граждан. Это «субъект-объектное» взаимодействие, осуществляемое посредством определенных знаковых систем, совокупностей символов и смыслов, представляющих собою язык данного общения» [Рахимов, Хабибулин 2000; 52].

Если рассматривать политический процесс как коммуникацию, то могут быть выделены следующие типы коммуникативных отношений: «власть – власть» (встречи глав государств, договоры лидеров партий и т.п.; субъект – субъектные отношения), «власть – подчиненные» (указы, постановления, обращения к народу и др.; власть при этом выступает как субъект, а подчиненные - как объект); «подчиненные – подчиненные» (выступления и отклики на них в различных сегментах интернета, дискуссии в тех или

иных политических клубах, бытовые споры о политике и т.д.; субъект – субъектные отношения). Теоретически возможен и еще один вариант: «подчиненные – власть», при котором инициатором коммуникативного взаимодействия, адресантом сообщения выступают именно подчиненные, а власть вынуждена играть роль адресата. Для России такой тип коммуникации традиционно реализуется почти исключительно в виде бунта. Другие формы последнего типа коммуникации в русском политическом дискурсе могут считаться маргинальными. Именно последние два типа коммуникативного взаимодействия мы называем «низовой» составляющей политического дискурса, именно они представляются нам наиболее интересными и наименее изученными.

Приведем лишь несколько примеров тех неологизмов, которые представлены в политических дискуссиях в русскоязычном сегменте Интернета, опуская примеры их употребления.

**Селигерыш** – в первоначальном значении «участник молодежного образовательного лагеря, который проводится на озере Селигер», в более широком значении: «член одной из прокремлевских молодежных организаций» или вообще «активный сторонник Путина».

**Путинг** – митинг в поддержку Путина.

**Едрасы** – члены и/или сторонники партии «Единая Россия».

**Едросята** – члены и сторонники молодежных организаций, близких к «Единой России».

**Едросить** – слово с неопределенной семантикой, являющее собой пример языкового знака, в котором коннотация полностью доминирует над денотацией, если же все же пытаться дать определение значению данной лексемы, то оно, вероятно, должно звучать так: «делать то, что делает партия «Единая Россия»».

**Белоленточник** – участник массовых акций, проводимых антипутинской оппозицией.

**Белогандонник** – то же, что и *белоленточник*.

**Либераст** – приверженец либеральных идей.

**Толераст** – приверженец принципов толерантности.

**Православнудый** – истовый приверженец православия, фанатично отстаивающий свои религиозные принципы.

**Быдлосование** – участие в голосовании людей, которые, по мысли говорящего, не имеют на это права.

**Кремлядь** – нынешняя российская власть и/или ее активные сторонники.

**Протестутка** – лицо, готовое протестовать по любому поводу и без повода.

**Потреблятьство** – комплекс идей и действий, основывающихся на тезисе о том, что нет ничего важнее потребления.

Очевидно, что активность в создании и употреблении подобных единиц резко возрастает при увеличении накала политической борьбы. Все приведенные выше фразеологизмы возникли в период 2011-2012 гг., во время предыдущей президентской кампании. Легко заметить, что ориентированы они прежде всего на внутривнутриполитическую борьбу. В настоящее время (в силу различных обстоятельств, которые мы не рассматриваем) акцент переносится на внешнеполитическое противостояние, что обуславливает активное функционирование таких единиц, как, скажем, *подпидосник*, *майданудый*, *гейрона*, *наглосаксы* и др.

Обратимся теперь к замечаниям по поводу приведенного глоссария. Некоторые из них лежат на поверхности. Так, очередной раз наглядно иллюстрируется агональность политического дискурса и повышенная конфликтность Интернет-коммуникации. Подавляющее большинство приведенных номинаций представляют собой ярко выраженные пейоративы. Безусловна и ориентация на

создание комического эффекта, прежде всего, сатирического, саркастического, направленного на дискредитацию, вербальное «уничтожение» того объекта, на который указывает языковой знак. Многие из них являют собой откровенный отсыл к обценной лексике (*кремлядь, православнутый, белогандонник, либераст, толераст*).

При создании данных лексем наглядно проявляется поэтическая функция языка, установка на «творчество». Появление нового знака, безусловно, усложняет код (в нашем случае – русский язык), что, согласно принципу языковых антиномий, подробно описанному М.В. Пановым (см. [Панов 2007]), сокращает «текст», но при этом затрудняет восприятие сообщения реципиентом. Однако это затруднение компенсируется тем «удовольствием», которое получает адресат высказывания от разгадывания предложенной «загадки», а ведь получение удовольствия игроками и есть главная цель любой игры. Загадка в данном случае легко разгадывается, что создает эффект «интеллектуальной победы», привлекает внимание и способствует установлению контакта с «говорящим».

Любопытно, что пользователи рассматриваемыми знаками активно реализуют метаязыковую функцию, давая собственную семантизацию используемых неологизмов, ср.: *Быдлосование - это когда быдло сует в урну заполненные как под копирку бумажки; Человек, порабощённый этим толерантным настроем, называется на сетевом сленге – толерастом* и т.п.

Следует подчеркнуть, что комический эффект создается благодаря тому, что, с одной стороны, оказывается нарушена языковая норма, привычный узус вербальных единиц, но при этом задействуются те словообразовательные механизмы, которые предоставляет система языка. При этом имеет смысл обратить внимание на одну особенность некоторых из представленных неологизмов. Они представляют собой своеобразный мини-текст, являя собой

особый тип знака, совмещающий номинацию и предикацию, слово представляет собой даже не словосочетание, а свернутое предложение, наиболее яркие примеры: *кремлядь*, *быдлосование*. Подобный прием можно наблюдать при языковой игре с именами собственными, которые нами в этой работе сознательно не рассматривались, ср., например: *Путлер*, *Воровальный*.

Заметим также специфический способ образования подобных вербальных единиц. В данном случае мы имеем дело не со сложением основ, как это происходит при конструировании неологизмов, скажем, в спортивном дискурсе (ср., например: *лыжегоночный*, *медалеемкий*, *евролижный* и др.), но с усечением одной или даже обеих основ тех слов, из которых «складывается» неологизм: *либераст*, *толераст*, *кремлядь*, *быдлосование*. При этом в семантике данных единиц совмещаются и тесно переплетаются значения исходных слов. Вероятно, именно это является основой той семантической неопределенности, которая характерна для этих вербальных единиц и которая дает возможность аксиологическим и коннотативным аспектам их значения превалировать над денотативными.

Заканчивая эти короткие размышления, обратим внимание на то, что в приведенных примерах употребления неологизмов русского политического дискурса наглядно проявляется характерная для него карнавальность в уже традиционном понимании М.М. Бахтина (ср.: «В низ, наизнанку, наоборот, шиворот-навыворот – таково движение, проникающее все эти формы. Все они сбрасывают в низ, переворачивают, ставят на голову, переносят верх на место низа, зад на место переда, как в прямом пространственном, так и в метафорическом смысле» [Бахтин 1990: 411]). Игра, в данном случае игра с означаемыми, оказывается самоценной и самодостаточной. При этом в значительном количестве примеров легко увидеть обращение к «низу», как телесному, так и



языковому (имеется в виду апелляция к языковому материалу, находящемуся за пределами литературной нормы). Впрочем, в этом пользователи Интернета следуют в русле той тенденции, которая была задана первым лицом государства, призвавшим мочить террористов в сортирах.

#### **Литература**

1. *Бахтин М. М.* Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. М.: Художественная литература, 1990.

2. *Панов М.В.* Языковые антиномии как внутренние стимулы развития языка // Труды по общему языкознанию и русскому языку. Т.2. М.: Языки славянской культуры, 2007.

3. Рахимов Р. А. Хабибулин А. Г. Политическая власть и право: проблемы семиотического анализа // Правоведение. – 2000. № 2.

4. *Фуко М.* Археология знания. — К.: Ника-Центр, 1996.

5. *Якобсон Р.О.* Лингвистика и поэтика // Структурализм: за и против. М.: Прогресс, 1975.

#### **POLITICAL NEOLOGISMS IN THE RUSSIAN INTERNET-SPACE**

The author analyses the neologisms of the Russian political discourse of the last 5 years. There were used investigative methods of semantic, word-formation and conceptual analysis. The material for the study were texts of different genres in the Russian-speaking segment of the Internet.

**Keywords:** political discourse, language game, word-formation model

**Е.О. Двинова**

*(Российский государственный педагогический  
университет имени А. И. Герцена)*

**А.В. Волчек**

*(Российский государственный педагогический  
университет имени А. И. Герцена)*

**А.Г. Пахалко**

*(Всероссийский научно-исследовательский  
геологический институт имени А. П. Карпинского)*

### **ИНТЕРНЕТ-ИГРА КАК ФАКТ И ФАКТОР ЯЗЫКОВОГО РАЗВИТИЯ**

В статье отражены типичные изменения в языке русскоязычных пользователей англоязычных многопользовательских онлайн игр, а также пути создания новых слов в игровой среде.

**Ключевые слова:** онлайн игры, заимствования, сленг, игровая среда.

Интернет-среда не перестает быть объектом внимания широкого круга людей, как профессионалов, так и непрофессионалов, что объясняется ее неограниченными познавательными возможностями.

Как источник познания нового Интернет функционирует как особая коммуникативная среда, не знающая временных географических, возрастных ограничений. Нивелирование возрастного, социального и образовательного статуса предоставляет всем равные возможности общения, будь то блоги или социальные сети, а открытость и доступность информации делает Интернет не только источником познания нового в жизни, но и в языке [Двинова 2012; 451]. Так, благодаря ЖЖ в определенный временной период миру стали известны слова *зачот*, *гламурно*, *феерично*, *брутально*, *жжот* и.т.д., которые из языка письменного интернет-общения пришли в устную сферу общения. В свое время они были столь новы и интересны, что не могли остаться незамеченными

журналистами, создателями рекламы и писателями. Неслучайно один из самых ярких и креативных писателей В. Пелевин построил свой роман «Шлем ужаса» на основе чатовского полилога, который пришлось вести героям, изолированным от всего мира и друг от друга в лабиринте.

Новый импульс современному языковому развитию дали компьютерные игры, которые по своему замыслу носят свободный и креативный характер, позволяющий игрокам творить как игровое действие, так и создавать новые слова. Тексты компьютерных игр исследуются и как явление субкультуры геймеров, и как объект изучения проблем лингвистической локализации этих игр на русский язык. Компьютерная игра дает богатый материал для филологических наблюдений над новым типом текста, который может рассматриваться как самостоятельное лингвистическое явление [Ефимова, Моржанаев 2015; 77].

В XXI веке игры перестали быть прерогативой детей. Идеализированный мир игр стал привлекателен для взрослых рядом факторов, среди которых желание испытать себя, добиться заданных результатов, проявив свои интеллектуальные возможности, реализоваться как творческая личность и получить денежное вознаграждение. Сегодня возраст играющих в настольные и компьютерные игры увеличился до 27 лет, что и повлияло впоследствии на развитие киберспорта (cybersport, e-sport). Создаваемые объединения и ажиотаж вокруг событий стимулируют продолжительный интерес, а популяризация через обзоры и трансляции формирует особый язык – язык киберспорта – игровой (компьютерный) сленг. Интересный материал для наблюдений (127 лексических единиц) дала игра «Дота-2» (Defence of the Ancients «Защита древних»), которая в нынешнем виде появилась в 2010 году, но обрела популярность после проведения первого соревнования с призовым фондом в 1 миллион долларов - The International. В 2017 году призовой фонд достиг отметки в 24 миллиона, что

демонстрирует популярность игры и киберсобытия. Существуют и другие соревнования, однако они вторичны. Игра относится к МОБА (Multiplayer Online Battle Arena) играм, которые по определению из Википедии, сочетают элементы стратегий в реальном времени и компьютерных ролевых игр, что и определяет высокую активность общения между игроками команды. Конечно, это не могло не сказаться на языке «носителей» сленга.

За семь лет существования игра обрела значительное число поклонников и в русскоязычном игровом сообществе [4]. В основном, конечно, это были и есть подростки, но сейчас многие из них уже закончили университеты. Благодаря им игровой сленг пришел в язык современной молодежи и постепенно закрепляется в нём. С учетом англоязычного происхождения игры большинство новых слов — заимствования, например, слово «стрим», которое с английского переводится как «поток», «струя», «направление». Однако в сленге значение модифицировалось с учётом компьютерной реальности и стало обозначать название трансляций на видеохостингах (Youtube, Twitch и других) с комментированием. Соответственно в русском языке появился глагол «стримить» (англ. to stream), то есть комментировать трансляцию (игр), а человек, который этим занимается, стал называться стример (англ. streamer). Интересно отметить, что в лексической системе русского языка уже существует омоним *стример* в значении «запоминающееся устройство на принципе магнитной записи на ленточном носителе».

Сленг, используемый игроками Доты, можно разделить на твид-сленг (связанный с трансляциями) и дота-сленг (общей игровой сленг и названия героев и артефактов). Общий игровой сленг затрагивает подготовительный этап игры и собственно игровой. Это наиболее объемная и употребляемая часть всего словаря, в которую вошли такие языковые единицы, как: *стримснайпер*, *стримснайпить*,

*снайпить* (англ. stream sniper, to stream snipe, to snipe) - зритель, препятствующий нормальной игре стримера. При должном знании и умении зритель в состоянии попасть в игру вместе со стримером (чаще в противоположную команду), при этом используя преимущества просмотра стрима, где можно видеть действия команды стримера.

*Донат* (англ. donate) - дополнительная плата, с помощью которой зрители могут однократно поддержать стримера и которая переводится напрямую стримеру. Чаще всего такие перечисления сопровождаются сообщением и отражением его и суммы на стриме в виде текста, который может зачитываться самим стримером или специальной программой.

*Вард(ы)* (англ. ward) – предметы, дающие обзор в определенной области. *Фарм(ить)* (англ. farming) – в Доте 2 процесс зарабатывания денег на убийстве вражеских крипов, нейтралов, героев и древних. *Вижн* (англ. vision) – обычно это говорят, чтобы установили варды. По типу «нужно больше вижна на карте» или «у нас нет вижна в этой точке». *Ганг(и)* (англ. gang) – нападение на врагов. *Пуш(ить)* (англ. pushing) – сносить вражеские сооружения: тавера, бараки, трон. *Стіл(ить)* (англ. steal)– забирать крипа, врага последним ударом, перед этим не нанося ему урона.

Среди основных способов заимствования лексики – транскрипция и транслитерация, а затем слово по словообразовательным канонам обрастает дериватами: стрим, стримчик, стримище; донат (англ. donate), донатить; стилить (англ. to steal), стилер. Несмотря на то, что многие заимствования имеют конкретный перевод на русский язык, в игровой среде используются английские аналоги. Так, чтобы сказать «невидимость» или «быть невидимым», чаще всего употребляют слово «инвиз» (англ. invisibility).

Широко заимствуются и аббревиатуры:

ГГВП (GGWP - good game well played) – «хорошая игра, хорошо сыграно». Обычно эту фразу пишут в конце матча, при этом не важно - выиграла команда или проиграла.

ГЛХФ (GLHF - good luck have fun) – «удачи, повеселись». Пишется перед началом игры для поднятия настроения у игроков.

АФК (AFK - away from keyboard) – на игровом сленге означает «отошел от клавиатуры».

ДПС (DPS - damage per second) – на сленге означает «урон за секунду».

ФБ (FB - first blood) – переводится как «первая кровь», иначе говоря - первое убийство.

ХП (HP - hit points) – количество здоровья.

ТП (TP - Town portal) – свиток телепортации на строение.

Игровые сетевые слова, как и их предшественники, изначально существующие только для посвященных, своих, за последние пять лет вышли за рамки интернет-среды, доказательством чего служат следующие словоупотребления:

- *Я устал(а). – Мана кончилась? (энергия для действий)*

- *Скорее бы ТП изобрели. (когда нужно долго добираться)*

- *Мы сдали проект! ГГВП! (отличная работа)*

- *Пойду посмотрю стримчик. (о любой онлайн-игре)*

- *Я АФК (мне пора идти)*

Стремление зафиксировать данные слова привело к созданию онлайн-словарей языка компьютерных игр, цель которых познакомить с новыми словами потенциальных игроков. С другой стороны, вряд ли данные лексические единицы в скором времени войдут в печатные лексикографические издания, поэтому такие словари восполняют определенный информационный вакуум для тех, кто встречается с такими словами вне компьютерной реальности.

Таким образом, влияние онлайн-игр на язык общества неоспоримо, поэтому необходимо внимательно наблюдать за его изменениями на стадии формирования новых единиц и их употребления как в интернет-общении, так и за его пределами. Прогнозировать же их степень вхождения в язык и время существования в нем невозможно, так как язык сам отбирает те лексические единицы, в которых заинтересованы его носители.

### Литература

1. Двинова Е.О. Языковая мода в Сети и за ее пределами//Взаимодействие и взаимопроникновение языков и культур.-Минск, 2008.-С.92-94.

2. Двинова Е.О. Интернет как специфическая информационно-коммуникативная языковая среда//Русский язык в языковом и культурном пространстве Европы и мира: Человек. Сознание. Коммуникация. Интернет.-Варшава, 2012.-С.451-454.

3. Ефимова Н.И., Моржанаев Н.И. Текст в компьютерной игре: филологический аспект//Вестник Марийского государственного университета.-2015.-Вып. 4.-С.75-78.

4. География игр: россияне любят Dota 2, а американцы - CS:GO. - URL: <https://www.cybersport.ru/news/geografiya-igr-rossiyane-lyubyat-dota-2-a-amerikantsy-cs-go/>.

5. Трофимова Г.Н. Языковой вкус Интернет-эпохи в России. Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты. М.: РУДН, 2009.

### INTERNET-GAME AS THE FACT AND THE FACTOR OF LANGUAGE DEVELOPMENT

The article represents typical changes in the language of Russian-speaking users of multiplayer online games, as well as the specifics of creating new words in the gaming environment.

**Keywords:** online games, loanwords, slang, game environment.

**О.С. Дубовицкая**

*(Российский университет дружбы народов)*

### **ОСОБЕННОСТИ МУЗЫКАЛЬНОЙ ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКИ В РОССИИ**

В настоящей статье отражены результаты исследования современных российских интернет-изданий, участвующих в освещении явлений и событий текущего культурно-музыкального процесса.

**Ключевые слова:** музыкальная журналистика, специализированная журналистика, интернет-журналистика.

Современная российская музыкальная журналистика обеспечивает освещение культурных событий, связанных с музыкальной индустрией. Ее самостоятельную форму представляют тематические сайты, порталы, сетевые издания и интернет-радиостанции.

Журналистские материалы, посвященные культурно-музыкальному процессу, стали появляться в Интернете с середины 2000-х годов. Со временем процесс изучения соответствующих событий и тенденций значительно упростился, резко увеличилось количество доступной для аудитории музыки и музыкальных видеоклипов.

Музыкальной интернет-журналистике в полной мере присущи особые качества интернет-СМИ, к которым относятся: интерактивность, мультимедийность, гипертекстуальность, высокая оперативность и доступность [Машкова 2006; 36-37]. Также перед музыкальными журналистами открыты прогрессивные возможности, в числе которых следует отметить открытый доступ к многообразной актуальной информации, возможность оперативно вступить в диалог с музыкальным исполнителем или с представителем целевой аудитории, возможность «виртуального присутствия» на концертах, фестивалях и других мероприятиях в режиме реального времени.



Все российские специализированные интернет-издания, посвященные музыкальной жизни общества, можно разделить на две условные группы: веб-версии традиционных музыкальных СМИ и собственно музыкальные сайты. Кроме того, в настоящее время многие музыканты имеют собственные страницы в социальных сетях, что значительно упрощает процесс коммуникации между музыкальными исполнителями, их поклонниками и работниками массмедиа.

Веб-версии музыкальных журналов, радиостанций и телеканалов – это тип интернет-СМИ, который представляет собой сетевые издания, транслирующие публикации или сюжеты, подготовленные для традиционных СМИ, а также дополненные собственными материалами [Калмыков 2016; 61]. Например, содержательное наполнение интернет-версии журнала *Rolling Stone Russia* ([rollingstone.ru](http://rollingstone.ru)) составляют как перепечатанные статьи, так и самостоятельные мультимедийные материалы. Веб-версия радиостанции «Наше радио» ([nashe.ru](http://nashe.ru)), в свою очередь, предлагает пользователям информацию о проектах и истории радиостанции и позволяет слушать ее эфир в режиме реального времени. Кроме того, многие сайты печатных и несетевых электронных музыкальных СМИ дают возможность комментирования публикуемой информации и имеют интеграцию с крупнейшими социальными сетями.

Собственно музыкальные сайты, имеющее отношение к музыкальной журналистике, в российском Интернете существуют в виде отдельных веб-изданий, музыкальных блогов и музыкальных интернет-радиостанций.

Музыкальные веб-издания и музыкальные блоги могут публиковать журналистские текстовые и мультимедийные материалы, отдельные видеоклипы, аудиокomпозиции и звуковые записи, составленные из смеси различных музыкальных фрагментов. Каждый из таких интернет-проектов может отличаться от других критерием

отбора используемой информации, стилем обзриваемых явлений и событий культурно-музыкального процесса, формой и жанровой направленностью публикуемых материалов. Многие музыкальные интернет-проекты, которые в настоящее время создаются как профессионалами, так и любителями, имеют представительства во многих крупных социальных сетях, что отвечает общим журналистским тенденциям. В качестве примеров таких изданий и блогов можно называть следующие проекты: *Apelzin.ru*, *Fast Food Music*, *Indie Birdie*, *MixMag*, *SadWave*, *Soulplay Radio*.

Что касается интернет-радиостанций, то многие из них специализируются на редких музыкальных направлениях и выводят в эфир малоизвестные композиции. Веб-станции бывают одноканальными и многоканальными. В формировании такого вида СМИ обычно участвует не только звуковое вещание, но и текстовая информация. На страницах сайтов интернет-радиостанций могут быть опубликованы новостные заметки, обзоры, интервью и аналитические материалы. Так, на сайте российской одноканальной интернет-радиостанции *ULTRA (radioultra.ru)* публикуются текстовые новости из мира альтернативной зарубежной музыки и материалы о новых видеоклипах, а сайт многоканальной интернет-радиостанции *16Bit.FM (16bit.fm)* содержит разделы «Интервью» и «Обзоры». Кроме того, там публикуются материалы об истории, каналах, программах и партнерах рассматриваемых проектов.

Стоит отметить, что новостные заметки и аналитические материалы не являются обязательными атрибутами музыкальных интернет-СМИ. Так, в современном российском киберпространстве существуют музыкальные страницы, не предполагающие публикации печатных материалов, нацеленные на размещение исключительно видеоклипов или звуковых записей. Такие проекты (подкасты) размещаются на специальных

площадках (PodFM.ru, Podster). Они представляют собой авторские записи, состоящие из фрагментов разных российских и зарубежных музыкальных композиций, список которых обычно сопровождает каждую подобную публикацию. Такой формат ведения музыкальных блогов помогает авторам творчески реализовываться, а также выполнять функцию трансляции объектов музыкального искусства и заниматься популяризацией малоизвестных музыкальных жанров, исполнителей и композиций.

Материалы, посвященные явлениям и событиям текущего культурно-музыкального процесса, могут быть опубликованы не только в музыкальных блогах и специализированных веб-изданиях. Приуроченные к масштабным музыкальным событиям и юбилейным датам, новостные заметки об этой сфере жизни общества публикуются на сайтах таких российских информационных агентств, как «Интерфакс», РИА Новости, ТАСС, НСН. Кроме того, музыкальные анонсы, аннотации и интервью могут быть напечатаны на страницах культурно-развлекательных интернет-изданий (например, «Афиша Daily» и Time Out).

Таким образом, в настоящее время Интернет является одним из основных каналов распространения печатной, звуковой и аудиовизуальной журналистской информации, сосредоточенной на освещении явлений и событий текущего культурно-музыкального процесса. Интернет-версии традиционных специализированных СМИ предоставляют аудитории доступ к газетным, журнальным, радиальным и телевизионным материалам, освещающим текущий культурно-музыкальный процесс. Собственные сетевые издания предлагают особый формат подачи музыкальной информации, при подготовке которой активно реализуются мультимедийные возможности Интернета. Авторы работают в информационных и аналитических журналистских жанрах, занимаются трансляцией музыкальных композиций,

плейлистов и видеоклипов. Все это делает функционирующие интернет-издания важными участниками общих музыкально-журналистских процессов, протекающих в современной России.

#### **Литература**

1. *Маикова С.Г.* Интернет-журналистика: Учебное пособие. – Тамбов, 2006. – 80 с.

2. *Калмыков А.А.* Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ. – М.-Берлин, 2016. – 97 с.

#### **PECULIARITIES OF MUSIC INTERNET JOURNALISM IN RUSSIA**

This article is the results of research on contemporary Russian Internet publications involved in covering the facts and events of the current cultural and musical process.

**Keywords:** music journalism, specialized journalism, Internet journalism.

**Дьякова Т.А.**

*(Тамбовский государственный университет  
имени Г.Р. Державина)*

**Микова С.С.**

*(Российский университет дружбы народов)*

#### **МЕТОДИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОНЛАЙН-ОБУЧЕНИИ РКИ**

Статья посвящена описанию новой популяризирующейся в современном обществе форме онлайн-обучения РКИ. Представлены составляющие информационной культуры педагога как необходимого фактора участия в современном образовательном процессе, в том числе в осуществлении онлайн-обучения. Описываются методические возможности современных компьютерных технологий: педагогически применимые функции видеомессенжеров, реализующих обучение в режиме реального времени. Автор освещает современные

лингвотренажеры, электронные учебники, мультимедийные учебные комплексы, которые можно использовать в онлайн-обучении.

**Ключевые слова:** онлайн-обучение, информационная культура преподавателя, компьютерные технологии, электронный учебник.

В изучении иностранного языка преподаватель-носитель языка позволяет в большей степени погрузить в языковую действительность изучаемого языка и сформировать наиболее точные аудиальные и разговорные навыки. Невозможность большинства желающих изучать языки в среде и развитость Интернет-технологий позволило создать новую форму получения знаний – онлайн-обучение.

В РКИ эта форма начинает активно популяризироваться. Удаленный и интерактивный формат обучения реализуется в режиме реального времени при использовании бесперебойного доступа к сети Интернет и соединения обучаемого и обучающегося при помощи специальных программ: 1) веб-площадок для проведения вебинаров (например, My Own Conference, Webinar.ru, Mirapolis Virtual Room и др.) или 2) современных видеомессенжеров типа Skype, Viber, Whatsup. В первом случае программы могут осуществлять занятия с целой группой, вторые больше подходят индивидуально работы или небольшой группы учащихся.

Успешность такого формата обучения во многом будет зависеть от «информационной культуры преподавателя», под которой следует понимать совокупность информационного мировоззрения и системы знаний и умений, обеспечивающих целенаправленную самостоятельную деятельность по оптимальному удовлетворению индивидуальных информационных потребностей с использованием как традиционных, так и новых информационных педагогических технологий [Дерябина, Дьякова, Жеребцова 2016; 14].

Преподаватель должен иметь представление о таких общих понятиях, как информационное общество, информационные ресурсы, информационные потоки и массивы, закономерности их функционирования и организации и др.; уметь работать с компьютерной информационно-поисковой системой; обладать навыками анализа и синтеза информации; владеть технологией информационного самообеспечения: умение использовать полученные знания, найденную, приобретенную информацию в своей учебной, профессиональной или иной познавательной [Гендина 2003]. Помимо этого современный преподаватель должен хорошо ориентироваться в программах, реализующий онлайн-обучение, уметь осуществлять соединение с участниками занятия, обмен электронной информацией и т.д., то есть самостоятельно обслуживать техническую сторону учебного процесса.

Можно сказать, что сформированная информационная культура преподавателя РКИ позволит реализовать онлайн-обучение при участии современных педагогически ориентированных компьютерных технологий.

Остановимся подробнее на методических возможностях современных компьютерных технологий в онлайн-обучении.

Новый цифровой формат обучения реализуется при использовании электронного раздаточного материала. Это могут быть презентации, страницы учебников, аудио-, видеоматериалы для прослушивания и просмотра, ссылки на Интернет-ресурсы и т.д. Такие материалы преподаватель прикрепляет в чат-окне видеомессенжера в виде пронумерованных файлов. По команде обучающего учениками последовательно открываются необходимые файлы, заменяющие традиционные записи на доске, презентационные материалы и т.д.

Примером электронного раздаточного материала может стать учебный тренажер «Русская грамматика –

иностранным студентам: Вводный курс» (автор – М.В. Холодкова), в котором слайды презентаций выстроены по следующему принципу: объяснение материала, тренинг, самостоятельная работа. Автором разработаны презентации по темам вводного курса (одушевленные и неодушевленные существительные, род и число существительных, личные и притяжательные местоимения, прилагательные, глаголы 1 и 2 спряжения). Задачей преподавателя при использовании данного учебного тренажера станет комментирование слайдов и проверка усвоенности материала.

Онлайн-обучение не дает возможности применения записей на доске, традиционно сопровождающих объяснение материала. И заранее предугадать, что потребуется записать для учащихся, затруднительно. Функция веб-площадок и видеомессенжеров «Демонстрация экрана» позволяет решить эту проблему. Учитель может делать электронные записи в любых программах (Word, Paint и т.д.), а ученики в режиме реального времени наблюдать. Учащимся также при помощи этой функции могут транслироваться картинки, фотографии, таблицы, учебники в электронном виде и др.

Особое место в онлайн-обучении занимают электронные учебники, которые представляют материал в структурированном виде и облегчают работу преподавателя, связанную с подбором информации в цифровом формате.

Электронные учебники, с одной стороны, представляют системно языковой материал, с другой стороны, обеспечивают представление изучаемых материалов с помощью мультимедиа: фото, видео, графики, анимации, звука. Это позволяет учащимся приблизиться к моделированию языковой среды (вернее типовых ситуаций общения).

Электронный учебник обеспечивает:

- обучение на основе аудиовизуальной информации, обеспечение понимания устной речи, звучащей в

нормальном темпе, интонационно и графически маркированной;

- моделирование искусственной речевой среды с заранее запрограммированной структурой, в которой происходит общение и адаптация к ней;

- управление процессом обучения путём создания проблемных ситуаций с помощью видеоряда и указаний условий и способов их решения;

- включение в процесс спонтанного говорения, решение речевых и поведенческих задач;

- варьирование способов презентации учебного материала и его изучения.

Так, онлайн-обучение может проходить при использовании следующих мультимедийных учебных комплексов, охватывающих разные области применения: вводно-фонетический курс «Вперед» (Т.М. Балыхиной), разговорная практика «Прогулки по Петербургу», «Европа: XXI век» (А. Бердичевский, П. Вицаи), обучение аудированию «Послушайте!» (И.А. Гончар), пособие для отработки лексико-грамматических навыков («Лексико-грамматический тренажер») и др.

Таким образом, интеграция компьютерных технологий в учебный процесс стала неотъемлемой составляющей современного общества. И задачей преподавателей становится необходимость соответствовать сложившейся ситуации, идти в ногу со временем, повышая собственную информационную культуру. Преподаватель должен свободно ориентироваться в особенностях реализации онлайн-обучения, педагогически обоснованно использовать свойства и функции веб-площадок и видеомессенжеров, реализующих обучение в режиме реального времени, уметь отбирать и преподносить учащимся учебный материал в цифровом формате и т.д.



### Литература

1. *Тряпельников А.В.* Интеграция информационных и педагогических технологий в обучении РКИ (методологический аспект). – М., 2014.

2. *Гендина Н.И.* Информационная культура учителя: концепция формирования и региональный опыт / Н.И. Гендина // Образование. Карьера. Общество. – 2003.- №1. – С. 18-24.

3. *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. – 2015. – №22. – С. 12-15.

4. *Холодкова М.В.* Русская грамматика – иностранным студентам: учебный тренажер. Часть I. Вводный курс. Производитель: ФГБОУ ВПО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина», № гос. регистрации – 0321300527, 11 февраля 2013 г.

#### **METHODICAL POSSIBILITIES OF MODERN COMPUTER TECHNOLOGIES IN ONLINE LEARNING OF RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE**

The article is devoted to the description of the new form of online learning of Russian as a foreign language, popularized in modern society. It provides the components of the information culture of the teacher as an essential factor in the participating in the modern educational process, including online learning. The methodical capabilities of modern computer technologies are described: pedagogically applicable functions of video messengers providing real time training. The author highlights modern language training equipment, electronic textbooks, multimedia educational complexes that can be used in online learning.

**Keywords:** online learning, information culture of the teacher, computer technologies, electronic textbook.

**Н.И. Жабо**

*(Российский университет дружбы народов)*

**М.Ю. Авдонина**

*(Московский государственный лингвистический университет)*

**И.Б.Чернышева**

*(Высшие курсы иностранных языков Министерства иностранных дел Российской Федерации)*

**ЛЕКСИКОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ  
НЕФОРМАЛЬНОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА  
В ОБЛАСТИ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ**

В статье обсуждаются результаты анализа лексических единиц текстов он-лайн публицистики, отзывов, форумов и чатов Интернета, посвященных политической тематике

**Ключевые слова:** русский язык, политическая тематика, неологизмы, семантические изменения, профессиональный жаргон, оценочные коннотации

Гипотезой исследования является положение о том, что появление особого слоя лексических единиц в современном русском языке связано с образовавшейся в последние годы ситуацией многоязычия, в частности, в текстах политической тематики. Материалом исследования являются речевые акты, обслуживающие сферу международного общения: устные (переговоры, дискуссии на полях саммитов, публичные выступления) и письменные (форумы Интернета, личная переписка, документация, протоколы заседаний международных организаций). Языковой пласт политической лексики характеризуется, с одной стороны, консервативностью, устойчивостью принятых к употреблению словосочетаний и, с другой стороны, наличием неологизмов и новых словосочетаний, порой на взгляд непрофессионала несочетаемых семантически. Современная коммуникативная ситуация одновременно и отражает и сопровождает создание единого

информационного пространства. Возникает необходимость обобщения полученных результатов проведенного практического анализа сообщений о международной жизни в целях выделения критериев и разработки целостной модели анализа текстов СМИ означенной тематики.

Методы исследования: сопоставительный семантический и прагматический анализ текстов видео, письменных текстов газет и журналов последних лет и письменных откликов на события международного характера в Интернете.

Результаты. Неологизмы политической терминосистемы могут быть созданы авторитетным политическим лидером, быть продуктом индивидуального творчества (чаще всего, журналиста), однако чаще легче установить источник, нежели авторство термина [Авдони́на, Жабо, Терехова, Валеева 2016; 111-125].

Интернет сохраняет некоторое время такие единицы, которые проходят через процедуры как официального, так и кулуарного обсуждения в письменной и устной формах [Чернышева 2010], давая нам возможность диахронического анализа, наблюдения за появлением и исчезновением таких слов. В частности, анализ случаев употребления в 2017 г. изучаемых нами [Авдони́на, Жабо, Чернышева 2016; 14] единиц *аксептабельный* и *вепонизация* показывает, что первое слово устно употребимо, но в письменных текстах используется в сфере социологии, а второе приобрело новое метафорическое значение в сочетании с единицами, несущими сему «сведения», например: *вепонизация социальных сетей* [ИноСМИ 2017]; *информационные манипуляции и «вепонизация» информации* [РЕГНУМ 2017]. Слово *транспарентный* широко используется в устных переговорах и в 2000 г. вошло в толковые словари, в частности: *полит., дипл. О политической позиции, концепции и т.п.: не содержащий секретов и недомолвок* [Ефремова 2000; Крысин, 2003; 854], обсуждается лингвистами, которые

считают, что оно употребляется «в значении ‘отсутствие секретности, доступность любой информации’, без каких-либо ограничивающих стилистических помет» [Крысин 2004]. В новостях политики в последние годы на письме вновь заменено на *прозрачный*, однако присутствует в текстах о политике на русском языке, написанных в странах бывшего СССР: *Туркменистан готов к тесному сотрудничеству с государствами, международными институтами с целью выработки согласованных, транспарентных подходов ко всем...*[Материк 2017]; *В рамках пятой реформы, направленной на формирование транспарентного и подотчетного государства, предстоит решить несколько ключевых задач* [Стратегия 2050 2017]. Зато эта единица сочетается теперь в такими словами, как *выручка, пудра, чехол, потолок, букет, стиль*. Как видно, изменение стилистического регистра завершено, слово перешло из административного стиля в нейтральный регистр. Однако это слово до сих пор вызывает чувство отторжения у многих любителей русского языка, например: *«Транспарентный – любимое слово Чубайса. "РАО ЕЭС - транспарентная компания." Ну просто забыл слово "прозрачный". С кем не бывает»* [Маразмонины 2017].

Этимологически разные, но семантически сходные слова необходимы в политическом тексте, причем каждому члену пары (например, *аутентичный / подлинный*) присваивается специальное значение, и таким образом они начинают различаться, разводиться. В прагматическом плане важнейшей особенностью общения политиков является то, что они сознательно применяют лингвистическую гибкость: даже если термин ощущается как неудачный, даже если налицо некомпетентность переводчиков, секретарей, младших чиновников (как в случае с термином *устойчивое развитие*), но термин уже вошел в коммуникацию, созданная лексическая единица или

новое значение принимаются как данность, они не обсуждаются и не осуждаются.

Неформальный политический дискурс имеет еще одну особенность: появление новых значений общеупотребительных слов и словосочетаний, противоположных по смыслу первичному значению. В блогосфере слова с семой «праздник» (*фестивальный, феерический, праздничный*) употребляются с иронической, саркастической окраской: *обществу не нужна вот эта фестивальная демократия, то есть манипулятивная, политехнологическая, медийная в телевизорах и на билбордах...* [Свободная пресса 2017].

В политическом дискурсе слова *актор, донор, контрибутор, отмывание, коммунитарный, на полях* имеют специальное значение; слово *западник* приобрело значение «представители Европы и Северной Америки» (пейоративно); *мониторы* – это «наблюдатели»; *англо-саксы* это не германцы Средневековья, но пейоративное прозвище политиков Великобритании и США; *контактёры* – помощники при начале переговоров; – тот, кто денежные средства организации или проекту. Такой процесс мы предлагаем называть ресемантизацией.

Благодаря он-лайн словарям, многоязычным новостным сайтам (например, Евроньюс) у обучающихся специальному русскому языку появились новые опции уточнения значения слов, их истории, их дистрибуции. Рекомендуем преподавателям РКИ изучать такого рода единицы без негативной эмоциональной реакции, даже если новообразование ошибочно по смыслу и неблагозвучно. Главным критерием приемлемости (той самой акцептабельности!) термина должно быть отношение к нему самих пользователей. Проведенное исследование является полиперспективным и дает возможность составить практические рекомендации для обучения переводу информационных текстов. Результаты исследования

применяются на практических занятиях по переводу, а также в лекционных курсах ИКТ и межкультурной коммуникации в РУДН, МГЛУ и ВКИЯ МИД РФ.

### Литература

1. Авдонина М.Ю., Жабо Н.И., Чернышева И.Б. Новые лексические единицы неформального политического дискурса // «Русский язык как иностранный в современном образовательном пространстве» Материалы XII-ой международной научно-практической конференции. – Улан-Батор, Монголия, 2016.

2. Авдонина М.Ю., Жабо Н.И., Терехова С.И., Валеева Н.Г. Терминосистемы экологического дискурса в английском, французском и русском языках: полипарадигмальный подход к исследованию, переводу и обучению. Монография. – М., 2016.

3. ИноСМИ. Бывший глава ЦРУ: хакерские атаки России стали результатом «провала разведки» США <http://inosmi.ru/politic/20171213/240996979.html>

4. Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов. – М., 2003.

5. Крысин Л.П. Вторичное заимствование и его описание в толковом словаре // Русский язык. № 44 (380). – М., 2004.

6. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный – М., 2000.

7. Путь к казахстанской мечте – Стратегия 2050 (ОБЗОР) <http://strategy2050.kz/ru/news/50378>

8. РЕГНУМ. Мюнхенская конференция: ни мира, ни войны <https://regnum.ru/news/polit/2241294.html>

9. Чернышева И.Б. Ситуация многоязычия как фактор возникновения особого слоя неологизмов в современном русском языке // IV Международный конгресс исследователей русского языка. Русский язык: исторические судьбы и современность. – М., 2010.

10. Что такое слова-маразмы или маразмонимы (варваризмы)? <http://marasmonyms.narod.ru/words/transparent.html>

11. Эксперт: российскому обществу не нужна украинская фестивальная демократия <http://svpressa.ru/politic/news/156733/?rss=1>

12. Энергетические перспективы Туркменистана в  
Евразийском регионе 15.12.2017 URL:  
<http://www.materik.ru/rubric/detail.php?ID=31261>

**LEXICOLOGICAL FEATURES OF THE INFORMAL  
POLITICAL DISCOURSE IN THE FIELD OF  
INTERNATIONAL RELATIONS**

The article discusses the results of analysis of lexical units of texts of on-line journalism, reviews, forums and Internet chats devoted to political topics

**Keywords:** Russian language, political themes, neologisms, semantic changes, professional jargon, appraisal connotations

**Г.А. Заварзина**

*(Воронежский государственный педагогический университет)*

**В.А. Заварзина**

*(Воронежский государственный университет)*

**ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ  
УНИВЕРБАТОВ-НЕОЛОГИЗМОВ  
ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЙ ПОДСИСТЕМЫ  
«ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ НАУКОЙ  
И ОБРАЗОВАНИЕМ» В СОВРЕМЕННОМ  
ИНФОРМАЦИОННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ**

Настоящая статья посвящена описанию основных моделей образования новых универбатов в лексико-семантической подсистеме «Государственное управление наукой и образованием» и особенностей их функционирования в современном информационном медиапространстве.

**Ключевые слова:** лексико-семантическая подсистема, словообразование, универбация, универбат, суффиксальный универбат.

Известно, что стремление современного носителя русского языка к информативности, эмоциональности и речевой экономии (экономии речевых усилий, письменных

средств, времени на коммуникацию), является основным фактором образования новых словесных знаков лексико-семантической подсистемы «Государственное управление наукой и образованием» на основе универбации [ср. также терминологические обозначения «универбизация» (Л.В. Сахарный), «включение» (Н.А. Янко-Триницкая), «синтетическое сжатие», «семантическая компрессия» (В.В. Лопатин), «семантическая конденсация» (А.В. Исаченко), «семантическое сжатие» (В.В. Виноградов), «эллипсис» и «эллиптизация» (Т.Г. Винокур, А.А. Шахматов) и др.], или компрессии развернутых наименований, под которой понимают «образование новых слов как результат смысловой компрессии фраземы и вычленения одного из ее компонентов» [Алефиренко 2009; 101]; «средство конденсации многословных наименований, при помощи которого создаются вторичные свернутые номинации [Осипова 1994; Земская 1981; 120]; «расширение значения слова, которое осуществляется за счет семантики другого слова, не получающей в данном слове отдельного морфемного выражения» [Янко-Триницкая 2001; 375].

Как показало исследование, основным словообразовательным типом универбатов исследуемой сферы в русском языке новейшего периода, помимо компрессии словосочетания в одно слово [напр., *электив* – элективный учебный предмет, *инклюзия* – инклюзивное образование, *дистант* — дистанционное обучение / дистанционное образование и др.], является суффиксация. При образовании суффиксальных универбатов большую роль играет, прежде всего, суффикс –к(а), который обуславливает частеречную принадлежность нового слова, позволяет преобразовать номинативное сочетание в однословную единицу со значением предметности [Заварзина 2012; 79] и выполняет экспрессивную функцию в связи со стилистической окраской разговорности [ср.: *социалка* – социальный заказ, *двенадцатилетка* – школа,



рассчитанная на 12 лет обучения, *автономка* – автономная школа и др.]. Суффиксы -ик/ -ник и –ишк(а) являются наиболее активными в образовании наименований лиц [ср.: *осенник* - школьник, сдающий экзамен осенью; *платник* – студент платной формы обучения; *льготник* – абитуриент, имеющий льготы при поступлении в вуз (лица с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды; победители и призеры всероссийской олимпиады школьников и олимпиад школьников и др.); *поточник* – студент, обучающийся в потоке; *бюджетник* – работник бюджетной сферы].

В большинстве случаев универбаты-неологизмы сферы государственного управления наукой и образованием в Интернет-пространстве создаются на базе билексемного словосочетания адъективно-субстантивной структуры [ср.: *малокомплектка*—малокомплектная школа, *многопредметка* – многопредметная школа, *обменка* – обменная программа обучения, *удалёнка* – удаленное образование и др.]. Вместе с тем, можно выделить универбаты, производящей основой для которых являются сочетания существительного с несогласованным определением, т.е. модель типа «существительное + существительное в одном из падежей» [ср.: *предметник* – учитель предмета]. Подобные модели могут быть не только двухчленными, но и трехчленными [ср.: *электив* - элективный учебный предмет, *дошколка* – дошкольное образование, *удлиненка* – удлиненная начальная школа] и многочленными [ср.: *стобалльник* — ученик, набравший по результатам ЕГЭ сто баллов; *ЕГЭшник* – школьник, сдающий ЕГЭ; *ОГЭшник* – школьник, сдающий ОГЭ; *углублёнка* - школа с углубленным изучением отдельных предметов]. Среди подобных номинаций особую группу образуют универбаты, базой для которых является словосочетание – имя собственное [ср.: *Вышка* - Высшая школа экономики, *Плешка* - Институт им. Плеханова].

Как правило, универбаты исследуемой подсистемы является нелексикализованными номинатами (не являются самодостаточными производными словами от исходных словосочетаний) и представляют собой стилистические варианты исходных словосочетаний [ср.: *ГИАшник* (устар.), *ПТУшник* (устар.) и др.]. К подобным номинациям также можно отнести жаргонизмы, функционирующие в сфере государственного управления образованием: *кремлевка* – правительственная связь в Кремле [Заварзина 2012а; 161], *толкач* – представители президента и правительства в Госдуме, «проталкивающие» законопроекты, разработанные и внесенные в Госдуму по инициативе государства [Заварзина 2012а; 324].

Новые лексические единицы сферы образования, образованные в результате компрессии словосочетания с помощью синонимичных словообразовательных формантов, могут вступать в синонимические отношения. Ср. универбы-синонимы, семантически не отличающиеся друг от друга: *стобалльник* – *стобалльщик*, *дистанционщик* – *дистанционник*; ср. также: *платник* – *внебюджетник* (о студенте) и др.

Многие универбы, созданные на базе одного и того же имени прилагательного, нередко соотносятся с различными словосочетаниями, что обуславливает возникновение омонимичных номинаций [ср.: *Вышка* – Высшая школа экономики и *вышка* – высшая математика; *восьмилетка* (устар.) – восьмилетняя школа и *восьмилетка* (устар., разг.) – о времени президентского правления В.В.Путина; ср. также: *заёмщик* – студент, взявший кредит на образование].

Как видно, универбация в лексико-семантической подсистеме «Государственное управление наукой и образованием» представляет собой весьма активный процесс, получивший яркое отражение в современном информационном медиапространстве.

## Литература

1. *Алефиренко Н. Ф.* Фразеология и паремиология. - М.: Флинта; Наука, 2009. - 344 с.
2. *Заварзина Г.А.* Инновации словообразовательного характера в лексико-семантической сфере «Российское государственное управление» //Актуальные проблемы русского языка и методики его преподавания: традиции и новации: мат-лы XIV Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых с международным участием. – М.: РУДН, 2012. – С.78-82.
3. *Заварзина Г.А.* Государственное управление: актуальная лексика русского языка начала XXI века. Словарь-справочник.- Воронеж: ВГПУ, 2012а. – 236 с.
4. *Земская Е. А.* Активные процессы современного словопроизводства // Русский язык конца XX столетия (1985-1995). - М.: Языки русской культуры, 1996. - С. 90-141.
5. *Осипова Л. И.* Активные процессы в современном русском словообразовании (Суффиксальная универбация и усечение). - М.: Прометей, 1994. - 117 с.
6. *Янко-Треницкая Н.А.* Словообразование в современном русском языке. - М.: Индрик, 2001. - 503 с.

### THE FUNCTIONING PECULIARITIES OF COMPOUNDS-NEOLOGISMS OF LEXICAL SEMANTIC SUB-FIELD 'STATE ADMINISTRATION OF SCIENCE AND EDUCATION' IN CONTEMPORARY INFORMATIONAL MEDIA SCENE

This article is devoted to the description of the main patterns of new compounds formation in lexical semantic sub-field 'State administration of science and education' and its functioning peculiarities in contemporary informational media scene.

**Keywords:** lexical and semantic subsystem, word-formation, univerbation, univerbant, suffix univerbant.

**М.В. Загидуллина**

*(Челябинский государственный университет)*

**ИКОНИЧЕСКОЕ И ГОЛОСОВОЕ: ГЛОБАЛЬНАЯ  
ТРАНСФОРМАЦИЯ ПИСЬМЕННОЙ  
КОММУНИКАЦИИ**

Исследование выполнено при поддержке гранта Российского  
научного фонда 16-18-02032

Концепт «зеленой лингвистики», открывающий перспективу рассмотрения коммуникации в неразрывной связи с технологиями и их эргономикой как элементами коммуникационной среды, позволяет выявить ключевые точки сдвига в коммуникационном ландшафте. В статье внимание сконцентрировано вокруг факторов, воздействующих на письменность как центральный на протяжении тысячелетий способ фиксации информации.

**Ключевые слова:** «зеленая лингвистика», технологии коммуникаций, письменность, эмописьменность, постписьменность.

Понимая под «зеленой лингвистикой» анализ языковых процессов как составляющей общего коммуникативного ландшафта, представленного органическим сплавом первой сигнальной системы, традиции, культурного бэкграунда, современных технологий информационного обмена, мы можем выявить элементы развития языковой системы, ускользающие от внимания специалистов, абстрагирующихся при анализе языка и речи от контекста его существования. Особое значение здесь приобретает принцип масштабно-исторического подхода, примененный Ж. Деррида в его трактате «О грамματοлогии» ([Деррида 2000], вслед за аналогичной попыткой Ж.Ж. Руссо, которая и легла в основу исследования французского философа [Руссо 1961]); подобный метод анализа был использован Г.-М. Маклюэном в «Понимании медиа» [Маклюэн 2003] и «Галактике Гутенберга» [Маклюэн 2004]. Опираясь на саму идею Деррида усматривать в

дописьменном периоде постписьменный (все: каждое слово, каждая идея – появляются в сознании как «граммы», нечто уже изначально где-то отлитое в письменную форму, которую мы просто пока не можем обнаружить или выявить; и с этой точки зрения письменность в том виде, как мы к ней привыкли, есть по сути слабая попытка «ухватить» ту «дописьменную» письменность, что легла в основу языка периода его тотальной устности), а также обращаясь к прошлому письменной коммуникации, мы можем рассматривать современное коммуникационное поле в масштабно-историческом аспекте: эпоха первичной устности, на смену которой пришли века торжества письменности, возвращается в виде новых форм коммуникации (собственно немой, иконической формы устности и собственно голосовой формы). При этом обе эти формы предстают как часть общего оцифрованного пространства.

Российские специалисты предлагают рассматривать интернет-коммуникацию как устно-письменный гибрид ([Лутовинова 2008]), естественную письменную речь ([Голев 2013]; [Естественная письменная... 2016]), о гибридности устного и письменного в интернет-коммуникациях и т.п. Однако уже в книге Д. Кристала предлагался термин Netspeak, одновременно отсылающий к Оруэллу (с его Newspeak и Oldspeak в романе «1984») и Netlish, подчеркивающему принципиально новую природу английского языка, переместившегося в Интернет [Crystal 2001]. Суть интернет-коммуникации в аспекте устности-письменности ощущалась всегда именно как «смесь», нередко рассматривалась (и рассматривается сейчас) как взаимодействие нормы и узуса (см., например, [Крысин 2017], [Интернет-коммуникация... 2016]).

Как в западных, так и в отечественных исследованиях распространена точка зрения на современное состояние коммуникации как утрату высоких образцов и ориентиров,

выработанных предшествующим периодом письменности и книжности (см. например [Ong 1982], [Коломиец 2017]).

В контексте «зеленой лингвистики» предлагается возможность рассмотрения этих гибридных явлений в языке с другой точки зрения: не с позиции «смешивания» элементов или воздействия узуса на норму (что тоже, в определенном смысле, представляет собой процесс смешивания двух состояний языковой системы или двух ее аспектов), но как адаптацию коммуникативных процессов, производимых пользователями, к технологической аранжировке коммуникации (так же, как письменная норма кристаллизовалась применительно не столько к самому факту наличия письменных знаков, сколько к технологиям и культурным образцам функционирования письменности, которая в конце концов оформилась в книжной культуре).

Письменность как способ оформления мысли (ее остановки, оттачивания, репрезентации) сохраняет свои свойства и в интернет-коммуникации, однако технологические возможности передачи мыслей, эмоций, отношения, мнений с помощью самых разных систем знаков (от эмодзи и эмописьменности с ее разветвленной системой фиксации состояний и передачи оттенков чувств до иконических посланий, представляющих собой исключительно образы, «картинки», иногда сложные их варианты, например, видео-, GIF, анимация и т. п.) могут рассматриваться не как карнавально-развлекательные элементы коммуникации, но как апеллирование к другим способам мышления (например, образного). Собственно письменно-словесная коммуникация, несомненно, остается доминирующим элементом информационного обмена, однако ее значимость подвергается редукции, а на ее место заходят принципиально иные способы репрезентации мыслей, эмоций, переживаний, значений.

Особое внимание в ситуации коммуникационного сдвига стоит обратить на взаимодействие новых способов

передачи смыслов (не связанных с письменным словом) с повседневностью, их внедрение в ландшафт ежедневных культурных практик. Если город представляет собой совокупность иконических и голосовых эмблем и знаков, крупнейшие компании от словесно-описательной отчетности переходят к инфографико-наглядной, практика набора «смсок» сменяется практикой голосовых мессенджеров, инструкции представляют собой комиксо-образные нарративы, то современная личность нуждается в иных, чем прежде, принципах оценки, развития, целеполагания в выработке коммуникативных навыков. Это потребность в развитии визуальной и слуховой грамотности, которые были отодвинуты предшествующей эпохой торжества книги на периферию. Именно об этом рассуждал Г.М. Маклюэн, и эту же мысль мы находим у Деррида; в целом их позиция не является констатацией «снижения» в коммуникации (в отличие от Онга, который развивает теорию возврата человечества к примитивно-первобытным формам коммуникации; см. [Ong 1982]).

Важно подчеркнуть, что суть коммуникационного сдвига не в «примитивизации» мозговых действий, связанных с общением, накоплением и передачей информации, а именно в развитии принципиально иных, бывших прежде в зачаточном состоянии, способов оформления мысли. Технологии здесь выполняют решающую роль – в качестве поддержки собеседника можно отправить картинку или файл мелодии так же легко, как и несколько слов. При этом оба собеседника должны обладать достаточными навыками понимания воздействия этих посланий (далеких от словесного обмена).

Однако – помимо приближенной по своим функциям к фатике ежедневной коммуникации – особенно важно сегодня видеть глубинные изменения в культурно-формирующих коммуникативных практиках отложенного информационного обмена. Что происходит с письменностью

как таковой при общем тренде технологического ландшафта в сторону развития визуальных форм хранения и передачи информации? Мы могли бы указать на неизбежность архаизации письменности и ее функционального перехода в область искусства словесности (подобно нотной грамотности), где письменное слово обретет свою красоту и сложность, очищенную от функций повседневности (это особенно касается синтаксиса, принципиально различающегося в устной и письменной системах языка).

Для лингвистических исследований открывается перспектива своевременного улавливания особенностей и направления коммуникационного сдвига, стремительной архаизации прежней иерархии в языке (например, устаревания самого понятия «норма» и ее замены понятием «уместности»; принципиальной смены самого формата словаря как способа фиксации языковых процессов и т. п.), а перед образовательными институтами встает задача перехода к новым представлениям о коммуникативной компетенции.

При этом те системы, что ранее традиционно игнорировались лингвистикой как неуловимые и слишком индивидуальные (например, устное общение), оказываются зафиксированы в интернет-коммуникации и доступны наблюдению как примеры «новой письменности», связанной с прежней системой исключительно функционально (фиксирование коммуникативных единиц).

Понимание общих тенденций развития коммуникации в масштабно-историческом ключе позволяет своевременно отвечать на вызовы стремительно меняющейся коммуникативной системы и предвидеть главный результат этих изменений – «усталость от языка» как коммуникативного инструмента.

### **Литература**

1. *Голев Н.Д.* Русская письменная разговорная речь и ее отражение в быденном метаязыковом сознании участников



виртуальной коммуникации // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2013. – № 5 (25). – С. 12–30.

2. *Деррида Ж.* О грамматологии / пер. с фр. и вст. статья Наталии Автономовой. – М.: Ad Marginem, 2000. (Derrida J. De la grammatologie. Paris, Minuit, 1967).

3. Естественная письменная русская речь: исследовательский и образовательный аспекты: сб. статей / науч. ред. Н. Б. Лебедева. – Кемерово, 2016.

4. Интернет-коммуникация как новая речевая формация: коллект. монография. 3-е издание, стереотипное / под ред. Т. Н. Колокольцевой, О. В. Лутовиновой. – М.: Флинта, 2016.

5. *Коломиец Я. Ю.* Концепция «второй устности» у. Онга и ретрайбализация общества посредством социальных сетей в XXI веке. Часть I // Вопросы теории и практики журналистики. – 2017. – Т. 6. – № 3. – С. 418–429.

6. *Крысин Л.П.* К соотношению системы языка, его нормы и узуса // Коммуникативные исследования. – 2017. – № 2 (12). – С. 20–31.

7. *Лутовинова О.В.* Интернет как новая «устно-письменная» система коммуникации // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2008. – № 71. – С. 58–65.

8. *Маклюэн Г.М.* Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры. – Киев: Ника-Центр, 2004.

9. *Маклюэн Г.М.* Понимание Медиа: Внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева; закл. ст. М. Вавилова. – М.; Жуковский: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003.

10. *Руссо Ж.-Ж.* Опыт о происхождении языков, а также о мелодии и музыкальном подражании / пер. Е. М. Лысенко // Руссо Ж.-Ж. Избранные сочинения. Т. I. – М.: Госуд. изд-во художественной литературы, 1961.

11. *Crystal D.* Language and the Internet. Cambridge University Press, 2001.

12. *Ong W. J.* Orality and Literacy: The Technologizing of the Word. London, New York, Methuen, 1982. 256 p.

## ICON AND VOICE: GLOBAL TRANSFORMATION OF WRITING

The concept of "green linguistics", which opens the prospect of considering communication in indissoluble connection with technologies and their ergonomics as elements of the communication environment, allows us to identify key points of the shift in the communication landscape. The article focuses on factors that affect writing as the core intellectual technology of mankind.

**Keywords:** "green linguistics", communication technologies, writing, emowriting, post-writing.

**И.А. Зайцева**

*(Финансовый университет при Правительстве РФ)*

## РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА УРОКАХ РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО И В ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫХ ФАКУЛЬТЕТОВ

В статье описаны методические аспекты работы с социальными сетями. Представлены особенности включения интерактивных форм в урок по изучению русского языка как иностранного.

**Ключевые слова:** социальные сети, русский язык как иностранный, подготовительный факультет.

Социальные сети являются неотъемлемой частью жизни почти каждого современного человека. Свои аккаунты имеют как люди старшего поколения, так и представители более молодого возраста. В настоящее время, как правило, удивление вызывают те люди, которые не только не проявляют интереса к такому виду общения, но и не имеют никакого представления о таких приложениях, как в Вконтакте, Одноклассники, Twitter, Facebook и многие другие. Как известно, социальные сети дают человеку широкие возможности: социальные платформы позволяют осуществлять общение на расстоянии, находить старых

знакомых, слушать музыку, просматривать видео, узнавать новости, участвовать в дискуссиях различного рода и т.д.

В методике РКИ, как и в методике преподавания различных школьных дисциплин также нашлось место для социальных сетей. Их применение как интерактивной формы обучения русскому языку как иностранному широко распространено.

Основной целью занятий по русскому языку в иностранной аудитории является формирование коммуникативной компетенции и обучение речевому общению. Учащийся лишь в тот момент владеет русским языком, когда может без проблем осуществлять коммуникацию на русском языке.

Прежде чем вводить социальные сети в урок РКИ, необходимо отобрать тот материал, который имеет непосредственное отношение к занятию и может быть использован в его процессе. Также отбор материала осуществляется с учётом изученной лексики и уровня владения грамматическим материалом.

Особенности использования социальных сетей на уроке РКИ выявляются в связи с введением других интерактивных форм: это и пробуждение интереса к выполняемым заданиям, и вовлечение в процесс всех участников обучения, и обращение к чувствам учащихся, к их жизненному опыту. Всё это способствует успешному усвоению учебного материала. Кроме того, использование социальных сетей на уроке РКИ позволяет преподавателю говорить с учениками на языке, им понятном, то есть быть современным, проявлять интерес и продемонстрировать его к тому, что является значительной частью их жизни. Социальные платформы полностью реализуют принцип наглядности, который так важен в изучении любого языка. При этом преподаватель имеет возможность отбирать тот материал, который вызовет непосредственный интерес его учащихся, ведь странички в соцсетях отражают наши

индивидуальные потребности, дают представления о наших взглядах и жизненных установках.

Социальные сети на уроках РКИ – это и важное средство обучения компьютерной грамотности. Не секрет, что не всегда представители стран Азии и Африки имеют возможность широко использовать Интернет на родине, поэтому, приезжая на обучение в Россию, представители этих континентов заводят аккаунты в социальных сетях, а затем увлечённо их исследуют.

Итак, в соответствии с главной целью изучения русского языка как иностранного социальные сети используются в первую очередь для общения на изучаемом языке, погружения в языковую среду. В процессе урока с включением такой формы интерактивного взаимодействия реализуется один из главных принципов взаимодействия всех сторон общения, таким образом, осуществляется удовлетворение интересов всех участников общения. Кроме того, речевые умения и навыки формируются с опорой на когнитивный компонент: это включает в себя просмотр видео, знакомство с новостями, возможность высказать свое мнение о прочитанном или увиденном. Еще к преимуществам использования социальных сетей на уроках РКИ можно отнести тот факт, что обучение строится на аутентичных текстах, которые дают возможность овладеть особенностями произнесения русских звуков, а также помогают научиться воспринимать интонационный рисунок русского языка.

Говоря об использовании социальных сетей на уроке РКИ, стоит также отметить доступность данного вида интернет-приложений. Регистрация практически в любой сети является бесплатной.

Однако социальные платформы всё чаще становятся не только средством обучения, но и открывают новые возможности для административного аппарата, осуществляющего управление учебным процессом и его

организацию. Так, для объединения студентов и быстрого распространения информации среди обучающихся создаются группы, в которых оперативно выкладываются новости, различного рода объявления, фото и видео с прошедших мероприятий и т.д. Благодаря таким группам сообщения быстро доходят до адресата, а учащиеся опять же имеют возможность осуществлять коммуникацию, вступая в различные беседы, комментируя происходящее.

Таким образом, все расширяющие свое влияние в нашей жизни социальные сети позволяют сделать занятие по изучению русского языка как иностранного более современным, актуальным, связанным с реальной жизнью и интересным. В то же время использование социальных платформ ведет к достижению магистральной цели в изучении русского языка, а так же позволяет осуществлять эффективное управление подготовительными факультетами в рамках вузовской системы изучения русского языка как иностранного.

#### **THE ROLE OF SOCIAL NETWORKS IN THE CLASSROOM RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE AND IN THE ORGANIZATION OF WORK OF THE PREPARATORY FACULTIES**

The article describes the methodological aspects of the work with social networks. Features include interactive forms in the lesson on the study of Russian as a foreign language.

**Keywords:** social network Russian as a foreign language, preparatory Department.

**М.И. Зверева**

*(Военно-космическая академия имени А.Ф. Можайского)*

#### **ЭВФЕМИЗМЫ В СМИ И ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ**

Статья посвящена прагматической амбивалентности эвфемизмов, которые, с одной стороны, способны снижать риск негативного воздействия информации на реципиента, а

с другой стороны, могут угрожать лингвистической безопасности текста СМИ.

**Ключевые слова:** эвфемизм, эвфемизация, политкорректность, речевая манипуляция, лингвистическая безопасность.

Лингвистическая безопасность — «это такое состояние текста (высказывания), при котором его потенциальная конфликтность стремится к нулю, и риск причинения вреда его автору, персонажу или реципиенту является минимальным. Лингвистически безопасным текст становится в случае его соответствия ряду критериев, среди которых значительное место занимает отсутствие определённых элементов» [Трофимова 2012; 28]. К их числу можно отнести как собственно языковые элементы (например, обценнизм, порочащее прозвище, ярлык, инвектива), так и лингво-коммуникативные (например, оскорбление, обвинение, осуждение, обличение, безаргументативная критика, угроза, призыв к противозаконным или аморальным действиям).

Однако, как точно заметила Г.Н. Трофимова, «только отсутствие конфликтных языковых единиц отнюдь не гарантирует лингвистической безопасности» [Трофимова 2012; 28]. Поскольку на реципиента может оказываться деструктивное воздействие посредством реализованной в тексте негативной аллюзии, умолчания и тому подобных средств имплицитного влияния. Более того, лингвистически небезопасным текст могут делать даже такие языковые единицы, которые, казалось бы, по природе своей и по своему исходному назначению призваны в текст для его облагораживания и нейтрализации его негативного влияния на адресата.

Примером такой языковой единицы является эвфемизм.

Эвфемизм — это «более мягкое выражение вместо грубого» [Словарь-справочник лингвистических терминов],

употребляемое «для не прямого, прикрытого обозначения какого-нибудь предмета или явления, называть которое его прямым именем в данной обстановке неудобно, неприлично, не принято» [Толковый словарь русского языка].

Несмотря на кажущуюся позитивную однозначность дефиниционных формулировок, по сути своей эвфемизмы являются прагматически амбивалентными.

С одной стороны, да, с помощью эвфемизмов удаётся избежать грубости, выражений, подчёркивающих дискриминационные характеристики, скорректировать эмоциональный заряд высказывания, заменив слова с резко негативным прямым значением на более вежливые и деликатные, как, например, в рамках следующего контекста:

*«...Он может говорить то, что не поддаётся воспроизведению русскими буквами»* (Известия 2014. 18 апреля).

Использование эвфемизма «не поддаётся воспроизведению русскими буквами» обусловлено нормами приличия и убергает автора и читателя от грубой нецензурной лексики и её негативного влияния.

Другой пример:

*«Люди, работавшие с "серебряными" волонтерами, отмечали, что они стремятся делиться знаниями и опытом, а также очень ответственны»* (РИА Новости 2018. 31 января).

Эвфемизм «серебряный» не только приводит высказывание в соответствие с требованиями современного «политкорректного мира» (замещая собой номинации, которые прямо указывают на возраст, например, «старые», «пожилые» и т.п.), но и создаёт фантастически красивую образность.

Эвфемизмы в данных контекстах выполняют свою прямую функцию – функцию смягчения негативных, неприятных, неприличных смыслов, а значит, способствуют

обеспечению лингвистической безопасности текста и не наносят вред ни автору, ни персонажу, ни реципиенту.

Но, с другой стороны, эвфемизмы – это такие языковые единицы, которые помимо основной традиционной своей функции смягчения грубых, неприятных смыслов и замены неуместных по культурно-этическим причинам слов способны выполнять ряд других функций. Например, такие функции, как: выражение оценки [Зверева 2016; 418-419], создание определённого речевого имиджа говорящего, юмористическая функция – функция создания комического эффекта в тексте [Зверева 2015; 107], манипулятивная функция. Причём, прагматический потенциал этих функций в определённых контекстуальных условиях порой проявляется ярче и интенсивнее обычной традиционной функции смягчения.

Примером этому послужит следующий фрагмент текста СМИ:

*«Я поддерживаю такие методы, когда у разведки есть достаточно информации по тому или иному кадру, по отношению к которому применяются так называемые **методы усиленного допроса**»* (Известия 2014. 13 декабря).

Эвфемизм *«методы усиленного допроса»* заменяет словосочетание «жестокие пытки», благодаря чему происходит не просто смягчение негативного смысла, а существенно уменьшается разоблачительная сила доклада, что оказывает влияние на формирование у читателя более позитивного образа организации. То есть осуществляется манипуляция сознанием.

Другой пример:

*«Соседствующий с “ПСМА Рус” завод Volkswagen только готовится к остановке и возможному **изменению трудовых взаимоотношений с сотрудниками**»* (Известия. 18.12.2014).

Эвфемизм *«изменение трудовых взаимоотношений»* вводит в заблуждение читателя, поскольку обладает



предельно размытой семантикой и лишь отдалённо соотносится со словами «сокращение», «увольнение», отражающими суть происходящего.

В приведённых последних двух примерах эвфемизмы перестают быть своеобразными языковыми гарантиями обеспечения лингвистической безопасности, поскольку с их помощью реципиент вводится в заблуждение, оказывается манипулятивное воздействие на сознание читателя, что ограничивает его свободу мысли. Следовательно, такой текст уже нельзя назвать лингвистически безопасным. И примеров такого рода текстов с функционально похожими эвфемизмами достаточно много в СМИ.

Проблема обозначенной прагматической амбивалентности эвфемизмов приобретает особую актуальность, учитывая пропагандируемый в последние 7–10 лет такой принцип современной коммуникации, как толерантность. Следствием активной пропаганды этого принципа стало формирование (в частности, в СМИ) явной установки на политкорректность, что спровоцировало стремительное увеличение количества эвфемизмов (как мы убедились, по-разному влияющих на адресата, выполняющих разные функции), эвфемизируемых тем и сфер, а также это ускорило динамику обновления слов и выражений, относящихся к пласту эвфемистической лексики. И если в 60-е годы XX века Б.А. Ларин говорил о том, что «эвфемизмы не долговечны» [Ларин 1960; 110], то сейчас эвфемизмы ещё более не долговечны.

Кроме закрепившегося в СМИ принципа толерантности и установки на политкорректность быстрое обновление и «размножение» слов-эвфемизмов провоцирует ещё один фактор – доминирование так называемой журналистики происшествий над журналистикой событий. Следовательно, замедления процесса обновления эвфемистической лексики и сокращения её количества не стоит ожидать до тех пор, пока между журналистикой

происшествий и журналистикой событий сохраняется такой дисбаланс не в пользу последней. А значит, тексты СМИ будут продолжать содержать в себе большое количество негативных смыслов, которые часто не просто нейтрализуются или «смягчаются» посредством эвфемизмов, а «размываются», «вуалируются», из-за чего тексты СМИ обретают силу манипулятивного воздействия на сознание читателя или слушателя и становятся лингвистически небезопасными.

### Литература

1. *Зверева М.И.* Эвфемизм как средство выражения оценки // XLV Международная филологическая научная конференция, Санкт-Петербург, 14–21 марта 2016 г.: Тезисы докладов. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2016.
2. *Зверева М.И.* Эвфемизмы нашего времени и их коммуникативно-прагматический потенциал // Сб. материалов XIII Конгресса МАПРЯЛ (г. Гранада, Испания). – СПб.: МАПРЯЛ, 2015.
3. *Ларин Б.А.* Об эвфемизмах // Проблемы языкознания: сб. статей. Под ред. Б. А. Ларина. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1961.
4. *Трофимова Г.Н.* Лингвистическая безопасность: к проблеме толкования // Вестник РУДН. – М., 2012. №1.
5. *Эвфемизм* // Словарь-справочник лингвистических терминов. Под ред. Д.Э. Розенталь, М.А. Теленкова. [Электронный ресурс] // АКАДЕМИК: [dic.academic.ru]. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/lingvistic/1852/эвфемизм>.
6. *Эвфемизм* // Толковый словарь русского языка. Под ред. Д.Н. Ушакова. [Электронный ресурс] // АКАДЕМИК: [dic.academic.ru]. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/1095558>.

### EUPHEMISMS IN THE MEDIA AND LINGUISTIC SECURITY

The article is devoted to pragmatic ambivalence of euphemisms, which, on the one hand, can reduce the risk of negative information influence on the audience, and on the other hand, may threaten the linguistic security of the media text.

**Keywords:** euphemism, euphemisation, polity correctness, speech manipulation, linguistic security.

**З.С. Зюкина**

*(Российский университет дружбы народов)*

**К ВОПРОСУ ИННОВАЦИОННОЙ ТЕХНОЛОГИИ  
ОБУЧЕНИЯ РУССКОМУ ЯЗЫКУ  
СТУДЕНТОВ-ИНОСТРАНЦЕВ**

В статье рассматривается проблема коммуникативно-речевой активности и критерии её определения. Кроме того, рассматриваются различные технологические возможности и формы организации обучения русскому языку, способствующие повышению коммуникативно-речевой активности студентов-иностранцев.

**Ключевые слова:** коммуникативно-речевая активность, критерии ее определения, формы организации обучения русскому языку.

Под коммуникативно-речевой активностью студентов-иностранцев понимается «свойство личности, проявляющееся в стремлении осуществить разнообразную речевую деятельность на уровне тех коммуникативных возможностей, к которым он готов в смысле владения языком. Коммуникативно-речевая активность – это и проявление волевых усилий, и вместе с тем внутренняя готовность человека действовать соответствующим образом в конкретной коммуникативно-речевой ситуации, это и динамическое интегральное свойство личности, способное изменить под воздействием обучения свой характер от воспроизводящего до творческого» [Зюкина 2016; 30].

Для выявления уровня коммуникативно-речевой активности личности необходимо установить те критерии, которые являются достаточно объективными и убедительными. В литературе можно найти основные требования к критериям активности. «Они должны фиксировать деятельностное состояние субъекта, нести

информацию о самостоятельном характере деятельности человека, соответствовать деятельности, в которой проявляется активность» [Лозовая 2000; 27].

В данных требованиях частично названы и сами критерии активности, которые отражают объективные результаты и характер деятельности, а также субъективные факторы: мотивы, интерес.

Наш подход к проблеме коммуникативно-речевой активности предполагает повышение плотности общения на занятиях, насыщенность видами и формами работы, которые требуют от учащихся участия в акте общения. Стимулируют такую активность разнообразные коммуникативные задачи.

Коммуникативно-речевая активность личности может носить ситуативный, эпизодический характер, а может подниматься до стойкого личностного качества, то есть в зависимости от системы отношений личности к деятельности следует говорить о ситуативной активности (проявляется в отдельных видах деятельности, в определенных условиях, ситуациях) и интегральной (как преобладающее качество личности, проявляющееся, несмотря на препятствия), как направленность личности. Интегральная активность личности свидетельствует о том, что студент не просто может в тех или иных случаях проявлять активность в речи, а по-другому не может поступать, действовать.

Повышению плотности общения способствует также сочетание индивидуальных и коллективно-групповых форм занятий; установка на коммуникативно-речевую активность студентов-иностранцев, максимальное приближение обучения к условиям профессионального общения; организация обучения речевому общению как процессу взаимодействия между обучаемым и обучающим.

Несмотря на множество критериев определения коммуникативно-речевой активности, остановимся только на тех, которые, на наш взгляд, являются более показательными и более объективными. Если коммуникативно-речевая

активность проявляется в стремлении осуществлять речевую деятельность, то в учебной ситуации для студентов-иностранцев лексический объём высказываний каждого студента и количество учебного времени, реально затраченного на говорение каждого студента, можно подвергнуть элементарному подсчёту.

Выделенные критерии могут показаться формальными. Возможно, они таковыми являются для русской аудитории. Однако для изучения проблемы коммуникативно-речевой активности студентов-иностранцев эти показатели представляют определённую ценность. Они не только соответствуют деятельности, в которой проявляется активность, но и фиксируют деятельностное состояние субъекта. Кроме того, они могут стать реально работающими в учебных целях. Наша аудитория – взрослые люди, которые могут при необходимости самостоятельно установить (с помощью хронометра, часов) свою коммуникативно-речевую активность, дать ей оценку, увидеть её в динамике.

«В зависимости от системы отношений личности к деятельности следует говорить о ситуативной активности (проявляется в отдельных видах деятельности, в определённых условиях, ситуациях) и интегральной (как преобладающее качество личности, проявляющееся, несмотря на препятствия, как направленность личности)» [Леонтьев 1981; 42]. Интегральная активность личности свидетельствует о том, что студент не просто может в тех или иных случаях проявлять активность в речи, а по-другому не может поступать, действовать.

Таким образом, при определении критериев, уровней активности необходимо учитывать:

- 1) Виды деятельности, следовательно, и виды активности.

2) Волевые усилия личности в достижении целей позволят говорить об активности потенциальной и реализованной.

3) Характер деятельности субъекта, то есть проявление инициативы, самостоятельности или воспроизведения, копирование, т.е. активность творческая, реконструктивная или репродуктивная.

4) Устойчивость, длительность, динамику проявления активности, предполагающих систему отношений личности. Отсюда возможность говорить о ситуативной или интегральной активности, характеризующейся постоянством мотивов, интересов, убеждений личности.

Человек подсознательно стремится к общению на том языке, которым лучше владеет. «Объяснить это можно, пожалуй, тем, что человек попадает в мир родного языка с первого своего вдоха, с первого мгновения своей жизни и привыкает к языку как к чему-то обычному, данному в распоряжение человека раз и навсегда, тем более что усваивается он как бы сам собой, как бы между прочим» [Пассов 2015; 22].

Студенты-иностранцы в течение дня преимущественно говорят на родном языке. При этом выявлена тенденция речевого поведения – сохранение сформированного типа коммуникативно-речевой активности при изменениях языкового кода. Это даёт возможность говорить об относительной стабильности феномена коммуникативно-речевой активности независимо от языковой системы, средствами которой решаются вербальные задачи [Зюкина 2016; 29].

Известно, что «коммуникативно-речевая активность студентов-иностранцев на занятиях очень низка: в среднем – 6% лексического объёма всех высказываний на одного студента и три минуты учебного времени» [Зюкина 2016; 30]. Типичная картина на занятиях – это "принуждение" к речевой активности, а не побуждение к ней.

Не отрицая большого значения традиционных методов в системе образования, следует, однако, подчеркнуть, что их возможности в плане формирования коммуникативно-речевой активности студентов-иностранцев всё-таки относительно невелики. Необходимо использование и других, более адекватных для этих целей средств и форм организации учебного процесса.

Нам представляется творческим подход, основанный на коллективных, групповых формах обучения, которые, с нашей точки зрения, активизируют резервные возможности личности обучаемого и повышают его коммуникативно-речевую активность.

Одним из видов коллективного учебного взаимодействия, используемого нами на занятиях, является работа в различных группах (работа в паре, в малой группе, в большой группе). Для такого взаимодействия характерна неофициальность, «непринуждённость, доверительность общения; наличие психологически комфортного фактора «вместе», способствующего преодолению в себе неуверенности; равноправность собеседников по статусу; равноактивность собеседников, взаимозависимость» [Капитонова 2000; 34]. Для работы в различных группах характерны совместность выработки коммуникативной задачи (при обоюдном согласии собеседников); наличие временного фактора (должны быть заданы пределы времени на занятие для подготовки коммуникативной задачи); инициативность в выборе языковых средств. Также характерны реплики собеседников, уточняющие вопросы, или хотя бы поддакивания; преобладание высказываний, построенных на основе опор, схем.

В ходе таких занятий проводится работа в двух направлениях: совершенствуются умения, полученные студентами ранее, и формируются коммуникативные умения, связанные с общением в разных типах групп.

Как показывают наши наблюдения, общение в различных группах способствует повышению коммуникативно-речевой активности студентов-иностранцев и формированию определённых коммуникативных умений. Среди них, на наш взгляд, можно выделить два типа общих коммуникативных умений, связанных:

а) *с анализом и оценкой речи:*

- умение анализировать коммуникативную ситуацию;
- умение организовать общение внутри группы;
- умение объективно оценить речь других и свою

собственную;

б) *с созданием речи:*

- умение публично мыслить;
- умение общаться в группе из равноправных членов;
- умение пользоваться как вербальными, так и

невербальными средствами общения (в пределах, определённых программой).

Рассмотрим умения по тем ситуациям общения, которые используются на занятиях.

*Ситуация подготовки к общению*, активизация внутренней речи (индивидуальная работа):

– умение извлекать и перерабатывать информацию (в частности фиксировать её в форме конспекта, опорного конспекта, в схемах, моделях и т. п.) с учётом того, что информацию предстоит передать «другому» так, чтобы тот её усвоил;

– умение выбрать коммуникативную цель (сообщить или обменяться информацией с товарищем) и реализовать её в ходе высказывания.

*Ситуация обмена монологами* (работа в паре):

– умение привлечь внимание собеседника, в частности правильно обратиться к нему;

– умение удержать внимание собеседника;

– умение быстро реагировать на реакцию «слушающего»;



- умение сформулировать вопрос;
- умение обмениваться информацией с товарищем.

*Ситуация с элементами обсуждения* (работа в малой группе):

- умение говорить с учётом малой аудитории;
- умение аргументировать (возражать, соглашаться с другой точкой зрения);
- умение терпимо относиться к чужой точке зрения;
- умение принять на себя, при необходимости, роль коммуникативного лидера.

*Ситуация общения с элементами дискуссии* (работа в учебной группе):

- умение самоопределяться в коллективе по поводу обсуждаемой информации («согласен – не согласен», если возражаешь – то по поводу чего и т.д.);
- умение адресовать сообщение (оппоненту, всей группе, ведущему);
- умение организовать говорение других.

Организация занятий может иметь различные формы. Выше была описана лишь одна из них, характерной особенностью которой является увеличение времени, отведенного под говорение более чем в два раза. Во время обмена монологами, например, говорение в среднем составляет 10 минут, в ситуации общения с элементами обсуждения – 20 минут, в общении с элементами дискуссии – 30 минут и, что особенно важно, все студенты без исключения находятся в ситуации, в которой не говорить нельзя.

Конечно, студенты с низкой коммуникативно-речевой активностью будут говорить только на втором этапе (обмен монологами), но ведь это тоже целых 10 минут на каждого, а студенты с высокой речевой активностью будут иметь возможность говорить на русском языке на 2, 3, 4-м этапах около 30 минут. В среднем на каждом занятии на одного студента приходится чистого времени 7 минут. Естественно,

что увеличивается и лексический объем высказываний студентов.

Наши наблюдения показывают, что у студентов-иностранцев повышается и стремление говорить. Они проявляют высокую речевую активность и рассматривают ее как естественное и желаемое состояние, постепенно превращающееся в устойчивое свойство личности. Подобная форма занятий, на которых происходит развитие подготовленной или частично подготовленной речи студентов-иностранцев, может проводиться по любой теме, независимо от предмета. В этом нам видится некоторая универсальность предлагаемой нами методики.

Таким образом, коллективное учебное взаимодействие в различных группах увеличивает время, отведенное под говорение, лексический объем высказываний студентов и, что особенно важно, все студенты-иностранцы без исключения находятся в ситуации, в которой не говорить нельзя.

Несомненно, что подобные занятия способствует повышению коммуникативно-речевой активности студентов-иностранцев и формированию у них профессионально значимых коммуникативных умений.

#### **Литература**

1. *Зюкина З.С.* Из опыта работы по формированию коммуникативно-речевой активности студентов // Гуманитарные исследования 2016 № 2 (58). - 172с.

2. *Капитонова Т.И., Щукин А.Н.* Современные методы обучения русскому языку иностранцев. - М: Русский язык, 2000. - 3-е издание.

3. *Леонтьев А.А., Китайгородская Г.А.* Содержание и границы понятия «интенсивное обучение» // Психолого-педагогические проблемы интенсивного обучения иностранным языкам: Сборник научных трудов / Под ред. А.И. Климентенко. - М., 1981.

4. *Лозовая В.И.* Целостный подход к формированию познавательной активности школьников: Автореферат диссертации доктора психологических наук. - Тбилиси, 2000.

5. *Пассов Е.И.* Принципы иноязычного образования, их система и иерархия / Материалы к докладу на XIII Конгрессе МАПРЯЛ (Гранада, Испания, 13-20 сентября 2015 года). - Липецк, 2015.

#### **THE INNOVATIVE TECHNOLOGIES OF TEACHING RUSSIAN LANGUAGE TO FOREIGN STUDENTS**

In the article the problem of communicative-speech activity of students and the criteria of its definition. In addition, discusses the various technological possibilities and forms of organization of teaching Russian language, which method is improved in increasing the communicative speech activity of students.

**Keywords:** communicative-speech activity, criteria for determining the communicative-verbal activity, forms of organization of teaching Russian language.

**М.В. Иванова**

*(ФГБОУ ВО «Литературный институт им.  
А.М.Горького»)*

#### **ПУБЛИЦИСТИКА В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ**

Работа выполнена в рамках гранта РФФИ № 17-04-00032.

Статья посвящена рассмотрению публицистики как универсальной речевой системы Глобальной Сети.

**Ключевые слова:** публицистика, публицистический стиль, интернет-коммуникация, медиастилистика, русский язык

Современный мир быстрого Интернета и информационных технологий, существенно изменяя все в нашей жизни, трансформирует и традиционные научные представления о тексте, о его стилистических параметрах, об авторстве, о нормированном литературном языковом употреблении и т.д. Огромные возможности постоянного и быстрого (даже мгновенного) контакта и обмена мнениями между людьми посредством соцсетей WhatsApp, Instagram, Snapchat, Facebook, Twitter, ВКонтакте постепенно вытесняют непосредственное личное общение.

Обращаясь к публицистике и рассматривая ее функционирование в Глобальной Сети, следует признать, что публицистику формируют/разрабатывают/трансформируют/меняют все пользователи. Если еще недавно (еще лет тридцать назад) публицистикой занимались только специально подготовленные и особо одаренные личности [Иванова<sup>1</sup> 2017; 50-54; Болотнов 2015; 320-322], то сегодня каждый интернет-пользователь может стать публицистом, пропагандистом, медийной личностью и автором текста публицистической направленности. С одной стороны, эта ситуация пагубно сказывается на традиционной публицистике, размывает ее границы, разрушает установленные стилистические параметры публицистического текста. С другой стороны, именно размывание прежних/хрестоматийных очертаний публицистики создает особые условия, расширяющие ее компетенцию и формирующие ее новое качество — универсальной речевой системы Интернета.

При этом сохраняются существенные стилеобразующие и интенциональные черты и категории публицистики: авторская позиция и авторская интерпретация, оценочность, убеждение как основное коммуникативное намерение [Клушина 2008; 56-59].

Главные стилевые изменения связаны с разговорностью публицистического дискурса в Интернете. Поэтому приходится отмечать плохо подготовленного автора текстов, колебание норм литературного русского языка [Иванова 2017; 124-129], трансформацию медийных жанров и даже в большей степени новые типы текстов, чем новые жанры. Представляется, что именно приобретенный публицистикой в Глобальной Сети особый устно-письменный характер влияет на ее колоссальное жанровое, текстовое, авторское, стилистическое и проч. разнообразие [Клушина, Иванова 2017; 121-129].

Мы точно знаем, что стиль – это исторически сложившаяся система языковых средств и способов их организации, используемая в определенной сфере человеческой деятельности и общения. Следовательно, публицистический стиль как основная функциональная разновидность употребления русского литературного языка, обслуживающая самые разнообразные сферы (политические, экономические, культурные, спортивные и многие другие), – явление историческое, а потому изменчивое в своем содержании, в своих воплощениях и объемах.

В Интернете публицистика становится общедоступной деятельностью: любой человек (независимо от интеллекта, от культурной подготовки и уровня образования, бэкграунда, опыта, навыков и проч.) может создавать свои тексты по поводу актуальных и интересных (для него) событий, комментировать профессиональные публицистические тексты, аналитические статьи, высказывать свою точку зрения в личных блогах, ярко выражать свою политическую позицию, постить картинки в Инстаграм с подписями и т.д. (В скобках должна сделать одно важное замечание. С появлением Интернета активизировалась/актуализировалась так называемая гражданская журналистика — журналистика, которой занимаются любители, люди, не прошедшие специальной профессиональной журналистской подготовки. Это замечательное общественное явление. Но в статье речь идет не о ней, речь идет вообще не о журналистике. Речь идет о глобальном публицистическом дискурсе Интернета, в котором журналистика (профессиональная и любительская) занимает лишь малую часть.).

Публицистика становится тезисной и краткой за счет использования Twitter. **«После многих лет недопониманий страны собираются вместе, чтобы наконец устранить опасность, связанную с Северной Кореей. Мы должны быть жесткими и решительными!» — в августе 2017 года**

**процитировали практически все мировые СМИ Twitter Дональда Трампа, на который подписано около 20 млн. человек.**

Общедоступность и дешевизна технологий позволяет новым текстам распространяться с невиданной скоростью. Достаточно нажать кнопку, понравившийся текст появится на твоей стене, перепостится у твоих друзей, фолловеров и др. Газеты и журналы — традиционные источники получения информации — оказываются в очень жесткой конкурентной среде. И дело не только в их печатном варианте, который проигрывает за счет скорости передачи информации. Официальные сайты СМИ должны быть безупречны с точки зрения стиля, грамотности изложения, логичности построения текста. А это требует существенных временных затрат. Гораздо проще без подробностей (можно даже безграмотно) сформулировать новость-тезис, разместив ее на собственной странице в Фейсбуке. И эту новость будут перепечатывать, она быстрее попадет в общемировое информационное пространство, чем хорошо продуманный и подготовленный текст с официального сайта авторитетного издания.

В современном мире — мире постправды (Оксфордский словарь назвал post-truth словом 2016 года) — возрастает влияние субъективных факторов и личных мнений во всех сферах общественной деятельности. Напомню, что в начале XX века Макс Вебер сформулировал основополагающий метод описания и изучения явлений гуманитарной сферы — объективность, которую прямо противопоставил оценочным суждениям [Вебер 1990; 345-415]. И весь XX век мировая наука исходила из этой посылки и пользовалась объективными методами исследования. Оформилась и независимая объективная журналистика, проводились журналистские расследования громких процессов, часто получавшие большее одобрение граждан, чем расследования правоохранительных органов. К

последней трети XX века мировая независимая пресса достигла такой степени объективности и заслужила столь высокий авторитет, что могла существенно влиять на политику (например, Watergate scandal 1972-74 закончился отставкой Президента США).

Но сегодняшняя публицистика и новые информационные технологии, формирующие новые условия дискурса, отстаивают важность не столько объективности (или даже совсем не объективности), сколько субъективности восприятия происходящих событий. Пользователям Интернета намного важнее искренние высказывания неизвестных комментаторов под новостной лентой, чем соотнесение новости с фактической ситуацией или общезначимой ценностью. Надо признать, что современная публицистика противоречит веберовским принципам объективности. И это уже не публицистика, а постпублицистика [Иванова 2018; 195-196], в которой интерпретация события важнее самого события.

Упрощение текста, доступность информации, субъективность описания явлений действительности и под. должны приводить к позитивным изменениям, к всеобщей осведомленности. Но, к сожалению, наблюдается снижение/уменьшение потребности пользователей Интернета к критическому восприятию действительности. Собственно текст и его содержание перестает быть ценностью; актуализируется креолизованный текст, «многоканальность», визуализация текста и т.д. Уже не совсем забавным, а вполне серьезным становится отношение к количеству лайков и других идеограмм (эмодзи), которые набирает текст, и именно эти знаки — свидетельства значимости и важности текста в публицистическом дискурсе пространства Интернета.

Субъективность постпублицистики, самодеятельность и дилетантизм людей, ее создающих, отражающие в целом процессы демократизации общественных отношений,

приводят к новым явлениям. Во-первых, можно обсуждать не только актуальные события, сюжеты «на злобу дня», но и забытые факты (которые поднимают хайп, например, длящееся уже несколько лет в Рунете обсуждение причин гибели тургруппы Дятлова в феврале 1959). Во-вторых, можно обратить внимание сотен тысяч людей на любую, даже самую ничтожную проблему. В-третьих, можно, настаивая на своем личном мнении, представить факт/проблему в ложном, искаженном виде. Это принято называть *fake-news*; именно таким образом любое событие (явление, тенденция и т.д.) и его описание в современном постпублицистическом тексте легко становится дезинформацией, средством манипулирования сознанием огромного количества людей.

Таким образом, публицистический стиль в цифровую эпоху переживает трансформацию, которая, размывая прежние его границы, значительно расширяет компетенцию публицистики и делает ее универсальной речевой системой Интернета. Представленную сегодня в таком варианте ее следует считать и именовать постпублицистикой.

### **Литература**

1. *Болотнов А.В.* Отражение интеллектуального субстиля в дискурсе информационно-медийной языковой личности публициста // Когнитивные исследования языка. Вып. XXII. Язык и сознание в междисциплинарной парадигме исследований. — М. – Тамбов – СПб., 2015.

2. *Вебер М.* «Объективность» социально-научного и социально-политического познания // *Вебер М.* Избранные произведения. — М., 1990.

3. *Иванова М.В.* Расширение литературной нормы и его исторические основания // Вестник РУДН. Серия «Теория языка. Семиотика. Семантика». — Т.8, №1, 2017.

4. *Иванова М.В.* Публицистика в истории русского литературного языка // Человек в информационном пространстве: понимание в коммуникации. Т.1. — Ярославль. 2017.



5. *Иванова М.В.* Публицистика и постпублицистика // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия. — М., 2018.

6. *Клушина Н.И., Иванова М.В.* Трансформация медийных жанров в коммуникативном пространстве Интернета // Вестник РФФИ. Гуманитарные и общественные науки. — №3 (88), 2017.

7. *Клушина Н.И.* Стилистика публицистического текста. — М., 2008.

### **PUBLICISTIC WRITING IN THE DIGITAL ERA**

The article is devoted to the publicistic writing being the general speech system of the Global Internet.

**Keywords:** publicistic writing, publicistic style, Internet communication, media stylistics, Russian language

**С.Н. Ильченко**

*(Санкт-Петербургский государственный университет)*

**Н. А. Прокофьева**

*(Санкт-Петербургский государственный университет)*

### **ИНОЯЗЫЧНЫЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В ЯЗЫКЕ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ СПОРТИВНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Статья подготовлена при финансовой поддержке Министерства образования и науки в рамках федеральной целевой программы «Русский язык» от 04.10.2016.

№09.w14.25.0105, шифр ИАС 0.32.1437.2016

В статье затрагивается актуальная сегодня проблема избыточного обращения к заимствованной лексике в российском спортивном медиадискурсе. Авторы дают краткую характеристику специфике языка спортивной журналистики, осмысливая обращение к заимствованной терминологии как объективную необходимость. В статье также объясняются причины заимствований, выводятся типологию заимствований в зависимости от функционального и стилистического значения отдельных лексических единиц и их функций.

**Ключевые слова:** медиадискурс, спортивная журналистика, заимствованная лексика, профессиональная лексика, термин, сленг.

**Постановка проблемы.** В современном медиапространстве спорт как тематическое направление занимает одно из наиболее значимых мест как с точки зрения повышенного внимания потенциальной аудитории, так и событийности, формирующей особую информационную среду, которую отличают некоторые специфические черты. Их происхождение объясняется самой природой спортивной информации, которая, с одной стороны, обладает значительным индексом востребованности и узнаваемости, а с другой - при наличии фактора предсказуемости несет в себе черты фактологической неупорядоченности.

В сообщениях о результатах и ходе самих спортивных состязаний различного статуса и формата не без помощи СМИ постоянно усиливается эмоциональная сторона восприятия. Журналистам для установления контакта необходимо вносить дополнительную экспрессию в изложение канвы происходящего на поле, корте, площадке, стадионе, в бассейне и т.п. Одним из следствий этого процесса становится опрощение терминологии, что может быть воспринято в контексте нашего исследования как один из способов продуцирования доверительного отношения к спортивному журналисту. Конкретные приемы подобного речевого поведения будут рассмотрены нами далее.

Обратной стороной такого медийного поведения становится желание продемонстрировать собственную компетентность перед аудиторией, вызвать ее уважительное и почтительное отношение к говорящему, то есть идентифицировать самого себя как компетентного специалиста, эксперта, разбирающего в тонкостях конкретного вида спорта. По этим причинам и происходит трансформация языка спортивной журналистики независимо от канала ее распространения.

**Методология исследования.** В рамках данной статьи мы обращаемся к лингвостилистическому анализу текстов спортивного медиадискурса, выявляя языковые особенности спортивной журналистики в целом, а затем концентрируясь на специфике функционирования иноязычной лексики в медиатекстах, посвящённых спортивной тематике.

Начиная с 2000-х годов спортивная журналистика становится предметом интереса многих исследователей [Алексеев, Ильченко; Гатаулин ; Зильберт Б. А., Зильберт А. Б.; Качанов, Шестерина; Никитина; Текст: теоретические основания и принципы анализа]. Исследователи обращаются к определению границ спортивного дискурса, объясняют повышение интереса потенциальной аудитории к текстам массовой информации, посвящённым спортивной тематике; дают представление о специфике представления информации в спортивном медиадискурсе.

Кроме того, значимой тенденцией современной эпохи является живой интерес к слову, стремление объяснить правомерность, целесообразность словоупотребления, и язык журналистики становится предметом тщательного изучения и толкования [Васильев; Королёва; Кронгауз; Стилистический энциклопедический словарь русского языка]. Всё перечисленное становится предпосылками создания данного исследования.

В рамках статьи уделяется внимание конкретным языковым особенностям спортивной журналистики, поэтому основным методом исследования для авторов становится лексический [Мальшева] и интенционально-стилистический [Иссерс; Стилистика и литературное редактирование. В 2 т. Т. 1.; Лингвистический энциклопедический словарь] анализ текстов массовой информации.

**Результаты исследования.** Стоит отметить, что нынешняя речевая практика массмедиа складывается под влиянием совершенно особых условий, которые принципиально отличаются от тех, в которых развивалась в

советскую эпоху. Сегодня это речь информирующая и воздействующая, при этом она создаётся в условиях жесточайшей борьбы за читательское внимание, что заставляет журналиста каждый раз искать всё новые и новые способы привлечения внимания аудитории. С этой целью он обращается к ресурсам экспрессивизации, в результате чего появляются языковые единицы, выражающие крайнюю степень эмоциональности, но очень быстро они тиражируются и, как следствие, превращаются в штампы, так что говорящий постоянно оказывается в условиях необходимости изобретения средств воздействия на аудиторию.

Эти особенности в высшей степени характерны для языка спортивной журналистики. В данной статье мы будем отталкиваться от мысли, что спортивный дискурс – это самостоятельное, тематически обособленное явление в рамках массмедиа [Никитина 2010; 17-19], а это значит, что он выделен среди других дискурсов не только тематическим направлением, но и языковыми особенностями. Анализ материалов, создаваемых спортивными журналистами, показывает, что язык спортивной журналистики буквально соткан из противоречий.

Во-первых, это неотъемлемое свойство любого журналистского произведения – стремление к фактологической точности [Юдина 2010; 132], что получает воплощение в особенностях подачи информации: это опора на фактуальную информацию, в фокусе спортивного журналиста всегда имена, цифры, факты, что позволяет максимально объективно представить эту информацию.

Ср.: *Петербургский «Зенит» в Москве потерпел поражение от ЦСКА в матче регулярного чемпионата Единой лиги ВТБ со счётом 56:105 (16:24, 16:33, 16:25, 8:23).* (Советский спорт. 7 ноября 2016.) Обращает на себя внимание отсутствие вербально выраженных средств субъективной модальности. В основе текста –

объективированно представленная информация о результатах матча. При преобладании фактообразующей семантики наблюдаются стандартные элементы представления информации о событии: номинация самого события (*матч регулярного чемпионата Единой лиги ВТБ*), номинация актантов - участников события (*петербургский «Зенит», ЦСКА*), места действия (*в Москве*) и результаты действия, представленные числовыми данными.

Фактологическая точность текста предопределяет значительное внимание к терминологическому пласту лексики в материалах спортивной журналистики. Это объясняется тем, что термин стремится к моносемичности [Медиатекст как полиинтенциональная система: сб. статей 2012; 508] и исчерпывающему определению предмета [Крысин 2001; 545]. К сожалению, именно эта особенность подчас приводит к нежелательным результатам в виде переизбытка терминов, запутанности информации, затруднённости понимания текста [Кронгауз 2014;112-115].

Во-вторых, спортивный журналист всегда обращается к особому кругу читателей, это влечёт за собой формирование «своего» круга общения через имитацию дружеской, подчас даже фамильярной тональности общения.

Ср.: *Сёмин, говорите, уже не тот? Да бросьте вы. Вон как Юрий Палыч блеснул острым тренерским чутьём! Снарядил на замену Майкона, и тот буквально через минуту выполнил всё, что было поручено.* (Советский спорт. 24 октября 2016.) Эта особенность языка спортивной журналистики в основном выражается в ориентации на нормы разговорной речи. Разговорность как риторическая категория зачастую становится текстообразующим приёмом журналистского текста.

В первую очередь внимания заслуживает синтаксис представленного текста: с первого предложения автор вовлекает читателя в диалог. Контактустанавливающий потенциал вопросительной формы (*Сёмин, говорите, уже не*

тот?) усиливается апелляцией к фоновым знаниям – востребованности используемой конструкции в интернет-жанре демотиватора. Прямое обращение к читателю, усиленное императивом (*Да бросьте вы*), создаёт воображаемый конфликт между журналистом и его аудиторией, придавая динамику тексту. Специфика выбора номинаций особенно ярко выделяется на фоне представленного выше примера: футболисты названы просто по фамилии, без упоминания имён (*Майкон*), а тренер, напротив, без фамилии, по имени и отчеству (*Юрий Палыч*), причём в просторечном варианте произношения. Всё это нацелено на создание атмосферы доверительной беседы в «своём» кругу.

Крайней формой проявления установки на разговорность во взаимодействии с аудиторией становится панибратский тон, непонятный и непринятый в публичной речи (достаточно вспомнить репортажи Д. Губерниева). Во многом эта особенность речевого поведения спортивных журналистов сейчас вызывает возражение общественности (См., например, блог редакции «Бизнес Online» от 27 сентября 2016: <https://www.sports.ru/tribuna/blogs/sportbo/>).

В-третьих, язык спортивной журналистики метафорически насыщен, что является результатом стремления к созданию эффекта присутствия, образности, зримости, но злоупотребление метафорой может привести к стёртости, невыразительности образов, перегруженности текста, вследствие чего читателю сложно понять мысль журналиста.

Рассмотрим в качестве примера фрагмент статьи журналиста Ильи Казакова об интриге, связанной с возможным переходом известного футбольного тренера Курбана Бердыева из клуба «Ростов» в «Спартак» (Москва): *Интересно, что с ним [Бердыевым – С.И., Н.П.] трансферные приоритеты обсуждаются, а с Дмитрием Аленичевым в последние полгода нет. Все возможно в*

футболе. Так Гурам Аджоев скрывал от Станислава Черчесова информацию, что в следующее трансферное окно в «Динамо» не будет, а Черчесов в это время вел переговоры с М'Вилла и Дьяковым. Но здесь все же другая история, в которой от руководства слово «позор» прозвучало в адрес тренера еще до матча с «Уфой». Хотя в тот момент таких резких слов Аленичев вряд ли заслуживал (Спорт-Экспресс. 27 мая 2016) [В приведённом фрагменте сохранена авторская пунктуация – С.И., Н.П.]. Очевидно, что представленный выше текст до конца понятен только болельщикам команды «Спартак» и самому автору. Мы можем констатировать лишь потерю линейной логики изложения фактов: мысль журналиста в буквальном смысле слова «перескакивает» с одного мотива на другой. Или ещё один фрагмент из той же статьи: *У меня практически не осталось сомнений в том, что сегодня Курбан Бердыев скажет “Ростову” спасибо и, услышав ответное спасибо и вздохи на Дону, отправится по известному маршруту “чемодан - вокзал - Ростов”, но только в обратном направлении* (Спорт-Экспресс. 27 мая 2016). Стремясь создать яркий метафорический образ, автор попадает впросак: метафора не воспринимается в нужном автору ключе, так как обратное направление: Ростов – вокзал – чемодан.

В-четвёртых, значимой особенностью языка спортивной журналистики является терминологическая насыщенность. Разберёмся, в чём её причины.

1. Большинство спортивных игр заимствованы из других культур: *футбол, волейбол, поло, бокс, регби, карате* и др. – всё это уже сами по себе заимствования. Логично предположить, что в таком случае и слова-номинации игроков, судей, игровых положений заимствуются вместе с игрой.

2. Причины предпочтения заимствований кроются в том, что в русском языке нет однословной номинации того или иного явления [Малышева 2016; 14]. Например: *плей-*

*офф* (система розыгрыша, при которой участник выбывает после первого поражения), *матчбол* (розыгрыш, который может определить победу в матче), *тай-брейк* (дополнительный розыгрыш, позволяющий определить победителя при равном счёте) и т.д. Важно отметить здесь, что русскоязычные термины, заменяющие приведённые примеры, вполне приемлемы, а главное – понятны аудитории. Например, *плей-офф* можно заменить оборотом *игра на выбывание*, а *матч-бол* передаётся таким сочетанием, как *мяч на игру*, *тай-брейк* понятен в русском переводе *дополнительный розыгрыш по сокращенной схеме*.

3. Русское и иноязычное слово расходятся в стилистическом значении [Малышева 2016; 15] – дополнительном по отношению к лексическому значению смысле. Заимствование легче воспринимается как терминологическая единица, чем русское слово: например, *файтер* в значении ‘боец, противник’; *амуниция* в значении ‘снаряжение’; *файт* в значении ‘к бою’ и проч. в кик-боксинге.

На практике это получает выражение в стилистической и функциональной дифференциации заимствованной терминологии.

Есть комплекс терминов, представляющих собой слова, закрепившиеся в качестве нейтральных номинаций за определённым видом спорта:

*Буллит* от англ. bullet – пуля, ядро. В словаре определяется как «в хоккее с шайбой: штрафной бросок в ворота соперника» [Крысин 2008;131]. Слово сопровождается специальной пометой «спорт.» - спортивное, указывающей на терминологичность лексической единицы и ограниченность её использования.

*Хет-трик* от англ. hat-trick – дословно «трюк со шляпой». Так обычно называют три реализованных гола в матче на счету одного игрока. Словарь не даёт определения этому слову, что свидетельствует о недостаточной



закреплённости термина в русском языке и близости к сленговым номинациям. И это несмотря на довольно длительную историю существования слова: оно как обозначение трёх подряд достижений в матче появилось в Англии в XIX веке и связано с игрой в крикет. Из английского языка оно перешло в другие языки, в том числе в русский. В русском языке оно закрепилось относительно недавно и не вызывает вопросов у любителей спорта во многом благодаря созвучию слов «трик» и «три».

Существование же этого слова в спортивном дискурсе во многом связано с такой особенностью языка спорта, как метафоричность. Хет-трик появляется благодаря метонимическому переносу: в знак восхищения спортсменом Х. Х. Стефенсоном, который сумел подряд выиграть три розыгрыша, болельщики подарили ему шляпу; так появилось выражение «трюк со шляпой – hat-trick», которое впоследствии стало обозначать не единичный случай, а любое трёхкратное достижение спортсмена. По аналогии были созданы названия для двух голов – *дубль*, четырёх – *покер* и пяти – *пента-трик*.

*Пенальти* от англ. penalty – наказание, штраф. «В футболе: штрафной удар в ворота соперника с расстояния в одиннадцать метров» [Крысин 2008; 521]. Очевидны причины закрепления термина в языке: значительно более короткое название для штрафного удара, тем более, что в состав лексического значения входит расстояние, с которого делается удар и положение игрока (ср.: *угловой*).

*Аут* от англ. out – вне. «Положение в спортивных играх, когда мяч (шайба) оказывается за пределами боковых линий игрового поля, площадки» [Крысин 2008; 91]. Термин плотно вошёл в язык спортивной журналистики и связан со многими видами спорта.

К обозначенной группе относятся также *арбитр* (судья), *голкипер* (вратарь), *офсайд* (вне игры), *форвард* (нападающий), *корт* (площадка для игры в теннис), *гейм*

(одна шестая часть сета), *брейк-поинт* (розыгрыш очка, обеспечивающего победу), *сет* (партия игры в теннис), *эйс* (подача навывлет, без касания мяча противником).

Без этих слов уже сложно представить себе язык спортивной журналистики. Они дают краткую номинацию явлению, которое средствами русского языка может быть описано только с помощью перифрастического выражения, стилистически маркированы как спортивная терминология и вошли в язык как неотъемлемая часть коммуникации о спорте. Замена подобных слов русскими аналогами будет напоминать предложения пуристов заменить каждое заимствование русской калькой (*шарф* – *носопрятка* и т.д.).

В других случаях, однако, использование заимствований переходит все мыслимые границы, превращая язык спортивной журналистики в язык «для посвящённых». Такая тенденция возникает из-за слепого увлечения журналистов мнимой красотой заимствованного слова.

Рассмотрим несколько примеров немотивированных заимствований.

*Стоппер* от англ. *stopper* – пробка, затычка. Центральный защитник. Как и в предыдущих примерах, заимствование обеспечивается транслитерацией слова, написанного латиницей. Метафоричность, созданная в языке-источнике, стирается при переходе в другой язык в связи с прочными ассоциациями, возникающими с уже существующими в языке однокоренными словами – «стоп» (= остановись). Слово не приобретает признаки термина и воспринимается как избыточное по отношению к существующим в языке номинациям.

*Блок-шот* от англ. *blocked shot* – «заблокированный удар». В баскетболе так называется заблокированный по правилам удар противника. Словари не фиксируют это слово, и это один из тех примеров, когда смотреть трансляции спортивных игр можно только хорошо зная английский язык [Ср.: Кронгауз 2014; 24-25].

Абсолютно немотивированно употребление слова *бейзик* при комментировании соревнований по бальным танцам. В данном случае речь идёт об основных фигурах танца, но догадаться об этом без подготовки – комментария журналиста – невозможно.

Прямые заимствования без перевода всё чаще проникают в язык спортивной журналистики: *байтинг* (кусание в смешанных единоборствах), *дриблинг* (длительное индивидуальное ведение мяча), *корнер* (угловой удар), *мэйджор* (общее название совокупности турниров «Большого шлема»), *форхэнд* (удар справа), *обратный брейк* (выигрыш сета на подаче противника), *смэш* (удар по опускающемуся сверху мячу), *чэллендж* (оспаривание судейского решения в теннисе), *микст* (игра смешанных пар), *хавкорт* (центр корта) и проч.

Именно такое использование слов вызывает возражения аудитории. Подобное словоупотребление приводит к тому, что теле- или радиорепортаж превращается из текста, рассчитанного на массовую аудиторию, в сообщение «для тех, кто знает». Такое обращение к заимствованной лексике можно назвать бездумным, бессмысленным. Такое отношение к русскому слову провоцирует возмущение общественности (см., например, статью В. Бурга «Охотники за словами», опубликованную 13 сентября 2016: [http://www.stoletie.ru/vzglyad/ohotniki\\_za\\_slovami\\_911.htm](http://www.stoletie.ru/vzglyad/ohotniki_za_slovami_911.htm)).

Наконец, третье явление, характеризующее специфику функционирования заимствований в области спортивного медиадискурса, - формирование особого сленга на основе иноязычных слов. Например: *фолит*. Без специального комментария практически невозможно понять, что это глагол в форме третьего лица, множественного числа. Глагол образован от слова «фол» со значением «нарушение правил». С одной стороны, такое словообразование свидетельствует о способности языка адаптировать к своей

системе практически любое иноязычное слово. С другой – об отсутствии чувства языка у комментатора. Понять это слово без объяснения рядовой, обычный любитель спорта не сможет, а ведь журналисту при создании текста необходимо ориентироваться на среднего носителя языка.

Особенно популярны подобные словообразовательные процессы для языка компьютерных игр. Сленг игроков становится языком комментатора в этом виде спорта: *чекнуть* (от *check* – проверить), *фармить* (от *farm* – брать на откуп; здесь: многократное убийство), *абюзить* (от *abuse* – злоупотреблять; здесь: использовать недоработки игры в своих целях), *дамажить* (от *damage* – наносить урон, ущерб), *ультовать* (от *ultimate* – максимальный; здесь использовать самую мощную способность), *станить* (от *stun* – оглушить; здесь лишение противника возможности использовать способности) и т.д.

Наряду с подобными русскими производными в компьютерной терминологии востребованы транслитерации, как и в других видах спорта: *юнит* (от *unit* – единица; здесь персонаж в игре); *асисит* (от *assist* – помогать); *блинк* (от *blink* – мерцать; здесь перемещаться в другую точку карты на близком расстоянии); *каст* (от *cast* – метать; здесь использование одной из способностей персонажа); *прокаст* (от *procast* – здесь использование нескольких способностей подряд) и т.д.

Как видно из примеров, это именно язык для посвящённых, сленг, со всеми особенностями словообразования (ср., например, паронимическую замену *сало* от *silence*) и функционирования.

**Заключение.** О том, что употребление иноязычных заимствований в практике нынешней отечественной журналистикой приобрело угрожающие размеры и силу, говорит хотя бы тот факт, что топ-руководство спортивного телеканала «Матч ТВ» составило и ввело в качестве необходимого условия профессиональной деятельности

обязательный список терминов, которые запрещено употреблять в эфире комментаторам. Большинство из них - слова иноязычного происхождения.

Вопрос о том, как исправить сложившуюся ситуацию в речевой практике спортивной сферы, пока остается открытым. Однако, по нашему мнению, продолжать ее анализ и прогнозировать направления развития необходимо в целях сохранения языковой идентичности, в том числе и в спортивной журналистике.

#### Литература

1. *Алексеев К. А., Ильченко С. Н.* Спортивная журналистика. М.: Издательство «Юрайт», 2013. 427 с.
2. *Васильев А. Д.* Слово в российском телеэфире: Очерки новейшего словоупотребления в российском телевидении. М.: Флинта, Наука, 2003. 224 с.
3. *Гатаулин Р.М.* Язык спортивной журналистики: от классики до жаргона // Вестник ТвГУ. Серия «Филология». 2014. №3. С. 209-215.
4. *Зильберт Б. А., Зильберт А. Б.* Спортивный дискурс : базовые понятия и категории; исследовательские задачи // Язык, сознание, коммуникация. М., 2001. Вып.17. С. 45–55.
5. *Иссерс О.С.* Люди говорят... Дискурсивные практики нашего времени. Омск: Изд-во Ом. Гос. ун-та, 2012. 275 с.
6. *Качанов Д.Г., Шестерина А. М.* Понятие спортивного телевизионного дискурса // Вестник ВГУ. Серия: филология, журналистика. 2015. №2. С. 97-99.
7. *Королёва М.* Чисто по-русски. М.: Студия Pagedown, 2014. 512 с.
8. *Кронгауз М. А.* Русский язык на грани нервного срыва. М.: Аст: Corpus, 2014. 480 с.
9. *Крысин Л. П.* Слово в современных текстах и словарях: Очерки о русской лексике и лексикографии. М.: Знак, 2008. 320 с.
10. *Мальшева Е.Г.* Дискурс российских спортивных СМИ. Омск: Изд-во Ом. Гос. ун-та, 2016. 324 с.
11. *Медиатекст как полиинтенциональная система: сб. статей* / Отв. ред. Л. Р. Дускаева, Н. С. Цветова. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, 2012. 250 с.

12. *Никитина Э. Г.* Особенности спортивного дискурса // Теория языка и межкультурная коммуникация. Электронный научный журнал. №7. 2010. [Электронный ресурс.] URL: <http://tl-ic.kursksu.ru/pdf/007-16.pdf>

13. *Стилистика и литературное редактирование*. В 2 т. Т. 1.: учебник для академического бакалавриата / Под ред. Л. Р. Дускаевой. М.: Издательство Юрайт, 2016. 325 с.

14. *Текст: теоретические основания и принципы анализа* / Под ред. К. А. Роговой. СПб.: Златоуст, 2011. 464 с.

15. *Юдина Н. В.* Русский язык в XXI веке: кризис? эволюция? прогресс? М.: Гнозис, 2010. 293 с.

Источники

16. *Крысин Л. П.* Толковый словарь иноязычных слов. М.: Рус. яз., 2001. 856 с.

17. *Лингвистический энциклопедический словарь* / Гл. ред. В. Н. Ярцева. М.: Сов. энциклопедия, 1990. 685 с.

18. *Стилистический энциклопедический словарь русского языка* / Под ред. М. Н. Кожинной. М.: Флинта: Наука, 2003. 696 с.

#### **FOREIGN BORROWINGS IN THE LANGUAGE DOMESTIC SPORTS JOURNALISM**

This article was prepared with financial support of The Ministry of education and science in the framework of the Federal target program «Russian language» 04.10.2016.

№09.w14.25.0105

The article touches upon topical today the problem of excessive recourse to borrowed vocabulary in the Russian sports media discourse. The authors give a brief characterization of the language of sports journalism, reflecting on the appeal to a borrowed terminology as an objective necessity. The article also explained the reasons for borrowing are derived typology of borrowing depending on the functional and stylistic values of the individual lexical units and their functions.

**Keywords:** media discourse, sports journalism, loan-words, professional vocabulary, term, slang.

**А.В. Ипатова**

*(Российский университет дружбы народов)*

**НОВЫЕ МЕДИА И UGC (USER GENERATED CONTENT): ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И ОСОБЕННОСТИ**

В настоящей статье рассматривается оригинальный контент, который носит название UGC (User-generated content или пользовательский контент). Разбор данного журналистского явления позволяет определить тенденции развития будущего СМИ.

**Ключевые слова:** новые медиа, контент, персонализированная информация, альтернативных традиционным СМИ.

Понятие «новые медиа» находится в фокусе внимания исследователей уже второе десятилетие. Однако само определение новых медиа до сих пор остается размытым, нечетким.

Точкой отсчета новой эры журналистики можно считать 19 апреля 1995 г., когда в результате террористического акта в г. Оклахома журналисты стали активно помещать все имеющиеся у них сведения в Интернете. По сути, Интернет в одночасье превратился из простого хранилища информации в довольно сильного конкурента телевидения. Таким образом, понятие «новые медиа» (New media) стало использоваться, чтобы отличать традиционные СМИ (телевидение, радио и прессу) от сети Интернет.

Изучение Интернета неразрывно связано с изучением информационного общества и его характеристик. Теоретическое обоснование трансформаций, происходящих в современном обществе и связанных с переходом к новой парадигме общественного развития, отражено в трудах М. Кастельса, М. Маклюэна, Э. Тоффлера [Иноземцев 2000] и др.

Основные черты информационного общества - структурообразующая роль информации, сетеобразная, мозаичная структура общества, преобладание горизонтальных общественных связей, конвергенция средств связи, децентрализация СМИ и бурное развитие электронных средств связи [Богданов 2012; 65].

В 2005 году в сетевых публикациях стало широко использоваться ключевое для Новых медиа понятие Пользовательского контента или User-generated content (UGC), что в переводе с английского означает «информационный материал, который создается аудиторией бренда».

UGC – это различное информационно-значимое содержимое носителей информации, создаваемое читателями (потребителями). Данное понятие более известно, как «пользовательский информационный материал» или «информационный материал, создаваемый читателями». Для того, чтобы создаваемый контент мог считаться UGC, в докладе о цифровом контенте Саша Вунч-Винсент и Грэхэм Викери – участники рабочей группы Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) – выдвинули три базовых параметра [Корытникова 2007; 85–93]:

Во-первых, контент должен быть опубликован на общедоступном сайте или в социальных сетях. Из чего следует, что материал, переданный по электронной почте или с помощью средства обмена мгновенными сообщениями (Instantmessenger, IM), не может считаться UGC-контентом. Любая персонализированная информация не может считаться UGC, так как она перестает быть общедоступной. Во-вторых, контент должен являться творчеством его создателя. Поэтому к UGC нельзя отнести перепечатки материалов с других сайтов, цифровые копии газет, радио и телепередач. Исходя из дословного перевода самого понятия очевидно, что только оригинальный материал может



считаться UGC, поскольку он должен создаваться пользователем. В-третьих, контент создается на уровне волонтерской деятельности, а не с целью получения прибыли. Мотивирующие факторы включают в себя: коммуникацию, достижение определенного уровня известности, славы или престижа и желание выразить себя. Здесь стоит упомянуть о таком понятии, как когнитивный излишек.

Данное определение ввел в обиход американский интернет-социолог Клэй Ширки и описал его как ежедневную on-line работу, которую мы проделываем в свое свободное время. Сами не задумываясь об этом, мы создаем новый мир, в котором постоянно коммуницируем друг с другом. Когнитивный излишек – это свободное время образованных людей, которое раньше инвестировалось, в основном, в просмотр телевизора, а еще раньше – в другие формы досуга [Богданов 2012; 103–113].

Теперь же оно становится основой проектов вроде Википедии, и это означает, что наша культура принципиально изменилась. Частные и общественные медиаканалы слились, больше не существует четкого разделения на профессиональных производителей контента и пассивных его потребителей, и все большее количество людей вовлекается на добровольных началах в различные проекты – общественно-значимые и не очень. В чем плюсы пользовательского контента для СМИ:

1. У сотни блогеров больше глаз и рук, чем у трех-четырех штатных журналистов. Гражданские репортеры находятся «в поле», оперативно транслируют картину мира непосредственно с места события. Вспомним, к примеру, как освещалось громкое убийство Бориса Немцова. На Васильевском спуске были тогда именно блогеры, Twitter общими усилиями вел прямую трансляцию.

2. Пользователи обращаются к интересным темам, которые близки и понятны им самим.

3. Контент создает аудитория, редакции остается его только обработать.

4. При грамотном подходе у издания появятся внештатные сотрудники, готовые оперативно помочь в подготовке контента.

5. UGC обычно попадает в редакцию бесплатно.

Минусы: качество.

В новостных изданиях пользовательский контент позволяет решить проблему с иллюстрациями, становится еще одним (весьма достоверным и оперативным) источником информации о происшествиях и катастрофах. Для профессиональных СМИ UGC также ценен: это огромный пул экспертов, которые, подчас, разбираются в теме лучше журналистов.

Принципы работы с UGC:

1. Использование тегов при поиске. Прежде всего, географические наименования местности, где происходит событие, которое интересует редакцию.

2. Учитываются особенности составления поисковых запросов самими пользователями. Читатели вряд ли напишут в названии видео «Пожар в здании МГУ». Скорее всего это будет «что-то горит на Воробьевых горах». И наверняка с грамматическими ошибками, использованием сленга и сниженной лексики.

3. Чтобы использовать контент, необходимо найти первоисточник. В большинстве случаев это самая ранняя по времени публикация.

4. Редакции необходимо получить право на использование контента. Для этого, как правило, достаточно обратиться к автору фото или видео с простой просьбой, объясняющей, в каком издании и для каких целей (например, «в качестве иллюстрации к новости») будет размещен его материал.

Таким образом, NewMedia – это не просто революционно новое явление века. Самым важным в

процессе развития новых технологий и форм передачи информации является тот факт, что сегодня право активно выражать свою позицию и быть услышанным принадлежит не только общественным деятелям и «верхушкам» общества. Каждый, имеющий доступ к компьютеру и Интернету, может открыть свой сайт, каждый может заявить о себе и поделиться своими взглядами и мнениями с другими. Это несомненный прорыв, последствия которого пока слишком рано предугадывать.

NewMedia – это не просто революционно новое явление века. Самым важным в процессе развития новых технологий и форм передачи информации является тот факт, что сегодня право активно выражать свою позицию и быть услышанным принадлежит не только общественным деятелям и «верхушкам» общества.

#### **Литература**

1. *Иноземцев В.Л.* Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы : учеб. пособие / В. Л. Иноземцев. – М. : Логос, 2000. – 304 с.

2. *Богданов Д.В.* Деятельностный подход к исследованию социальной коммуникации / Д. В. Богданов // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Сер.: Социальные науки. – 2012. – № 2. – С. 103–113.

3. *Базанова А.Е.* Возможности использования краудсорсинга в гражданской журналистике / А. Е. Базанова, В. А. Тулисова // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер.: Литературоведение, журналистика. – 2014. – № 2. – С. 114–118.

4. *Корытникова Н.* Интернет как средство производства сетевых коммуникаций в условиях виртуализации общества / Н. Корытникова // Социологические исследования. – 2007. – № 2. – С. 85–93.

#### **NEW MEDIA AND UGC (USER GENERATED CONTENT): DEVELOPMENT TRENDS AND FEATURES**

This article looks at the original content, which is called UGC (User-generated content or user content). The analysis of

this journalistic phenomenon allows us to determine the tendencies of development of the future media. ...

**Keywords:** new media, content, personalized information, alternative to traditional media.

**А.А. Исмаилова**

*(Российский университет дружбы народов)*

**СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ  
ПРОДВИЖЕНИЯ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ  
В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ НА ПРИМЕРЕ ОПЫТА  
РОССИЙСКОГО УНИВЕРСИТЕТА ДРУЖБЫ  
НАРОДОВ**

Статья посвящена анализу социальных сетей высших учебных заведений. Особое внимание уделяется официальной странице РУДН в социальной сети Facebook. Исходя из опыта РУДН, в статье приводятся наиболее успешные форматы материалов социальных сетей. Кроме этого, автор акцентирует внимание на самых значимых правилах ведения официальных страниц вузов.

**Ключевые слова:** социальные сети, зарубежные вузы, российские вузы, интернет-среда, РУДН, facebook, engagement rate, SMM, world class universities.

Сегодня высшие учебные заведения вынуждены приспособливаться к современным технологиям он-лайн потребления информации и продвигаться не только в традиционных средствах массовой информации, но и в новых медиа.

Основная аудитория социальных медиа на 2017 год в России, по данным Mediascope, составила 87 млн человек. В среднем, все социальные сети охватывают пользователей в возрасте 18-55 лет. Ключевая аудитория вуза – молодежь от 16 до 30 лет. Приоритетным источником информации об университете для абитуриентов и студентов являются официальный сайт вуза и официальные представительства в социальных медиа. Например, через социальные сети

студенты узнают о последних новостях университета, предстоящих мероприятиях. Также путем комментирования записей на странице вуза будущие студенты могут найти своих потенциальных однокурсников, получить ответы на вопросы.

Проведенный нами анализ в 2017г. показал, что зарубежные вузы являются лидерами по присутствию в социальных медиа. Анализировались вузы, присутствующие в рейтинге QS [1]. В основном, иностранные вузы представлены в социальной сети Facebook. Количество подписчиков достигает до 505 232 человек (The American University in Cairo) [2]. Наименьшее количество подписчиков – у Kyung Hee University [3] – 63 594 пользователей. Периодичность обновления контента на страницах зарубежных вузов от 1 поста в неделю до 3 постов в день. Основные материалы – это имиджевые видеоролики, фотографии университета, информация для абитуриентов, научная повестка вуза.

Мы сравнили официальные представительства РУДН со страницами зарубежных и российских вузов в социальной сети Facebook. Несмотря на то, что в тех или иных странах есть свои популярные социальные сети – Китай (Qzone, Weibo), Япония (Mixi), Россия (ВК), мировую лидирующую позицию уже несколько лет занимает Facebook. На сегодняшний день на FB зарегистрировано более 2 млрд человек, более 1,32 млрд человек в день проявляют активность.

РУДН представлен в Facebook на английском и русском языках [3]. Дата создания английской версии – июль 2016. Отметим, дата создания официальных представительств в Facebook зарубежных вузов, о которых говорилось выше – август 2008. Годовой охват пользователей за 2017 год на странице РУДН составил более 12 млн пользователей (подсчет произведен с помощью автоматической статистики Facebook). По состоянию на 16

января 2018 г. на страницу подписаны 18 932 человек, что на 12 000 больше, чем в январе 2017 года. Ежемесячный прирост подписчиков – около 1 000 пользователей. К сравнению, ежемесячный прирост Университета ИТМО (Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики) составляет  $\approx 49$  человек; у Высшей школы экономики  $\approx 230$  человек.

Проанализировав аудиторию подписчиков РУДН в Facebook, мы выявили следующие характеристики:

по полу пользователей:

- мужчины – 75%
- женщины – 25%

по возрасту пользователей (3-ка лидеров):

- 13-17 – 14% (муж), 6% (жен)
- 18-24 – 40% (муж), 13% (жен)
- 25-34 – 18% (муж), 5% (жен)

по географии (5-ка лидеров):

1. Ангола – 2 601
2. Индия – 1 667
3. Пакистан – 1 654
4. Ливия – 1 266
5. Гвинея – 1 153

Самое главное в сообществах социальных сетей – контент. Какие задачи решает контент в социальных сетях? Во-первых, ваши публикации должны вызывать у пользователей положительные эмоции. Во-вторых, материалы на страницах должны расширять кругозор пользователей. В-третьих, давайте пользователям достаточно справочной информации о преимуществах вуза и краткую инструкцию о поступлении в вуз. С этой задачей хорошо справится инфографика или короткий видеоролик (до 30 секунд).

Контент в социальных сетях должен формироваться исходя из потребностей пользователей. Необходимо следить

за сообщениями, которые вы получаете, и за реакцией пользователей на публикуемый контент. Важно равномерно распределять постинг. Нельзя на постоянной основе размещать один и тот же вопрос – например, вопросы о поступлении.

При всем том, что не рекомендуется публиковать длинные текстовые посты, опыт РУДН показал, что наибольший интерес получают большие материалы, в которых есть реальные герои. При публикации больших текстов, максимум 1500-2000 знаков, важно соблюдать структуру поста – выделять абзацы, ключевые фразы, разбавлять текст примерами.

Для легкости в потреблении контента пользователями необходимо выделять тематические линии материалов.

Мы в РУДН выделяем: спорт, стремление стать лучшим в своей профессии, науку, мировое усовершенствование и истории о мире (о традициях, народах и прочее).

Каждая тематическая линия объединена хэштегом, например, «запусти себя в космос знаний», «объединяясь знанием – объединяем мир», и конечно, не забываем к каждому материалу добавлять официальный хэштег университета. В РУДН – #rudn\_university.

Ваши посты всегда должны быть идентифицированы, в социальных сетях это делается через хэштег.

Следующий популярный формат материалов, исходя из опыта РУДН – фотогалереи. Яркие качественные фотографии всегда вызывают внимание аудитории. Социальные сети, в первую очередь – это визуализация. Наибольший интерес получают фотогалереи на спортивную тему и студенческую жизнь (посвящение в студенты, выпускной и др.). Подобные фотоматериалы набирают до 30 000 отметок «Мне нравится» и охват – ≈400 000 пользователей.

Следующая категория материалов – это тесты или опросы. Пользователи хотят действовать – отвечать на вопросы, проверять свои знания, узнавать что-то новое о себе, участвовать в создании материалов.

РУДН реализовал онлайн тест на тему: «Насколько хорошо ты знаешь Россию». Всего 11 вопросов о культуре, истории, традициях России. Интегрирован вопрос о РУДН (студенты из скольких стран учатся в РУДН?) [5]. Тест прошли более 2000 иностранных пользователей.

Что касается продвижения научной среды университета, здесь важно придерживаться научно-популярного формата текстов. Специализированные термины необходимо представлять через жизненные примеры. Например, амплификатор – это маленький ящик, похожий на холодильник, с помощью которого можно анализировать ДНК.

Главный вопрос, которым задаются SMM специалисты – как измеряется эффективность социальных сетей?

Подходов к оценке эффективности много. РУДН, помимо автоматической статистики FB, вручную подсчитывает engagement rate (коэффициент вовлеченности) каждого материала и, конечно, отслеживает органический рост подписчиков.

Термин «вовлечение» (engagement) впервые был применен К. Томпсоном и означал следующее: «Чтобы донести обещание бренда до потребителя, работник должен полностью понимать и разделять ценности бизнеса» [6]. В английском языке существует несколько вариантов перевода слова «engagement». В социальных сетях под вовлеченностью понимается интеграция в процесс или отношения.

Основные варианты подсчета ER [7]:

$$ER = (\text{лайки, комментарии, репосты} / \text{охват}) \times 100\%$$



ER = (лайки, комментарии, репосты / подписчики) x 100%

РУДН использует первый способ – по отношению к охвату.

**Выводы** (некоторые правила создания идеального контента для социальных сетей):

- реальный герой;
- короткие фразы (без сложноподчиненных, сложносочиненных предложений);
- о сложном – простым языком;
- больше красивых качественных фото;
- объяснение научных терминов через реальные жизненные примеры.

#### **Литература**

1. QS <https://www.topuniversities.com/>
2. American University in Cairo  
<https://www.facebook.com/aucegypt/?fref=nf>
3. Kyung Hee University <https://www.facebook.com/khuniv>
4. РУДН в Facebook  
<https://www.facebook.com/RUDN.University/>  
<https://www.facebook.com/RUDNUniverse/>
5. Он-лайн тест  
<https://www.facebook.com/RUDNUniverse/posts/1785192238429047>
6. *Бочарский К.* Лечение вовлечением // Секрет фирмы. №6. 2005, с. 23.
7. Интернет-издание о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде – Cossa.ru <http://www.cossa.ru/155/101492/>

#### **SOCIAL NETWORKS AS A TOOL FOR THE REGULATION OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS IN THE INTERNET ENVIRONMENT ON THE EXAMPLE OF RUDN UNIVERSITY**

The article is devoted to analysis of social media in higher education institutions. Special attention is paid to editing official pages in social network Facebook. Based on the experience of RUDN University, the article describes the most successful

format of SMM-content. In addition, the author emphasizes the most important rules of keeping the official pages of universities.

**Keywords:** social networks, international universities, Russian universities, the Internet environment, RUDN University, facebook, engagement rate, SMM, world class universities.

**Р.С.Ишханян**

*(Российский университет дружбы народов)*

### **ЛИТЕРАТУРА КАК ФАКТОР ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОГРЕССА**

В информационном обществе главное место занимает текст, который стал одним из основных методов информатии, в которой сегодня доминирует альтернативный философскому эмперический подход. Ставя вопрос о том, что такое литература, мы постепенно подходим к герменевтике и трактовке текста, роли читателя и писателя. Постмодерн любил размышлять о смерти, но за смертью зачастую следует возрождение.

Что есть литература? Один из фундаментальных вопросов, остающихся неразгаданным по сей день. Литература - с одной стороны совокупность письменных произведений в целом, с другой – совокупность художественных произведений (поэзия, проза, драма). Безусловно, какой бы не была трактовка литературы, она имеет связь с письменностью, с написанием слов, со словом. И если «вначале было слово», то литература как написанное слово дает нам возможность связаться с прошлым, узнать начало, быть сведущим о наших истоках. Написанное, произнесенное слово становится литературным памятником, который невозможно сдвинуть или изменить. Не случайна поговорка «слово не воробей, вылетит не поймаешь». И, хотя, ничто кроме воробья не воробей, но мы понимаем суть данной фразы, как озвученное слово невозможно взять обратно или изменить. Реализованная мысль в слове

становится нечто статичным, лишенным какого-либо действия, и, тем не менее, «вначале было слово» стал стимулом для создания и прогресса всего сущего. Мысль сама по себе молчалива, молчание не созидательно, мысль невозможно познать прежде, чем она примет форму слова. Слово неотделимо от мысли, как и нет мысли вне слова. И homo sapiens – человек, обладающий словом, а значит не обделенный умением мыслить.

Умберто Эко в произведении «Имя Роза» задается важным вопросом: «Что значит имя? Роза пахнет розой, хоть розой назови ее, хоть нет». И хотя на этот вопрос можно ответить словами Гертруды Стайн, что «роза есть роза есть роза», но для нас вопрос Умберто Эко звучит иным образом: «Что есть слово и что им зовется?». В этой связи интересны размышления Сергея Булгакова о сути слова. Его постановка вопроса звучит созвучным нашему - «Что такое слово?». Признавая ошибку многих филологов и философов, Сергей Булгаков уверяет, что данный вопрос хоть и лежит на рубеже двух миров – философии и филологии, но он возникает не как специальная проблема той или иной специальной области знания, но как одно из основных, непосредственных и первичных восприятий человеческого самосознания как древнегреческое известное изречение «познай самого себя», выгравированное на стене храма Аполлона в Дельфах. Он пишет: «Человек есть существо мыслящее и говорящее, слово-мысль или мысль-слово находится в его обладании ранее всякого конкретного высказывания. Человек мыслит в словах и говорит мысль, его разум, λόγος, неразрывно связан со словом λόγος, λόγος есть λόγος — в непередаваемой игре слов говорит нам самосознание» [Булгаков, 1999; 15]. Тем самым, вопрос Булгакова становится уже вопросом о взаимосвязи слова и мысли, а именно λόγος переводится у него в связке «слово-мысль». На самом деле λόγος переводится как слово, речь, высказывание, учение, разум, мысль, понятие, закон, смысл. Для того, чтобы сообщить

свои мысли другому, возникает необходимость реализовать их посредством набора звуков, то есть одев мысли в плоть звуков или знаков, устную или письменную речь, и тем засвидетельствовать, что внутренние образы слова, внутренняя речь есть то же слово, реализованное только воззрительно, слово воображения.

Вопрос о том, что мысль была прежде слова приводит нас к другому фундаментальному вопросу, что есть мысль и мышление – наряду с понятием «бытия», основной вопрос Мартина Хайдеггера, фундаментально изложенная в последней книге, изданной при жизни великого философа «Что зовется мышлением?». Еще в одном из своих ранних трудов Хайдеггер писал: «Мысль дает бытию слово. Язык есть дом бытия. В жилище языка обитает человек. Мыслители и поэты – хранили этого жилища. Их стража – осуществление открытости бытия, насколько они дают ей слово в речи, тем сохраняя ее в языке» [Хайдеггер, 1993; 192]. Для Хайдеггера язык есть само бытие и становление человека. Понимание бытия – первоначально условия существования дазайна. Обычный философский и обиходный смысл понятия Dasein – «существование», «экзистенция». Хайдеггер формально обозначает термином Dasein – существование человека. Философ подчеркивает, что «бытие» присутствия – это постижение собственного бытия человеком. В постижении собственного бытия человек одновременно постигает бытие сущего, которое отличается от его бытия.

Логос феноменологии бытия, которое есть мы сами (Dasein) имеет характер герменевтики, через которую само это бытие извещается о своем смысле. Основные понятия герменевтики – текст, понимание, интерпритация, значение. При этом самым важным является сам текст, под которым понимается все, что поддается прочтению – буквы, ноты, знаки и символы, логотипы и лейблы, вплоть до ночного звездного неба и крика младенца. Постмодерн во главе с

Роланом Бартом объявили смерть автора и рождение читателя. Роль читателя интерпретировать текст, основываясь на своей истории, знаниях и опыте окружающей среды. Однако, трактовка текста не может быть поностью изменен от исходника, стимул к прочтению – к пониманию, к интерпретации, к значению дает сам текст. Ролан Барт по этому поводу говорил, что текст, тонко манипулируя читателем, руководит им, направляя к заранее заданному смыслу. Текст – «воплощение право производителя (и следовательно, общества) диктовать тот или иной взгляд на изображение: «закрепление» смысла – это форма контроля над образом; оно противопоставляет проективной силе изображения идею ответственности за пользования сообщением; в противоположность иконический означающим, обладающим свободой, текст играет репрессивную роль (это хорошо видно в том парадоксальном случае, когда изображение призвано всего лишь проиллюстрировать текст и когда, следовательно, ни о каком контроле, как будто, речи быть не может.); нетрудно понять, что именно на уровне текста мораль и идеология общества заявляют о себе с особой силой [Барт 1989; 306].

Если Жан Бодрийяр объявил о существовании общества потребления, то в информационном пространстве речь идет про общества потребления смыслов, порожденных событиями прошлого, настоящего и будущего. Человек сразу помещен в смысл, он всегда находится в событии, и цель его в пространственно-временном контексте (иначе говоря «здесь и сейчас») суметь осуществить возможные обозначения и продумывать их условия. Любой текст содержит информацию, а информация - смысл. Совокупность текстов, представленных в информационном пространстве, может рассматриваться как единый большой текст – гипертекст - реализация концепции «мира как лабиринта смыслов и идей». Примерами гипертекста являются энциклопедии, компьютерные сети, веб-сайты, в

которых можно переходить с одной страницы на другую и выполнять поиск по ключевым текстам. Гипертекст создает гиперреальность, но в этом объединении реального и сверхреального стирается грань действительного и вымышленного, и получается некий хаос, где скрыто множество смыслов, однако выделение их проблематично из-за слабой развитости методологии и техники его анализа. Слава Жижек пишет: «Поскольку аппарат виртуальной реальности (VR) потенциально способен порождать опыт «истинной» реальности, VR стирает различие между «истинной» реальностью и ее подобием. Это «исчезновение реальности» происходит не только в созданной компьютером VR, но и на более элементарном уровне – в связи с усилением «гиперреализма» образов, которыми бомбардирует нас СМИ – все чаще и чаще мы воспринимаем только их цвет и контуры, но не глубину и объем [Жижек, 2012; 230]. При этом каждый участник гиперреальности пополняет информационное пространство новыми текстами и смыслами, усложняя и без того непрозрачную среду.

В конце XX века начали говорить о таком понятии, как «гиперлитература». Это новый вид литературного произведения, для которого характерны черты гипертекста. Классическим произведением этого вида литературы является роман Майкла Джойса «Полдень», которая представляет собой диск для персонального компьютера. Без компьютера книгу невозможно прочитать. На диске содержится 539 условных страниц, которые можно читать подряд, как обычные книги, но в гиперромане есть еще 951 «связка». Каждая из них – альтернативный путь, уводящий сюжет в сторону. Чтобы активизировать «связку», читатель должен подчеркнуть на экране заинтересовавшее его слово. После этого текст «раздвинется», впуская в себя новый эпизод, рассказывающий, допустим, предысторию героя. Читатель обладает всепроницающим зрением – способностью видеть всю конструкцию гиперромана. Но, как

и все связанное с «гипер-», гиперлитература лишена реальных характеристик литературы - целостности. Текст на экране обладает фрагментарностью, а значит чтение – обрывочно. Сетевая литература была создана специально для «компьютерной литературной элиты», но неизвестно, какими характеристиками данная элита должна была обладать. Вместе со смертью автора издатели начали говорить про кризис чтения. Французские историк и историограф Роже Шартье заметил, что «в наше время возник экран нового типа. В отличие от кино или телевидение, он является носителем текстов – конечно, не только текстов, но и текстов тоже. Если раньше книга, письменный текст, чтение противостояли экрану и изображению, то теперь сложилась новая ситуация: у письменной культуры появился новый носитель, а у книги – новая форма» [Шартье, 2006; 231]. Именно отсюда связь между, с одной стороны, повсеместным присутствием письменности в нашем обществе, а с другой – навязчивым мотивом исчезновения книги и смерти читателя.

Вначале было Слово, так было написано в Книге книг. Весь XX век во главе с постмодерном стало попыткой избавиться от книг, но книга – «совокупность, стройное целое, обладающее тематической согласованностью — своеобразным идеологическим «клеем». Книги закрыты, или скорее — замкнуты волей автора, символом которой является обложка» [Ванхузер, 2007; 144]. Мы читаем книги по самым разным причинам: в образовательных целях, для развлечения, обретения душевного спокойствия или даже ухода от реальности. В жизни мы получаем огромное количество разнообразной информации, информационное общество засоряет наш мозг и уже Татьяна Черниговская выступает призывом: «Мозг вам не помойка и нечего кидать в него что попало». Книга обладает нарративом, фиксирующей процессуальность самоосуществления как способ бытия повествовательного. Информация в книге

структурирована, что позволяет структурировать и знания читателя. Книга, как и текст, манипулирует читателем, но читатель манипулирует текстом, но не книгой. Книга, как и жизнь, продукт голоса и дыхания своего создателя. Как невозможно убить Бога, так и невозможно убить книгу и писание. Воланд учил нас, что рукописи не горят. Только это была пресмертная надежда Булгакова, чьи произведения были изданы уже посмертно. Рукописи горят и они исчезают бесследно, не становясь книгами, но книги никогда не исчезают.

### Литература

1. *Сергей Булгаков*. Первообраз и образ: сочинения в двух томах. Т. 2. Философия имени. Икона и иконопечатание. Спб.: «ИНАПРЕСС», М.: «Искусство» 1999 – 448 с.
2. *Мартин Хайдеггер*. Время и бытие: Статьи и выступления. М.: Республика, 1993. — 447 с
3. *Ролан Барт*. Избранные работы: Семиотика: Поэтика. М.: Прогресс, 1989 – 616 с
4. *Слава Жижек*. Чума фантазий. Харьков: Гуманитарный Центр, 2012. – 388 с
5. *Роже Шартье*. Письменная культура и общество. М.: Новое издательство, 2006. – 272 с
6. *Кевин Дж. Ванхузер*. Искусство понимания текста. Литературоведческая этика и толкование Писания. Черкассы: Коллоквиум, 2007. – 736 с.



**Н.В. Кабьяк**

*(Мельбурнский университет, Австралия)*

**КРЫЛАТЫЕ ВЫРАЖЕНИЯ ИЗ СОВЕТСКИХ  
КИНОФИЛЬМОВ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ  
«ВКОНТАКТЕ» (НА ПРИМЕРЕ ГРУППЫ  
«ЦИТАТЫ СОВЕТСКОГО КИНО»)**

Исследование выполнено за счёт гранта Australian Government Research Training Program Scholarship

В статье представлен анализ особенностей компьютерного общения в группе «Цитаты советского кино» в социальной сети «ВКонтакте».

**Ключевые слова:** крылатые выражения, советский кинофильм, «ВКонтакте», социальная сеть, языковая игра.

Речь современных носителей русского языка сложно представить без крылатых выражений, восходящих к советскому кинематографу. По утверждению В.С. Елистратова, «последние годы – годы бума ретроцитации, в том числе и киноцитации» [Елистратов 2010; 4]. С развитием Интернета крылатые выражения из советских кинофильмов активно используются в процессе виртуального общения в социальных сетях и чатах.

В данной статье представлен анализ функционирования крылатых выражений из советских кинофильмов в коммуникации членов группы «Цитаты советского кино» в социальной сети «ВКонтакте», который по данным Alexa.com является самым посещаемым сайтом в России. На текущий момент группа включает более 80 000 подписчиков, что намного превышает количество подписчиков подобных групп в других социальных сетях.

В ходе исследования были проанализированы 22 записи на стене группы «Цитаты советского кино», включающие цитаты из советских кинофильмов, в период с 1 сентября 2015 г. по 31 августа 2016 г., а также общедоступные комментарии подписчиков группы к данным записям.

В результате анализа была выделена модель, по которой строится компьютерное общение в группе «Цитаты советского кино»:

1) администраторы группы создают запись на стене, которая является стимулом к коммуникации для подписчиков группы;

2) подписчики группы вступают в диалог в форме комментариев, тематически связанных с записью на стене.

Таким образом, рассматривались два формата социальной сети: запись на стене и комментарий.

В ходе анализа записей на стене группы «Цитаты советского кино» были выявлены следующие особенности:

1) крылатые выражения даются точно;

2) запись на стене включает крылатое выражение и кадр из советского кинофильма, зачастую не связанный с эпизодом, в котором звучит данное крылатое выражение;

3) наблюдаются единичные случаи трансформирования крылатого выражения при помощи замещения одного компонента («Копают все!»).

В отличие от реальной коммуникации, в которой крылатые выражения из советских кинофильмов связаны с ситуацией, в условиях которой происходит общение, крылатые выражения в записях на стене группы обусловлены выбором администраторов. Тем не менее, в ходе исследования была выявлена связь между некоторыми крылатыми выражениями и временем их появления на стене группы. Например: «Чует моё сердце, что мы накануне грандиозного шухера» (30 декабря), «Полюбить – так королеву, проиграть – так миллион!» (8 марта), «Копают все!» (7 июня).

Комментарии подписчиков к записям на стене в основном состоят из обмена киноцитатами. Следует отметить, что более половины комментариев, включённых в исследование, состоит из одной строки, что, по мнению Д. Кристалла, придаёт компьютерному общению динамику,

создаёт атмосферу разговорной речи [Crystal 2001; 145]. Таким образом, компьютерное общение подписчиков группы «Цитаты советского кино» можно сравнить с реальной коммуникацией, а процесс обмена киноцитатами – с языковой игрой, описанной А.Ю. Кожевниковым: «один из говорящих произносит какую-либо фразу из популярного фильма, обрывая её и явно ожидая, а точнее – провоцируя собеседника на продолжение, и в результате – завязывается целый диалог, целиком состоящий из цитат» [Кожевников 2001; 6].

Существует и ряд отличий компьютерного общения подписчиков группы от ситуации реальной коммуникации. Так, комментарии в виде киноцитат в ответ на начало крылатого выражения, провоцирующего собеседников на продолжение беседы, могут быть прерваны другими цитатами, тематически не связанными с данным крылатым выражением. Это явление объясняется техническими особенностями виртуальной коммуникации, в процессе которой несколько подписчиков группы создают комментарии одновременно. Кроме этого, наблюдались случаи, когда один и тот же участник диалога создавал до 10 комментариев подряд, что нетипично для ситуации речевого общения.

В ходе исследования были выявлены следующие особенности функционирования крылатых выражений из советских кинофильмов в комментариях подписчиков группы:

- 1) крылатые выражения даются неточно;
- 2) с целью усиления эмоционального эффекта используются «смайлики»;
- 3) присутствует выделение регистром с целью интонационного выделения частей крылатого выражения или передачи на письме акцента героя фильма («Дерево там ТАКОЕ!», «Достаточно одной таблЭтки»);

4) наблюдается трансформирование крылатых выражений при помощи замещения одного или нескольких компонентов («Жара-то какая, духота!»).

Следует отметить, что количество цитат из фильмов «Ирония судьбы, или С лёгким паром!» и «Служебный роман», упоминаемых подписчиками группы в комментариях к записям на стене, заметно превышает количество крылатых выражений, перечисленных в современных словарях крылатых фраз отечественного кино, таких как «Большой словарь: Крылатые фразы отечественного кино» А.Ю. Кожевникова, «Словарь крылатых фраз русского кино» В.С. Елистратова и других.

Таким образом, данные проведённого исследования подтверждают факт увеличения популярности крылатых выражений из советских кинофильмов в современном Интернет-общении. Несмотря на ряд отличий от реальной коммуникации, виртуальный диалог подписчиков группы «Цитаты советского кино» приближен к языковой игре, состоящей из крылатых выражений из советских кинофильмов.

#### Литература

1. *Елистратов В.С.* Словарь крылатых фраз русского кино. – М., 2010.
2. *Кожевников А.Ю.* Большой словарь: Крылатые фразы отечественного кино. – СПб., 2001.
3. *Crystal D.* Language and the Internet. – Cambridge, 2001.

#### QUOTATIONS FROM SOVIET CINEMA' GROUP ON THE VKONTAKTE SOCIAL NETWORK

The article presents analysis of patterns of computer intercourse within the 'Quotations from Soviet Cinema' group on the VKontakte social network.

**Key words:** winged phrases, Soviet film, VKontakte, social network, verbal game.

**Д.В. Кажуро**

*(Российский университет дружбы народов)*

**СПЕЦИФИКА МЕТОДИКИ ОБУЧЕНИЯ ЯЗЫКУ  
В ОНЛАЙН-ПРИЛОЖЕНИЯХ «ROSETTA STONE»  
И «DUOLINGO» И ОРГАНИЗАЦИЯ МАТЕРИАЛА  
ПО РКИ НА ФОНЕ ОБЩЕЙ СТРУКТУРЫ  
ОБУЧАЮЩИХ УПРАЖНЕНИЙ ПО ЯЗЫКАМ**

В настоящей статье анализируется методика обучения иностранному языку в онлайн-приложениях «Rosetta Stone» и «Duolingo». Сравнивается структура курса и стратегия обучения различным языкам, отмечаются плюсы и минусы, подчёркиваются преимущества одного приложения над другим.

**Ключевые слова:** лексико-грамматический материал, структура уроков, натуральный метод, сознательно-практический метод, аудиолингвальный метод, коммуникативный метод, языковая догадка, автоматизация речевых навыков.

За последние несколько лет развитие информационных технологий закономерным образом отразилось и на методике изучения иностранных языков, пополнив дидактический инструментарий в этой области новыми разработками. Среди них – онлайн-приложения «Rosetta Stone» и «Duolingo».

Компьютерное приложение «Rosetta Stone» (на сегодняшний день существует также мобильная версия) выпущено британской компанией «Rosetta Stone Inc» в 1992 году и названо в честь Розеттского камня, послужившего инструментом для расшифровки египетских иероглифов. В основу методики «Rosetta Stone» положен натуральный метод обучения: программа имитирует языковую среду, стремясь провести пользователя по естественному пути овладения языком, знакомому всем с детства. Интуиция и зрительное восприятие составляют около 80% данной методики, так как каких-либо подробных объяснений здесь

не предполагается. Обучение происходит в интерактивной форме: учащемуся предлагается выполнить множество варьирующихся заданий на соответствие и на выбор нужной словоформы, посредством которых – методом проб и ошибок – он познаёт новые слова и грамматические структуры вместе с их звуковым обликом и привязкой к обозначаемым предметам и явлениям. Впечатляет эстетический компонент самоучителя: большая подборка высококачественных и живописных фотографий, сопровождающих все упражнения, служит для наглядности и эмоциональности лингводидактического процесса. Это достижение делает «Rosetta Stone» особенно эффективной при изучении лексики, так как впечатления от фотографий ассоциативно закрепляются за новыми словами, и когда спустя время в сознании возникают образы – к ним тут же добавляются слова. Задания на аудирование озвучены носителями языка разного пола и тембра голоса – это тренирует большую пластичность и точность слухопроизносительных навыков. Предусмотрены также звукозаписывающие упражнения с анализатором произношения для адаптации речевого аппарата к непривычной артикуляционной базе.

Материалы для обучения дробятся на 5 уровней сложности, каждый из которых состоит из 4-х тематических разделов, включающих по 4 основных урока с новым лексико-грамматическим наполнением, 60 микроуроков на отработку пройденного (в том числе произношения, вокабуляра, грамматики, чтения, письма, аудирования и говорения); кроме того, в конце каждого раздела имеется контрольная «Вежа», с помощью фотографий имитирующая реальную коммуникативную ситуацию, которая подразумевает использование всего усвоенного. В общей сложности структура тем включает 20 разделов, таких как:

I уровень:

1. Основы языка;
2. Поздравления и представления;
3. Работа и школа;

4. Шопинг;

II уровень:

5. Путешествия;

6. Прошлое и будущее;

7. Друзья и общественная жизнь;

8. Еда и отпуск;

III уровень:

9. Дом и здоровье;

10. Жизнь и окружающий мир;

11. Повседневные мелочи;

12. Места и события;

IV уровень:

13. Туризм и отдых;

14. Профессии и хобби;

15. Дома и в городе;

16. Стиль и личное благополучие;

V уровень:

17. Бизнес и промышленность;

18. Искусство и наука;

19. Чрезвычайные ситуации;

20. Семья и общество.

На всех уровнях – вне зависимости от сложности темы и материала – задания довольно элементарны и часто повторяются для автоматизации базовых навыков и рабочих структур. Это обеспечивает плавность учебного процесса, мягкий вход в язык с возможностью лишней раз разобраться в устройстве чуждой языковой системы.

Данное программное обеспечение разработано для более чем 30 языков. При этом очевидным минусом является то, что методика (включая отбор материала) стандартна для всех языков: для сравнения – китайский язык подаётся так же, как и любой европейский (т.е. без пояснения специфики, например, иероглифов). Всё же некоторые особенности грамматики и фонетики различных языков слишком трудны для интуитивного восприятия и нуждаются в дополнительных разъяснениях, минимальных теоретических комментариях, например, в виде сносок. Такой особый ряд

недостатков обнаруживает себя в разработке по русскому языку: здесь никак не поясняются все позиционные и комбинаторные фонетические изменения в русских словах (редукция, оглушение, диереза и т.д.), что приводит к диссонансу в восприятии их графического и звукового облика (например, непроизносимое [в] в слове «здравствуйте» и [д] в слове «праздник»).

Упомянутая типизация методики также иногда соотносится здесь с некорректностью некоторых заданий в виду искажения в них речевых норм. Такова избыточная, коммуникативно неоправданная полнота ожидаемых анализатором ответов в разработке по русскому языку, неразговорность форм общения, калькирование иноязычных образцов (– У вас есть чашка? – Да. У меня есть чашка. (тогда как в реальности достаточно будет ответить «Да» или «Есть»)).

Среди общих минусов следует отметить и то, что в целом это очень затяжной и довольно изнурительный курс, после которого нельзя подняться на высокий уровень. Одно занятие занимает час или два времени – в зависимости от объёма заданий (в основных уроках их количество колеблется от 25 до 45).

Темп озвучки лексико-грамматического материала на высоких этапах не ускоряется (что было бы весьма уместно и эффективно), произношение дикторов всегда замедленно-отчётливое, а значит, к суровым условиям аудирования в реальной коммуникации не готовит. Анализ произношения пользователя также не рассчитан на реальный темп речи и не всегда объективен, так как чувствителен к оборудованию: если произносить громко и выделанно чётко вместо точной передачи интонации, то такую речь анализатор оценивает выше. Кроме того, довольно часто здесь возникает неисправность, вынуждающая пользователя десятки раз бесплодно произносить одно и то же по образцу.



По сравнению с «Rosetta Stone», мобильное приложение «Duolingo» (в русском транскрипте – «Дуолинго») имеет ряд преимуществ, и первое из них – это бесплатность (стоимость «Rosetta Stone» колеблется от 15 до 30 000 рублей), а второе – бóльшая функциональность. «Duolingo» было выпущено в 2011 году группой американских учёных во главе с профессором Питтсбургского Университета Карнеги–Меллона – Луисом фон Аном. Это своего рода игра-тренажёр, сборник несложных лингвистических ребусов (решение которых подчас вполне очевидно), призванный улучшить словарный запас и отточить грамматику. Методика «Duolingo» объединяет черты разных методов обучения: натурального, сознательно-практического, аудиолингвального. Интуиция здесь также играет большую роль, формируется языковая догадка. В начале обучения предлагается пройти тест для определения уровня знания языка. Приложение позволяет регулировать объём дневной нагрузки длительностью в 10, 20, 30 и 50 минут. Программа обучения по каждому языковому курсу организована иерархически, в виде древа достижений. Огромное достоинство данного приложения заключается в практикоориентированном и полу-игровом множестве заданий на аудирование, письмо, чтение, говорение, перевод и правильный порядок слов. Больше всего – заданий на выбор нужных для перевода языковых единиц из числа предложенных и расположение их в правильном порядке. Внушительный массив упражнений позволяет предположить, что это приложение также рассчитано на длительный срок, но при этом не нужно каждый день тратить много времени на прохождение одного урока (каждый содержит 14-20 коротких упражнений). Иногда бывает достаточно 10 минут, чтобы освежить в памяти вкус иностранного языка и поддержать иноязычный тонус.

В «Duolingo» предусмотрено три сценария работы: либо последовательное прохождение структуры уроков, либо работа в индивидуальном тренажёре, отбирающем только проблемные для вас темы и упражнения, либо можно с тремя допустимыми ошибками пройти несколько сквозных проверочных тестов по всем урокам. В основе такой функциональности «Дуолинго» лежит анализ массивов статистических данных. По мере прохождения курса система фиксирует, в каких заданиях пользователем были допущены ошибки, и с учётом полученной информации формирует индивидуальные уроки.

Средством поощрения пользователя и стимулом для его ученического азарта в «Duolingo» служит внутренняя игровая валюта – *линготы* – в обмен на которую учащийся может активизировать либо некоторые игровые функции (к примеру, удвоение линготов за интенсивный режим тренировок), либо эксклюзивные темы уроков (например, флирт). За каждое действие предусмотрено определенное количество баллов, которое оценивает не только правильность выполнения заданий, но и степень дневной нагрузки, постоянно стимулируя заниматься больше. Приложение снабжено ежедневным напоминанием для стимуляции регулярности занятий языком.

Так же, как и «Rosetta Stone», «Дуолинго» разработано для нескольких языков, и хотя их количество для изучения здесь значительно меньше, но при этом «Duolingo» предоставляет возможность выбора исходного микроязыка обучения, что однозначно является большим плюсом. Правда, для изучения большинства языков – в том числе и для русского – пока доступен только английский.

В отличие от «Rosetta Stone», в «Дуолинго» учебный материал по разным языкам не совпадает, имеет свои особенности: это обнаруживается в последовательности репрезентации лексики и грамматики, в отборе и организации тем уроков. Вот несколько примеров для

сравнения: 40 тем – в японском, 55 тем – в английском, 56 тем – в испанском, 65 тем – в итальянском, 72 темы – во французском, 79 тем – в русском, 121 тема – в немецком.

Обучение русскому языку здесь начинается с алфавита (который, впрочем, подан очень сомнительно – не структурно, в виде системы графем, а в хаосе слов). В иерархии тем много внимания уделено русским падежам, есть отдельные уроки по глаголам движения – это однозначно плюс. При этом нет пояснений или отдельных тем по глагольному виду, и это серьёзный недостаток.

Каждая тема содержит от 1 до 10 вложенных уроков и имеет «индикатор прочности», гипотетически показывающий, насколько хорошо языковые единицы по теме сохраняются в памяти пользователя. С течением времени шкала прочности понижается, и это напоминает о необходимости освежить в памяти изглаживающийся из неё материал.

Аудирование в «Duolingo» уступает аудированию в «Rosetta Stone» в виду своего однообразия: для всех заданий внутри одной языковой разработки здесь всего один диктор женского пола (мужская озвучка изредка встречается в разработке по испанскому языку). Зато в «Дуолинго» аудирование даётся в реальном темпе, и в то же время при необходимости есть возможность прослушать замедленный вариант. Данное мобильное приложение, в свою очередь, тоже снабжено распознавателем произношения, на наш взгляд, более удачным. Однако и здесь есть недостатки в лингвистических критериях оценивания: например, анализатор ответов принимает только фиксированный порядок слов, что для русского языка не является строгим правилом (положительно оценивается вариант «У вас дома есть горячая вода?», а отрицательно – вариант «У вас есть дома горячая вода?»).

В 2012 году профессорами Городского университета Нью-Йорка и Университета Южной Каролины было

проведено исследование эффективности подхода «Duolingo» [Vesselinov, Grego 2012], которое показало, что 34 часа занятий в «Дуолинго» равноценны 130 часам начального семестрового курса в американском вузе – с точки зрения освоения учащимися навыков *чтения* и *письма*. Разговорные навыки здесь не измерялись. Также было выявлено, что для того, чтобы охватить идентичный объём знаний, пользователям «Rosetta Stone» необходимо от 55 до 60 часов занятий.

Весь свод заданий в обоих приложениях структурирован для самостоятельной работы. Не исключено, что для некоторых людей такой формат может быть комфортнее и результативнее учебников и классных занятий, однако здесь почти никак не реализован коммуникативный метод обучения. Поэтому данные приложения корректнее считать скорее онлайн-тренажёрами, чем полноценными интерактивными самоучителями.

Для того чтобы в какой-то мере реализовать коммуникативную компетенцию в процессе обучения в онлайн-самоучителе, в оболочке подобных приложений недостаёт киберсобеседника, что в свете современной компьютерной лингвистики вполне осуществимо: похожими роботами-консультантами, запрограммированными на поддержание диалога (а в случае изучения языка такое фатическое общение только на пользу), уже снабжены сегодня многие сайты.

Тем не менее, названные тренажёры (и по ряду причин – особенно «Duolingo») могут быть привлечены преподавателями к основному процессу обучения в качестве внеклассной нагрузки, так как более всего данные приложения эффективны именно для отработки автоматизмов в области лексики и грамматических структур.

#### **Литература**

1. *Vesselinov R., Grego J. Duolingo Effectiveness Study.* — NY, Columbia, South Carolina, 2012.

**THE SPECIFICS OF TEACHING METHODS IN MOBILE APPLICATIONS «ROSETTA STONE» AND «DUOLINGO» AND THE ORGANISATION OF THE MATERIALS FOR RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE IN THE GENERAL STRUCTURE OF TEACHING ACTIVITIES FOR DIFFERENT LANGUAGES**

The paper analyses the methods of teaching a foreign language in mobile applications «Rosetta Stone» and «Duolingo». It compares the structure of the course and the strategies for teaching different languages, it marks pros and cons, and accents the advantages of one application over another.

**Keywords:** lexico-grammatical material, lesson structure, natural approach, intentional practical approach, audio-lingual approach, communicative approach, contextual guess, automatization of speaking skills

**О.П. Казакова**

*(Уральский государственный педагогический университет)*

**МУЛЬТИМЕДИАЛЬНОСТЬ В ИЗУЧЕНИИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА И ЛИТЕРАТУРЫ**

Статья посвящена вопросам мультимедиального обучения иностранным языкам, на основе которого может быть спроектирована методика работы с иноязычным текстом в контексте реализации задачного подхода.

**Ключевые слова:** методика обучения иностранным языкам, задачный подход, мультимедиальность, работа с иноязычными текстами.

Вопросы эффективного обучения иностранным языкам постоянно находятся в центре обсуждения в рамках различных конференций, мастер-классов и других форм, направленных на поиск новых идей. От фронтального обучения методическая парадигма изменяется к индивидуализированному, предполагающему опору на личностные особенности обучающихся, на их интересы и

возможности, в том числе ведущие каналы восприятия информации. В соответствии с этим Н.Д. Гальскова особо подчеркивает, «что при проектировании образовательного процесса по иностранным языкам целевым и содержательным ориентиром сегодня выступает личность студента во всей ее «тотальности»: как субъекта речи и субъекта познания, как субъекта культуры и субъекта межкультурной коммуникации, и как субъекта нравственности и субъекта деятельности в конкретной трудовой области» [Гальскова: 2017; 32]. В этом ключе особый интерес представляет собой теория мультимедиальности, которая является новой для лингводидактики, но уже нашла отражение в лингвистических и других гуманитарных науках.

Само понятие «мультимедиальность» является одним из вариантов среди синонимичных терминов, при этом в разных работах встречаются разные ряды таких синонимов. Так И.В. Рогозина приводит примеры следующих терминов: мультимедиальность, трансмедиальность, медиагибридность, медиаконвергентность, но в качестве рабочего использует термин интермедиальность как возможность исследовать результаты, достигнутые в различных сферах человеческой деятельности, как единое пространство культуры, части которого взаимосвязаны и взаимообусловлены возникающими интермедиальными отношениями» [Рогозина: 2014; 9].

Н.И. Алмазова и В.Е. Чернявская относят к данному синонимичному ряду следующие корреляты: поликодовость, бимодальность, полимодальность, мультимодальность, полимедиальность, мультимедиальность, отмечая, что «эти понятия фокусируют факт взаимодействия различных форм, способов, каналов, кодов коммуникации» [Алмазова, Чернявская: 2010; 429]. Уточняя приведенные понятия, авторы выделяют три группы их значений:

- медиальный формат как традиционное для лингвистической науки разделение устной и письменной формы высказывания;

- поликодовость как коммуникативный код, т.е. соединение знака и его содержания как в отношении языковых знаков, так и в отношении кода музыки, ритма, движения, цвета и т.д.;

- поликодовое или полимедиальное как связь с техническим носителем информации [Алмазова, Чернявская: 2010; 429-430].

Эти же три значения отмечают в своем исследовании А.А. Хамина и Н.Н. Зильберман, говоря о теории интермедиальности [Хамина, Зильберман: 2014; 39], и раскрывая ее как взаимодействие искусств.

Все три аспекта имеют важное значение для методики обучения иностранным языкам, поскольку ее объектами являются обучение разным формам высказывания, это направленность на декодирование соотношения языковых знаков и их значений, и, наконец, современная методика разрабатывается с опорой на различные технические средства обучения.

Важно отметить, что не все исследователи рассматривают мультимедиальность как синонимичный термин для ряда других. Так, Н.Д. Гальскова подразумевает под мультимедиальностью только использование мультимедийных средств, электронное обучение, совместные электронные сети [Гальскова: 2017; 33]. Другие значения термина, которые мы рассматривали выше, автор подводит к таким понятиям, как мультисенсорность, межпредметность, интердисциплинарность, интерактивность и диалогичность [там же], разграничивая их значения.

Анализ работ таких исследователей, как М.Н. Кожина, К. Адамчик, И.К. Архипов, П. Линнел, позволяет говорить о том, что «поликодовость – это сущностный принцип человеческой коммуникации» [Алмазова, Чернявская: 2010;

430], поскольку любое вербальное высказывание сопровождается невербальными средствами выражения значения, зачастую именно экстралингвистические факторы определяют верное понимание высказывания.

Данное положение определило для процесса обучения необходимость учета различных сторон реальной коммуникации, например, учет фоновых знаний представителей разных культур, учет важности понимания знаков невербальной коммуникации и т.п. Таким образом, проектирование учебных задач, направленных на изучение иностранного языка, должно предусматривать не только постановку самой коммуникативной задачи, но и экстралингвистические условия ее решения, например, уточнение принадлежности коммуникантов к определенной культуре, иерархию их взаимоотношений и др. При этом по возможности решение этой коммуникативной задачи должно быть представлено через проигрывание заданной ситуации, что даст возможность тренировки не только вербального, но и невербального выражения мысли.

Вариантом преломления идей мультимедиальности в методике обучения ИЯ является концепция Михаеля Зайферта, который предложил полиперспективный подход в работе с литературным текстом, позволяющий не ограничиваться формированием языковой компетенции обучающихся, но использовать потенциал других типов текста для понимания целевого текста. К таким типам относятся рецензии на читаемое произведение, театральные постановки, интервью с автором, обсуждение проблематики в форумах [Зайферт 2015; 75], и данный список может быть продолжен экранизациями в различных странах, возможно несколькими версиями, в т. ч. в виде мультфильма, отчет группы, в которой ранее прорабатывался тот же текст, тексты внутри самого произведения (письма, цитаты), рекламные баннеры как о самой книге, так и об авторе,



перевод произведения или отрывков из него, обложка к книге, работа с предисловием и т.п.

Предложенную методику автор использует на примере романа Д. Глаттауера «Лучшее средство от северного ветра», который написан в виде обмена электронными письмами между незнакомыми людьми. Однако мультимедиальность заключается не только в привлечении различных текстов, но и в различных видах работы при работе над текстом. Так, в рамках чтения названного романа обучающиеся знакомятся со структурой электронного письма, развивают умения письменной речи в написании прогнозируемых ответов. Задействованы механизмы аудирования при просмотре театральной версии романа, механизмы прогнозирования дальнейшего развития событий. Кроме того создается или подбирается виртуальная реальность (форумы), где обсуждается проблематика романа, а именно возможность влюбленности вне личного знакомства, т.е. обучающимся предоставляется возможность принять участие в таком обсуждении как в виде устного комментирования, так и в виде написания соответствующего текста. По принципу «сверху-вниз» может строиться и работа с рецензиями (текст, видео, презентация и т.п.), когда обучающиеся знакомятся с примерами, а затем создают свои.

По замечанию М.Зайферта, мультимедиальная работа позволяет решить проблему дифференциации обучения, при котором сильные учащиеся решают комплексную учебную задачу, а более слабые могут работать с переводными версиями текстов или получить соответствующие опоры, что также определяется уже на уровне проектирования учебной задачи.

Идеи мультимедиальности представляются нам продуктивными и в отношении мотивации обучающихся к чтению. С этой целью система работы может начинаться, например, с просмотра трейлера соответствующей экранизации произведения, которое предстоит прочитать,

или со знакомства с автором через прочтение / просмотр шоу с его участием и т.п.

Как видим, дидактический потенциал мультимедиального подхода достаточно широк для решения различных методических задач при обучении иностранному языку и литературе, данный подход позволяет создать модель коммуникативной ситуации, приближенной к реальности, спроектировать задачи для обучающихся с любым уровнем владения иностранным языком и с учетом личностных интересов и возможностей.

### Литература

1. Алмазова Н.И., Чернявская В.Е. Дидактический процесс как поликодовый феномен. Режим доступа: URL: <http://www.rastko.rs/filologija/stil/2010/33Almazova-Cernjavaska.pdf>
2. Гальскова Н.Д. Качество образовательного процесса по иностранному языку на современном этапе развития высшей школы // Инновационные идеи и подходы к интегрированному обучению иностранным языкам и профессиональным дисциплинам в системе высшего образования: Материалы междунар. школы-конференции 27-30 марта 2017 / под общей ред. Д.И.Кузнецова, Н.И. Алмазовой, Ф.И.Валиевой, Л.П.Халяпиной. – СПб: Изд-во Политех. ун-та, 2017.
3. Зейфарт М. Отдалиться от текста, чтобы приблизиться к нему. Полиперспективный подход в работе с литературным текстом // Интерпретация текста: ментальное зеркало видения. Под ред. Шабаевой М.А. – Екатеринбург, 2015
4. Рогозина И.В. Интермедиальность: мультидисциплинарный подход // Современное гуманитарное научное знание: мультидисциплинарный подход-2014: Материалы междунар. науч.-практ.конф. / Под общ. ред. И.В. Рогозиной. – Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2014.
5. Хаминова А.А., Зильберман Н.Н. Теория интермедиальности в контексте современной гуманитарной науки // Вестник Томского гос. ун-та, 2014. – № 389.

## MULTIMEDIA AT STUDYING OF FOREIGN LANGUAGE AND LITERATURE

The article is devoted to multimedia foreign language teaching, which can become a basis for designing of methods for working at foreign language text in the task approach context.

**Keywords:** foreign language methodology, task approach, multimediality, working at foreign language text.

**А.А.Калмыков**

*(Российский государственный гуманитарный университет)*

### ИНТЕРНЕТ – ПРОСТРАНСТВО ЖАНРООБРАЗОВАНИЯ И СЛОВОТВОРЧЕСТВА

В настоящей статье показано как языковое общение в интернет влияет на языковую культуры в целом. интернет влияет формируя новые жанры и лексические нормы.

**Ключевые слова:** интернет, жанр, культура

В культуре нет непроницаемых границ, и родившееся в одной области культуры неизбежно оказывает влияние на другие области. Освоение журналистикой интернета не могло пройти незаметно для самой журналистики, которая подверглась трансформации в связи с изменением технологических условий подготовки и трансляции своих посланий.

Жанр можно рассматривать как метаязык интегрированных социальных коммуникаций, с помощью которого шифруются сообщения и дешифруются аудиторией. Если предположить, что между СМИ и аудиторией (социумом) существует понимание и что язык жанров в равной степени является языком СМИ и аудитории, то можно сделать вывод об адекватности структуры жанрового разнообразия и целостного информационного образа реальности, т. е. актуализированной реальности или виртуальной реальности.

В гипертексте каждый элемент лишь в связи с другими приобретает и содержание, и форму, т. е. становится

смыслосодержащим текстом, но состоящим из разножанровых фрагментов. Траектория движения читателя по гипертексту слабо предсказуема.

Гипертекст побуждает к движению от одного окна к другому, формируя индивидуальную текстовую сборку в текстологическом пространстве. Факт конструирования текста пользователем из различных блоков привел к появлению так называемого компонентного авторинга — технологии, предполагающей сведение публикуемых текстов до уровня неизменяемых квантов информации— топиков и их сборок «Каждый топик должен освещать конкретную тему, иметь четко определенную цель и быть полностью автономным <...>. Такие элементы должны быть пригодными для многократного использования независимо от контекста, т. е. вписываться в любую информацию, где они нужны» [Сиверсон 2009].

Можно считать топик и сборки топиков отдельным жанром, однако в этом случае более важным является структура сборки и такой элемент, как юзабилити, отвечающий не только за то, насколько интерфейс ресурса окажется удобен и понятен пользователю, но и за то, насколько далеко от исходного текста удалится посетитель. Поэтому юзабилити как форма организации информации на ресурсе и есть наиболее близкий аналог понятию жанра в оффлайновой журналистике.

Этим гипертекст напоминает мыслительный процесс, который идет сразу в нескольких направлениях. Идеи и образы всплывают, оформляются и гаснут одновременно на разных уровнях, взаимодействуя друг с другом, взаимно проникая и умножая друг друга. Перед создателем гипертекста стоит задача — увидеть не только то, о чем думает его предполагаемый читатель, но и то, как он думает.

В знак признания важнейшей роли юзабилити-инженерии и ориентации на человека при проектировании объектов и систем во множестве стран мира начиная с 2005г.

ежегодно проводится Всемирный день юзабилити [Официальный сайт Дня Юзабилити: <http://www.worldusabilityday.org>]. Однако типология юзабилити, аналогичная типологии жанров, пока не разработана.

Различия веб-текста и печатного текста не будут нивелированы, более того, особенности веб-текста с развитием интернет-технологий будут только усиливаться. Главной из них является формируемая норма отношения к тексту пользователя как к предмету деятельности, а не как к «каменной скрижали», что характерно для книжной культуры. Стимулирование работы с текстом — интерактивность текста — одна из основных задач сайтостроительства.

Присутствие ссылки внутри текста указывает на определенный смысловой акцент, точно так же, как типографические элементы: курсив, выделение жирным, изменение шрифта и т. п. Но в отличие от них гиперссылка предлагает читателю покинуть данное текстологическое пространство, т. е. не только разрывает процесс восприятия, но и завершает его. Исходный текст расчленяется гиперссылками на блоки, которые в теории текста называют гипотекстами или предтекстами [Винарская 1995]. В результате исходный текст становится сборкой предтекстов, порождающих итоговый гипертекст. Значения текстовых блогов в итоге определяются после сопряжения их с блоками, на которые они ссылаются, т.е. виртуализированный надтекст позволяет понять девиртуализированный предтекст, а не наоборот.

Подобное свойство внутренних ссылок создает дополнительные возможности аранжировки текстов, но, с другой стороны, требует определенной логической законченности межссылочных текстовых блоков.

Это правило можно рассматривать в качестве расширения принципа обратной пирамиды. Кроме того, веб-

страница содержит, как правило, множество паралингвистических элементов со своими ссылками, также стремящимися увести пользователя от активного экрана. Относительно этих элементов исследователи рекламной коммуникации [Винарская 1995] отмечают комплексный, поликодовый характер итогового сообщения. К ним относятся иконические компоненты и графические параграфемные элементы, вступающие в сложное взаимодействие с текстом. Это позволило рассматривать текст как систему коммуникативных элементов, объединенных в единую замкнутую иерархическую семантико-смысловую структуру общей концепцией или замыслом автора. Подобный подход применим и к веб, с некоторыми существенными дополнениями. Веб не статичен, а динамичен, следовательно, содержит элементы, видоизменяющиеся при действиях пользователя, и, главное, замысел разработчиков страницы считается не из ее содержания, а из структуры связей и ссылок, которые и выступают жанрообразующим фактором.

Первые опыты общения в интернете через электронную почту столкнулись с бедностью текстового канала, что вызвало к жизни новые типографические элементы— смайлики. Кроме того, первые пользователи интернета — международное сообщество программистов— использовали англоязычные термины в качестве универсального средства общения в разноязычной профессиональной среде. В некоторых случаях использовалась так называемая транслитерация, т. е. написание русских слов английскими буквами (*angliyskimi bukvami*). К транслитерации часто прибегают в названиях сетевых доменов. Этот способ приводит иногда к интересным результатам (например, название популярного бесплатного почтового узла: *pisem.net*). Появился уже достаточно внушительный список такого рода гибридов, использующих русско-английскую игру слов.

После «заселения» сети людьми самой разной профессиональной принадлежности и с самыми разными целями язык интернет-общения сохранил в себе многое именно из профессиональной сферы и стал использоваться не только в интернете. Так сформировался интернетовский сленг. Именно поэтому нельзя оставлять без внимания вопрос о том, как влияет языковая интернет-среда на язык в целом. Все большее количество пользователей вовлекаются именно в коммуникативные отношения в интернете. Дискуссии на форумах, комментирование, ведение своих блогов становится культурной нормой для все большего процента активной части социума. Меняется не только лексика посредством внедрения новых слов и изменения значений старых, но и грамматика и орфография, что в конечном итоге влияет на культуру в целом.

На примере своего рода «зверинца» изменение значений находим у М.А. Кронгауза в его неравнодушной к судьбе русского языка книге «Русский язык на грани нервного срыва»: «Названия трех животных— мышь, собачка и хомяк — приобрели новые „компьютерные“ значения, причем совершенно разными путями. <...> Мышь в русском языке это так называемая калька с английского, <...>. А вот собачку в качестве названия для @, значка электронной почты, придумал сам русский язык <...>. Опять же подобрал нечто похожее, изобрел новую метафору <...>. Наконец, третье слово— хомяк— предлагает третий способ появления значения <...>. В этом случае происходит как бы заимствование иноязычного выражения (home page), а его звуковой облик, отчасти искажаясь, сближается с уже существующим русским словом. <...> Важно, что никакой связи со значением слова хомяк не существует, а есть только связь по звучанию. Фактически речь идет об особой языковой игре, похожей на каламбур».[ Кронгауз 2008;.41].

Этот список можно значительно расширить, важно подчеркнуть множественность механизмов прописки в языке

новых значений, а также скорость протекания этих процессов.

#### **Литература**

1. *Винарская Л.С.* Информационная структура рекламного текста: Дис. ... канд. филол. наук. М., 1995.
2. *Кронгауз М.А.* Русский язык на грани нервного срыва. М.: Языки славянских культур, Знак, 2008.
3. *Рязанцева Т.И.* Теория и практика работы с гипертекстом (на материале английского языка): Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М., 2008.
4. *Сиверсон Э.* Как работает компонентный авторинг // PC Week/RE. 2009. № 7 (661). 3—9 марта.

#### **THE INTERNET - THE SPACE OF GENRE FORMATION AND FORWARDING**

This article shows how language communication on the Internet affects language culture in general. Internet influences forming new genres and lexical norms.

**Keywords:** Internet, genre, culture

**А.В. Каширин**

#### **ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТ-МЕМОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК НА ПРИМЕРЕ РИТОРИКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ**

В данной статье автором приводятся положения о риторике экономической науки Дейдры Макклоски, а также рассматривается явление интернет-среды – интернет-мемов – как части экономического дискурса. Выводы о роли и значении интернет-мемов в экономическом дискурсе переносятся на функционирование русского языка, на основании которого даются выводы о роли интернет-мемов в интернет-среде как составляющей русскоязычной культуры, а также в изучении русского языка иностранцами.

**Ключевые слова:** риторика экономической науки, мемы, интернет-среда, социализация

На заре XX века в рамках пересмотра парадигмы экономической науки американским экономистом Дейдрой



Макклоски была произведена попытка обогащения методологии экономической науки за счёт выявления общих черт между экономикой и литературой в противовес предшествующей излишней математизации. Основным выводом стало рассмотрение учёным экономической науки как совокупности статичных моделей в виде метафор, а динамических моделей как историй, а соответственно методологии как риторики убеждения, призванной наиболее экономичным способом достигать цели убеждения себя и других [Макклоски 2015].

Прикладными выводами автора, относящимися к риторическому анализу экономического текста является определение началом экономического текста – определение “этоса” автора – образа, из которого он будет осуществлять убеждение; далее он осуществляет убеждение с опорой на стиль, вызывающий доверие и метафоры/истории в качестве аргументов (в качестве иллюстрации одним из самых ярких приводится сравнение известным экономистом Гэрри Беккером преступников с мелкими бизнесменами, что позволило осуществить анализ преступности с помощью экономической методологии) [Макклоски 2015].

Таким образом, если интернет-среда влияет на изменение риторики, и в первую очередь, на эффективности способов убеждения, то данное влияние должно сказываться на процессах экономического дискурса в интернете, или объяснять и предсказывать успешность тех или иных изменений.

Одним из объяснений предполагаемых изменений может стать модель-метафора Арьо Кламера о представлении экономической науки как здания, на верхнем этаже которой находятся академические экономисты, оперирующие абстрактными моделями и прогнозами, а на нижнем – практикующие повседневную экономику – с метафорами и историями, призванными передавать опыт

[Кламер 2015]. В связи с этим возникает вопрос о том, каким этапам интернет-среда обеспечивает большее развитие.

Исследование развития интернет-среды показывает, что интернет является эффективным инструментом усиления распространения информации, а также социализации [Соколова 2017].

Е. Л. Вартановой было отмечено, что интернет-среда допускает к формированию средств массовой информации журналистов-непрофессионалов, транслирующих свою собственную языковую норму, стирающую грань между изложением фактов и мнений, а также между информированием и рекламой [Вартанов 2017]. Из данного положения следует, что язык СМИ и социальных сетей должны оказывать влияние на формирование метафор в экономической науке.

В настоящее время интернет приобрёл черты нового измерения культуры, предоставляя новые средства для передачи и хранения информации, причём преобладающей функцией является общение, в 1,5 раза преобладая над обучением и досугом [Туркин 2008].

Среди экономических причин преобладания электронной переписки над рукописной Д. В. Туркин приводит стремящиеся к нулю временные и материальные затраты на составление сообщения, позволяющее прикреплять графические, аудио- и видеоматериалы [Туркин 2008]. Учитывая, что в конце XIX века французским социологом Г. Тардом общество было описано как совокупность индивидов, связанных подражанием по отношению друг к другу и к предкам [Тард 2013], получается, что интернет-среда предоставляет новую форму подражания посредством 100%го копирования, тогда как социальная коммуникация в реальности предполагает, что ввиду разности индивидов подражание копированием не является.

Одним из новшеств интернет-коммуникации, реализующим данное обстоятельство, являются интернет-мемы – тиражируемые идеи, образы или объекты нематериальной культуры, направленные на достижение комического эффекта и рассчитанные на определённую ограниченную аудиторию [Щурина 2012]. При этом описание модели распространения интернет-мемов как правило осуществляется по аналогии с распространением генов или вирусов.

Мемы представляют собой выражение личной реакции на актуальное событие или происшествие, способное к обмену внутри сообщества – т.е. – представляет единицу социального капитала.

Согласно типологии А. Г. Квята – мемы могут быть воплощены в виде: речевых клише, аудио-видео объектах, образах персонажей, брендов и других медиаобъектов [Квят 2013]. Соответственно, метафоры и истории как фундаментальная составляющая экономической науки по Д. Макклоски может быть представлена как подвид мемов, чему способствует способность убеждать. Единственным важным отличием экономической модели-метафоры от мема является его основное свойство является выражение личного переживания [Зиновьева 2015]. Таким образом, экономический дискурс мемов может представлять собой отдельный “подземный” этаж в экономической науке.

В частности, Селиверстова Е.И. отмечает, что наиболее плодотворных средой для распространения фразеологических мемов являются заголовки [Селиверстова 2015].

Например, если в управленческом языке выражение “золотой парашют” вошло как описание скандально большая компенсация при увольнении топ-менеджеров [Селиверстова 2015], то в интернет-мемах данная метафора нашла отображение в виде следующих мемов:

1) “На каждый золотой парашют найдётся золотая пуля”;

2) “Ну давай, расскажи мне, где твой “золотой парашют””;

3) “Когда узнал о золотом парашюте – “уволиться””;

Данные фразы дополняются соответствующими выражениями:

1) Мужчина с уверенным взглядом (Чак Норрис);

2) Ироничная улыбка от предчувствия, что сейчас скажут глупость (Вилли Вонка);

3) Мужчина поднимает руку, чтобы нажать на кнопку, с выражением большого сожаления на лице (Леонид Агутин)

При этом дискуссия вокруг метафоры “золотой парашют” в образах мемов значительно расширяется. В области экономической науки под “золотым парашютом” подразумевают социально несправедливые, излишне завышенные компенсационные выплаты при увольнении высокопоставленным лицам – т.е. очевидным является, что выплаты направлены не просто на страхование рисков от потери работы увольняемым, но представляют значительный доход для увольняемого – золото, как материал для парашюта представляется излишним, хотя сама идея не выбрасывать человека без парашюта – достойна одобрения. В свою очередь, мемы достраивают данную метафору. Так, мем № 1 дополняет картину метафоры “золотой парашют”, что большие выплаты могут вызывать негативные последствия, мем № 2 – что большинство сотрудников увольняется без выходного пособия, или с выплатами, обозначать которые “золотым парашютом” является большим преувеличением, а мем № 3 – что получение “золотого парашюта” может быть более выгодным, если сохранение на рабочем месте.

Таким образом, передача экономических понятий посредством мемов обостряет их социальную составляющую – так, например, про “золотые парашюты” делается акцент на

их очевидную социальную несправедливость, и убирается из поля зрения то обстоятельство, что вначале причиной введения “золотых парашютов” была попытка побудить топ-менеджмент предприятий к более рискованному поведению в противовес ориентации на доходы в настоящем.

Однако, обзор наиболее распространённых мемов показал, что экономическая тематика в них практически не представлена. Возможно, это связано с тем, что меметичная форма основана на интересных и простых выражениях публичных или чем-то выделяющихся личностей – что не представляет “этос”, заслуживающий доверия. На наш взгляд, это связано с описанной выше ориентацией мемов на выражение ироничного отношения к выражаемой действительности, что позволяет достигать целей, противоположных убеждению, необходимому для осуществления экономического дискурса. Достаточное обилие усматривается среди лингвистических мемов в заголовках статей экономических тематик:

“Баррель перехитрил российских министров” – как будто – товар “нефть” обладает человеческим разумом и способен перехитрить (в отношении ситуации неправильного прогноза);

“Зерно батону не указ” – также сравнение товаров “зерно” и “хлеб” с людьми, при рассмотрении ситуации зависимости цен.

В результате исследования мы приходим к выводу о том, что интернет-среда представляет значительные возможности для развития экономической науки и обогащения её базовых элементов – метафор-моделей и историй-прогнозов – мемами, обогащающими экономический дискурс выражением отношения к действительности.

Однако, в настоящее время, они являются слабо реализованными по причине ориентации интернет-среды в большей степени на общение, нежели на обучение и

передачу информации, что снижает убедительность Этоса экономического дискурса. Преимущественно, распространение экономических мемов наблюдается в локальных сообществах, в которых формирование Этоса осуществляется также посредством иных коммуникативных каналов. Однако, в условиях обострения социально-экономических проблем, мы можем предположить развитие интернет-мемов на экономическую тематику.

И также, учитывая, что экономический дискурс является частью культуры, мы можем предположить, что в отношении развития русского языка в сети действует та же закономерность – на данный момент сеть формирует новый уровень развития русского языка, обеспечивающий социализацию, а также выражение общественной реакции на социально-значимые события в случае их возникновения.

Данное положение позволяет нам предположить, что также и в изучении русского языка мемы могут сыграть положительную роль при обучении иностранцев – как инструмент, сочетающий социализацию и освоение наиболее простых элементов языковых норм.

#### **Литература**

1. *Вартанова Е. Л.* Русский язык в онлайн-СМИ: вызовы цифровой эпохи / Русский язык в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура : сборник статей I Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 8-9 февраля 2017 г. / под общ. Ред. А. В. Должиковой, В. В. Барабаша ; ред. Кол. Г. Н. Трофимова, С. С. Микова, С. А. Дерябина. – Москва: РУДН, 2017

2. *Зиновьева Н. А.* Воздействие мемов на Интернет-пользователей: типология Интернет-мемов // ВЭПС. 2015. №1. С.195-201

3. *Квят А.* Медиамем как инструмент политического PR: когнитивный подход // Медиаскоп. - 2013.- № 1. - URL: <http://mediascope.ru/node/1254#24> (дата обращения: 27.02.2015 г.).

4. *Кламер А.* Странная наука экономика: приглашение к разговору / пер. с англ. И. Дягилевой; науч. Ред. Перевода Д. Расков. – М.; СПб : Изд-во Института Гайдара; Издательство

«Международные отношения», Факультет свободных искусств и наук СПбГУ, 2015. – 344 с.

5. *Маккроски, Д.* Риторика экономической науки. Второе издание /пер. с англ. О. Якименко; науч. Ред. Перевода Д. Расков. – М.; СПб: Изд-во Института Гайдара; Издательство «Международные отношения», Факультет свободных искусств и наук СПбГУ, 2015.

6. *Селиверстова Е. И.* Языком фразеологии об экономике и политике // Вестник ТГГПУ. 2015. №2 (40). С.107-115

7. *Соколова М.В.* Специфика интернет-среды, как средства социализации молодежи // Аллея науки. 2017. Т. 4. № 10. С. 214-220.

8. *Тард Ж.* Законы подражания. – Рипол Классик, 2013.

9. *Туркин Д. В.* Социальная коммуникация в Сети Интернет // Вестник ЧелГУ. 2008. №33. С.58-62

10. *Щурина Ю. В.* Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации // Научный диалог. 2012. №3. С.161-173

#### **INFLUENCE OF INTERNET MEMES RUSSIAN LANGUAGE ON THE EXAMPLE OF THE RHETORIC OF ECONOMIC SCIENCE**

In this article, the author presents provisions on the rhetoric of economic science by Deirdre McCloskey, and also considers the phenomenon of the Internet environment - Internet memes - as part of economic discourse. Conclusions about the role and importance of Internet memes in economic discourse are transferred to the functioning of the Russian language, on the basis of which conclusions are drawn about the role of Internet memes in the Internet environment as a component of the Russian-speaking culture, and also in the study of the Russian language by foreigners

**Keywords:** oratory of economic science, memes, Internet environment, socialization

**Э.А. Китанина**

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

### **ИЗУЧЕНИЕ ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛЕКСИКИ В ПОЛИКУЛЬТУРНОЙ АУДИТОРИИ**

Статья посвящена созданию эффективных методов и инновационному подходу к обучению будущих магистрантов-филологов лингвистической терминологии. Автор рассматривает принципы создания новой рабочей программы для обучения иностранных слушателей в магистратуре филологического факультета.

**Ключевые слова:** лингвистическая терминология, рабочая программа, магистранты-филологи, поликультурная аудитория.

Преподавание русского языка как иностранного многоаспектно. Особенно актуально такое направление, как терминоведение. Терминоведение активно развивается и связано с междисциплинарными проблемами. Более того, даже в группе будущих специалистов-филологов необходимо подойти к изучению терминологической лексики, ориентируясь на разные направления и профили. Современный подход к изучению РКИ предполагает формирование целого ряда компетенций. Овладение заданными компетенциями требует создания разнообразных обучающих программ для активизации компетентностных навыков и умений у обучающихся всех трёх уровней вузовского образования [Богуславская 2017; 413]. В 2016/17 учебном году были выявлены лакуны в рабочих программах РКИ для обучающихся на подготовительном факультете в Институте Пушкина. Учитывая требования нового времени, был разработан наиболее эффективный подход к обучению лингвистической терминологии будущих магистрантов и аспирантов филологического факультета. В настоящее время на Подготовительном факультете обучается группа будущих



магистрантов и аспирантов из 15 человек из 8-ми разных стран. Таким образом, учитывая полиэтничный состав коллектива и условия перехода от бакалавриата к магистратуре в российском вузе, появляются новые требования к формированию модулей рабочей программы «Подготовка иностранных граждан и лиц без гражданства к освоению образовательных программ магистратуры на русском языке (гуманитарный профиль)».

Обучающиеся в группе иностранные студенты планируют продолжить обучение в магистратуре Института Пушкина по направлению подготовки 45.04.01 – «Филология» на одном из профилей: «Русский язык как иностранный», «Русский язык и межкультурная коммуникация»: «Филологическое обеспечение СМИ». Это определило следующие задачи: 1) помочь овладеть терминологией, нормами современного русского языка и необходимыми знаниями, направленными на понимание и создание текстов различных стилей; 2) совершенствовать навыки написания научных текстов (малых жанровых форм) и их редактирования; 3) познакомить со стилистическими особенностями и разновидностями текстов и дискурсов всех жанров; 4) познакомить с видами современной научной коммуникации, риторическими приёмами, дать представление о выразительных средствах современного русского языка; 5) научить различать актуальные направления в современной лингвистике [Китанина 2017; 123].

При обучении лингвистической терминологии важно учитывать предшествующие магистратуре дисциплины бакалавриата, которые ранее не изучались иностранными обучающимися в полном объёме: современный русский язык (теоретический курс), русское устное народное творчество, введение в языкознание, история русского языка, культурология, риторика, практикум по орфографии и пунктуации, культура научной речи,

славянская филология, выразительное чтение, основы теории текста и дискурса, русская диалектология, педагогическая риторика, выразительные средства современного русского языка, общее языкознание, методика преподавания русского языка, преподавание русского языка в поликультурной среде, лингвотипология и ареальная лингвистика, стилистика, практический курс РКИ, непрякая коммуникация: механизмы понимания, актуальные проблемы жанроведения, стилистика и прагматика, современные педагогические технологии в преподавании русского языка.

Восприятие многих тем у обучающихся сильно различается и зависит, безусловно, и от языковой картины мира, и от разного восприятия концептов, и от «прагматических значений новых и не новых социологем» [Китанина 2005; 12], и от методики преподавания русского языка как иностранного. Будущие магистранты представляют такие страны, как Колумбия, Бразилия, Мали, Турция, Сербия, Китай, Куба, Монголия. Такая ситуация обучения будущих магистрантов филологии уникальна. На начальном этапе обучения важно было выявить трудности усвоения лингвистической терминологии - разный уровень подготовки, стереотипность мышления. Нежелание познавать больше в силу социальной дифференциации группы, национальные особенности коммуникации, психофизические различия слушателей. Учитывая вышеперечисленные особенности поликультурного образовательного пространства, были определены следующие подходы к изучению лингвистической терминологии:

- семантическое разграничение общеупотребительной и терминологической лексики;
- разграничение учебно-научного и научно-популярного подстилей;
- описание и систематизация терминов в индивидуальной глоссарии;

- написание научных статей, тезисов, докладов в соответствии с современным пониманием лингвистической терминологии;

- создание научного дискурса в соответствии с заданной темой.

Интересно, что по итогам работы обучающихся, связанной с изучением лингвистической терминологии, были написаны статьи в институтский сборник, посвященный неделе Славянской письменности. При распределении тем научных статей будущие магистранты остановили свой выбор на различных направлениях своих исследований. Например, будущий магистрант из Мали исследовал прагматику галлицизмов как эргонимов и маркировок в современной рекламе, обучающиеся из Кубы написали статьи о проблемах межкультурной невербальной коммуникации, обучающиеся из Китая и Турции сопоставляли традиции этикета делового общения, а будущие магистранты из Бразилии и Сербии исследовали тексты А.С. Пушкина.

Стремление к получению новых знаний является естественной потребностью человека, так как активность индивида во всех сферах жизнедеятельности есть ежедневный процесс познания, связанный с реакцией индивида на среду, в которой он пребывает.

Неотъемлемой частью изучения лингвистических терминов является набор контрольно-измерительных материалов, составляющих единое дидактическое целое. Слушатели вовлекаются в проектирование учебных и контрольных тестов, ориентированных на формирование навыков самостоятельной работы. Материал тестов структурирован соответственно восьми модулям рабочей программы: фонетика; современные нормы орфоэпии; лексика современного русского языка; морфология и словообразование; синтаксис и пунктуация; стилистика и основы редактирования текстов научных жанров; основы

культуры речи; нормы делового общения; функции языка. При овладении умениями и навыками, соответствующими заданным компетенциям, учитываются индивидуальные предпочтения обучающихся, их внутренний мир, лингвистическая подготовка, интересы к современным проблемам языкознания, социальный характер, наличие навыков культуры научной речи. Все теоретические знания усваиваются в полиэтнической аудитории в несколько раз быстрее, чем практические. Цель обучения терминологии предполагает выполнение практических действий (задач): выступление с грамотно сделанной презентацией и докладом, самостоятельная или выполненная в соавторстве научная публикация, реферат-обзор нескольких статей из лингвистических журналов, рецензируемых ВАК. Все эти виды итоговых работ, несомненно, играют огромную роль в подготовке иностранных слушателей Подготовительного факультета к обучению в магистратуре филологического факультета.

В сфере внеаудиторной учебной деятельности, нацеленной на расширение самостоятельности будущих филологов-магистрантов, особую значимость приобретают учебные интерактивные курсы, предполагающие значительный объем самостоятельной работы в компьютерной аудитории под руководством дежурного преподавателя. Такая самостоятельная работа признается важным и обязательным условием повышения качества подготовки будущих филологов.

#### **Литература**

1. Богуславская В.В., Тазапчян Р.М., Колтакова Е.В., Китанина Э.А. Русистика и современность. Монография. – Катовице: Изд-во «Slask», 2017.

2. Китанина Э.А. Проблемы систематизации новых знаний на этапе довузовской подготовки. Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Актуальные вопросы реализации образовательных программ на подготовительных

факультетах для иностранных граждан». – М., ГОС ИРЯ им. А.С. Пушкина, 2017.

3. Китанина Э.А. Прагматика иноязычного слова в русском языке. - Ростов-на-Дону, 2005. С.11-13.

#### **STUDY OF LINGUISTIC TERMINOLEXE IN POLY CULTURAL AUDIENCE**

The article is devoted to the creation of effective methods and an innovative approach to the training of future graduate philologists in linguistic terminology. The author considers the principles of creating a new work program for teaching foreign students in the magistracy of the philological faculty.

**Keywords:** linguistic terminology, work program, graduate philologists, multicultural audience.

*Клокова А.И.*

*(Российский университет дружбы народов)*

#### **ОСОБЕННОСТИ НАПИСАНИЯ КОММЕРЧЕСКИХ ТЕКСТОВ В ЛИЧНОМ ИНТЕРНЕТ–АККАУНТЕ НА ПЛАТФОРМЕ INSTAGRAM**

В настоящей статье автор описывает алгоритм создания коммерческих публикаций, на такой известной платформе, как Instagram. С помощью теории и личного опыта, автор рассказывает какие особенности ждут блоггера, прежде чем он начнет создавать коммерческие тексты.

**Ключевые слова:** медиа, Instagram, коммерческая публикация, текст, блог, контент.

В наше время, все чаще популярны интернет аккаунты и различные блоги, где мы не просто пишем бескорыстно свои мысли и делимся ими с читателями, но и новый вид заработка – публикация коммерческих постов на своей платформе. Многие, только и мечтают, чтобы скорее уволиться из скучного и душного офиса, чтобы стать «свободным художником». Но все ли так просто на самом деле, как нам кажется со стороны?

Автор статьи, выбрал данную тему осознанно, так как полностью уверен на собственном опыте, что в личных

аккаунтах действительно присутствуют коммерческие тексты. Все они строятся по определенному алгоритму, чтобы привлечь как рекламируемому продукту как можно больше аудитории, то есть потенциальных покупателей компании.

Известный канадский философ Маршалл Маклюэн делил все средства Массовой Коммуникации на «горячие» и «холодные». Именно ему принадлежала эта авторская идея. Вклад этого философа в теорию средств коммуникации настолько велик, что сейчас его считают одним из ее основателей.

Рассуждая о «горячих» медиа, Маклюэн утверждал, что вся информация, которая в них содержится, направлена на восприятие одного из шести органов чувств. Например, радио обеспечивает получение информации через слух, а фотография – через зрительный контакт. Получение знаний через подобного рода массовые коммуникации даются человеку легко, без каких – либо умственных усилий.

К «холодным» же медиа относятся такие формы донесения информации, которые наоборот, требуют от человека лишних усилий. Такие массовые коммуникации дают минимум информации и выражаются чаще всего в комиксах, телефонных разговорах и тд.<sup>4</sup>

Проанализировав, автор пришел к выводу, что тексты на выбранной платформе Instagram относятся и к «холодным», и к «горячим» средствам массовой коммуникации, так как при публикации поста блогер использует не только фотографию или видео, которые описывают ситуацию и говорят сама за себя, но и имеет возможность написать информативный текст. Таким образом, у имевшейся заинтересованной аудитории работают сразу два органа чувств, и информация воспринимается более эффективно.

---

<sup>4</sup> Маршалл Маклюэн «Понимание медиа: внешнее расширение человека»

Чтобы создать яркий рекламный текст в Instagram, не обязательно владеть всеми специфическими азами копирайтинга. Хотя всем начинающим блогерам нужно ознакомиться с этой наукой, чтобы публикации получались более качественными и интересными.

Существуют два пути создания рекламного текста в социальной сети Instagram:

- компания вместе с продуктом на пробу отправляет заранее написанный ими текст. Это делается в том случае, если бренду очень нужна реклама именно у этого блогера, но он не умеет качественно писать длинные тексты. В таком случае, данным вопросом занимаются специально обученные люди. При таких обстоятельствах, риск, что отзыв будет негативным – равен нулю. Так как многие рекламщики увлекаются сильно этим вопросом и чаще всего сох дают открытую рекламу собственного продукта, приписывая ему несуществующие плюсы. В таких случаях аудитория научилась распознавать подвох и не реагирует с интересом на подобного рода публикации. Такая реклама так же может негативно сказаться на репутации самого блогера, так как многие пользователи могут отписаться от профиля.

- Второй путь создания рекламного текста более долгий и требует времени от самого блогера. Но на данный момент, он является одним из эффективных. Чаще всего, такие тексты пишут так называемые «профильные блогеры», которые непосредственно связаны с книгами, едой, косметикой и тд. Данный текст, который создается непосредственно автором блога выглядит как отзыв на товар. Это не совсем реклама в прямом виде, это некий бартер, который обговаривается различными условиями, прежде чем состоится. Блогер пишет личное мнение о присланном товаре и делится им с аудиторией, при этом призывая купить или наоборот, не покупать продукцию бренда. Чаще всего, при такой публикации ставятся определенные хештеги компании и ссылки на официальный сайт или профиль в Instagram. То

есть, получается, что автор упоминает о бренде, при этом описывая реалистично свои ощущения от продукта. Получается, что это не копирайтинг, а некий Product Placement.

Проанализировав, автор пришел к выводу, что те компании, которые считают важным сохранить свой авторитет среди потенциальной аудитории, не гонятся за продажами и приветствуют реальные отзывы, чтобы усовершенствовать продукт, который создают – пользуются, как раз, именно вторым типом сотрудничества с блогерами и выбирают личное мнение каждого человека, тем самым «натурально» привлекая внимания к своей компании.

Далее следует разобрать момент – каким же именно должен быть текст, чтобы люди стали подписываться на вас чаще и им было интересно читать. По сути, почти все тексты, которые содержатся в, так называемых, «профильных» блога являются рекламными. Только авторам публикаций не платят реальные деньги, а присылают товар по бартеру. В нашем случае мы имеем косметический блог. Чтобы подобного рода страница существовала и была успешной, писать посты необходимо два – три раза в день. Не у всех блогеров, которые пишут качественные тексты и могут заинтересовать аудиторию, есть средства на реализацию своего блога и покупку косметики в огромных размерах. Именно поэтому, чаще всего они соглашаются на сотрудничество с различными компаниями на условиях бартера, либо сами пишут им. Но недостаточно просто заполучить желанную продукцию, важно еще и качественно написать о ней, чтобы компания отправляла товары на тест раз в месяц. Для этого тоже существуют определённые правила. Автор работы выделил для себя несколько необходимых моментов:

1. *Яркая фотография.*

Когда Beauty – блогер создает фотографию для своего аккаунта, прежде всего он должен задуматься над ее



оформлением. Наивысшей похвалой для таких авторов является «репост» данной фотокарточки с продуктом в профиль рекламируемой компании. Такое случается не часто, но в большинстве случаев, когда компании сотрудничают с блогерами, они изначально рассчитывают не только на позитивный отзыв о продукте, но и качественный контент, который могут позаимствовать к себе в аккаунт. Фотография должна быть яркая, четкая, хорошего качества. На первом плане обязательно должен быть рекламируемый продукт, без участия брендов – конкурентов. Не рекомендуется запечатлеть косметику одного сегмента и брендов – конкурентов на одном фото. Чаще всего это не нравится производителям, и они вычеркнут вас из списка потенциальных блогеров.

### *2. Текст должен быть кратким и информативным.*

В своем отзыве очень важно высказывать мнение детально и аргументированно. Вряд ли кто – то захочет получать информацию в профиле, где тексты о косметике написаны в двух предложениях и ограничены в словарном запасе. Если вы разбираете продукт, то должны «раскладывать по полкам» его свойства, как он ведет себя на коже, не вызывает ли аллергии и тд. Любая информация, которой вы можете поделиться со своими подписчиками – будет важна. Так же существует еще одно правило – тексты должны быть максимально четкими и не длинными. Конечно сказки о продукте вряд ли кто согласится читать. Объем создаваемого блогером текста должен быть чем – то средним.

### *3. Ссылки на магазин и смайлы в тексте.*

Ставить смайлы в тексте, разделяя свою речь – это одна из особенностей интернет пространства. В данный момент можно заменять даже целые предложения или словосочетания одними только смайлами, чтобы облегчить восприятие текста. Еще один важный момент при публикации рекламного поста – это ссылка на магазин. Когда человек знает, где купить понравившийся ему товар – он

пойдет и сделает это. Если же, не указывать ссылки, то со временем этот отзыв сотрется из памяти и потенциальный покупатель пройдет мимо рекламного товара в магазине.

Подводя итог научной статьи, автор считает, что особенностей написания коммерческого текста существует очень много, так как блогерская среда развита не только в нашей стране. Каждый пытается быть индивидуальным и каждый раз придумывает что – то новое. Однако, чтобы понять эту технологию полностью, нужно больше углубляться в научные знания, связанные с копирайтингом и SMM.

### Литература

1. *Басин Е.Я.* Искусство и коммуникация (очерки из истории философии эстетической мысли) / Е.Я. Басин. — М.: Московский общественный научный фонд; ООО «Издательский центр научных и учебных программ», 1999. - 240 с.
2. *Болотнова Н.С.* Филологический анализ текста / Н.С. Болотнова. 3-е изд., испр. и доп. М.: Флинта: Наука, 2007. - 520с.
3. *Волгина Н.С.* Теория текста/ Н.С. Волгина- М.: Логос, 2004. - 280 с.
4. *Виноградова Т.Ю.* Специфика общения в интернете / Русская сопоставительная филология: лингвокультурологический аспект. — Казань: 2004. С. 63-67
5. *Зелинский С.А.* Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание / С.А. Зелинский. СПб.: Скифия, 2008. — 416 с.
6. Интернет и интерактивные медиа-исследования / Под ред. И. Засурского. В 2-х ч. 4.1. - М.: Изд-во МГУ, 2007. - 242 с.
7. *Какорина Е.В.* Язык Интернет-коммуникации / Язык массовой и межличностной коммуникации / Под. ред. Я.Н. Засурского, Н.И. Клушина, В.В. Славкина, Г.Я. Солганика М.: Медиа-Мир, 2007. -С. 393-479.
8. *Топоров В.Н.* Пространство и текст. Текст: семантика и структура / В.Н. Топоров. М.: Наука, 1983. - 302 с.
9. *Шестерина А.М.* Полемический текст в современном медиaprостранстве / А.М. Шестерина. Тамбов, 2003. 94 с.

10. Кузьмина Н.А. СОВРЕМЕННЫЙ МЕДИАТЕКСТ / Учебное пособие // Отв. ред. Н.А. Кузьмина. 2-е издание, исправленное. – М.: ФЛИНТА : Наука, 2013. – 416 с.

11. Официальный сайт Instagram [Электронный ресурс]. Режим доступа: Instagram.com

12. Официальный сайт Blogspot [Электронный ресурс]. Режим доступа: Blogger.com

### **FEATURES OF WRITING COMMERCIAL TEXTS IN THE PERSONAL INTERNET ACCOUNT ON THE INSTAGRAM PLATFORM**

**Summary:** In this article, the author describes the algorithm of creating commercial publications on a well-known platform like Instagram. With the help of theory and personal experience, the author tells what features await the blogger before he starts creating commercial texts.

**Keywords:** media, Instagram, commercial publication, text, blog, content.

**Е.С. Князева**

*(Военная академия воздушно-космической обороны)*

### **К ВОПРОСУ ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ЭЛЕКТРОННЫХ УЧЕБНИКОВ В УСЛОВИЯХ ВОЕННОГО ВУЗА ПРИ ОБУЧЕНИИ РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ**

Статья посвящена проблемам использования электронных учебников на занятиях по русскому языку как иностранному в военном вузе. В статье уточнено понятие электронного учебника, приведены его основные возможности.

**Ключевые слова:** электронный учебник, русский язык как иностранный, военный вуз.

На современном этапе все более актуальным становится вопрос об использовании электронных учебников. Определение данного понятия можно встретить в работах различных исследователей [Боброва, Никулова 2012, Кривошеев 1998, Христочевский 2000]. Мы возьмем за

основу определение, приведенное в изданных Федеральным институтом развития образования рекомендациях по разработке электронных учебников: «электронный учебник – это учебное электронное издание, содержащее системное и полное изложение учебного предмета или его части в соответствии с учебной программой, поддерживающее все звенья дидактического цикла процесса обучения, являющееся важным компонентом индивидуализированной активно-деятельностной образовательной среды» [Электронные учебники: рекомендации по разработке 2012; 3].

Отдельные исследователи данного вопроса [Рудакова, Кабакова], отмечают, что первые электронные учебники имели большое количество недостатков, поскольку создавались для простейших персональных компьютеров и были написаны программистами, а не специалистами по дидактике: они «представляли собой... переписанные из учебников тексты, сопровождающиеся вопросами» [Рудакова]. Однако современные варианты электронных учебников имеют сложную структуру, включающую в себя:

- основной материал (который может иметь не только текстовую, но и аудио-визуальную или комбинированную форму);

- пояснительный (справочный) материал (может быть представлен в виде всплывающих подсказок, которые появляются при активизации соответствующего фрагмента основного материала);

- иллюстративный материал (таблицы, рисунки, графики, схемы, чертежи и др., аудио- и видеофайлы);

- материалы для закрепления и контроля изученного (например, инструкции для самостоятельной работы обучающихся, ссылки на ранее изученный материал, тестовые и проектные задания).

Кроме того, новейшие ЭУ имеют интуитивно-понятный интерфейс и удобный навигационный аппарат,

позволяющий с легкостью использовать все возможности информационных технологий.

Отдельное внимание в литературе уделяется и вопросу о возможностях электронных учебниках по сравнению с их бумажными аналогами. К несомненным достоинствам ЭУ мы вслед за другими исследователями можем отнести:

- широкие возможности представления наглядной информации;

- возможность самостоятельного поиска информации обучающимися, большое количество ссылок на дополнительный материал;

- возможность коммуникации внутри группы между учениками или преподавателем и учениками посредством компьютерных технологий, а также наличие обратной связи при дистанционном обучении;

- осуществление автоматического контроля и оценивания уровня знаний обучающихся;

- индивидуальный подход к потребностям учеников, возможность подобрать темп работы в зависимости от их способностей.

С нашей точки зрения, эти же достоинства могут иметь и обратную сторону. Так, избыток наглядной (в том числе и аудиовизуальной) информации может отвлекать внимание учащихся от изучаемой темы. Большое количество ссылок может затруднить поиск необходимой информации, а необходимость осуществления самостоятельного поиска при отсутствии необходимых навыков может поставить ученика в тупик. Компьютерная форма коммуникации внутри группы может нарушить естественное общение ученик-преподаватель или ученик-ученик. Система тестовых заданий при проведении автоматического контроля не должна содержать двусмысленных вопросов. Выбор индивидуального темпа работы должен настраивать обучающихся на активную познавательную деятельность, а

не замедлять процесс обучения. Однако всех этих проблем можно избежать при наличии опытного преподавателя, контролирующего работу учеников с электронным учебником.

В настоящее время электронные учебники активно используются в военных вузах. Единственной технической сложностью для полной реализации всех возможностей ЭУ является отсутствие свободного доступа в сеть Интернет. При этом наличие локальной сети позволяет в достаточной мере компенсировать эту сложность.

В Военной академии воздушно-космической обороны (г. Тверь) широко используются электронные учебники – базовые (разработанные специалистами из Военного университета) и созданные преподавателями академии. Для преподавания дисциплин по аспекту РКИ (русский язык как иностранный) базовый учебник на данный момент не разработан. Однако преподаватели кафедры русского языка создали ряд ЭУ для различных контингентов иностранных обучающихся – курсантов и слушателей подготовительных и основных курсов.

Использование данных электронных учебников на занятиях по РКИ «позволяет

- реализовать естественное погружение обучающихся в языковую среду, максимально приближенную к аутентичным условиям;

- обогатить словарный запас иностранных специалистов, выработать быструю реакцию на русскую речь, произносимую в среднем и быстром темпе;

- активизировать мыслительную деятельность на основе анализа и синтеза аудиовизуальной информации большой емкости, предъявляемой динамично;

- максимально приблизить обучение к условиям реальной коммуникации благодаря отбору актуального для иностранных учащихся информационного материала, расширяющего их профессиональный кругозор и

способствующего повышению мотивации изучения русского языка» [Кун, Тюрина 2010; 62].

Также работа с электронным учебником возможна для обучающихся в часы самоподготовки в целях закрепления пройденного или самостоятельного освоения дополнительного или пропущенного по болезни материала.

### Литература

1. Боброва Л.Н., Никулова Г.А. Программные средства учебного назначения: проявление ролевого стиля преподавания // Международный электронный журнал «Образовательные технологии и общество». – 2012. V.15. - №2. – С.493-516.

2. Босова Л.Л., Зубченко Н.Е. Электронный учебник: вчера, сегодня, завтра // Международный электронный журнал «Образовательные технологии и общество (Educational Technology & Society)» Восточно-европейск. секция, 2013. Т. 16, № 3. – С. 697–712.

3. Кабакова С.В. Электронный учебник: за и против. URL: <http://xn--i1abbnckbmcl9fb.xn--p1ai/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D0%B8/505639/> (дата обращения 4.12.17)

4. Кривошеев А.О. Электронный учебник – что это такое? // Университетская книга. – 1998.

5. Кун Е.В., Тюрина Н.В. Разработка приемов рационального включения аудиовизуальных источников информации в систему обучения устной речи // Большие и малые языки в языковом, культурном и образовательном пространстве поликультурного мира: Материалы Международного симпозиума. – Тверь, 2010. – С.61-69.

6. Рудакова Г.А. Интерактивные электронные учебники и их применение на уроке. URL: [https://xn--j1ahfl.xn--p1ai/library/interaktivnie\\_elektronnie\\_uchebniki\\_i\\_ih\\_primenenie\\_083752.html](https://xn--j1ahfl.xn--p1ai/library/interaktivnie_elektronnie_uchebniki_i_ih_primenenie_083752.html) (дата обращения 4.12.17)

7. Христочевский С.А. Электронные мультимедийные учебники и энциклопедии // Информатика и образование. – 2000. – №2. – С.70-77.

8. Электронные учебники: рекомендации по разработке. – М.: Федеральный институт развития образования, 2012. – 24 с.

## **THE ISSUE OF USING OF ELECTRONIC TEXTBOOKS IN A MILITARY ACADEMY IN TEACHING RUSSIAN AS FOREIGN LANGUAGE**

The article focuses on the problems of using e-learning content for the students of military academy at the lessons of Russian language as foreign language. The notion of an e-book is defined? The main structural components of the electronic textbook are characterized.

**Keywords:** an e-book, Russian language as foreign language, military academy.

**Г.О. Копалова**

*(Коммунальное Государственное учреждение средняя школа №44, Каркаралинск, Казахстан)*

## **ОСНОВНЫЕ ИДЕИ КЕМБРИДЖСКОГО ПОДХОДА В ОБУЧЕНИИ РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ**

В статье рассматриваются основные идеи Кембриджского подхода в обучении русского языка. Данные модули развивают творческое мышление, речь, обогащают словарный запас учащихся. Эффективное применение форм и методов этих модулей способствуют творческой самореализации учащихся, развитию познавательных способностей и коммуникативных умений учащихся.

**Ключевые слова:** мировоззрение, модуль, подходы, обучение, диалог, задания, оценивание, цифровая технология, идеи.

Русский язык в Казахстане сохраняет свою значимость и коммуникативную комфортность, исходя от того, что русский язык, литература и культура стали неотъемлемой частью духовной частью духовной жизни всего казахстанского народа, средством познания мира, формирования мировоззрения. Изучение предмета «Русский язык и литературы» является обязательным компонентом среднего образования Республики Казахстан. Языковое



образование учащихся предоставляется не только изучением основных разделов русского языка – фонетики, лексики, словообразования, морфологии, синтаксиса, орфографии и пунктуации, но и владением всесторонними способами деятельности с языковыми единицами, их практическим использованием в речи. Помимо лингвистических знаний изучается и элементарные сведения из области речеведения: текст, тема, основная мысль текста, заголовок, структура, типы речи, что активизирует познавательную деятельность учащихся, их речь, развивает метопознавательные способности. Языковое образование и речевое развитие тесно взаимосвязаны и взаимообусловлены, являясь основой деятельности методики обучения русскому языку в средней школе.

Из числа современных научных подходов, используемых различными системами среднего образования, наиболее популярными и получившими высокое мировое признание, являются подходы, основанные на конструктивистских теориях. Конструктивистские представления о преподавании требуют, чтобы учитель, сосредоточенный на ученике, организовывал занятия в соответствии с задачами, способствующими развитию знаний, идей, навыков у учеников. Подобные задачи разрабатываются таким образом, чтобы ученикам была предоставлена возможность показать свои знания по изучаемой теме, подвергнуть сомнению определенные предположения, скорректировать убеждения и сформировать новое понимание. Основной целью деятельности учителя является стремление понять, как отдельными учениками постигается тема, осознать необходимость работы с учениками в целях улучшения или реконструкции их понимания, а также – осознание того, что отдельными учениками восприятие темы может происходить довольно своеобразным способом.

«Необходимо раскрыть свою идентичность, свое

реальное «Я»... для того, чтобы за тем на этом основании приблизиться к самоактуализации, построить самого себя, совершить жизненный выбор» - А. Маслоу [Alexander 2008; 130]. Действительно, вначале сам учитель должен почувствовать значимость и компетентность своего «Я» как педагога, чтобы уже в своей деятельности способствовать развитию высших ценностей, креативности, гуманистической личности.

Уже на практике используя и внедряя основные идеи Кембриджского подхода в обучении на уроках, я ощутила эффективность и значимость их для учеников. Для меня очень важно создавать и повышать мотивацию к изучению своего предмета, воспитывая при этом в детях чувство оптимизма и веры в свои способности и возможности. А для этого самому необходимо быть живым примером оптимистически позитивно относящегося к ученикам человеком. Учитель должен быть влюблен в свою педагогическую деятельность и проявлять живой интерес к ее выполнению, владеть высоким профессионализмом и уверенностью в своих силах, высоким самовыражением. Тогда такой учитель может донести до ученика значимость знаний и умений и их оценка в развитии интеллекта, которые в будущем необходимы для самореализации как личности.

Обучение – это искусство, направленное вовсе на класс одновременно, а на каждого ученика в ученика в отдельности. Но не все дети одинаково трудолюбивы. Поэтому очень важным считаю найти путь к пониманию и сердцу ребенка, раскрыть его скрытые способности. Система моих уроков направлена, прежде всего, на то, чтобы мои ученики совместно со мной «творили уроки», работали бы с полной отдачей сил.

Для успешности урока немаловажную роль играет создание коллаборативной среды в классе, которая даст возможность детям творить и развиваться и совместная выработка правила поведения в классе - одно из условий

безопасности ученика в школе.

Наиболее эффективными научными подходами в образовании являются новые подходы. Данная теория утверждает, что развитие мышления учащихся происходит в условиях взаимодействия имеющихся знаний с новыми, они не должны получать готовые знания. Согласно пирамиде обучения, знания, полученные при обсуждении составляют 50% усвоения материала, а знания, полученные при передаче знаний учениками друг другу составляют 90%. [Alexander 2008; 14]

На уроках русского языка я использую новые подходы в обучении: работу в группах и диалоговое обучение, которое содействует развитию у учащихся умения обучаться, учиться друг у друга, уважать и ценить идеи других учеников. Также этот модуль помогает развитию метапознавательных способностей, дающих детям независимость в их обучении, а это значит - самостоятельно ставить цели, проблемы и выбор стратегий. Посредством стратегий критического мышления, через погружение в проблемную ситуацию, создание диаграммы Венна на уроке, самостоятельное составление презентации по теме урока.

Учет возрастных особенностей так же важен, так как русский язык учениками воспринимается по-разному, поэтому на своих уроках я провожу задания с учетом индивидуальных особенностей обучающихся, а также творческие вопросы по тексту. Очень важно мотивировать и стимулировать любознательность учащихся в рамках уроков для одаренных и талантливых детей, предлагая задания повышенной сложности, роль наблюдателя, спикера в групповой работе, в результате которого учащиеся овладеют приемами метапознания, взаимодействуя с учителем на равных и в конечном итоге сами могут выполнять роль учителя.

Модуль «Оценивание для обучения и оценивание обучения». Данный метод не только показывает ученикам,

как избежать ошибок и как их исправить, но помимо этого он дает понимание того, что ошибки можно не только избежать, но возможно их исправить. Он показывает ученикам, что достижения в учебе зависят не от врожденного таланта, а от правильного выполнения работы. Он оказывает огромное влияние на мотивацию и достижения учеников. На практике в школе я поняла, что формативное оценивание - отличный способ, при помощи которого ученики выполняют больше работы. Данное оценивание позволило учащимся осознавать и отслеживать собственный прогресс и планировать дальнейшие шаги с помощью поддержки учителя. Формативное оценивание дает возможность находиться рядом с учеником и подвести его к успеху. «Ученики должны уметь сами оценивать свои знания» - утверждают английские ученые П.Блэк и Д.Уильям. [Flavell 1976; 27] Ученые считают, что объективно оценить себя учащиеся могут только тогда, когда они имеют достаточно ясное представление о целях, которых они должны достичь в процессе обучения. Исходя из этого, я попытаюсь совместно с учениками сформулировать постановку целей урока с детьми и прием формативного оценивания: самооценку и взаимооценку. После выполнения каждого задания использую формативное оценивание, используя критерии оценивания, разработанные совместно с учениками, а также прием «Светофор», «Индекс карточки». Неформальное оценивание при защите проектов и кластера (жесты, смайлики, поощрительные слова). Примером такого оценивания является схема проверки школьных олимпиадных работ.

Большую роль для повышения интереса к изучению русского языка и литературы, играет использование цифровых технологий и эффективное использование ИКТ в преподавании. В основе таких навыков лежит знание об информационно-коммуникационных технологиях, использование их для извлечения, оценки, хранения,

воспроизводства, представления и обмена информацией, а также ее передача для участия в совместной работе в сети Интернет.

Теодор Рузвельт произнес знаменитую фразу: "Лучший управленец - тот, кто обладает достаточным здравым смыслом, когда заставляет людей делать то, что ему нужно, и не вмешиваться, пока они делают это". Данное высказывание как нельзя лучше характеризует модуль «Лидерство и управление», которое является для меня значимой, так как от того как я смогу организовать урок, зависит достижения и успешность учащихся в обучении, для этого мне необходимо определить условия для выполняемого задания; определить порядок работы; помочь определить некоторые идеи; руководить выработкой и обменом идей между учащимися, защищая право каждого высказаться и быть услышанным; задавать вопросы, которые помогут учащимся лучше уяснить рассматриваемые идеи.

«Пришло время предложить учащимся присоединиться к размышлению о том, как мы можем добиться успеха в этом» - Кук- Сэйзер [Mercer 1995; 37]. А успех зависит от того насколько мы совместно с учащимися будем использовать идеи Программы, которые помогут развить у обучающихся умения обучаться и желанием действовать с целью развития собственного понимания предмета.

Успешно используя данные модули при изучении предмета «Русский язык и литература», осуществляется системное изучение теории, как русского языка, так и литературы, совершенствование речевых умений и навыков, обогащение словарного запаса учеников, устной и письменной речи. Также формируется общеобразовательный, общекультурный минимум, уровень языкового образования, являющейся основой для дальнейшего образования и общения в многонациональной Республике Казахстан.

### Литература

1. *Alexander, R.J.* (2008) *Towards Dialogic Teaching. Rethinking classroom talk* [На пути к диалоговому обучению: новый подход к обсуждению в классе]. 4th edition, York, Dialogos.
2. *Flavell, J.H.* (1976) Metacognitive aspects of problem solving [Метакогнитивные аспекты решения проблем], in Resnick, L.B. (Ed) *The Nature of Intelligence* (Hillsdale, NJ, Erlbaum).
3. *Mercer, N.* (1995) *The guided construction of knowledge: talk amongst teachers and learners* [Получение знаний под руководством: беседы между учителями и учениками]. Clevedon: Multilingual Matters.
4. *Vygotsky, L.S.* (1978) *Mind in Society* [Разум в обществе], (Cambridge, MA, Harvard University Press).

#### **THE BASIC IDEAS OF THE CAMBRIDGE APPROACH TO TEACHING RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE**

This article speaks about the basic ideas of the Cambridge approach to learning, in which this knowledge help to improve teaching practice and maximize the effectiveness of the learning process of students, change the approach to a more skilled work of the teacher.

**Keyword:** world outlook, module, approaches, training, dialogue, assessment, digital technology, idea, task.

**С.П. Корнейчук**

*(Ростовский государственный экономический университет)*

#### **ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ИНТЕРНЕТА И «КРАСОТЫ»**

В настоящей работе мы попытались привлечь внимание к прагматическому потенциалу интернета в манифестации красоты русского языка и русской лингвокультуры в процессе обучения иностранцев русскому языку.

**Ключевые слова:** красота речи, эстетика, лингвокультура, интернет.

Объектом нашего лингвокультурологического наблюдения является концепт «красота». Настоящая работа

посвящена потенциальным возможностям интернета в трансляции красоты русского языка и красоты российской культуры как бренда.

Под красотой мы понимаем вслед за М.И. Ожеговым «Совокупность качеств, доставляющих наслаждение взору, слуху; все красивое прекрасное» что доставляет нам радость и удовольствие» [Ожегов 1988; 245]. В новейшее время, когда образ нашей страны на международной арене представлен иностранными средствами массовой информации, как нечто злое и агрессивное, обращение к красоте русской лингвокультуры представляется чрезвычайно актуальным. И.А. Ильин убежден, что познанию России возможно только через русский язык: «Пусть же другие народы поймут и запомнят, что им только тогда удастся увидеть постигнуть Россию, когда они познают и почуют нашу речь» [Ильин, т. 6, 1996; 19]. Философ убежден, что «живая тайна России» приоткрывается через красоту русской речи, в которой имплицитно присутствует русская душа, формирующая историю своей Родины. «Пусть мир познает наш язык и через него впервые коснется нашего отечества. Ибо тогда, и только тогда он услышит не о ней, а Ее» [Ильин, т. 6, 1996; 19].

О красоте русского языка написано много, им восхищались ученые, писатели, богословы. По авторитетному мнению Н.В. Гоголя «каждый звук как подарок, все ... все имеет форму, как жемчуг и воистину каждое слово столь ценно, как сама обозначаемая вещь; Язык наш как бы создан для искусного чтения, заключая в себе все оттенки звуков и самые смелые переходы от возвышенного до простого в одной и той же речи- <...> язык, который сам по себе поэт» Цит. по : [Ильин 1996 т. 2; 392]. Бесспорно – наш язык красив. Нужно только помнить об этом самим и напоминать другим. Интернет именно тот инструмент, который можно и нужно использовать для этих целей. Это та самая «машина времени», о которой мечтали люди веками.

Машина, которая позволяет с минимальной затратой времени и средств «присвоить себе все прекрасное в мире»: картинные галереи, лучшие образцы зодчества архитектуры, замечательную музыку и пение... и таким образом «погрузиться в сферу другой духовной культуры». К тому же известно, что страхи и барьеры преодолеваются, когда люди встречаются с красотой. Ведь «красота» является, если не самой главной причиной, но одной из важных, обуславливающих мотивацию выбора страны и изучаемого языка, иногда даже неосознанно. Мотивация всегда прямо пропорциональна интенсивности двух базовых эмоций ее составляющих: радости и удовольствию. «Красота», это как раз то явление, которое несет радость и бескорыстное удовольствие. Эстетическое наслаждение от соприкосновения с красотой языка и культурой страны изучаемого языка не только не вредят прагматике процесса, но и делают его более успешным и незабываемым [Корнейчук 2017; 123-127]. Тем более, что, как справедливо отмечает И.А. Ильин «есть какая-то чудная сила и неизъяснимое удовольствие в свободном, обстоятельном погружении в сферу чужой духовной культуры...» [Ильин 1996 т. 2; 394]. Сегодня благодаря интернету, например, легко можно погрузиться в прекрасный мир русской сказки, которую по праву называют «иероглифом русской души», т.к. она является незаконченным артефактом народного творчества. Дело в том, что как бы хорошо и правильно не говорил по-русски сам преподаватель РКИ, сказка все же искусство, она не столько информативна, сколько певуча и по-детски живописна. Ей присущ особый распев и особенная художественная магия. В этой связи целесообразно, используя интернет, обратиться к мастерству сказителей таких, как актрисы малого театра А. Зуева или Е. Турчанинова. Профессиональные сказители русских сказок в прологе, в так называемой присказке, при помощи рифмованных бессмыслиц низким приглушенным



таинственным голосом уникальную атмосферу детскости помогающую перейти из мира рационального в мир волшебства, т.е. «страстно отдаться в руки надежд и сомнений, когда сказочными образами уже не играют...» [Ильин 1990; 19]. Но здесь возможны возражения - просмотр или прослушивание такой информации не только нерелевантен программе обучения. С этим трудно не согласиться. Тем не менее, опыт показывает, что для приятного и красивого всегда найдется время. Например, студенты-медики, уходя на Рождественские каникулы, попросили автора настоящей статьи подсказать, какие русские мультфильмы им будет полезно посмотреть.

Известно также, что особенно ярко красота языка передается в пении: гармоничности звуков, мелодике речи, национальной специфике голоса. Известный российский композитор Р. Щедрин считает, например, голос Л. Зыкиной типично русским. В нем, по авторитетному мнению Р. Щедрина, сконцентрирован присущий только русским, особый трагизм. «Что-то есть в нем, - считает Р. Щедрин, - что каждый раз так сильно тревожит душу. А еще слышна горькая российская нота. В этом голосе всегда виделась подлинность того народного звукоизвлечения, которое постепенно, как не жаль, отходит в прошлое». Учитывая, что основу творчества народной артистки России составляли русские народные песни полезно, воспользовавшись ресурсами интернета и предварительно ознакомив с текстами нескольких песен, предложить студентам послушать песни в ее исполнении. Тем более, что это поможет почувствовать и русскую душу. Русскую песню неслучайно И.А. Ильин называл «живым символом искомого синтеза». В русском народном пении на четыре голоса не подразумеваемом унисон, каждый певец сохранял индивидуальность, имея свой собственный голос, украшал мелодию вариациями свободно, но в безупречной в музыкальном отношении манере. Синтез эфронии

(благозвучие) и полифонии (многоголосие), по мнению И.А. Ильина, выражает национальную русскую идею: «прорыв к органическому единству в красоте». Красоту русского хорового пения отмечал еще барон Д. Кюстин, путешествовавший по России в XVIII веке. Сегодня интернет предоставляет прекрасную возможность, прослушав народные песни, почувствовать русскую душу и соприкоснуться с эстетическими ценностями русских.

Используя интернет-ресурсы, можно продемонстрировать не только красоту звучания русской речи, т.е. ее *performance*, но и глубокий смысл заложенный, например, в русской поэзии, т.е. красоту "*competence*". В рубрике «Мелодия стиха» ведущие актеры театров А. Фрейндлих, С. Крючкова, Ч. Ахматова, О. Остроумова, Г. Тараторкин и др. с высоким профессиональным мастерством читают стихи А. Блока, А. Ахматовой, М. Цветаевой. Проанализировав содержание, например, стихотворения А. Ахматовой «Человек невидимка», целесообразно познакомить студентов с уникальным феноменом, явленным в России в первой половине XX века: красотой человеческого горя.

Интернет позволяет познакомить студентов в предельно короткий срок с национальным идеалом красоты человека, поиск которого несколько столетий осуществляли русские писатели, философы, богословы... Ф.М. Достоевский в романе «Идиот» попытался изобразить положительного прекрасного человека в лице князя Мышкина. И хотя эстетический эксперимент писателю не удался, тем не менее, просмотр художественного фильма «Идиот» приоткроет завесу эстетических предпочтений русских иностранцам. Также, как и экранизация романа Л. Н. Толстого «Анна Каренина», поможет понять русское осмысление женской красоты. Предварительно проанализировав фрагменты портретного фрейма Анны Карениной в одноименном романе, отметив, что Л.Н.

Толстой не случайно многократно называет красоту Анны «прелестной». Мастер слова, используя тавтологию, актуализирует пагубность внешней красоты, лишенной внутренних добродетелей. Роль Анны Карениной великолепно сыграла прекрасная женщина и актриса Т. Самойлова. Просмотр отечественного художественного фильма «Анна Каренина» непременно доставит эстетическое удовольствие студентам-иностранцам.

Подводя итог вышесказанному, мы убеждены, что потенциальные возможности интернета в манифестации красоты отечественной лингвокультуры культуры безграничны, как и неисчерпаема сама «Красота». Целесообразность использования эстетического воздействия на мотивацию изучения РКИ сегодня не вызывает ни у кого сомнения. Ведь помимо знакомства с красотой русского языка и культуры, «эстетика есть открытие прекрасных моментов в душе человеческой самим человеком же для самосовершенствования» [Дунаев 2002; 527]. А интернет удобный, экономный, современный инструмент, помогающий реализовать благородные задачи.

#### **Литература**

1. *Дунаев М.М.* Православие и русская литература. В 6-ти частях. Ч. III. Изд. второе. – М: МГУ, 2002.
2. *Ильин И. А.* Собрание сочинений: В 10 т. –М.: Русская книга, 1996.
3. *Корнейчук С.П.* Лингвопрагматический потенциал «красоты»: эстетический аспект в преподавании русского языка в неязыковой среде//Русский язык вне России. Международная научная конференция, посвященная 25 летию Центра русского языка в Лондоне. Сб. материалов конференции. Лондон, 2-3 ноября 2017, -С. 123-127.
4. *Ожегов С.И.* Словарь русского языка. –М.: Русский язык, 1988.

## LINGU-PRAGMATIC POTENTIAL OF THE INTERNET AND "BEAUTY"

Annotation: in the real work we made an effort attract attention to pragmatic potential of the internet exactly in manifestation of beauty of Russian (in particular) and Russian linguoculture (on the whole). In other words we want to prove, that through the internet it is possible and needed, translating "beauty" of home culture and Russian, "влюбить" the whole world to Russia. Today nobody doubts already, that the internet is one of comfortable, useful and multifunction instruments in teaching and study of foreign languages. However to his unique potential - to demonstrate "beauty" of Russian linguoculture, i.e. without the expense of time and material facilities, literally in the "instant of Oka", special attention not spared while.

**Keywords:** beauty of speech, aesthetician, linguoculture.

**Т.В. Коростелева**

*(Ростовский государственный экономический  
университет (РИНХ))*

### НЕВЕРБАЛИЗОВАННАЯ ИНФОРМАЦИЯ: ТЕКСТ / ПОДТЕКСТ

Публикация подготовлена в рамках поддержанного РФФИ  
научного проекта № 18-012-00085

Имплицитность в самом общем виде неотделима от кардинального свойства языка, состоящего в том, что план содержания оказывается гораздо шире и объемнее, чем план выражения.

**Ключевые слова:** интертекстуальность, прецедентность, имплицитность, архаизмы, система языка, языковой знак.

В современной лингвистике наблюдается большой интерес к различным проявлениям имплицитности, причем имплицитность выявляется на различных уровнях, включая лексику, фразеологию и морфологию.

Имплицитность в самом общем виде неотделима от кардинального свойства языка, состоящего в том, что план содержания оказывается гораздо шире и объемнее, чем план выражения (что является одним из проявлений «асимметрического дуализма языкового знака»).

Н.Г. Складорова [2004; 82-83] вполне справедливо замечает, что имплицитность следует понимать как заложенное в самом языке имманентное свойство, проявляющееся в способности его единиц к подразумеванию под непосредственно выражаемым ими значением некоторой дополнительной информации. А под имплицитным содержанием логично понимать ту самую невербализованную информацию, которая предназначена к сообщению.

Имплицитность в языке нередко оценивается как проявление всеобщего принципа экономного представления внеязыкового содержания, экономии языковых и мыслительных усилий. Основная тенденция языкового развития с точки зрения современной лингвистики состоит в следующем: язык стремится к передаче все большего количества информации в единицу времени, что достигается либо компрессией (уменьшением числа значимых единиц в пределах большой единицы), либо суперсегментацией, которую на содержательном уровне представляют пресуппозиции.

Каждый текст является носителем как минимум трех смыслов: 1. авторского смысла – то есть смысла, вложенного в текст его автором в результате осуществления акта первичного семиозиса, или акта номинации; 2. инвариантного смысла – то есть смысла, «приписанного» тексту языком, складывающегося из смысла составляющих текст языковых единиц; 3. перцептивного смысла то есть смысла, вкладываемого в текст реципиентом. Отношения, складывающиеся между смыслами текста в актах коммуникации, определяются как антиномия или даже

парадокс коммуникации: с одной стороны, коммуникация невозможна без присущего тексту как элементу семиотической системы данного языка инвариантного смысла, восстанавливаемого коммуникантами на базе общих лингвистических и экстралингвистических знаний, с другой стороны, в конкретных актах рецепции текста инвариантные смыслы, если и не утрачиваются полностью, то отходят на задний план, вытесняются смыслами индивидуальными [Чурилина 2003; 12]. Процесс декодирования имплицитных смыслов обусловлен совпадением фоновых знаний автора и читателя и совпадением сведений о системе языка. Роль архаизмов в формировании подтекста произведения устанавливается при анализе таких понятий, как интертекстуальность и прецедентность.

Термин «подтекст», самой внутренней формой соотносится с текстом (а не высказыванием и тем более – не со структурными единицами предложения и высказывания). Вполне традиционно его понимание в качестве базовой единицы именно текста и даже особой текстовой категории (И.Р. Гальперин и мн. др.). Однако очевидно, что полное понимание подтекста недостижимо: мы можем лишь приблизиться к пониманию его смысла, ибо смысл – это не данность, которая «подложена» под текст и ждет, когда она будет извлечена; напротив, смысл всегда конституируется в актах чтения и интерпретации текста [Лучинская 2002; 147-148]. Основная тенденция языкового развития с точки зрения современной лингвистики состоит в следующем: язык стремится к передаче все большего количества информации в единицу времени, что достигается либо компрессией (уменьшением числа значимых единиц в пределах большой единицы), либо суперсегментацией, которую на содержательном уровне представляют пресуппозиции. Подтекст сопоставим с категорией имплицитности, поскольку соотносится со скрытым, не выраженном словами смыслом, однако существующим (подобным подводному

течению, которое невидимо, однако существует). Литература, в которой значительное место занимает архаическая лексика, отличается от массовых коммерческих изданий более высоким интеллектуальным и художественным уровнем. Читателю «необходимо в очередной раз сдать тест на образованность» [Рахимкулова 2003; 194]. Все виды архаической лексики могут быть экспликаторами имплицитной информации и способны участвовать в формировании подтекста произведения.

### Литература

5. *Лучинская Е.Н.* Постмодернистский дискурс: семиологический и лингвокультурологический аспекты интерпретации. Монография. - Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2002. - 197 с.

6. *Рахимкулова Г.Ф.* Олакрез Нарцисса. Проза Владимира Набокова в зеркале языковой игры – Ростов н/Д, 2003. – 318 с.

7. *Склярова Н.Г.* Проблема имплицитности в информативно-коммуникативном аспекте [Текст] / Н.Г. Склярова // Язык. Дискурс. Текст: II Международная конференция, посвященная юбилею профессора Г.Ф. Гавриловой: Труды и материалы. Ч. II. - Ростов н/Д: Изд-во РГПУ. 2005. – С. 82-85.

#### NON-VERBALIZED INFORMATION:

#### THE TEXT / SUBTEXT

Implicitity, in the most general form is inseparable from the fundamental properties of language, which consists in the fact that the content of the plan is much wider and bigger than the plan of expression.

**Keywords:** intertextuality, precedential, implicitity, archaisms, language system, language sign.

**П.Д. Коськина, Митрофанова И.И.**

*(Российский университет дружбы народов)*

### **ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРНЕТ-ПУБЛИЦИСТИКИ**

В данной статье рассмотрены особенности текстов публицистического стиля, создаваемых для интернет-изданий. Показано, что с развитием интернета изменялась и публицистика. Также особое внимание уделяется профессиональным качествам, которыми должен обладать современный интернет-журналист.

**Ключевые слова:** публицистика, публицистический жанр, интернет, интернет-публицистика, журналистика, журналист, интернет-журналист, специфика, особенности.

Язык — явление социальное. Язык создается обществом, развивается вместе с ним и постоянно изменяется. Меняются фонетические и грамматические нормы употребления языковых единиц, расширяются лексические запасы языковых средств, видоизменяются особенности употребления стилей и жанров в письменной речи. Формирование языка как системы происходило на протяжении долгого времени, и сейчас можно подвести некоторые итоги этого процесса.

Известно, что самый распространенный жанр — публицистический, который охватывает всё, что написано в газетах, журналах, звучит с экранов телевидения и по радио, а также распространяется в интернет-СМИ.

С развитием интернет-ресурсов изменились запросы читателей: кому-то интереснее бегло просматривать короткие информативные заметки, кому-то нравится вчитываться в объемные лонгриды с большим количеством изображений и других мультимедийных элементов.

Основным отличием интернет-публицистики является тот факт, что автор может писать практически на любую тему, вне зависимости от специфики издания, как это обычно позиционируется в печатных СМИ (газетах или журналах) или на ТВ.



Конечно, есть узкопрофильные интернет-издания, но большинство СМИ в интернете включают в себя различные жанры, поскольку ориентированы на охват как можно большей аудитории.

Положительным для читателя качеством является скорость публикации/распространения информации в интернете, что позволяет пользователю быть в постоянно пополняющемся информационном пространстве. Для интернет-издания, также как и для печатного СМИ, важно первыми выпустить актуальную новостную информацию, отвечающую на основные вопросы: что, где, когда и почему.

Помимо появления новых жанров, в интернет-публицистике происходит постепенное смещение, а порой и «отмирание» различных старых жанров. По этой причине сейчас достаточно проблематично найти в сети, например, веб-фельетон.

С распространением многообразия интернет-СМИ читатели становятся требовательнее к качеству предоставляемой информации, разборчивее к формам подачи. Пользователям приедаются повторяющиеся клише заголовков и лидов, а также подача информации в стиле «желтой прессы», когда основной посыл не соответствует содержанию публикации. Поэтому главной задачей журналиста становится не только поиск, написание и структурирование интересной, полезной для общества информации, но и формулировка емкого информативного заголовка, который соответствовал бы главной теме сообщения.

Этот факт является, пожалуй, главным отличием современной подачи информации от советской школы журналистики, которая требовала писать заголовки без глаголов, сообщать сухие факты, из которых невозможно было понять содержание конкретной заметки или авторской статьи.

Справедливости ради надо сказать, что уже тогда, в 80-х годах прошлого века, появились первые «теги» — ключевые слова рядом с заголовками, которые помогали читателю конкретизировать основную мысль публикации. Например, понять, что в заметке с названием «Заявление министра» речь идет о министре Бахрейна.

Таким образом, анализируя произошедшие изменения и сегодняшние тенденции в публицистике, можно выделить основные предъявляемые качества к интернет-журналисту:

- Грамотность — как правило, в интернет-изданиях нет корректора, а специфика издания требует высокой оперативности публикации информации, поэтому журналист должен быть предельно грамотным.

- Поиск — журналист должен обладать навыками быстрого поиска информации в интернете, умением мониторить различные информационные сайты, сравнивать и анализировать большой поток информации, чтобы отфильтровать нужное, и переработать в доступную для читателя форму, при необходимости используя способ компиляции.

- Анализ — без способности самостоятельно анализировать большой объем тематической информации невозможно оценить достоверность данных, разобраться в запутанных, например, финансовых историях. Между тем, именно с такими фактами журналисту интернет-издания приходится сталкиваться чаще всего. Но, в отличие от журналиста печатных СМИ, интернет-источник серьезно ограничен во времени для проведения анализа.

- Универсальность/мобильность — современный интернет-журналист является не только автором статьи или заметки, в обязательном плане он еще и фотограф, видеооператор, монтажер аудио- или видеозаписи, дизайнер, программист.

- Иностранные языки — если журналист работает с большим объемом информации, которая нередко затрагивает

иностранные источники, то ему следует знать, как минимум, один иностранный язык, например, английский. Обладая таким умением, журналист сможет узнать и сравнить трактовку одной и той же информации авторами в СМИ разных стран, а также узнать нечто новое, например, об инновационных технологиях за рубежом.

Современные интернет-издания довольно часто выходят на двух, трех и более языках, что позволяет расширить информационные границы, вовлечь в число пользователей не только аудиторию своей страны, но и жителей других стран.

Например, китайское информационное агентство ИА Синьхуа, образованное в 1931 году в Пекине и открывшее сайт в 2000 году, передает информацию круглосуточно на одиннадцати языках, в том числе на русском, арабском и португальском. Это позволяет ему «Распространять Китай и сообщать о мире», как гласит девиз ИА Синьхуа.

Благодаря этому, действительно, с каждым годом все больше людей узнает о Китае. Сглаживаются стереотипы, налаживаются связи, развиваются туристические направления, все чаще студенты выбирают для изучения китайский язык.

Сегодняшняя «картина мира» доказывает сохранение главных функций публицистического стиля: информационной и воздействующей.

В наше время так же важно, как и прежде, в кратчайшие сроки сообщить людям о последних событиях в стране и мире, а также оказать влияние на формирование мировоззрения читателей/зрителей/пользователей.

Благодаря информативным интернет-заметкам с потрясающей красоты фотографиями, к примеру, на Крайнем Севере нашей страны постепенно начали развиваться туристические направления. В последнее время наблюдается поток китайских туристов, которые приезжают в Мурманск, чтобы посмотреть на северное сияние.

«В Китае есть красивая легенда: если ты хотя бы раз в жизни увидел северное сияние, то твои дети, внуки и твоя душа во многих поколениях обретет гармонию» [Самофалова, 2017].

Любой пользователь персонального компьютера может создать собственное СМИ. В связи с этим получила развитие так называемая блогосфера, которую именуют индивидуальной или гражданской журналистикой.

Существование блогосферы и профессиональной журналистики позволяет аудитории получать разностороннюю информацию: как нейтральную, так и отражающую авторский взгляд на происходящие события.

К примеру, одна и та же информация в блоге и в печатном издании может существенно различаться, поскольку в блоге автор может опубликовать не только анализ информации, но и передать собственные ощущения, эмоции, критику, рекомендации.

В свою очередь всё это способствует развитию демократии в обществе, формированию гражданской позиции у населения и критического осмысления событий: вчерашних, сегодняшних, завтрашних.

Помимо положительных качеств, у интернет-публицистики есть еще ряд преимуществ, по сравнению с печатными СМИ:

- неограниченный объем выпусков издания,
- ненормируемая регулярность публикаций,
- возможность создания архивов,
- доступность,
- неограниченный географический охват,
- низкая себестоимость.

Таким образом, в наши дни интернет-публицистика позволяет пользователям находиться «на гребне» информационной волны: быть всегда в курсе событий в любое время, в любом месте; обладать знаниями не только о родной стране, но и об интересных событиях в мире;

развиваться как личность, в том числе изучая иностранные языки.

### Литература

1. Амзин, А.А. Новостная интернет-журналистика. 2013.
2. Калмыков А.А., Коханова Л.А. ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКА. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.
3. О ИА Синьхуа // RUSSIAN.NEWS.CN. URL: [http://russian.news.cn/2016-03/01/c\\_135144491.htm](http://russian.news.cn/2016-03/01/c_135144491.htm)
4. Туристов из Китая влечет российский Мурманск // ВЗГЛЯД деловая газета. URL: <https://vz.ru/economy/2017/9/1/885188.print.html>

### FEATURES OF INTERNET – JOURNALISM

Features of journalistic texts created for internet-publications of are considered in this article. It's demonstrated, that journalism was changing during internet development. Also, special attention is paid to the professional qualities that a modern Internet-journalist.

**Keywords:** journalism, journalistic genre, internet, online journalism, journalist, internet journalist, specifics, features.

**Н.В. Кривошапова**

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

### ОСНОВНЫЕ ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ В ПРИДНЕСТРОВЬЕ

В настоящей статье мы представим информацию о языковом состоянии Интернет-коммуникации в Приднестровском регионе, подробно остановимся на молдавском сегменте в рамках общеинформационных, научно-образовательных и художественно-литературных жанров глобальной сети.

**Ключевые слова:** Интернет-коммуникация, художественный билингвизм, сегмент, жанры коммуникации.

Интернет-коммуникация – это общение в глобальной электронной среде, в особом коммуникационном пространстве в контексте экстралингвистических условий и факторов мультилинейной технически обусловленной коммуникации.

Л.Ю. Иванов предлагает более детальную классификацию жанров глобальной сети:

- 1) общеинформационные - электронные СМИ, имеющие «бумажные» аналоги или просто сетевые;
- 2) научно-образовательные и специальные информационные жанры;
- 3) художественно-литературные жанры: литературные произведения в электронном виде;
- 4) жанры неформального общения: чаты, гостевые книги, электронная почта и др.;
- 5) деловые и коммерческие жанры: реклама, бизнес, предложения о трудоустройстве. [Иванов 2000]

Относительно развития и функционирования языков на территории ПМР мы можем отметить равноправное использование официально закрепленных в «Законе о языках» трех официальных языков: молдавского, русского и украинского.

Интернет-коммуникация во всем многообразии своих жанров в ПМР, в основном, русскоязычная. Сайты официальных министерств и ведомств, научно-образовательные и специальные информационные жанры на трех языках, жанры для неформального общения и реклама – на русском языке.

Беспокойство ученых и педагогов вызывает судьба молдавского языка, сохранившегося на кириллической графике именно в нашем регионе, его представленность в Интернет-коммуникации Приднестровья и в странах постсоветского пространства.

В свете этих событий еще в 1991 году выходит Постановление Верховного Совета ПМР «О первоочередных

мерах по сохранению самобытности молдавского народа, его языка и культуры», согласно Закону ПМР «О языках в Приднестровской Молдавской Республике» от 8 сентября 1992 г., статья 3 которого гласит: «На территории Приднестровской Молдавской Республики все языки наделены равным правовым статусом и обеспечиваются одинаковой защитой и поддержкой государства. Статус официального языка на равных началах придается 1. молдавскому, 2. русскому и 3. украинскому языкам». [3]

В интернете представлены **общественно-информационные жанры коммуникации** на молдавском языке, такие как:

*газета* «Адевэрул Нистрян (Днестровская правда) — республиканская газета на молдавском языке (кириллица), издающаяся в Приднестровье. Газета выходит с 11 июля 1994 года. Является единственной в Приднестровье газетой на молдавском языке и единственной в мире газетой на молдавской кириллице.

В газете публикуются новости Приднестровья, печатаются материалы по молдавской филологии, о традициях и обычаях молдавского народа. В литературной рубрике «Лучафэрул» публикуются произведения как членов Союза писателей ПМР, так и начинающих авторов [2];

*телевизионные программы* разных жанров на государственном телевидении и радио:

«Актуалитэць» — информационный выпуск на молдавском языке, выходит три раза в неделю,

«Ла Тимп» — информационный выпуск на молдавском языке выходит с понедельника по пятницу в 17:30.

«Евенименте» - информационный выпуск на молдавском языке выходит с понедельника по пятницу в 18.15

«Емесиуня та» - еженедельная развлекательно-познавательная программа.

«Ла попас» - познавательная программа о родном крае.

«Традиций каре не унеск» - воскресная программа о национальных молдавских традициях и обычаях. [4].

Приднестровская государственная телерадиокомпания имеет свои страницы в Facebook, В контакте, в Twitter, открыла Youtube-канал. Информация о программах на молдавском языке находится в свободном доступе.

**Научно-образовательные и специальные информационные жанры** Интернет-коммуникации на молдавском языке появляются в виде монографий, учебных пособий, электронных словарей, размещенных на образовательном портале <http://moodle.spsu.ru/> Приднестровского государственного университета им. Т.Г. Шевченко в свободном доступе.

Лингвокультурное образование на молдавском языке - это область формирования и развития способностей к культурному общению, путем познания лингвистических систем (фонетического, экологического, грамматического и стилистического) и ангажирования ученика в создание актов общения.

Монографии, сборники на молдавском языке, изданные с 1990 года, теоретически обосновывают исторические корни, этническое, языковое и культурное своеобразие молдаван Приднестровья, их многовековое совместное проживание с русскими и украинцами, их взаимодействие и взаимообогащение на этой основе. Кафедра молдавской филологии филологического факультета, Центр молдавской культуры и научно-исследовательская лаборатория «Факла» Приднестровского государственного университета им. Т.Г. Шевченко являются единственными в мире научно-методическими и научно-просветительскими центрами, где исследуют и описывают эту проблематику на молдавском языке.



**Литературно-художественное образование** на молдавском языке – это область формирования культурного читателя литературы, путем изучения ярких произведений и важных литературных событий и введения ученика в русло создания, редактирования литературных текстов.

В рамках «Союза писателей Приднестровья», основанном в 1995 году, работает группа авторов, создающих свои произведения на молдавском и русском языках.

Молдавские писатели в большинстве своем оказываются билингвами. Это дает возможность им самим переводить свои произведения. Молдавский язык – родной, сияет яркими красками в поэзии и прозе. Читатель, не зная языка, может получить эстетическое удовольствие от благозвучности и напевности текстов молдавской литературы. Русский язык – язык межнационального общения, наши молдавские авторы тоже достаточно хорошо знают. Налицо приобретенный, вынужденный билингвизм.

Сложность перевода текста даже самим писателем связана с тем, что в родном языке те или иные слова имеют типологическую культурную значимость. Трудными для перевода являются предметы быта, обычаи, словосочетания, скороговорки, свойственные именно молдавскому народу, региону, и писатель часто прибегает к перифрастическим выражениям или к аналогичным словам на языке перевода.

В процессе перевода происходит взаимодействие не только двух языков и более, но и двух культур, которые имеют как общие, так и национальные особенности.

Молдавские авторы (Г. Гурски, В.Яштылов, П. Данич, В. Караджов, Е. Баеш) начинают переводить свои произведения на русский язык, чтобы они сохранили свою «литературную форму» и интерес читателя. Со временем они учатся излагать свои мысли на русском языке, который стал для них вторым языком.

Получаются два полноценных, равноправных варианта произведения, переводы на европейские языки появляются как раз с русского варианта. Самое время познакомиться со своим творчеством русскоязычного читателя.

Художественный билингвизм, являясь важным направлением современного литературоведения, занимает особое место в формировании и развитии литературных связей, становится достоянием мировой литературы и культуры и заметно выходит за рамки печатных изданий.

Молдавские поэты и писатели Приднестровья осваивают русскоговорящее Интернет-пространство, располагают свои произведения на молдавском и на русском на <https://www.proza.ru/>, <http://www.stihi.ru/>, <http://www.poezia.ru/> - на крупнейших российских литературных порталах, предоставляющий авторам возможность свободной публикации произведений.

Русский мир стал для молдавского писателя тем «всемирным», что дало начало новым произведениям, ценным для обеих культур.

В литературе встречается термин – «русскоориентированные», это понятие так или иначе отражает вовлечение человека в определенное культурное поле.

Что касается жанров неформального общения в соцсетях, то жители Приднестровья, носители молдавского языка, как правило, сохраняют в них (в личной переписке, в комментариях, в чатах) кириллическую графику. Молдавская электронная и телевизионная реклама не распространена в регионе.

### **Литература**

1. *Иванов Л.Ю.* Язык интернета: заметки лингвиста // Словарь и культура русской речи. – М., 2000.
2. <http://www.pmr.md/>
3. <http://zakon-pmr.com/>
4. <https://tv.pgtrk.ru/ru/team>

## MAIN LANGUAGE FEATURES OF INTERNET COMMUNICATION IN PRIDNIESTROVIE

In this article we will present information on the linguistic state of Internet communication in the Pridniestrovian region, we will dwell in detail on the Moldavian segment in the framework of general information, scientific, educational and literary genres of the global network.

**Keywords:** Internet communication, artistic bilingualism, segment, genres of communication.

**Н.В. Кулибина**

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

### КАК ОЦЕНИТЬ КАЧЕСТВО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ОНЛАЙН-РЕСУРСА?

**(на примере онлайн ресурса по чтению художественной  
литературы)**

В настоящей статье описаны возможные критерии оценки образовательных онлайн-ресурсов: уровни мультимедийности, интерактивности, степень содержательности и др. Показано их возможное применение к оценке авторского онлайн-курса «Уроки чтения – праздник, который всегда с тобой».

**Ключевые слова:** Интернет, русский язык, художественная литература, образовательные онлайн-ресурсы, мультимедийность, интерактивность, содержательность, уроки чтения.

В настоящее время благодаря достижениям технического прогресса и творческой активности профессионального сообщества в русскоязычном образовательном интернет-пространстве размещено большое количество онлайн-ресурсов по различным областям знания, в том числе, по обучению русскому языку и русской литературе. В связи с чем возникает настоятельная

потребность их квалифицированной оценки и сравнения. Уже имеется опыт проведения соответствующих конкурсов: например, Казанский Федеральный университет в декабре 2017 года подвёл итоги Международного конкурса курсов открытого образования по русскому языку, который проводился по заказу Минобрнауки РФ.

Экспертиза (оценка) онлайн-ресурсов непростая процедура, что связано с рядом как объективных, так и субъективных факторов. Субъективный аспект определяется большой «подвижностью» ресурсов Интернета: в отличие, например, от печатных изданий многие из них обладают способностью к развитию, изменению, расширению и т.п. и практически никогда не существуют в стадии «конечного продукта». Объективность сложности анализа образовательных онлайн-ресурсов вызвана размытостью критериев оценки.

Представляется, что наиболее существенными следует признать следующие показатели оценки качества электронных образовательных ресурсов:

уровень мультимедийности (разнообразие методов представления объектов и процессов);

уровень интерактивности (разнообразие способов взаимодействия пользователя с учебными материалами и организации обратной связи) и

степень «содержательности».

Первые два показателя используют в своей практике разработчики электронного контента (программисты, веб-дизайнеры и др.). Третий показатель добавлен нами и понимается как соответствие содержательного контента образовательного (!) онлайн-ресурса уровню развития соответствующей области научного знания: применительно к онлайн-ресурсам по русскому языку речь идёт об отражении в них достижений современной русистики и лингводидактики.

Рассмотрим, как работают выделенные показатели оценки качества электронного образовательного ресурса на примере авторского онлайн-курса по чтению художественной литературы «Уроки чтения – праздник, который всегда с тобой» <http://ac.pushkininstitute.ru/course1.php> .

Первый показатель – уровень *мультимедийности*, или использование различных методов представления объектов и процессов в онлайн-ресурсе.

В уроках чтения для предъявления учебного контента используется широкий спектр материалов разных видов и типов, а также их комбинации и композиции: гипертекст, рисованная и реалистическая графика, видео и анимация, дикторская речь, аудио-фрагменты музыкальных и литературных произведений, караоке и др.

Причём, важно, что использование в проекте мультимедийных средств не является самоцелью или средством развлечения пользователей: все они способствуют достижению основной цели - обучению самостоятельному пониманию читателем художественного текста, используемого в том или ином уроке чтения, и в конечном итоге – формированию и совершенствованию необходимых навыков чтения/смыслового восприятия художественной литературы.

Мультимедийный онлайн-курс, по мнению В.Г. Костомарова («дисплейный» курс, в терминологии учёного), представляет пример «цифровой педагогики» и является «началом новой эпохи» в образовательной деятельности (см. «Авторитетное мнение» В.Г. Костомарова, академика РАО, на Главной странице проекта «Интерактивные авторские курсы Института Пушкина» <http://ac.pushkininstitute.ru/index.php> , а также [Костомаров 2010; Костомаров 2014]).

Второй показатель - уровень интерактивности (разнообразие способов взаимодействия пользователя с учебными материалами и организации обратной связи).

В уроках чтения широко используются различные формы активного взаимодействия учащегося с образовательным контентом, которые характеризуются: большим числом степеней свободы, выбором последовательности действий, ведущих к учебной цели, необходимостью анализа на каждом шаге и принятия решений в определенном множестве вариантов. Таким образом решается задача воссоздания в интернет-пространстве реальных учебных занятий, которые послужили прототипами для разработки онлайн-ресурсов: как и в очном обучении читателям предъявляется (по фрагментам) аутентичный художественный текст (стихотворение, рассказ, сказка и др.), сопровождаемый комплексом интерактивных заданий для пред-, при- и послетекстовой работы.

В том формате онлайн-обучения, для которого предназначены описываемые уроки-чтения, не предусмотрено непосредственное участие преподавателя (тьюторская поддержка). Присутствие собеседника (преподавателя) обеспечивают видео-фрагменты, в которых даётся обращение к читателю, аудио-запись вопросов и заданий, а также речевые реакции на правильный/неправильный ответ («Молодец!», «Умница!», «Верный ответ!» или «Ошибочка вышла!», «А если подумать?» и др.).

Методический аппарат к текстам (вопросы и задания) даётся в тестовом формате. В уроках представлены разнообразные виды тестовых заданий: выбор ответов из набора предлагаемых (до семи вариантов, из которых необходимо выбрать от одного до нескольких правильных или неправильных); поиск слова, выражения, предложения и др., содержащего ответ на вопрос, непосредственно в

художественном тексте и другие. Тестовый формат позволяет контролировать правильность выполнения заданий и, в конечном счёте, адекватность понимания текста читателем. Чередование видео- и аудио- фрагментов, записанных одним преподавателем, обеспечивает единство всех компонентов и создает ощущение присутствия на реальном уроке.

Методический аппарат к художественному тексту (стихотворению, рассказу, сказке и др.) разрабатывается таким образом, чтобы создать условия для «мыслительной деятельности читателя» (С.Л. Рубинштейн).

Именно интерактивность, т.е. предоставление возможности активного «взаимодействия со студентом на расстоянии» выделил В.Г. Костомаров в инновационном проекте Института Пушкина, частью которого является онлайн-курс «Уроки чтения – праздник, который всегда с тобой» (см. «Авторитетное мнение» В.Г. Костомарова <http://ac.pushkininstitute.ru/index.php>).

Третий показатель – степень содержательности урока, или соответствие учебного контента образовательного (!) онлайн-ресурса уровню развития соответствующей области научного знания: отражение в них достижений современной русистики и лингводидактики.

Филологической, психологической (психолингвистической) и методической базой единого учебного комплекса «Уроки чтения – праздник, который всегда с тобой» является авторская методика обучения чтению художественной литературы, защищённая Н.В. Кулибиной как диссертация на соискание учёной степени доктора педагогических наук «Художественный текст в лингводидактическом осмыслении» (2001). Для использования в онлайн-обучении собственно методическая часть исследования была существенно переработана и дополнена.

Гибкость и универсальность этой методики позволяет использовать её при работе с поэтическими и прозаическими текстами, написанными в разное время (XVIII-XXI века), а также создавать уроки для различных категорий читателей - инофонов, билингвов и носителей языка, взрослых и детей.

В настоящее время размещён 31 урок, каждый из которых существует в двух версиях «ЧИТАТЕЛЯМ» и «УЧИТЕЛЯМ», а для уроков по поэтическим текстам есть ресурс, помогающий заучиванию стихотворений «Учим наизусть», в котором реализована программа распознавания голоса (Google), в общей сложности – 75 ресурсов. В ближайшее время будут создаваться мобильные приложения, что позволит подписчикам пользоваться скачанными уроками в условиях отсутствия стабильного интернета.

Итак, в статье описаны три показателя качества онлайн-ресурса: уровень мультимедийности, уровень интерактивности и степень содержательности. По всем трём показателям интерактивный авторский курс «Уроки чтения – праздник, который всегда с тобой» заслуживает высоких оценок, что, возможно, и послужило поводом к присуждению этому онлайн-ресурсу «Диплома ПОБЕДИТЕЛЯ» (номинация «Обучение видам речевой деятельности») на Международном конкурсе курсов открытого образования по русскому языку (декабрь 2017).

Помимо перечисленных при оценке качества образовательных онлайн-ресурсов могут быть использованы также следующие показатели:

- соответствие приоритетным направлениям развития образования (см. Программа «Развитие образования», утверждённая 26.12.2018);

- востребованность (рост числа пользователей, количества визитов по данным, например, Яндекс.Метрики) и другие критерии.





Показатели авторского онлайн-курса «Уроки чтения – праздник, который всегда с тобой» по данным критериям также достаточно высоки: он вполне соответствует цели развития отечественного образования до 2025 года – повышению читательской грамотности россиян и востребован большим числом пользователей в 81 одном регионе РФ и 126 странах мира (фиксируется как постоянный прирост новых пользователей, так и количество визитов, что говорит о неоднократных обращениях к ресурсу уже знакомых с ним пользователей.

Проект «Интерактивные авторские курсы Института Пушкина» является открытым, бесплатным, не имеющим аналогов. Он создаёт открытую образовательную русскоязычную среду для всех желающих: как изучающих русский язык, так и их преподавателей.

### Литература

1. *Костомаров В.Г.* Дисплейный текст как форма сетевого взаимодействия. // *Divergent Thinking: Prospectives on the Language*

*Enterprise in the 21st Century: Russian Language Journal*, Vol. 60, 2010, с. 141-147.

2. *Костомаров В.Г.* Рассуждение о формах текста в общении: учебное пособие. – М., 2014.

3. *Кулибина Н.В.* «Зачем, что и как читать на уроке: Методическое пособие для преподавателей РКИ». – СПб., 2015. 210с.

4. *Кулибина Н.В.* Читаем стихи русских поэтов. Учебное пособие. - СПб., 2014 (6 изд.).

5. *Кулибина Н.В.* Интерактивные уроки чтения художественной литературы в открытой электронной среде // РЯЗР, № 1, 2017, с.18-25.

#### **HOW TO EVALUATE THE QUALITY OF THE ONLINE EDUCATIONAL RESOURCE?**

**(on the example of an online resource for reading fiction).**

This article describes possible criteria for evaluating educational online resources: levels of multimedia, interactivity, degree of content, etc. Their possible application to the evaluation of the author's online course "Reading lessons is a holiday that is always with you" is shown.

**Keywords:** Internet, Russian language, fiction, educational online resources, multimedia, interactivity, content, reading lessons.

**Э.Г. Куликова**

*(Ростовский государственный экономический  
университет (РИНХ))*

Публикация подготовлена в рамках поддержанного РФФИ  
научного проекта № 18-012-00085

#### **КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ МАНИПУЛЯТИВНОГО УМОЛЧАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ**

Одной из важнейших проблем современности является манипулятивная коммуникация. Термин «манипуляция» имеет яркую негативную прагматику.

использование манипулятивных приемов относится к проблемам лингвоправового пространства.

**Ключевые слова:** манипуляция, правовая норма, дискурс, семантика, лингвопрагматика.

Одной из важнейших проблем современности является манипулятивная коммуникация. Термин «манипуляция» имеет яркую негативную прагматику. Нарушение этических норм, использование манипулятивных приемов относится к проблемам лингвоправового пространства. В современных условиях возрастающего манипулятивного воздействия медиа необходимы знания о том, какие инструменты используются манипуляторами с тем, чтобы определить возможные средства защиты от них. К регулярно используемым в манипуляции приемам относится умолчание. Уже само значение термина, его внутренняя форма содержит подсказку, что речь идет о паравербальных (не проговариваемых обычно) элементах смысла. С одной стороны, избежать умолчания невозможно; как правило, большая посылка силлогизма не проговаривается. Если все проговаривать в речи, то она может стать нестерпимо многословной. С помощью умолчания происходит реализация манипулятивного намерения, – это утаивание, невключение в текст высказывания информации о релевантных, важных для ситуации событиях. Часто умолчание квалифицируют как «частичную ложь». Но когда умолчание может квалифицироваться именно в качестве манипулятивного приема и как все-таки определить, события, о которых идет речь, релевантны ли определенной ситуации, а если да, то насколько?

Тоталитарными, а также посттоталитарными режимами в управлении коммуникацией (в широком смысле) активно эксплуатируется такой манипулятивный прием, когда из области внимания исключаются «неудобные» вопросы.

В качестве умолчания можно квалифицировать и то, когда отправитель сообщения употребляет неактуализированные примеры, как то *и т. д., и т. п., и др., и проч.* Естественно, что манипулятивным этот прием будет только в том случае, когда за такими обозначениями в действительности ничего не стоит, а продуцент речи (в любом виде) изображает ситуацию в качестве типичной, повторяющейся (при том отнюдь не обязательно, чтобы у него на самом деле имелись другие примеры).

В такой сфере, как рекламная коммуникация, прием манипулятивного умолчания приводит нередко к нарушению законодательства. Ср. информацию, представленную в рекламе Агентства по ипотечному жилищному кредитованию:

*Государственное предприятие «НИКА» предлагает ипотечные кредиты под любое жилье без поручителей под 14% в рублях, на срок от года до 30 лет. «НИКА» - государство заботится о Вас! Цит. по: [Беляева 2009, с. 89]* Эта реклама содержит информацию об условиях ипотечной сделки: 1) без поручителей; 2) в рублях; 3) 14% сроком от одного года до 30 лет. Но рекламное сообщение не содержит таких важных сведений, в нем, например, не сказано, что одним из обязательных условий кредитования является страхование жизни, а также страхование в случае потери трудоспособности заемщика и договор на страхование имущества. Выполнение данного обязательства в значительной степени повышает стоимость кредита, а это очень существенная для потребителя информация. И.В. Некрасова пишет об общественной опасности заведомо ложной, вводящей в заблуждение рекламе. Она отмечает, что главным образом такая реклама опасна из-за того, что в ней отсутствует существенная информация о товаре, о способе его применения и приобретения. [2007; 87].

Как отмечает А.Г. Рихтер [2006; 40], необеспеченность граждан правами на открытое получение

информации, манипулятивное искажение информации вызывает резко негативную реакцию со стороны населения, что, в свою очередь, приводит к дестабилизации общественно-политической ситуации в социуме. Кроме того, автор говорит о «правовой неопределенности» в подобных вопросах, таких как порядок, в результате которого происходит обеспечение такого важного права, как право на информацию. Общеизвестно, что право на получение информации, свобода обмена информацией относятся к основным правам граждан и являются важнейшими механизмами реализации власти народа и публичности, открытости власти.

Умолчание в определенных коммуникативных ситуациях может оцениваться в качестве искажения фактов, лжи, противопоставленности истине.

#### **Литература**

1. *Беляева И.В.* Феномен речевой манипуляции: лингвоюридические аспекты. Монография. - Ростов н/Д: СКАГС. 2009. 372 с.

2. *Рихтер А.Г.* Тенденции законоотворчества в сфере массовой информации // Язык в контексте социально-правовых отношений современной России. Материалы Международной научно-практической конференции 22 марта 2006 г. Ростов н/Д: РГЭУ «РИНХ». 2006. С. 39-43.

3. *Некрасова И.В.* Правовое регулирование рекламы // Адвокат. 2007. № 7. С. 87-97.

#### **COMMUNICATIVE STRATEGY OF THE MANIPULATIVE DEFAULT IN MODERN MEDIA**

Manipulative communication is one of the main problems of modern time. The term «manipulation» has a clear negative pragmatics. Use of manipulative techniques is connected with problems of legal and linguistic space.

**Keywords:** manipulation, legal norm, mediadiscourse, semantics, linguopragmatics.

**Г.Е.Куличенко**

*(Волгоградский государственный социально-педагогический университет)*

### **ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТА НА ЯЗЫКОВОЙ ПОРТРЕТ ЛИЧНОСТИ ИНОСТРАННОГО УЧАЩЕГОСЯ**

В настоящей статье рассматриваются вопросы влияния интернета на языковой портрет личности иностранного учащегося, получающего образование в России на русском языке.

**Ключевые слова:** интернет, образование, влияние, цель, языковой портрет.

За сравнительно небольшое время интернет оказал существенное влияние на нашу жизнь, проникнув во все сферы профессиональной, общественной и личной жизни человека. Общение на различных типах веб-сайтов, использование специальных программ изменило и наше мировоззрение, и наш язык. Появилась новая языковая форма, которую называют «электронным языком». Все это вызывает большой психологический и филологический интерес.

Интернет стал очень популярным среди молодежи, привлекая ее особой возможностью коммуникации и интерактивных возможностей. Особую, для многих даже незаменимую роль, интернет приобрел у учащихся. Иностранцы студенты, обучающиеся в России, не стали исключением. В интернете они находят необходимую для изучения литературу, могут развивать свои языковые способности, улучшать свой русский язык.

В интернете для «живого» общения есть множество различных видеочатов и программ, таких как Skype, OOVVOO. В сети существует определенный этикет общения, неформальный стиль, терпимый к всякого рода ошибкам, сленгу и различным знакам – «улыбкам» и другим, что, по нашему мнению, несет определенную угрозу языковому образованию.

Если говорить о значении интернета вообще, то можно отметить не только многочисленные плюсы, но и не менее многочисленные минусы, в числе которых исчезновение под влиянием основного языка интернета небольших по количеству говорящих на нем языков, доминирование одного (английского) языка в качестве всеобщего второго языка. Все это представляет реальную угрозу национальным культурам и традициям, а также мешает овладению языком (русским), на котором происходит обучение специальности в России.

Д.Кристал согласен с тем, что большинство людей общается в интернете в отклоняющейся от установленных языковых правил манере, относится терпимо к грамматическим и орфографическим ошибкам, ему нравится разнообразие новых языковых форм, которые, по его мнению, являются новой ступенью развития языка.

Рассматривая влияние интернета на языковой портрет личности, необходимо отметить, что концепция языковой личности в отечественном языкознании разрабатывалась акад. В.В. Виноградовым, потом Ю.Н. Карауловым.

Под этим понятием понимается «совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им речевых произведений (текстов), которые различаются степенью структурно-языковой сложности, глубиной и точностью отражения действительности, целевой направленностью» [Караулов 2004; 38].

Иностранные студенты, обучающиеся в России, подключаются к интернету в первые дни пребывания. Это, в первую очередь, позволяет им чувствовать свою защищенность, т.к. они в любое время могут пообщаться со своими близкими и друзьями, получить совет и моральную поддержку, а также найти необходимую информацию о стране, где они будут учиться и многое другое.

Человек, являясь языковой личностью, должен уметь использовать речевые произведения в определенных ситуациях с определенными целями: поддержать коммуникацию, выразить отношение к чему-либо, продемонстрировать свой образовательный уровень. Этому, безусловно, нужно учиться и является возможным обучить.

Иностранцы студенты, как и все студенты вообще, ищут в интернете ответы к домашним заданиям, выбирают материалы для сообщений, рефератов, докладов, курсовых и дипломных работ. Некоторые из них ищут и находят тексты на русском языке, выбирают, перерабатывают их. Многие ищут материалы на родном языке, включают автоматический перевод и на выходе получают текст невразумительного содержания или трудно читаемого текста. «Источником появления омонимов может быть и разрыв в семантической структуре многозначных слов, при котором отдельные значения на столько расходятся, что уже не воспринимаются как принадлежащие одному слову. Так, из многозначности развивалась омонимия пар свет<sup>1</sup> 'вселенная' и свет<sup>2</sup> 'рассвет, восход солнца'. Хотел объехать целый свет, а не объехал сотой доли. Чуть свет уж на ногах! И я у ваших ног (Гр.), слог<sup>1</sup> 'часть слова' и слог<sup>2</sup> 'стиль'; ср. также вытопить<sup>1</sup> печь и вытопить<sup>2</sup> сало, махнуть<sup>1</sup> рукой и махнуть<sup>2</sup> на юг(разг.).

Во время практического занятия по русскому языку иностранным студентам- бакалаврам было предложено ответить на вопросы: Как интернет влияет на мою жизнь и изучение русского языка? Интернет – это друг или враг?

Всего в группе присутствовало 18 китайских студентов, получающих педагогическое филологическое образование. Ответы распределились следующим образом:

интернет – и друг, и враг – 40%;

интернет – враг – 30% (привыкание, интернетзависимость, утечка личной информации);

интернет – друг 30% (социализация, возможность найти информацию).



Интернет оказывает плохую услугу иностранным учащимся, влияя на несформированный языковой портрет или изменяя его не в лучшую сторону. Приводим отрывки из ответов студентов, в которых они говорят о влиянии интернета на свою жизнь вообще и изучение русского языка в частности.

«Интернет является неотделимой частью нашего тела. Если я не взял планшет или телефон, как будто потерял душу».

«В Китае можно все купить не выходя на улицу: любимые товары, еду, билеты и другое».

Для некоторых интернет в большей степени друг: «Я с ним гуляю, хожу в магазин, смотрю видео и слушаю музыку. Это зависит от меня – он друг мне или враг».

«Интернет больше враг, потому что люди часто теряют время и силы «сидя в интернете». Мы знаем, что нам надо учить, заниматься спортом, спать, но мы не можем «выйти из интернета».

«Интернет помогает развитию социализации. Земля это как деревня с интернетом».

«Наша земля стала маленькой».

«Интернет дает возможность общаться с разными людьми из разных городов и стран. Но есть и другая сторона. Люди, особенно школьники, легко теряют себя, свою личность, становятся приставкой к компьютеру. Они играют, смотрят фильмы, не едят и не спят, не хотят ходить в школу, теряют реальных друзей и обрекают себя на одиночество. Им невозможно дать совет».

«Интернет для меня – это в первую очередь электронный словарь. И это мне очень помогает. Можно узнать, кто такой Пушкин».

«В интернете можно найти курсовые и дипломные работы».

«Многие перестали готовить, заказывают еду по интернету и вообще ничего не делают».

«Интернет- это смертный друг. У каждого есть телефон. Дети и взрослые играют целый день . И это плохая ситуация. Человеку надо быть побольше на природе».

«В интернете можно купить все, не надо думать и читать».

В заключение нужно сказать, что, конечно, на существующем этапе развития современных технологий уже ничто не может остановить развитие и распространение интернетпространства. Для достижения образовательных и других целей в обучении русскому языку как иностранному, для сохранения «правильного» языкового портрета и недопущения деградации языкового уровня у иностранных студентов нужно использовать все образовательные и психологические инструменты. Преподаватели русского языка как иностранного, методисты, психологи и другие специалисты должны действовать наилучшим образом, чтобы сформировать у иностранных учащихся традиционные нормы русской речи, деликатно корректируя уже сформированные навыки использования ими интернета, помогая создать языковой портрет личности, способной легко адаптироваться в русскоязычном языковом пространстве и умело использовать русский язык в своей профессиональной деятельности.

#### **Литература**

1. *Караулов Ю. Н.* Русский язык и языковая личность: Учебное пособие. - М.: Наука, 2004. - 264 с
2. *Сметанина-Болдвин Ю.В., МасловаЕ.В.* Интернет как информационное, языковое и социальное явление и его роль в глобализации и локализации мировых языков// Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2009, №1, 176
8. *Crystal D.* Language and the Internet. // Cambridge, Cambridge University Press. - 2001.

## **INFLUENCE OF THE INTERNET ON LANGUAGE PORTRAIT OF THE FOREIGN STUDENT**

This article examines the impact of the Internet on the language portrait of a foreign student receiving education in Russia.

**Keywords:** Internet, education, influence, goal, language portrait.

**О.Ф. Купрещенко**

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

## **ИНФОГРАФИКА КАК ЖАНР ДИСПЛЕЙНОЙ КОММУНИКАЦИИ И ЕЁ РОЛЬ В ОБУЧЕНИИ РКИ**

В статье описываются особенности жанра инфографики, инструменты создания инфографического текста, а также способы его использования на уроках русского языка как иностранного.

**Ключевые слова:** инфографика, дисплейная коммуникация, наглядность, русский язык как иностранный.

В современной коммуникативной реальности вместо одномерного вербального текста основной единицей общения становится мультимодальный текст, сочетающий в себе знаки разных семиотических систем. В отличие от печатных книг, газет и журналов, в которых письмо может дополняться изображением, цифровая среда позволяет создавать тексты, включающие в себя аудиофрагменты, анимированные изображения, видеоролики. Такие тексты являются важной составляющей эффективного обучения русскому языку как иностранному.

В нашей статье предметом анализа становится инфографика. Мы рассматриваем ее как жанр дисплейной коммуникации, то есть коммуникации, опосредованной через экран. Под инфографикой мы, вслед за Басыровой А.Е., понимаем способ представления информации, сведений или

знаний с помощью комбинации вербального и иллюстративного компонентов, предназначенный для быстрой и лаконичной презентации темы, а также призванный улучшить восприятие информации и мотивировать к прочтению [Басырова 2016; 24-25]. Она вводит понятие инфографического текста, чтобы подчеркнуть лингвистический аспект описываемого явления [Басырова 2016; 25].

Современные инфографические тексты сочетают в себе разные модусы. Подобные тексты содержат диаграммы, таблицы, семантические карты «mind map», слайды, коллажи и т.п. Кроме статичной, существует динамическая инфографика. В социальных сетях и новостных сайтах набирает популярность видеоформат представления информации, позволяющий знакомить пользовательскую аудиторию с цифрами и данными в нужном контексте при просмотре видеоряда [Афанасьев 2015; 59].

Комбинирование разных модусов в рамках одного текста позволяет нам отнести инфографические тексты к мультимодальным.

Важно отметить, что инфографика представляет собой не просто текст, состоящий из разных элементов, а организованный по определенным законам комплекс информации. Инфографика становится одной из наиболее эффективных форм передачи информации в эпоху цифровых технологий, а также отличным обучающим материалом.

Эффективность использования инфографики на уроках РКИ обусловлено тем, что инфографика реализует один из доминирующих принципов обучения – принцип наглядности. Наглядность служит средством мобилизации психической активности учащихся, введения новизны в учебный процесс, повышения интереса к занятиям, увеличения возможности произвольного запоминания, расширения объема усваиваемого материала, используется

как краткий и эффективный способ систематизации знаний, выделения главного и т.д. [Вохмина 1978; 60].

Важная функция наглядности – стимуляция высказывания, когда средства наглядности служат опорой при организации речевого высказывания. Инфографика представляет особый интерес с точки зрения возможности вербализации и интерпретации изображения или видеоряда. Использование инфографического текста на уроке РКИ позволяет развивать самый сложный вид речевой деятельности – говорение. Трудности в говорении на иностранном языке обусловлены сложностью процесса порождения речевого высказывания. Изучающий иностранный язык оказывается в сложной ситуации: он одновременно должен концентрироваться на содержании высказывания, выборе соответствующих содержанию языковых средств, соблюдении логической последовательности высказывания, а также реализации своего высказывания во внешней речи [Вульфович 2016; 12].

Инфографический текст содержит различные опоры в виде схем, диаграмм, коллажей и т.д., которые помогают учащемуся при построении высказывания. Информация представлена в готовом виде, но сжато, что дает возможность учащемуся ее развернуть и подготовить монологическое высказывание. Важную роль в этом процессе играет преподаватель. Он может сам создавать инфографические тексты с помощью специальных ресурсов или использовать готовую инфографику.

В первом случае создание инфографики проходит следующие этапы:

- 1) определение целевой аудитории;
- 2) подбор материала по теме;
- 3) обработка информации. Собранный материал необходимо проанализировать и привести к одному знаменателю.

4) верстка. Выбирается формат передачи информации - презентация, одностраничная картинка, видеоролик [Константинова 2016; 25].

Существуют бесплатные сервисы для создания инфографики разного уровня сложности: infogr.am, easel.ly, visual.ly, venngage.com, piktochart.com.

Кроме того, преподаватель может использовать уже готовые инфографические тексты, которые в большом количестве содержатся в цифровой среде. Вот лишь некоторые из них:

[www.aif.ru/infographic](http://www.aif.ru/infographic),  
[www.vz.ru/infographics](http://www.vz.ru/infographics),  
<http://ria.ru/infografika>,  
<http://tass.ru/infographics>,  
<http://tassgraphics.ru>,  
<http://infographicsmag.ru/journal>.

Итак, инфографика как один из видов работы на уроке РКИ имеет ряд преимуществ:

- позволяет с помощью комбинации вербального и невербального компонентов быстро и лаконично презентовать любую сложную тему;
- улучшает восприятие информации;
- позволяет осуществлять индивидуальный подход;
- воздействует на эмоции (в основу положена ассоциация);
- повышает мотивацию;
- способствует осознанному, полному усвоению учебного материала;
- может использоваться на любом этапе урока [Лапуцкая 2017; 319].

Кроме этого, инфографика помогает учащемуся в построении развернутых монологических высказываний.

Таким образом, существует несколько вариантов использования инфографики на уроках русского языка как иностранного. Во-первых, преподаватель с помощью

инфографики может презентовать новый материал, который благодаря такой форме организации усваивается лучше, чем традиционный письменный текст. Во-вторых, инфографический текст может являться заданием, нацеленным на развитие речи. Имея перед собой опоры (цифры, краткие факты, схемы, диаграммы и т.д.), учащийся достаточно легко может построить развернутое речевое высказывание.

### Литература

1. *Афанасьев О.Е.* Использование технологий туристской инфографики в образовательном процессе // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – М., 2015. – №4. – С.55-63
2. *Басырова А. Е.* Инфографический текст как новое средство наглядности на уроках РКИ // Проблемы преподавания филологических дисциплин иностранным учащимся. – Воронеж, 2016. – Т. 4. – С. 22–26.
3. *Вохмина Л.Л.* Некоторые проблемы использования наглядности в обучении иностранным языкам // Русский язык за рубежом. – М., 1978. – №5. – с.60
4. *Вульфович Е.В.* Обучение устной речи на занятиях по английскому языку с использованием интернет-сервисов для создания визуальных опор // Вестник КГПУ им. В.П. Астафьева. – Красноярск, 2016. – №2(36). – С.11-15.
5. *Константинова М.В.* Реклама как пример инфографики в обучении иностранному языку// Международный научно-исследовательский журнал. – Екатеринбург, 2016. – № 2 (44) Часть 4. – С. 25-26.
6. *Лапуцкая И.И.* Использование инфографики на уроках РКИ [Электронный ресурс] / И. И. Лапуцкая // Язык. Общество. Медицина : материалы XVI Респ. студ. науч.-практ. конф." Язык. Общество. Медицина" и XIII Респ. науч.-практ. семинара "Формирование межкультурной компетентности в учреждениях высшего образования при обучении языкам"/ УО "Гродн. гос. мед. ун-т"; [редкол.: Е. П. Пустошило (отв. ред.) и др.]. – Гродно, 2017. – С. 318-320. – 1 эл. опт. диск.

**INFOGRAPHICS AS A GENRE OF DISPLAY  
COMMUNICATION AND ITS ROLE IN TEACHING  
RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE**

The article describes the features of the infographic genre, the tools for creating an infographic text and ways to use it in teaching Russian as a foreign language.

**Keywords:** infographics, display communication, visibility, Russian as a foreign language.

**В.В. Кытина**

*(Российский университет дружбы народов)*

**Н.И. Кытина**

*(МАОУ ДПО управления образования городского округа Домодедово)*

**Н.В. Рыжова**

*(Российский университет дружбы народов)*

**ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ СТАНОВЛЕНИЯ  
БИЛИНГВАЛЬНОЙ ЛИЧНОСТИ  
В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ИСПАНИИ**

В настоящей статье описывается опыт поликультурного образования в Испании. В статье отражены результаты анализа билингвальных образовательных программ, реализуемых на базе соглашений между Испанией, Португалией и Королевством Марокко. В рамках процесса глобализации опыт Испании, Португалии и Марокко заслуживает внимания и представляет научный интерес для исследователей, работающих в области поликультурного, билингвального образования.

**Ключевые слова:** билингвизм, детский билингвизм, билингвальное образование, поликультурное образование, инофоны, интеграция детей мигрантов, полиэтнические языковые группы.

Ежегодный рост прибывающих на постоянное место жительства в Испанию является причиной роста количества учащихся детей-инофонов. По данным на 2015/16 учебный



год число детей-инофонов в Испанских школах возросло на 48%. Положительным фактом является всесторонняя поддержка образовательных учреждений, работающих с детьми-инофонами как со стороны государства, так и со стороны организаций соотечественников. Следует отметить положительный факт, что дети-иностранцы имеют те же права и обязанности, что и испанские дети. Адаптация обучающихся происходит в соответствии с урегулированными образовательными институтами. В статье 22 «Ley Orgánica de Enseñanza» (Конституционный закон об образовании (далее «LOE»)) огромное внимание уделяется проблеме межкультурного взаимодействия, так же подчеркивается, что ученикам ESO в обязательном порядке следует изучать культурные особенности различных этносообществ и уважать традиции и обычаи страны проживания. Государственный закон «LOE» обязывает региональные власти разрабатывать систему мероприятий в образовательной сфере, которые способствовали бы успешному процессу интеграции детей-инофонов в испанскую образовательную систему как на начальном, так и на базовом этапах обучения. В законе также сказано, что власти должны регулировать вопросы поликультурного образования и, в связи с этим, разрабатывать и реализовывать соответствующие образовательные программы, направленные на интеграцию учеников-инофонов. В отличие от российской системы образования, где вопросы поликультурного обучения полностью ложатся на учителей-русистов, в испанской образовательной системе испанские педагоги работают по специальным программам, реализуемым в отдельных классах общеобразовательных учреждений при значительной государственной поддержке. Интеграция учащихся-иностранцев проходит с учетом возрастных и языковых особенностей и в соответствии с требованиями образовательного стандарта. Занятия проводятся как в системе дополнительного образования, так

и в специализированных классах общеобразовательных учреждений. Они проходят параллельно с основным обучением и зависят от уровня знаний учащихся. Разработка образовательных программ осуществляется в рамках компенсирующего обучения для социально-неблагополучных слоев населения или для учащихся, у которых был перерыв в обучении более двух лет. Меры, принимаемые в области компенсирующего обучения, зависят от органов власти и сложившейся ситуации в определенном регионе страны. Эти меры должны быть отражены в годовом отчете о компенсирующем обучении, который разрабатывается образовательным учреждением. Кроме цели получить основное образование, обучение детей-мигрантов преследует еще и цель овладения языком, восполнения пробелов базовых знаний, поддержки и создания благоприятной атмосферы в образовательном процессе. Существуют различные подходы к обучению. Одни уделяют много внимания восполнению пробелов в обучении детей-инофонов: их цель — ввести учащегося в систему образовательного учреждения и дать ему базовый уровень знаний. Другой подход направлен на достижение результата в обучении всех учащихся, независимо от того, иностранец он или нет. [Juan Carlos I 2006; 21-22]

В некоторых образовательных учреждениях детей-инофонов принимают на класс ниже, чем положено по возрасту. Это делается для того, чтобы восполнить пробелы знаний учащегося. Проблемы в процессе интеграции учащихся и в самом процессе обучения часто появляются из-за низкого уровня владения языком. Чтобы преодолеть эти трудности организуются дополнительные занятия во внеурочное время и создается «дорожная карта» на каждого учащегося. Соответствующая помощь оказывается детям-инофонам за счет регионального бюджета не только в рамках учебного процесса, в некоторых случаях этим занимаются специальные службы. В работе по реализации этого проекта

принимают участие социальные педагоги, психологи, представители диаспор, работники посольств страны исхода. Важно отметить, что в школах организованы дополнительные занятия, где дети-инофоны изучают испанский язык для того, чтобы достичь определенного уровня для учебы в основном классе. Соответственно, для данной категории учащихся предполагается постоянное дополнительное обучение. Они должны посещать занятия определенное количество часов в неделю, как внутри общего расписания, так и вне его. Многие школы добавили в учебные планы межкультурный и страноведческий компонент обучения. Также большинство школ взаимодействуют с другими образовательными учреждениями, которые реализуют программы по совершенствованию межкультурного образования, предоставляя кадровые и материальные ресурсы, организуя внеклассные мероприятия, разрабатывая дополнительные материалы, обучая преподавателей и др. В рамках этой деятельности проводятся национальные праздники представителей различных культур и народов, организуются выставки и встречи с общественными и государственными деятелями. Ведется работа с испанскими детьми и их родителями с целью формирования толерантного отношения и создания бесконфликтной среды в учебном заведении.

В разных регионах Испании при государственной поддержке проходят мероприятия направленные на решение проблемы интеграции детей-мигрантов в испанский социум.

Цели этой работы:

- создание гармоничной и бесконфликтной атмосферы в школьном образовательном пространстве;
- преодоление пробелов в знаниях детей-иммигрантов;
- уважение к духовно-нравственным ценностям других культур и народов, что способствует успешному процессу

интеграции детей-инофонов в образовательное пространство страны пребывания.

Интегративный подход, заключающийся в тесном сотрудничестве педагогов, общественных деятелей, родителей, государства, позволяет обеспечить должное соблюдение прав и обязанностей детей-мигрантов внутри испанской системы образования. Особенно важно наладить связь между самим образовательным учреждением и родителями детей-инофонов. На общих родительских собраниях и на встречах происходит обмен информацией различного характера: родители узнают много важного обо всей испанской системе образования и о данном учебном заведении в частности, а педагоги имеют возможность в ходе бесед узнавать о социально-экономической ситуации в конкретной семье, оценить психологическую атмосферу, в которой воспитывается ребенок, узнать культурно-интеллектуальный уровень развития родителей.

Таким образом, все участники процесса адаптации детей-инофонов отмечают, что назрела необходимость в оптимизации деятельности по разработке соответствующих программ как на уровне Министерства образования и науки (МЕС), так и на уровне учреждений, работающих в регионах с учетом поликультурных особенностей каждого региона.

В ходе анализа образовательных программ, реализуемых Министерством образования и науки, интересен опыт работы школ, где обучаются дети из Португалии. Эта программа получила поддержку посольства Португалии в Испании в рамках культурного соглашения между Испанией и Португалией, подписанного в мае 1970 года. Программа начала работать в 90 школах различных регионах Испании. Программа позволяет одновременно изучать и родной язык, и язык страны пребывания. Таким образом, формируется билингвальная личность уже на стадии начального образования: испанские дети изучают португальский язык и совершенствуют знания испанского

языка, а португальские дети изучают язык страны пребывания и поддерживают язык страны исхода. По этой программе на дошкольном и начальном уровнях работают преподаватели, чей родной язык — португальский. Они являются членами «Red de Enseñanza del Portugués en el Extranjero» (Сеть учреждений для преподавания португальского языка за границей), объединенной с образовательными учреждениями Испании (государственными или субсидируемыми частными школами). В этих школах изучение португальского языка является частью основной программы, оно осуществляется в «смешанных классах» (где преподаватели испанского и португальского языков работают с целым классом) или в «объединенных классах» (где преподаватели португальского преподают детям, которые сами выбрали эту программу обучения).

Рассмотрим вопрос образования в поликультурной группе, поликультурное образование. Данный тип не является новым типом образовательного процесса, это конструкт, опирающийся на развитие двунаправленной этнической самобытности ребенка, и в этом качестве он является решающим средством достижения единого федерального образовательного пространства, о котором говорится в законах об образовании большинства стран Европы и мира и интеграции в общемировое образовательное пространство.

Содержание поликультурного интегрированного образования способствует развитию межпредметных связей как дисциплин гуманитарного цикла (чтение, письмо, изобразительно искусство, культура, страноведение) доступных детям данного возраста реализациях, так и дисциплин естественнонаучного цикла (счет, природоведение, ритмика, хореография и т. д.).

Его результат — всестороннее развитие бинациональной (интернациональной) личности,

обладающей коммуникативной компетенцией в широком понимании данного термина (вкл. межкультурную, социокультурную, медиа-, лингвистическую и языковую компетенции) и способной позитивно-критически относиться к явлениям реальности и проявлениям деятельности человека в мире. [ Кудрявцева, Волкова 2014; 42-43]

Таким образом, мы можем говорить о поликультурной школе, где помимо базовой программы реализуется целый ряд дополнительных мероприятий, таких, как обмен учениками, культурные поездки в Португалию и Испанию, португальские культурные недели и португальские клубы. На уровне общего среднего образования португальский язык — факультативный предмет и его преподает учитель-испанец. Поэтому школы среднего образования в меньшей степени принимают участие в программе. Но в некоторых случаях образовательные власти Португалии отправляют преподавателей португальского языка обучать на уровне среднего образования, чтобы продолжить ранее начатую программу.

Заслуживает внимания опыт работы в рамках Соглашения о культурном сотрудничестве между Испанией и Королевством Марокко, которое было подписано в октябре 1980 года и является прочной основой для «Programa de Enseñanza de la lengua Árabe y Cultura Marroquí» (программа преподавания арабского языка и марокканской культуры). Эта программа разработана для детей-марроканцев, получающих образование в испанских образовательных учреждениях. В 1992 году была создана Объединенная группа экспертов на уровне Правительств Испании и Марокко. Главной задачей экспертов является определение основных проблем, возникающих в процессе реализации пунктов официального документа. Эта программа находится под надзором Центра образовательных исследований и документации («Centro de Investigación y Documentación Educativa» — «CIDE») при согласовании с «MEC».

Программа реализуется в испанских школах для детей марокканцев (самая многочисленная диаспора в Испании) и ее целью является совершенствование процесса преподавания арабского языка и сохранение традиций марокканской культурой. Для обучения в рамках программы приглашаются преподаватели из Марокко. Чтобы способствовать социальной интеграции, искоренить акты жестокости и расизма, «МЕС» усовершенствовало основные пункты соглашения с Фондом «Йехуди Минухин». В 2015/16 учебном году в программе участвовало более 3,600 детей из разных регионов Испании, которые в рамках этой программы посещали различные кружки. Обучение организовывали специалисты в области драмы, танца и скульптуры. Сегодня программа «Йехуди Минухин» работает в 9 автономных областях Испании.

Можно сделать вывод, что в рамках процесса глобализации опыт Испании, Португалии и Марокко заслуживает внимания и представляет научный интерес для исследователей, работающих в области поликультурного, билингвального образования.

#### **Литература**

1. *Е. Л. Кудрявцева, Т. В. Волкова* Комплексный подход к обучению языку (как неродному и другому родному) детей билингвов (в возрасте 1 года – 6 лет) в образовательных организациях с этнокультурным компонентом стран Евросоюза. – 2014 – 232 стр.

2. *Juan Carlos I Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.* [<https://www.boe.es/buscar/pdf/2006/BOE-A-2006-7899-consolidado.pdf>]

#### **PEDAGOGICAL CONDITIONS FOR BILINGUAL'S PERSONALITY FORMATION IN THE EDUCATIONAL ENVIRONMENT OF SPAIN**

This article describes the experience of multicultural education in Spain. The article reflects the results of analysis of bilingual educational programs, on the basis of agreements between Spain, Portugal and Morocco. As part of the process of

globalization, the experience of Spain, Portugal and Morocco deserves attention and scientific interest for researchers working in the field of multicultural bilingual education.

**Keywords:** bilingualism, child bilingualism, bilingual education, multicultural education, integration of migrant's children, multi-ethnic language groups.



## 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\_gav@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: bekayesacko47@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: beresnevd@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\_1@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.kaqlmykov@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: lchiga1@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).

**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: sinyachkin\_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: nika-step@mail.ru).

**Таран И.А.** – магистр 1 курса кафедры теории и истории журналистики филологического факультета, Российский университет дружбы народов (e-mail: Itratn@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: dsövet@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:  
khrpunkova.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).

**Шейрамян 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

<b>ПЛЕНАРНЫЕ ДОКЛАДЫ</b>		
<b>Гусман Тирадо Р.</b>	Использование интернет-ресурсов в практике преподавания РКИ в испаноязычной аудитории	3
<b>Ндяй Манету</b>	Продуктивное употребление интерактивных технологий в преподавании русского языка как иностранного вне русской языковой среды	7
<b>Т.П. Млечко</b>	Особенности русскоязычного сетевого пространства в ближнем зарубежье (на примере Республики Молдова)	16
<b>В.П.Синячкин У.М.Бахтикиреева</b>	Лингвистические заметки о virtuality	29
<b>Нилакши Сурьянараян</b>	Использование инновационных технологий в преподавании художественной литературы в иноязычной аудитории	40
<b>Juxi Zhang</b>	On the quality of news personnel in the era of digital media	53
<b>Шипелевич Л.</b>	Межпретметная деятельность в Интернете	67
<b>ДОКЛАДЫ УЧАСТНИКОВ КОНФЕРЕНЦИИ</b>		
<b>Абдыханов У.К., Карпушина Г.В.</b>	Чингиз Айтматов: чистота помыслов и красота души	75
<b>Агафонова С.И.</b>	К вопросу о языке социальных сетей: специфика Инстаграма	82

<b>Адетокунбо Абиодун</b>	Способы выражения межсловных связей в языке йоруба	87
<b>Авдони́на М.Ю., Никитин С.А.</b>	Мобильный этикет: лингвистические аспекты	99
<b>Аймагамбетова М.М.</b>	Заголовок новостного сайта (на примере казахстанской русскоязычной прессы)	104
<b>Азимов Э.Г.</b>	Методика создания учебных материалов по РКИ на основе цифровой видеозаписи	111
<b>Алефиренко Н.Ф., Нуртазина М.Б.</b>	Дискурсивное сознание как фактор формирования медиапространства	116
<b>Алешина Л.Н.</b>	Использование социальной сети «Фэйсбук» для дистанционного обучения русскому языку и русской культуре иностранных граждан	128
<b>Антонова В.В.</b>	Паратентические конструкции русского языка как объект при анализе неструктурированных данных	133
<b>Анциферова О.В., Колосова Т.Н., Щукина К.А.</b>	Педагогическая онлайн- практика как средство повышения профессиональной компетенции магистрантов	138
<b>Арпентьева М.Р.</b>	Медиаконвергенция и будущее СМИ	147
<b>Баранова Е.А.</b>	Журналистика в киберпространстве: уход от традиционных норм и правил профессии	157

<b>Богданова Л.И.</b>	Лексические предпочтения и нравственные ориентиры современного интернет-пользователя	162
<b>Бондаренко М. А.</b>	Анализ публикаций интернет-газеты в практике изучения русского языка и обучения литературному редактированию	168
<b>Бинхуэй Л., Бузальская Е.В.</b>	Рекламная запись в социальной сети: речевые стратегии и тактики организации структуры речевого жанра	174
<b>С. Бекай, Малаховский А.К.</b>	Особенности национальной политики в области информационно-коммуникативных технологий (ИКТ) в современном Мали	182
<b>Бразуль- Брушковский Е.Г.</b>	Психологические и социальные аспекты проявления гендерной (не)идентичности в интернет-коммуникации	192
<b>Брусенская Л.А.</b>	Манипулятивная подмена понятий в современном медиапространстве	200
<b>Валикова О.А., Синячкина Н.Л., Амосова О.К.</b>	Поэзия в сети	204
<b>Ващекина Т.В.</b>	Мультимедийные средства обучения в практике преподавания РКИ	211
<b>Веселовская Т.С.</b>	Визуализация в изучении языка: русский как иностранный	216

<b>Вибке А.Н., Мамонтов А.С.</b>	Интернет-коммуникация в аспекте специфики опосредованного кросс-культурного взаимодействия на невербальном уровне (на материале русско-китайских сопоставлений)	222
<b>Владимирова Т.Е.</b>	Интернет-ресурсы в обучении иностранных студентов русскому языку	228
<b>Волкова Я.А.</b>	Деструктивные коммуникативные тактики в межличностном виртуальном общении	235
<b>Врыганова К.А., Избицкая М.В., Костина Е.В.</b>	Реалии нового времени как неотъемлемая часть процесса появления и употребления неологизмов	241
<b>Гайденко А.А.</b>	Новые форматы взаимодействия с аудиторией: опыт российских и зарубежных интернет-изданий	249
<b>Гзиришвили Н.А., Молашхия Н.Д., Очигава К.Дж.</b>	Рациональное использование информационно-компьютерных технологий на уроках русского языка (РКИ)	257
<b>Голубева М.А.</b>	Что такое хештег и его использование в социальной сети. Лингвистический анализ хештега	263
<b>Градюшко А.А.</b>	Новостное видео для соцсетей как новый медийный формат	268
<b>Грибовская Н.Ю.</b>	Регионализмы в интернет-дискурсе	273

<b>Григорян А.А.</b>	Англоязычные заимствования как основной способ образования компьютерной терминологии	279
<b>Грунина Е.О.</b>	Детская языковая личность и современная медиасреда	284
<b>Гудков Д.Б.</b>	Политические неологизмы в русском Интернет-пространстве	290
<b>Двинова Е.О., Волчек А.В., Пахалко А.Г.</b>	Интернет-игра как факт и фактор языкового развития	298
<b>Дубовицкая О.С.</b>	Особенности музыкальной интернет-журналистики в России	304
<b>Дьякова Т.А., Микова С.С.</b>	Методические возможности современных компьютерных технологий в онлайн-обучении РКИ	308
<b>Жабо Н.И., Авдонина М.Ю., Чернышева И.Б.</b>	Лексикологические особенности неформального политического дискурса	314
<b>Заварзина Г.А., Заварзина В.А.</b>	Особенности функционирования универбатов-неологизмов лексико-семантической подсистемы «Государственное управление наукой и образованием» в информационном медиапространстве	319
<b>Загидуллина М.В.</b>	Иконическое и голосовое: глобальная трансформация письменной коммуникации	324



<b>Зайцева И.А.</b>	Роль социальных сетей на уроках РКИ и в организации работы подготовительных факультетов	330
<b>Зверева М.И.</b>	Эвфемизмы в СМИ и лингвистическая безопасность	333
<b>Зюкина З.С.</b>	К вопросу инновационной технологии обучения русскому языку студентов-иностранцев	339
<b>Иванова М.В.</b>	Публицистика: от истоков к цифровой эпохе	347
<b>Ильченко С.Н., Прокофьева Н. А.</b>	Иноязычные заимствования в языке отечественной спортивной журналистики	353
<b>Ипатов А.В.</b>	Новые медиа и UGC (user generated content): тенденции развития и особенности	367
<b>Исмаилова А.А.</b>	Социальные сети как инструмент продвижения высших учебных заведений в интернет-среде на примере опыта Российского университета дружбы народов	372
<b>Ишханян Р.С.</b>	Литература как фактор общественного прогресса	378
<b>Кабяк Н.В.</b>	Крылатые выражения из советских кинофильмов в социальной сети «ВКонтакте» (на примере группы «Цитаты советского кино»)	385

<b>Кажуро Д.В.</b>	Специфика методики обучения языку в онлайн-приложениях «Rosetta Stone» и «Duolingo» и организация материала по РКИ на фоне общей структуры обучающих упражнений	389
<b>Казакова О.П.</b>	Мультимедиаальность в изучении иностранного языка и литературы	397
<b>Калмыков А.А.</b>	Интернет – пространство жанрообразования и словотворчества	403
<b>Каширин А.В.</b>	Влияние интернет-мемов на русский язык на примере риторики экономической науки	408
<b>Китанина Э.А.</b>	Изучение лингвистической терминологии в поликультурной аудитории	416
<b>Клокова А.И.</b>	Особенности написания коммерческих текстов в личном интернет – аккаунте на платформе Instagram	421
<b>Князева Е.С.</b>	К вопросу об использовании электронных учебников в условиях военного вуза	427
<b>Копалова Г.О.</b>	Основные идеи Кембриджского подхода в обучении русскому языку как иностранного	432
<b>Корнейчук С.П.</b>	Лингвопрагматический потенциал интернета и «красоты»	438
<b>Коростелева Т.В.</b>	Невербализованная информация: текст/подтекст	444
<b>Коськина П.Д., Митрофанова И.И.</b>	Особенности интернет-публицистики	448

<b>Кривошапова Н.В.</b>	Основные языковые особенности Интернет-коммуникации в Приднестровье	453
<b>Кулибина Н.В.</b>	Как оценить качество образовательного онлайн-ресурса? (на примере онлайн-ресурса по чтению художественной литературы)	459
<b>Куликова Э.Г.</b>	Коммуникативная стратегия манипулятивного умолчания в современном медиaprостранстве	466
<b>Куличенко Г.Е.</b>	Влияние интернетпространства на языковой портрет личности иностранного учащегося	470
<b>Купрещенко О.Ф.</b>	Инфографика как жанр дисплейной коммуникации и её роль в обучении РКИ	475
<b>Кытина В.В., Кытина Н.И., Рыжова Н.В.</b>	Педагогические условия становления билингвальной личности в образовательном пространстве Испани	480
<b>Наши авторы</b>		489

*Научное издание*

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

*В двух томах*

**Том 1**

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. 30,0. Тираж 300 экз. Заказ 330.

---

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